

Univerzita Palackého v Olomouci

Filozofická fakulta

Katedra divadelních, filmových a mediálních studií

Mgr. Jan Hanzlík

Kulturní zkušenost z českých multikin: Analýza diskurzu

Disertační práce

Vedoucí práce: Prof. PhDr. Tomáš Hlobil, CSc.

Olomouc 2012

Prohlašuji, že jsem předloženou práci vypracoval samostatně a použil pouze uvedeníh pramenů a literatury.

V Olomouci dne 31. srpna 2012

.....

Mgr. Jan Hanzlík

Obsah:

ÚVOD	6
Předmět práce.....	11
Cíl práce	16
Pracovní hypotézy	16
Data	18
Struktura práce	19
1. LITERATURA.....	21
1.1 Veřejné filmové představení jako předmět výzkumu	23
1.2 Konstruování vysoké a nízké kultury v oblasti kinematografie	40
1.3 Blockbuster	43
1.4 Artový film.....	46
1.5 Globalizace a amerikanizace	48
1.6 Digitalizace	53
2. METODOLOGIE A DATA.....	58
2.1 Analýza diskurzu jako metoda výzkumu	58
2.2 Data pro analýzu	65
2.2 Analýza diskurzu a využití mediálních databází	68
3. HISTORICKÝ VÝVOJ MULTIKIN.....	71
3.1 Vývoj multikin v americkém kontextu	72
3.2 Vývoj multikin v evropském kontextu	79
3.4 Vývoj multikin v českém kontextu	85
4. DISKURZIVNÍ KONSTRUKCE MULTIKIN V ČESKÉ REPUBLICE	89
4.1 Analyzovaná data	89
4.2 Rok 1996	91
4.3 Rok 1997	105
4.3 Rok 2001	108
4.4 Rok 2011	122
4.5 Multikina v diskurzu Ministerstva kultury ČR.....	130
5. DISKURZ O MULTIKINECH A DIGITALIZACI	134
6. DISKURZIVNÍ KONSTRUKCE SMÍCHOVSKÝCH MULTIKIN	147
6.1 Analyzovaná data	148
6.2 Konstruování proměny Smíchova a nástupu multikin	150
7. ANALÝZA PROGRAMU SMÍCHOVSKÝCH MULTIKIN	165
7.1 Kategorizace filmů	165
7.2 Program smíchovských multikin v roce 2008	168
7.3 Artové filmy ve smíchovských multikinech.....	170
7.4 Cinema Europa a Palace Studio	173
7.5 Filmová distribuce.....	175
7.6 Distinkce mezi vyšší a nižší kulturou.....	178
8. OVĚŘENÍ PRACOVNÍCH HYPOTÉZ	181
9. ZÁVĚR	183
PŘÍLOHY	189
LITERATURA.....	211
PRAMENY	226

Seznam tabulek:

Tabulka 1: Vývoj kin v České republice	98
Tabulka 2: Vývoj návštěvnosti českých kin	107
Tabulka 3: Srovnání průměrné mzdy a průměrné ceny vstupenek do kin.....	109
Tabulka 4: Dělení zisků mezi distributory a provozovatele multikin.....	194
Tabulka 5: Počet filmových pláten v České republice, Belgii a Rakousku	115
Tabulka 6: Zastoupení jednotlivých periodik v korpusu článků	149
Tabulka 7: Tendence v hodnocení proměny Smíchova a nástupu multikin	198
Tabulka 8: Asociace spojované s klasickými kiny a multikiny.....	199
Tabulka 9: Některé akce pořádané smíchovskými multikiny.....	163
Tabulka 10: Počet představení filmu <i>Kung-fu Panda</i>	168
Tabulka 11: Počet představení filmu <i>Mamma Mia!</i>	190
Tabulka 12: Počet sálů, v nichž se hrály nejuspěšnější filmy roku 2008	192
Tabulka 13: Podíly vybraných žánrů v nabídce smíchovských multikin	194
Tabulka 14: Průměrné počty kopií filmů uvedených v roce 2008.....	176
Tabulka 15: Filmy v nabídce smíchovských multikin distribuované společnostmi Warner Bros (WB) a Palace Pictures (PP).....	177

Seznam příloh:

Příloha 1: Vývoj návštěvnosti kin v České republice.....	189
Příloha 2: Přehled multikin v České republice	190
Příloha 3: Podíl multikin v České republice.....	192
Příloha 4: Přehled digitalizace multikin v České republice.....	194
Příloha 5: Evropská kina v roce 1992	196
Příloha 6: Služby v evropských kinech v roce 1992	197
Příloha 7: Evropská multikina v roce 1999	198
Příloha 8: Evropská multikina v roce 2007	199
Příloha 9: Filmy uvedené ve smíchovských multikinech v roce 2008	200

Za cenné připomínky, trpělivost a podporu bych rád poděkoval svému školiteli prof. PhDr. Tomáši Hlobilovi, CSc.

Za užitečné připomínky a rady děkuji Mgr. et Mgr. Tereze Czesany Dvořákové, PhD. (FF UK), Doc. Mgr. Petru Szczepanikovi, PhD. (FF MU), Mgr. Pavlu Skopalovi, PhD. (FF MU), Doc. PhDr. Evě Bedrnové, CSc. (FPH, VŠE), PhDr. Petře Hanákové, PhD. (FF UK), Doc. PhDr. Ivanovi Klimešovi (FF UK), Mgr. Tomáši Čížkovi (FSV UK), PhDr. Kateřině Ptáčkové (FSV UK), Mgr. Karlu Čadovi (FSV UK) a PhDr. Olze Hanzlíkové.

Zajímavé komentáře k tématu mi poskytly PhDr. Olga Šmídová, PhD. (FHS UK), Mgr. Barbora Spalová, PhD. (FSV UK), Teréz Vincze, PhD. (Eötvös Loránd University, Budapest), Andrea Virginás, PhD. (Sapientia – Hungarian University of Transylvania, Cluj), Eva Nāripea, PhD. (Estonian Academy of Arts, Tallinn) a PhDr. Kateřina Svatoňová, PhD. (FF UK).

Za podporu a trpělivost děkuji kolegům z katedry Arts managementu FPH VŠE Doc. Ing. Jiřímu Patočkovi, CSc., Prof. Václavu Riedlbauchovi, PhDr. Ireně Tyslové a PhDr. Zuzaně Malcové.

Za ochotné poskytnutí cenných dat děkuji Zuzaně Grnáčové a Davidu Dvořákovi ze společnosti CineStar, s. r. o. a Anně Černé z Unie filmových distributorů. Za laskavé poskytnutí kompletních ročníků *Pražské pětky* děkuji Mgr. Tomáši Hálovi (FF UK).

Část výzkumu byla podpořena Grantovým fondem pro doktorandy a asistenty Filozofické fakulty Univerzity Palackého v Olomouci a Interní grantovou agenturou Vysoké školy ekonomické v Praze.

Zvláštní poděkování patří Mgr. Luboši Ptáčkovi, PhD., Mgr. Zdeňku Hudcovi, PhD. (FF UP) a Bc. Zuzaně Novákové, kteří mi dodali odvahu a chuť k práci.

Kontext svého osobního příběhu máme předem nastavený velkým příběhem naší společnosti. Buduje ho veřejný diskurs, ke kterému naše intimní diskursy nemohou než odkazovat. Budují ho média.

Ivo Možný¹

¹ MOŽNÝ, Ivo. *Proč tak snadno... Některé rodinné důvody sametové revoluce: Sociologický esej*. 3. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2009. ISBN 978-807-4190-131, s. 9.

Úvod

Kinematografický průmysl bývá obvykle dělen na tři oblasti, z nichž každá je spojená s určitým typem institucí.² Filmová produkce (výroba) zahrnuje instituce, které filmy vyrábějí. Filmová distribuce označuje instituce, které šíří filmy od výrobců a zprostředkovávají je institucím zaměřeným na předvádění filmů.³ Do oblasti předvádění filmů se obvykle řadí zejména provozovatelé kin a prodejny či půjčovny DVD, Blu-ray disků a dalších audiovizuálních nosičů.⁴ Teoretici filmu upozorňují na to, že kinematografie prochází ve všech třech oblastech (výroba, distribuce a předvádění) v posledních letech intenzivní proměnou. Malte Hagener například poznamenává, že:

řada sektorů [kinematografie] prochází radikální změnou a transformací: v oblasti ekonomiky (globalizace, post-industrialismus), technologie (digitální), synergie (v oblasti marketingu), způsobu výroby (speciální efekty), zprostředkování (hard disk, satelit) a předvádění (IMAX, 3D).⁵

Předmět výzkumu oboru filmových studií, který byl donedávna relativně jasně vymezený a ohraničený, se rozptyluje do mnoha oblastí, v nichž před tím nebyl

² Toto členění využívají odborné texty o kinematografickém průmyslu (viz např. WASKO, Janet. *How Hollywood Works*. Thousand Oaks, Calif.: SAGE, 2003. ISBN 07-619-6813-X), ale také například česká legislativa. K vymezení těchto institucí v české legislativě viz Zákon 273/1993 Sb. ze dne 15. října 1993 o některých podmínkách výroby, šíření a archivování audiovizuálních děl, o změně a doplnění některých zákonů a některých dalších předpisů, ve znění zákona č. 40/1995 Sb., zákona č. 121/2000 Sb. a zákona č. 132/2000 Sb. (Zákon o audiovizu). [online]. [cit. 2012-07-28]. Dostupné z internetových stránek Ministerstva kultury ČR: <http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/audiovize/zakon_c._273-1993_audiovize.doc>. Uvedený zákon tyto instituce označuje následovně: „výrobce audiovizuálního díla“, „distributor audiovizuálního díla“, „pořadatel audiovizuální produkce“, „provozovatel prodejny audiovizuálních děl“ a „provozovatel půjčovny audiovizuálních děl“.

³ Někdy též „uvádění“.

⁴ Problematiku televizního šíření audiovizuálních děl zde ponecháme stranou, neboť je upravena jiným zákonem a tématu dizertace se bezprostředně netýká. Oblast, která nepatří přímo do kinematografického průmyslu, ale s filmem dozajista souvisí, je filmová recepce. Tento pojem označuje způsoby, jimiž diváci filmy přijímají a které se dále projevují např. v mediálním diskurzu (recenze, diskuzní fóra apod.), v rozhovorech o filmech v kavárnách, ale také v odborných estetických analýzách.

⁵ HAGENER, Malte. Kde je (dnes) film? Film ve věku imanence médií. *Illuminace*. 2011, č. 1, s. 79–88. ISSN 0862-397X, s. 79.

přítomen nebo které donedávna ani neexistovaly. „To, co bylo kdysi filmem – celovečerní film založený na fotografickém obrazu, na který se chodilo do kina společně s dalšími diváky,“ vysvětluje Francesco Casetti, „se musí v současnosti vyrovnávat s mnoha dalšími ‚formáty‘, s mnoha dalšími fyzickými nosiči a mnoha dalšími spotřebními prostředími“.⁶ Kinematografie vstupuje do nových kulturních, estetických, ekonomických, společenských i technických kontextů a tyto kontexty ji zpětně ovlivňují. Filmoví teoretici v této situaci debatují o redefinici samotného filmového média. Snaží se tak nově formulovat a – je-li to vůbec ještě možné – vymežit předmět výzkumu:

Kinematografie (kino) byla architektonická jednotka, na kterou bylo možno ukázat, kolem které se dalo projít a do níž se dalo vejít. I když uvažujeme o kinematografii jako o společenské události, výrobní metodě nebo službě, praxe a instituce byly stabilní a snadno vymežitelné a popsatelné. Dnes je však situace jiná: film lze posílat kurýrem v podobě fyzické kopie nebo přenášet satelitem, lze ho doma nelegálně stahovat z internetu nebo zakoupit na pouličním trhu na přepáleném DVD, do našeho soukromí přichází širokopásmovým kabelem nebo wi-fi sítí, konzumuje se na noteboocích a v mobilních telefonech, najdeme ho v galerii a muzeu, ale také v počítačových hrách a na YouTube. Kinematografie je vlastně všudypřítomná, je všude a současně nikde.⁷

Aktuální situace vybízí více než kdy dříve k tomu, aby se pozornost badatelů v oblasti filmových studií nezaměřovala jen na filmy samotné, ale i na kontexty, v nichž jsou vytvářeny, šířeny a sledovány. Vhodnou půdu pro takový směr výzkumu umožnil zejména vývoj oboru filmových studií, který začal přibližně od osmdesátých let dvacátého století více zohledňovat právě kontexty, v nichž je film situován:

⁶ CASETTI, Francesco. Teorie, post-teorie, neo-teorie: Proměny diskurzů, proměny předmětů. In: Týž. *Filmové teorie 1945–1990*. Praha: Nakladatelství Akademie múzických umění v Praze, 2004, s. 363–372. ISBN 88-452-2037-0, s. 366.

⁷ HAGENER, Malte, ref. 5, s. 80.

Důležitější než „umělecké hodnoty“ filmových děl jsou [pro badatele spojené s tzv. novou filmovou historií] kulturně-historické kontexty produkce, distribuce, uvádění a recepce, čili technologické, ekonomické, sociální a kulturní podmínky a praktiky výroby, šíření a sociálního použití filmu, stejně jako jeho propojení s příbuznými institucemi, médii, formami a produkty.⁸

Tato změna přístupu nepřišla z čistého nebe, ale navázala na tendence, které již byly v oboru filmových studií přítomné dříve, a to i v českém prostředí. Významný představitel českého bádání o filmu v šedesátých letech dvacátého století Ivo Pondělíček například poznamenává:

Když jsem měl ve Filmovém ústavu na starosti badatelský kabinet [...] usiloval jsem ve vědě o filmu uplatňovat interdisciplinární přístup, tedy kromě faktů filmických zabývat se i fakty kinematografickými.⁹

Starší teoretický pojem *fakta kinematografická* zde označuje, zjednodušeně řečeno, společenskou a ekonomickou stránku filmu.¹⁰ Jinými slovy, už v šedesátých letech existovala v českém prostředí na straně filmologů vědomá, systematická a kolektivní snaha nezkoumat pouze filmy samotné, ale také jejich sociální, ekonomické a psychologické kontexty. Předkládaná práce se zaměřuje na vývoj v oblasti předvádění filmů v posledních letech a vychází v tomto smyslu jak z vývoje oboru filmových studií v západních zemích, tak z domácí badatelské tradice.

⁸ SZCZEPANIK, Petr. Úvod. Nová filmová historie, kulturní dějiny a archeologie médií. In: SZCZEPANIK, Petr. *Nová filmová historie: Antologie současného myšlení o dějinách kinematografie a audiovizuální kultury*. Praha: Herrmann a synové, 2004, s. 9–41. ISBN X21118, s. 10.

⁹ HANZLÍK, Jan a Zdeněk HUDEC. Ve vědě o filmu jsem usiloval o interdisciplinární přístup: Rozhovor s Ivem Pondělíčkem. *Iluminace*. 2010, roč. 22, č. 4, s. 151–159. ISSN 0862-397X, s. 153.

¹⁰ Pondělíček zde terminologicky odkazuje ke Gilbertu Cohen-Séatovi, jehož pojmy později převzal např. Jean Mitry. „Fakta filmická (fait filmique) jsou limitována filmem jako objektem, respektive filmem jako signifikantem. Jde tedy o filmové dílo samotné a jeho schopnost znázorňovat svět vizuálními, zvukovými a verbálními prostředky. Fakta kinematografická (fait cinématographique) jsou chápána jako komplexní socio-kulturní fenomény, přičemž v popředí jsou sociální a ekonomické aspekty.“ HANZLÍK, Jan a Zdeněk HUDEC, ref. 9, s. 153.

„Mezi nejvíce vzrušující směry výzkumu v oblasti filmových studií posledních let,“ poznamenává James Lyons, „patří rostoucí zájem o výzkum předvádění filmů.“¹¹ Diváci nesledují filmy v nějakém „ideálním“ prostředí, které by bylo zcela oproštěné od všeho kromě samotného filmového díla. Hrají zde roli okolnosti psychologické (divák využívá během vnímání filmu aktivně svůj mozek, pracuje se svými subjektivními vzpomínkami, vědomostmi a schopnostmi), sociologické (sledování filmu na videu, v televizi, v kině nebo kdekoliv jinde může být – a často také je – společenskou událostí), ekonomické (divák je vybízen, aby si společně se vstupenkou koupil popcorn, případně nemusí být ochoten platit vůbec a stahuje film nelegálně z internetu) a techn(olog)ické (3D promítání na velké filmové plátno poskytuje jiný zážitek než film přehrávaný na malé obrazovce mobilního telefonu). To vše ve větší či menší míře ovlivňuje způsob, jakým diváci zakoušejí filmy.

V této práci nás bude zajímat především společenský rozměr sledování filmů, kterýžto směr výzkumu prosazuje například Martin Shiel:

[I]nterdisciplinární kontakt mezi filmovými studii a sociologií¹² (a dalšími disciplínami včetně kulturních studií, geografie a urbánních studií) může být velmi užitečný a plodný, zaměří-li se na klíčové oblasti zájmu, které obě disciplíny na začátku 21. století sdílejí (nebo

¹¹ LYONS, James. What About the Popcorn?: Food and the Film-Watching Experience. In: BOWER, Anne. *Reel Food: Essays on Food and Film*. New York: Routledge, 2004, s. 311–333. ISBN 041597111X, s. 311.

¹² Vztah sociologie a oboru filmových studií je v některých ohledech paradoxní. Francesco Casetti v knize *Filmové teorie 1945–1990* poznamenává: „Vezměme si zvyk filmových badatelů pracovat na zvláštních a symptomatických případech oproti vazbě sociologů na statistiku a kvanta údajů: kvalita a kvantita se těžko snášejí.“ (CASSETTI, Francesco. *Filmové teorie 1945–1990*. Praha: Nakladatelství Akademie múzických umění v Praze, 2004, ISBN 88-452-2037-0, s. 132.) Tato charakterizace snad byla v minulosti oprávněná, v současnosti však neodpovídá tak docela výzkumné praxi. Zatímco filmová studia v posledních letech přejala prostředky statistické analýzy (viz např. SALT, Barry. *Moving Into Pictures. More on Film History, Style, and Analysis*. London: Starword, 2006. ISBN 978-0-9509066-4-5), současní sociologové využívají při výzkumu (nejen filmu) kvalitativní metody, které se (mnohdy) obejdou bez statistiky a čísel a zabývají se případovými studii, které nejsou reprezentativní pro zkoumanou populaci.

*by měly sdílet) a které se buďto v poslední době objevily, nebo nabyly na významu v současném kulturním a společenském kontextu.*¹³

Společenský rozměr sledování filmů můžeme částečně označit pojmem zavedeným v oboru filmových studií, „filmová zkušenost“ (filmic experience),¹⁴ či pojmem používaným obvykle ve společenských vědách, „kulturní zkušenost“ (cultural experience).¹⁵ Druhý jmenovaný termín se objevuje i v názvu předkládané práce, proto bychom měli na tomto místě blíže specifikovat, co těmito pojmy rozumíme a proč jsme si vybrali právě „kulturní zkušenost“. Pojem „filmová zkušenost“ zde chápeme ve smyslu, jak ho definoval Francesco Casetti. V této koncepci sestává ze tří aspektů:

Zaprvé je tu zkušenost prostoru. Kino je vymezený, ale nikoliv uzavřený prostor. Není to ústup do soukromí domova, ani otevřený svět metropole, ale něco mezi tím: prostor, kde se jedinci shromažďují a sdílejí emocionální zkušenosti. Z této perspektivy nabízí zvláštní formu habitátu: člověk zde může být mobilní, může být flâneurem a současně prožívat sounáležitost. Je to tedy fyzický prostor, trochu podobným pasážím a obchodním domům 19. století. Je to také místo naplněné sdílenou množinou symbolů, které plní v heideggerovském smyslu stejnou funkci jako jazyk vůči lidskému společenství. Zadruhé je tu zkušenost situace, která je současně reálná a nereálná. Divák žije nadále v každodenním světě a současně žije také ve zvláštním světě. V prvním se setkává s dalšími diváky, v druhém se setkává s

¹³ SHIEL, Mark. Cinema and the City in History and Theory. In: SHIEL, Mark a Tony FITZMAURICE. *Cinema and the City: Film and Urban Societies in a Global Context*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd, 2001, s. 1–18. ISBN 0-631-22244-8, s. 2. Jednou z oněch klíčových oblastí zájmu, které spojují filmová studia se sociologií, je podle Shiela město. Mezi aktuální tendence filmových studií proto patří výzkum vztahu mezi nejvýznamnější kulturní formou ve dvacátém století – filmem – a nejvýznamnější formou společenské organizace ve dvacátém století – městem. (SHIEL, Mark, ref. 13, s. 1.) důraz bývá kladen zejména na roli filmu ve fyzickém, společenském, kulturním a ekonomickém rozvoji měst (SHIEL, Mark, ref. 13, s. 3.) Mezi další pojmy, které sdílejí filmová studia se sociologií, patří globalizace, jak uvidíme dále.

¹⁴ Viz např. CASETTI, Francesco. Filmová zkušenost. *Illuminace*. 2011, roč. 23, č. 1, s. 67–77. ISSN 0862-397X, s. 67.

¹⁵ Viz např. MOORE, Carmella C. a Holly F. MATTHEWS (eds.). *The Psychology of Cultural Experience*. New York: Cambridge University Press, 2001. ISBN 0-521-00552-3.

filmem. V kině tedy nacházíme interfejs mezi dvěma světy, a filmová zkušenost zde (i díky silné regulaci) projevuje svůj rituální charakter. Zatřetí je zde zkušenost s diegetickým světem, který je sestaven z obrazů (a zvuků), ale který může mít i svou vlastní konzistenci a hloubku. Divák při sledování filmu opravdu vidí obrazy, ale zároveň vidí „za“ ně, vidí reprezentovanou skutečnost. (kurzíva FC)¹⁶

Nás zajímá především první jmenovaný aspekt filmové zkušenosti: „prostor, kde se jedinci shromažďují a sdílejí emocionální zkušenosti“. Předmět této práce však takto definovanou filmovou zkušenost přesahuje a uvádí ji do kontextu širších souvislostí společenského dění: zajímá nás, s jakými fenomény a kulturně-symbolickými významy je prostor veřejného filmového představení spojován, jaké aktivity jsou k němu přidruženy, kdo se uvádění filmů účastní a jak jsou významy spojené s konkrétní formou veřejného filmového představení v rámci společnosti konstruovány. Pojmem „kulturní zkušenost“ tedy rozumíme „filmovou zkušenost“ začleněnou do uvedených společenských souvislostí. Konkrétně se pak pokusíme postihnout kulturní zkušenost z multikina – jednoho z „nových spotřebních prostředí“, o nichž mluví Casetti.

Předmět práce

Kulturní zkušenost z českých multikin zkoumáme prostřednictvím analýzy diskurzu spojeného s tímto fenoménem. Zaměřujeme se na denní tisk, texty a přednášky produkované aktéry filmového průmyslu a texty vytvářené veřejnou správou. Pokoušíme se popsat způsoby, jimiž byla multikina v českém prostředí konstruována, prvky a struktury, které s nimi byly asociovány, a kontexty, v nichž bylo o multikinech pojednáváno. Na nejobecnější úrovni je naším cílem zachytit změnu kulturní zkušenosti spojenou s veřejným filmovým představením, k níž v České republice došlo v posledních šestnácti letech.

¹⁶ CASETTI, Francesco, ref. 14, s. 71.

Věnujeme pozornost různým aspektům, které bývají s multikiny asociovány, ať už v zahraniční odborné literatuře nebo v masových médiích. Zejména pak věnujeme pozornost pojmům blockbuster, artový film (a s nimi spojené distinkci vyšší a nižší kultury), globalizace a amerikanizace a dále specifickému občerstvení konzumovanému v multikinech a digitalizaci, která v posledních letech zasáhla do oblasti předvádění filmů.

Definice pojmu multikino

Předmět našeho zájmu bývá označován pojmy *multikino* nebo *multiplex*. Některé zdroje mezi těmito dvěma pojmy rozlišují: *White Book of the European Exhibition Industry* (1994) například označuje za multiplexy (anglický termín „multiplex“ či „multiplex cinemas“ oproti „multi-screen cinemas“) pouze kina s osmi a více sály.¹⁷ V českém prostředí jsou oba pojmy využívány obvykle zaměnitelně a tuto tezi se také snažíme doložit. V textu se proto pro zjednodušení přidržíme pojmu multikino s výjimkou citací jiných textů, kde budeme respektovat původní znění.

Při pokusu o definici pojmu narážíme i na některé další problémy. Multikino je definováno odlišně v různých kontextech a různými autory. Gary Edgerton definuje *multiplexifikaci* (multiplexing) jako „umístování dvou a více pláten pod jednu střechu, čímž se maximalizuje velikost publika, ale režijní náklady na provoz budovy a na management a platy zaměstnanců atd. se v podstatě platí pouze za jednu strukturu.“¹⁸ Tato definice není pro současné české prostředí vhodná, neboť by zahrnovala například i pražské artové kino Světozor, které se vůči multikinům v rámci své propagace vymezuje.¹⁹ Stuart Hanson definuje multikino (respektive anglické slovo „multiplex“) v britském kontextu jako kino

¹⁷ LONDON ECONOMICS, BIPE CONSEIL a MEDIA SALLES. *White Book of the European Exhibition Industry*. Vol. 1 [online]. 1994. [cit. 2012-07-30]. 2nd ed. Dostupné z: <http://www.mediasalles.it/whiteboo/wb1_1_3.htm>.

¹⁸ EDGERTON, Gary. The Multiplex: The Modern American Motion Picture Theater as Message. In: HARK, Ina Rae. *Exhibition: the Film Reader*. New York: Routledge, 2002, s. 155–159. ISBN 978-0415235181, s. 158.

¹⁹ BARGEL, Robert. Etnografie divácké žité zkušenosti v prostoru maloměstského kina. *Illuminace*. 2010, roč. 22, č. 4, s. 127–149. ISSN 0862-397X, s. 134.

s pěti a více sály.²⁰ Takováto definice je pro české prostředí nepoužitelná, protože by neobsáhla například jihlavské a mladoboleslavské multikino CineStar, která mají pouze čtyři sály.²¹ Pro Anne Friedbergovou je klíčovou definující vlastností multikin nejen přítomnost více pláten pod jednou střechou, ale také jejich situovanost v nákupních centrech.²² Takovéto definici zase nevyhovuje například multikino CineStar Anděl, které je umístěno v samostatné budově mimo nákupní centrum (byť se pod stejnou střechou nachází například restaurace). Valérie Bourdinová, Chantal Gérardová a Jean-François Perrut nabízejí relativně širokou definici: „Velmi obecně řečeno, za multiplex se považuje zařízení sestávající z několika sálů, z nichž každý má dokonalé technické vlastnosti: obří obrazovky, digitální zvuk a stupňovitě uspořádané hlediště.“²³ Tato kritéria by ovšem nesplňovalo vůbec první české multikino, Galaxie, které vzniklo v roce 1996 a teprve o několik let později prošlo rekonstrukcí, díky níž vyhovuje výše uvedené definici. Je však třeba říci, že ani v českém prostředí není Galaxie považována za multikino zcela jednoznačně. Aleš Danielis, který ji spoluzakládal, o ní sice píše jako o multikinu, zdůrazňuje však, že „šlo o rekonstruovaný objekt, který nedosahoval kvality špičkových západních multiplexů,“ a první „multiplex evropských parametrů“ podle něj vzniknul až o tři roky později.²⁴ Vidíme, že

²⁰ HANSON, Stuart. *From Silent Screen to Multi-Screen: A History of Cinema Exhibition in Britain since 1896*. Manchester: Manchester University Press, 2007. ISBN 978-0719069451, s. 153.

²¹ Ve francouzském kontextu se lze setkat s pojmem *miniplex*, jímž se označují kina se čtyřmi nebo pěti sály a méně než 800 sedadly. BOURDIN, Virginie. Le contexte français du phénomène multiplexe. *Géographie et cultures*. 2005, č. 53, s. 79–88. ISSN 1165-0354, s. 79. V českém kontextu se však tento termín běžně nepoužívá.

²² FRIEDBERG, Anne. *Window Shopping: Cinema and the Postmodern*. Berkeley: University of California Press, 1993. ISBN 978-0520089242, s. 141.

²³ BOURDIN, Virginie, Chantal GÉRARD a Jean-François PERRUT. Introduction: Le phénomène multiplexe: de nouveaux cinémas pour de nouveaux territoires. *Géographie et cultures*. 2005, č. 53, s. 3–4. ISSN 1165-0354, s. 3.

²⁴ DANIELIS, Aleš. Česká filmová distribuce po roce 1989. *Illuminace*. 2007, roč. 19, č. 1, s. 53–104. ISSN 0862-397X, s. 77. Dostupné též z:

<http://www.iluminace.cz/JOOMLA/images/stories/obsahy/danielis_iluminace_1_2007.pdf>.

Podobné uvažování lze pozorovat například i u českých promítačů, kteří nechápou původní Galaxii jako skutečné multikino, protože se v něm promítalo z českých projektorů, nikoliv ze zahraničních projektorů používaných (tehdy) v multikinech na Západě. Tento fakt natolik výrazně ovlivňoval jejich pracovní podmínky, že Galaxii odmítali uznat za „pravé multikino“. ČADA, Karel a Jan HANZLÍK. „Jak řekl Griffith, pokrok nezastavíš“: Reflexe změn kinematografických technologií českými promítači. *Illuminace*. 2007, roč. 4, č. 19, s. 111–125. ISSN 0862-397X, s. 120. Dostupné též z:

jednotlivé definice jsou vázány na použití v konkrétních kontextech či u konkrétních autorů a najít obecně platné vymezení, které by vyhovovalo všem situacím, je obtížné. V roce 2012 docházíme ke stejnému závěru, k jakému došel Martin Kotík v průkopnické diplomové práci o multikinech (respektive multiplexech) z roku 1999: představy různých lidí o tom, co je multikino, jsou odlišné.²⁵ Kotík nakonec volí definici převzatou z časopisu *Screen Digest*,²⁶ která však zcela neodpovídá tomu, co je dnes v českém prostředí spojováno s pojmem multikino. Lucie Paseková ve své diplomové práci z roku 2011 také nedošla k jednoznačné definici a upozornila, že „[v]ýstižná a univerzální definice pojmu multikino či multiplex je poměrně problematická, definice různých subjektů se od sebe v mnohém liší.“²⁷ V kapitole 3. se pokusíme blíže charakterizovat předmět zkoumání tím, že ho zasadíme do historického kontextu. V tuto chvíli vyjdeme z vlastní pracovní definice, která bude přihlížet jak k dostupné literatuře, tak ke specifikám českého prostředí. Jednotlivé aspekty uvedené v této definici a způsoby, jimiž je pojem multikino v českém prostředí vymezován, budou podrobeny detailnějšímu rozboru v analytické části práce.

V návaznosti na prostudovanou odbornou literaturu a osobní zkušenost s českými multikiny můžeme tento pojem pracovním vymezením jako *původně americký model vícesálových kin charakteristický relativně jednotným architektonickým řešením a designem interiéru, situovaností na periferii větších měst či v jejich centru a obvykle v nákupních a zábavních centrech, prodejem specifického druhu občerstvení a často také nadnárodním provozovatelem*. Pro kina s více sály, která nemusejí vyhovovat výše uvedené pracovní definici multikina (jako v případě Světozoru), budeme nadále užívat významově neutrálnějšího pojmu *vícesálové kino*. Pro jednosálová kina a pro vícesálová kina, která nepovažujeme za multikina, budeme používat též souhrnného pojmu *klasická kina*.

<http://www.iluminace.cz/JOOMLA/images/stories/clanky/cada_hanzlik_4_2007.pdf>.

²⁵ KOTÍK, Martin. *Struktura a strategie multiplexu*. Praha, 1998. Diplomová práce. Filmová a televizní fakulta Akademie múzických umění v Praze. Vedoucí práce Aleš Danielis. Bez paginace.

²⁶ KOTÍK, Martin, ref. 25, bez paginace.

²⁷ PASEKOVÁ, Lucie. *Fenomén multikino*. Brno, 2011. Diplomová práce. Filozofická fakulta Masarykovy univerzity v Brně. Vedoucí práce Viktor Pantůček, s. 7.

Proč psát o multikinech

Poté, co jsme si alespoň v hrubých obrysech definovali předmět výzkumu, je na místě zmínit důvody, proč se tomuto předmětu blíže věnovat. Na přelomu tisíciletí se zkušenost návštěvy veřejného filmového představení znatelně měnila. Zatímco klasická kina postupně mizela, v celé České republice rostla nová nákupní centra a veřejná filmová představení se přesouvala do nich. S tím souviselo intenzivní vědomí prostředí, kde se filmové představení odehrávalo.²⁸ Nové uvědomění si kontextu filmového představení vedlo k touze prozkoumat ve větší šíři, co se s kinosektorem děje. Dalším důvodem k zaměření pozornosti na multikina bylo zjištění, že nástup multikin byl široce reflektován v médiích, což svědčí o tom, že šlo o téma celospolečensky zajímavé (respektive, že ho média za takový považovala). Prozkoumání zahraniční odborné literatury ukázalo, že jde o velmi živé téma současných západních filmových studií. Zahraniční literatura však netematizovala české prostředí, takže se otevřel rozsáhlý prostor pro zkoumání. I jen letmé nahlédnutí do zahraniční odborné literatury ukazuje, že nástupu multikin je přisuzován velký význam, a to z perspektiv různých oborů. Historik britských kin Stuart Hanson nazval v knize *From Silent Screen to Multi-Screen: A History of Cinema Exhibition in Britain since 1896* (2007) kapitolu věnovanou multikinům příznačně „The Multiplex Revolution“.²⁹ Obdobně velký význam přisuzují nástupu multikin publikace zaměřené na ekonomickou stránku filmového průmyslu. Stephen R. Greenwald a Paula Landryová například uvádějí v knize *This Business of Film: A Practical Guide to Achieving Success in the Film Industry* (2009) multiplexifikaci mezi největší inovace a zlepšení, které provozovatelé kin zavedli, aby v éře televize a internetu udrželi a zvýšili návštěvnost.³⁰ Fenomén multikin existuje na českém trhu již šestnáct let, a lze ho

²⁸ Luboš Ptáček například psal o nákupních centrech a multikinech jako o novém typu chronotopu. PTÁČEK, Luboš. Chronotop. *Cinepur*. 2008, roč. 27, č. 27, s. 58. ISSN 0862-397X. [online]. 2012 [cit. 2012-08-03]. Dostupné též z: <<http://cinepur.cz/article.php?article=4>>.

²⁹ HANSON, Stuart, ref. 20, s. 144.

³⁰ Vedle velkoformátových pláten typu IMAX, modernizace zvukových systémů, stupňovitého hlediště a přechodu na digitální promítání. GREENWALD, Stephen R. a Paula LANDRY. *This Business of Film: A Practical Guide to Achieving Success in the Film Industry*. New York: Lone Eagle, 2009. ISBN 978-082-3099-894, s. 112.

tedy reflektovat s časovým odstupem (na rozdíl například od placené distribuce filmů přes internet, která je sice aktuálnější fenoménem, ale zatím je obtížné ji adekvátně uchopit a hodnotit). V neposlední řadě jde o instituci, která může být vzhledem k rychlému technickému a technologickému vývoji v kinematografickém průmyslu nahrazena nějakou (přinejmenším v některých ohledech) novou formou veřejného (či soukromého) filmového představení. Z tohoto hlediska je výběr tématu veden snahou popsat určitou instituci, respektive její proměnu, v určitém historickém okamžiku. Česká multikina jsou součástí velkých nadnárodních řetězců kin a současně jsou (či byla) v některých případech vertikálně integrována s velkými hollywoodskými studií. Lze předpokládat, že svou nabídku strukturují především s ohledem na blockbustery, s nimiž je koncept multikina od počátku spojen. Přesto hrají z velké části české a evropské filmy i filmy z dalších zemí. Zdá se proto zajímavé prozkoumat podrobněji jejich dramaturgii a zjistit, co vlastně českým divákům nabízejí, neboť v mnoha případech je hodnocení multikin ze strany společnosti prováděno spíše intuitivně bez konkrétních podkladů.

Cíl práce

Hlavním cílem této práce je prozkoumat širší kontext filmových představení v českých multikinech a zjistit, v jakých ohledech a jakým způsobem tento kontext formuje podobu kulturní zkušenosti z veřejného filmového představení.

Pracovní hypotézy

Problematika multikin byla doposud v české odborné literatuře zohledňována jen velmi okrajově. Proto budeme k zodpovězení výše uvedených výzkumných otázek přistupovat prostřednictvím kvalitativního výzkumu, který „pomáhá při

počáteční exploraci fenoménů.³¹ V kvalitativním výzkumu nebývá vždy zvykem stanovovat předem hypotézy a ty následně testovat.³²

*Kvalitativní výzkumník nesestavuje ze získaných dat skládanku, jejíž konečný tvar zná, spíše konstruuje obraz, který získává kontury v průběhu sběru a poznávání jeho částí. Výzkumník ve svém hledání významů a snaze pochopit aktuální dění vytváří podrobný popis toho, co pozoroval a zaznamenal. Snaží se nevynechat nic, co by mohlo pomoci vyjasnit situaci.*³³

V tomto případě si však na začátku několik hypotéz stanovíme. Někteří autoři ostatně zpochybňují možnost přistupovat k jakémukoliv tématu bez určité předem získané představy o předmětu studia:

*[K]aždý výskumník, bez ohľadu na to, do akej mieri je neštrukturovaný alebo induktívny, pristupuje k práci v teréne s určitými podnetmi, zameraním a nástrojmi, podľa ktorých sa orientuje.*³⁴

Vzhledem k množství prostudované zahraniční literatury a osobní zkušenosti nelze tvrdit, že bychom k výzkumu multikin *mohli* přistupovat bez jakýchkoliv výchozích předpokladů. Prostudovaná zahraniční literatura nabízí řadu témat, která jsou s multikiny asociována, a lze očekávat, že se přinejmenším některá z nich projeví také v českém kontextu. Formulace našich pracovních hypotéz vychází z těch, které byly explicitně zmíněny v zahraničním výzkumu multikin, nebo z něj implicitně vyplývají.

Hypotéza číslo 1: V programech multikin hrají ústřední roli blockbustery.

³¹ HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2008, ISBN 978-80-7367-485-4, s. 50.

³² HENDL, Jan, ref. 31, s. 48.

³³ HENDL, Jan, ref. 31, s. 50.

³⁴ Matthew B. Miles a Michael Huberman, citováno v SILVERMAN, David, SILVERMAN, David. *Ako robíť kvalitatívny výskum: praktická príručka*. Bratislava: Ikar, 2005. Pegas (Ikar). ISBN 80-551-0904-4, s. 74.

Hypotéza číslo 2: Vertikální integrace distribučních společností a provozovatelů multikin má vliv na jejich dramaturgii.

Hypotéza číslo 3: Česká multikina jsou asociována s nižší kulturou, a to zejména díky jejich spojování se specifickým druhem občerstvení a zaměřením programu.

Hypotéza číslo 4: Multikina jsou asociována s mladší a ekonomicky silnější vrstvou obyvatel.

Stanovené hypotézy chceme ověřovat v českém prostředí. Vzhledem k tomu, že značnou část práce tvoří případové studie, nemůžeme považovat ověření hypotéz za definitivní a všeobecně platné. Chápeme je spíše jako „prostředek zvýšení kontextové citlivosti“,³⁵ tedy jako nástroj, který zaměřuje naši pozornost na lokální kontext a jeho vztah ke kontextu zahraničnímu. Jinými slovy, zohlednění hypotéz by mělo vnést do práce citlivost ve vztahu k fenoménům reflektovaným v souvislosti s multikiny v zahraničí, a v tomto smyslu umožnit v jisté míře i mezinárodní srovnání a vystižení místních specifik.

Data

Zajímá-li nás, jak multikina formují a ovlivňují kulturní zkušenost a jakou roli hrají v současné společnosti, je třeba zvolit vhodný materiál, který by nám pomohl tyto otázky zodpovědět. Předkládaná práce zkoumá následující okruhy materiálů:

Zprv je to diskurz denního tisku spojený s rozvojem multikin v České republice, který analyzujeme ve snaze popsat různorodé a v rámci společnosti opakovaně se objevující aspekty vztahující se k tomuto typu veřejného filmového představení.

Zadruhé se zaměřujeme na texty produkované veřejnou správou, které se vztahují k multikinům. Veřejná správa má určité rozhodovací pravomoci. Například rozhoduje o přidělování financí z veřejných zdrojů aktérům v oblasti filmového průmyslu. Rozhoduje také o územním rozvoji, a může tedy hypoteticky iniciovat,

³⁵ SILVERMAN, David, ref. 34, s. 77–78.

povolit či zakázat stavbu komplexu, v němž je multikino situováno. Z toho hlediska se diskurz produkovaný institucemi veřejné správy jeví jako zajímavý.

Zatřetí se věnujeme textům a přednáškám aktérů filmového průmyslu, konkrétně z řad distributorů a provozovatelů kin. Nebylo sice možné získat rozhovory s pracovníky multikin, přinejmenším však byla k dispozici řada materiálů spojených s digitalizací, která se multikin dotýká a konstruuje je ze specifické perspektivy.

Začtvrté, podrobujeme analýze program vybraných multikin ve snaze zjistit, jak tyto instituce strukturují svou nabídku, jaké filmy jsou v nich promítány, nakolik se program jednotlivých multikin liší a jaká díla z nabídky distributorů se na jejich plátcích objevila.

Struktura práce

Práce je rozčleněna do desíti částí. V úvodní, výše uvedené, byly vymezeny předmět, cíle a hypotézy práce a také základní v práci užívané pojmy. V první kapitole uvádíme přehled základní odborné literatury, která se vztahuje buď přímo k problematice multikin, nebo k nějakému aspektu, který s touto problematikou souvisí. Soustředili jsme se na literaturu českou, anglofonní a frankofonní. Ve druhé kapitole vymezujeme na základě zpracované reflexe české i zahraniční literatury vlastní metodologická východiska, metodu vzorkování a data, s nimiž bylo pracováno. Třetí kapitola uvádí přehled vývoje multikin v zahraničí, a poskytuje tak kontext pro vlastní analýzu českého prostředí. Čtvrtá kapitola je zaměřena na obecnější analýzu diskurzu o multikinech na úrovni celé České republiky. Pátá kapitola se věnuje analýze diskurzu reflektujícího nástup digitalizace v souvislosti s multikiny. Šestá kapitola prezentuje podrobnější analýzu diskurzu o multikinech vztaženou na dva konkrétní případy: multikino Cinema City Nový Smíchov a CineStar Anděl (respektive Palace Cinemas Nový Smíchov a Village Cinemas Anděl). Sedmá kapitola se věnuje podrobnému rozboru programů těchto dvou kin, přičemž jako příklad nám posloužil rok 2008.

Tato kapitola rozebírá formou případové studie dramaturgii multikin, roli blockbusterů a artových filmů v programech multikin a okrajově i vliv vertikální integrace hollywoodských studií s provozovateli kin. V osmé kapitole jsou ověřeny pracovní hypotézy a devátá kapitola shrnuje dosažené výsledky a formuluje závěry práce.

1. Literatura

V této kapitole uvádíme přehled literatury, která se vztahuje k problematice multikin. Nemáme v úmyslu popsat všechny literární zdroje, které jsou potenciálně relevantní. Takový cíl by byl dosti neskromný, neboť inspirativní literatury existuje nepřehledné množství. Zaměřili jsme se hlavně na klíčová díla, která formovala vědecké nahlížení na zvolenou problematiku v posledních letech, dále pak na díla, která jsou klíčová pro náš vlastní přístup. Po stránce jazykové se soustředíme na literaturu anglofonní, frankofonní a českou. Vzhledem k tomu, že multikina vznikla původně ve Spojených státech amerických a v této zemi také vznikla řada vědeckých prací o multikinech, jeví se nám volba anglického jazyka jako relevantní. Současně neopomíjíme evropské prostředí, v němž je Česká republika situována, a vycházíme z vědeckých prací zaměřených na evropská multikina, zejména na příkladu Velké Británie, Irska a Francie. To pochopitelně může vést k upřednostňování určitých témat, která byla reflektována v anglofonní a frankofonní literatuře.

Multikina jsou komplexním fenoménem a lze je zkoumat z perspektivy různých vědních oborů. Vedle filmových studií a sociologie je můžeme nahlížet optikou historie, ekonomie, antropologie, urbánních studií, technických studií atd. Toto rozlišení je však pouze prototypické, neboť perspektivy jednotlivých oborů se v mnoha ohledech překrývají. Filmová technika může být zkoumána sama o sobě, nebo může být pozornost výzkumníka soustředěna na její vztahy se společností (pohled sociologický) nebo na její význam pro ekonomický rozvoj (pohled ekonomický). Hospodářské dějiny filmu v sobě slučují pohled historický a ekonomický. Tyto příklady ukazují, že rozlišovat studie dle jednotlivých vědních oborů zcela jednoznačně nelze, proto tak nečiníme. Ostatně jakýkoliv pokus o zcela jednoznačnou kategorizaci literatury selhává v důsledku komplexnosti fenoménu kinematografie.³⁶ Multikina souvisejí s jinými formami veřejného

³⁶ Filmový teoretik Francesco Casetti shrnuje tento problém následovně: „Naše metodologie se především nachází v kontextu dějin kinematografie, které nejsou jen dějinami filmů. Už před

filmového představení, s filmy, s blockbustery, s občerstvením, s nákupními centry, s globalizací, s urbanismem, s rozlišováním vysokého a nízkého umění a s řadou dalších témat, která se vzájemně proplétají a vzájemně na sebe odkazují. Materiál působí spíše dojmem *rhizomu*, který popsali Gavin Kendall a Gary Wickham v návaznosti na práce Gillesse Deleuze and Félixse Guattariho takto:

Systemy vědění by neměly být chápány prostřednictvím analogie se stromem, který roste jedním směrem od kořenů k větvím a listům skrze pevný kmen, ale prostřednictvím analogie s rhizomem – souborem kořenových chapadel, které rostou nesystémově, neočekávatelně a dokonce do sebe znovu vrůstají.³⁷

Soubor odborných studií vázících se k multikinům je proto obtížné utřídit. Přesto se o to pokusíme.

V první části jsou představeny studie zaměřené obecně na veřejná filmová představení a konkrétně na multikina. Druhá část se věnuje konstruování vysoké a nízké kultury v oblasti kinematografie. Třetí část se soustřeďuje na problematiku globalizace a amerikanizace v souvislosti s filmem. Čtvrtá část je věnována pojmu blockbuster, který bývá v odborné literatuře s multikinými často spojován. Pátá část uvádí studie týkající se digitalizace. Tam, kde je to možné, popisujeme historické a sociologické výzkumy zvlášť. Stejně tak uvádíme nejprve zahraniční tituly a následně české bez ohledu na dobu jejich vzniku, jinak se však snažíme texty prezentovat v chronologickém pořadí.

dlouhou dobou jsme se přenesli přes historiografický model Georgese Sadoula. Dnes víme, že dějiny kinematografie jsou zmnožené dějiny, ve kterých se proplétají otázky institucí, kulturních procesů, způsoby konzumpce, diskursivní okruhy a filmové reprezentace.“ BATISTOVÁ, Anna. Technika filmu. Technika ve filmu. Rozhovor s Francescem Casettim. *Illuminace*. 2009, roč. 21, č. 3, s. 112–117. ISSN 0862-397X. s. 14.

³⁷ Citováno v KENDALL, Gavin a GARY WICKHAM. *Using Foucault's Methods*. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications, 1999. ISBN 07-619-5716-2, s. 7.

1.1 Veřejné filmové představení jako předmět výzkumu

Z obrovského množství literatury tematizující veřejné filmové představení jako předmět výzkumu vybíráme přehled několik základních typů publikací, které jsou ve vztahu k našemu tématu nejpodněnější: jde o sborníky spojující nejrůznější přístupy ke studiu (multi)kin, publikace zaměřené na dějiny kin v konkrétních zemích nebo kulturně-geografické a sociologické studie tematizují problematiku kin v určitém období či prostoru.

Klíčový přehled přístupů uplatňovaných při výzkumu uvádění filmů podávají dva sborníky publikované v USA. Jedná se o *Exhibition: the Film Reader* (2002),³⁸ sestavený Inou Rae Harkovou, a *Moviegoing in America: A Sourcebook in the History of Film Exhibition* (2002)³⁹ sestavený Gregorym Wallerem. První uvedený sborník je tematicky rozdělen na tři části. První „Where the Movies Were“ se soustřeďuje na charakteristiku kin od prvních stálých budov využívaných pro filmové promítání (nickelodeony)⁴⁰ přes pozdější honosná kina, označovaná jako filmové paláce (movie palace),⁴¹ až po multikina.⁴² Tyto texty zprostředkovávají historické pozadí vývoje amerického kinosektoru, přičemž klíčové jsou pro nás dva texty: studie „Discourses on Art Houses in the 1950s“ Barbary Willinsky⁴³ a „The K-mart Audience at the Mall Movies“ Williama Paula.⁴⁴ První z nich ukazuje na příkladu amerických artových kin v padesátých letech, jak může kino sloužit k diferenciaci společenských tříd a kumulaci kulturního kapitálu, která dodává tvůrcům uměleckých filmů a návštěvníkům

³⁸ HARK, Ina Rae. *Exhibition: the Film Reader*. New York: Routledge, 2002, s. 127-136. ISBN 978-0415235181.

³⁹ WALLER, Gregory A. (ed.) *Moviegoing in America: A Sourcebook in the History of Film Exhibition*. Malden, MA: Blackwell Publishers, 2002. ISBN 06-312-2592-7.

⁴⁰ MERRITT, Russell. The Nickeloden Theater, 1905–1914: Buidling an Audience for the Movies. In: HARK, Ina Rae. *Exhibition: the Film Reader*. New York: Routledge, 2002, s. 21–29. ISBN 978-0415235181.

⁴¹ HERZOG, Charlotte. The Movie Palace and the Theatrical Sources of its Architectural Style. In: HARK, Ina Rae. *Exhibition: the Film Reader*. New York: Routledge, 2002, s. 51–65. ISBN 978-0415235181.

⁴² PAUL, William. The K-mart Audience at the Mall Movies. In: HARK, Ina Rae. *Exhibition: the Film Reader*. New York: Routledge, 2002, s. 77–88. ISBN 978-0415235181.

⁴³ WILLINSKY, Barbara. Discourses on Art Houses in the 1950s. In: HARK, Ina Rae. *Exhibition: the Film Reader*. New York: Routledge, 2002, s. 51–65. ISBN 978-0415235181.

⁴⁴ PAUL, William, ref. 42.

artových kin vyšší společenskou prestiž oproti výrobcům a divákům běžné hollywoodské produkce. V návaznosti na tuto studii a knižní publikaci Wilinsky, která bude zmíněna dále, jsme při analýze soustředili pozornost mimo jiné právě na téma diferenciací společenských tříd prostřednictvím kulturní spotřeby.

Zmíněná studie Williama Paula popisuje nástup multikin v USA a nové marketingové strategie spjaté s multikiny. Obojímu se věnujeme podrobněji v kapitole 3. Druhá část sborníku nazvaná „The Business of Exhibition“ je zaměřena na ekonomické aspekty provozu kin. Prezентuje mimo jiné studii Douglase Gomeryho o počátcích úspěšného řetězce amerických kin Balaban & Katz,⁴⁵ text zaměřený na vztahy mezi americkými distributory a provozovateli kin a analýzu změn v legislativě v oblasti provozování kin od Suzanne Schillerové⁴⁶ a rozvoj kin v osmdesátých letech dvacátého století vlivem nástupu multikin od Thomase Gubacka,⁴⁷ který se zaměřuje především na obnovení vertikální integrace v americkém filmovém průmyslu v osmdesátých letech a na strategie produkčních a distribučních společností ve vztahu k provozovatelům kin. Tyto studie jsou nepostradatelné pro porozumění historickému kontextu, v němž se formovala multikina. Poslední okruh textů, „The Meanings of the Exhibition Site“, představuje určitý odklon od předchozích dvou částí v tom smyslu, že klade důraz na kulturně-symbolickou interpretaci kin. Najdeme zde například psychoanalyticky-genderově orientovanou studii vztahu mezi manažerem kina a prodavačkou lístků v kase Iny Rae Harkové.⁴⁸ Jakkoliv by snad bylo možné tento směr výzkumu rozvíjet i v kontextu multikin, v analyzovaném diskurzu nebylo toto téma přítomno, a proto jej ponecháváme stranou.

⁴⁵ GOMERY, Douglas. The Rise of the National Theatre Chains: Balaban & Katz. In: HARK, Ina Rae. *Exhibition: the Film Reader*. New York: Routledge, 2002, s. 91–106. ISBN 978-0415235181.

⁴⁶ SCHILLER, Suzanne I. The Relationship Between Motion Picture Distribution and Exhibition: An Analysis of the Effects of Anti-blind-bidding Legislation. In: HARK, Ina Rae. *Exhibition: the Film Reader*. New York: Routledge, 2002, s. 91–106. ISBN 978-0415235181.

⁴⁷ GUBACK, Thomas. The Evolution of the Motion Picture Theater Business in the 1980s. In: HARK, Ina Rae. *Exhibition: the Film Reader*. New York: Routledge, 2002, s. 127–136. ISBN 978-0415235181.

⁴⁸ HARK, Ina Rae. The “Theatre Man” and “The Girl in the Box Office”. In: HARK, Ina Rae. *Exhibition: the Film Reader*. New York: Routledge, 2002, s. 143–153. ISBN 978-0415235181.

Text Garyho Edgertona „The Multiplex: the Modern American Motion Picture Theater as Message“ analyzuje významy, které různé typy kin zprostředkovávají svým návštěvníkům, a soustřeďuje se nejvíce na multikina. Podle Edgertona se obsah filmu a prostředí, v němž ho divák vnímá, vzájemně ovlivňují.⁴⁹ Autor popisuje proměnu kin z hlediska významů, které tyto instituce svým návštěvníkům zprostředkovávají. Důraz není podle něj kladen na snění, jak tomu bylo dříve, ale na nakupování.⁵⁰ K tomuto účelu je prostor kina uzpůsoben a nejlepším řešením je „příjemné praktické, úsporné kino, jehož atraktivita přežije všechny módní výstřelky a trendy.“⁵¹ Protože podíl občerstvení na celkových ziscích kina neustále roste, „musí [provozovatelé kin] vynaložit veškeré úsilí, aby si udrželi kontrolu nad návštěvníky, než se vzdají do setmělého hlediště.“⁵² Cílem je podle Edgertona stimulovat a potěšit smysly co největšího počtu svolných zákazníků. Druhou studií vztahující se k multikinům⁵³ je kapitola z knihy Anne Friedbergové, kterou zmíníme dále v textu, protože představuje pouze jednu kapitolu z knižní publikace.

Druhý sborník, *Moviegoing in America: A Sourcebook in the History of Film Exhibition*, představuje rozsáhlejší soubor prací, než předchozí publikace. Obsahuje mimo jiné inspirativní přehled všech možných přístupů, které můžeme na odbornější úrovni zaujmout ve vztahu k veřejnému filmovému představení. Waller vymezuje čtyři okruhy výzkumu, které je možno studovat: 1) místo, kde se odehrává filmová projekce (design, dekorace, architektura, počet zaměstnanců, způsob řízení kina, umístění kina, marketing, status a identita komunity, ve které se kino nachází); 2) nákup a propagace filmů, vztahy mezi distributory a provozovateli kina; 3) program, délka představení, frekvence promítání, význam hudby a živých představení, jaký vliv má provozovatel kina na program, a 4) návštěvníci kin – kdo a jak často chodí do kina, segregace dle rasy, genderu a

⁴⁹ EDGERTON, Gary, ref. 18, s.158.

⁵⁰ EDGERTON, Gary, ref. 18, s.157.

⁵¹ EDGERTON, Gary, ref. 18, s.156.

⁵² EDGERTON, Gary, ref. 18, s.156.

⁵³ FRIEDBERG, Anne. Spectatorial Flanerie. In: HARK, Ina Rae. *Exhibition: the Film Reader*. New York: Routledge, 2002, s. 173–181. ISBN 978-0415235181.

věku, aktivity a chování uvnitř a vně kina.⁵⁴ Pokud bychom měli předkládanou práci zařadit dle Wallerova prototypického členění, pak by to byly částečně oblasti první a třetí. Sborník nabízí texty publikované od roku 1908 až do současnosti. Rozsah textů otištěných v tomto sborníku je velký a nemělo by smysl je detailně přibližovat.⁵⁵ Wallerův přínos spočívá především v tom, že propaguje výzkum veřejných filmových představení a legitimizuje veřejné filmové představení jako předmět výzkumu filmových studií.

V posledních letech vzniklo několik studií, které se věnují historii kin v jednotlivých zemích. Sem patří v první řadě průkopnická práce o historii amerických kin Douglase Gomeryho *Shared Pleasures: A History of Movie Presentation in the United States* (1992).⁵⁶ Na ni návazal Peter Miskell historií velšských kin *A Social History of the Cinema in Wales 1918–1951. Pulpits, Coal Pits and Fleapits* (2006),⁵⁷ Stuart Hanson dějinami britských kin *From Silent Screen to Multi-Screen: A History of Cinema Exhibition in Britain since 1896* (2007)⁵⁸ a Kevin Rockett s Emer Rockettovou dějinami irských kin *Film Exhibition and Distribution in Ireland, 1909–2010*.⁵⁹ Ve všech třech posledně jmenovaných studiích je znát výrazný vliv knihy Douglase Gomeryho, v níž popsal podmínky a obchodní strategie amerických kin od prvních putovních kin až po současná multikina. Dle autora je tato kniha příspěvkem k „business history“,⁶⁰ tedy obchodním dějinám filmu. Gomery uvádí případové studie úspěšných řetězců kin, vymezuje mainstreamová kina a kina zaměřená na určitou část diváků, etnická a artová kina, přičemž zmiňuje mimo jiné i historii rasové

⁵⁴ WALLER, Gregory A. Introduction: A Century at the Movies. In: WALLER, Gregory A. *Moviegoing in America: A Sourcebook in the History of Film Exhibition*. Malden, MA: Blackwell Publishers, 2002, s. 1–7. ISBN 06-312-2592-7.

⁵⁵ Většina studií pochází z doby před nástupem multikin. Výjimku tvoří jedna studie Williama Paula otištěná i v předchozím jmenovaném sborníku: PAUL, Willilam. The K-mart Audience at the Mall Movies. In: WALLER, Gregory A. *Moviegoing in America: A Sourcebook in the History of Film Exhibition*. Malden, MA: Blackwell Publishers, 2002, s. 282–295. ISBN 06-312-2592-7.

⁵⁶ GOMERY, Douglas. *Shared Pleasures: a History of Movie Presentation in the United States*. Madison: University of Wisconsin Press, 1992. ISBN 02-991-3214-5.

⁵⁷ MISKELL, Peter. *A Social History of the Cinema in Wales, 1918–1951: Pulpits, Coal Pits and Fleapits*. Cardiff: University of Wales Press, 2006. ISBN 978-070-8318-782.

⁵⁸ HANSON, Stuart, ref. 20.

⁵⁹ ROCKETT, Kevin a Emer ROCKETT. *Film Exhibition and Distribution in Ireland, 1909–2010*. Portland, OR: Four Courts Press, 2011. ISBN 978-184-6823-169.

⁶⁰ GOMERY, Douglas, ref. 56, s. xviii.

segregace v amerických kinech. V jedné z kapitol popisuje technický vývoj (zvukový film, barevný a širokoúhlý film, televize, kabelové televize a domácí video). Soustřeďuje se také na historii popcornu a soudí, že chuť na konzumaci popcornu doma i v kině je kulturně osvojená, nikoliv přirozená.⁶¹ Knihu zakončuje nástupem televize, kabelové televize a videa a jejich vlivem na provozování kin. Kapitoly zaměřené na nástup multikin, jejich charakteristiky a strategie v různých obdobích, popcorn a další aspekty s nimi spojené představují klíčový materiál, díky kterému je možno situovat česká multikina do širšího světového kontextu.

Peter Miskell se zaměřil zejména na recepci amerických filmů ve velšském prostředí. Řešil mimo jiné otázku, zda si Velšané oblíbili návštěvu kin v důsledku sekularizace velšské společnosti a její příbuznosti s kulturou americkou, nebo proto, že Hollywood konvenoval distinktivní velšské kulturní identitě. Dochází spíše k prvnímu uvedenému závěru s tím, že filmoví diváci měli v oblíbě především takové filmy, které vypovídaly o zcela odlišné kulturní tradici, a tím poskytovaly únik ze všedních dnů.⁶² Pro nás je tato kniha inspirativní především tím, že zkoumá roli kina v kontextu globalizace. Ukazuje, jak se instituce reprezentující historické tradice (slovo „pulpit“ znamená „kazatelna“ a symbolizuje v názvu církevní instituce, pojem „coal pit“ označuje důlní jámu na těžbu uhlí a symbolizuje v názvu hornické odbory) vyrovnávaly s šířením americké kultury. Recepce amerikanizace v prostředí České republiky je jednou z otázek, která nás zajímá. Na Miskellovu práci tedy v jistém smyslu navazujeme.

Stuart Hanson popisuje historii britských kin ve velmi podobném duchu jako Gomery. Zaměřuje se na první filmové projekce, pozdější luxusní filmové paláce, úpadek návštěvnosti, multikina a nastupující digitalizaci kin. Popisuje přitom jak kontext společenský (například problém cenzury a amerikanizace Velké Británie prostřednictvím Hollywoodu), tak ekonomický (vztahy mezi distribucí a

⁶¹ Tuto tezi dokládá mimo jiné na příkladu emigranta ze Sovětského Svazu do USA, který v popisu emigrantské zkušenosti vysvětluje, že si rychle osvojil reakce typické pro Američana, ale nemohl se smířit s iritující vůní popcornu v amerických kinech. GOMERY, Douglas, ref. 56, s. 80. Blíže k této problematice viz kapitola 4.

⁶² MISKELL, Peter, ref. 57, s. 184.

provozovateli kin, legislativní prostředí apod.). Nástupu multikin se věnuje v relativně rozsáhlé kapitole,⁶³ která dovoluje činit některá srovnání s prostředím českým. Na základě různých pramenů popisuje podmínky pro výstavbu multikin v rámci územního plánování a podmínky pro vstup zahraničních investorů na trh. Popisuje pozdější proměny vlastnictví vystavěných komplexů a vliv na britský kinosektor z hlediska nabídky filmů apod. Dále sleduje přesun středisek volnočasových aktivit a zábavy z center měst na periferie v 80. letech. Hansonova studie je pro naše záměry přínosná v mnoha ohledech – vysvětluje například rozdíly mezi rozvojem multikin v americkém a evropském prostředí, věnuje se podrobně proměnám měst a částečně se zabývá i digitalizací.

Poslední z uvedených publikací, které navazují na studii Douglase Gomeryho, je historie kin v Irsku a Severním Irsku od Kevina Rocketta a Emer Rockettové. Podobně jako v předchozích případech jde o zpracování nejrůznějších archivních materiálů, novin a časopisů. Oproti Gomerymu, Miskellovi a Hansonovi však autoři této knihy poskytují obrovské množství detailů včetně komplexního seznamu všech stálých kin, která byla na území Irska a Severního Irska ve zkoumaném období 1909–2010 v provozu. Manželé Rockettovi věnují pozornost prvním projekcím ve stálých kinech, americkým a britským zájmům na irském ostrově stejně jako irským provozovatelům, vlivu katolické církve na promítání filmů, filmovým festivalům i projekcím artových filmů. Relativně velký prostor věnují též problematice multikin, což pro nás představuje zajímavou možnost srovnání s americkým, britským i českým prostředím.

Dalším významným příspěvkem ke studiu veřejného filmového představení je kniha *The Place of the Audience: Cultural Geographies of Film Consumption*, jejímiž autory jsou Mark Jancovich, Lucy Faireová a Sarah Stubbingsová.⁶⁴ Jak název napovídá, jedná se o kulturní geografii zaměřenou na předvádění filmů v historické perspektivě od prvních projekcí v zábavních parcích až po nástup digitálních médií – a to konkrétně na příkladu britského města Nottingham. Autoři

⁶³ HANSON, Stuart, ref. 20, s. 144–172.

⁶⁴ JANCOVICH, Mark, Lucy FAIRE a Sarah STUBBINGS. *The Place of the Audience: Cultural Geographies of Film Consumption*. London: British Film Institute, 2003. ISBN 08-517-0942-7.

vycházejí z empirického průzkumu dobových článků v předních denících z nottinghamské oblasti a z rozhovorů s pamětníky kin i jejich současnými návštěvníky. I v této publikaci jsou multikina jen jednou součástí široce pojatého přehledu různých forem provozování kin. Autoři zmiňují asociování multikin s hollywoodskými blockbustery (tedy s nízkou kulturou), způsoby, jimiž se střední třída vymezuje proti nižší společenské třídě prostřednictvím návštěv multikin, respektive nákupních center, úpadek městských center po přesunu volnočasových a zábavních středisek na periferie měst, vliv nadnárodního kapitálu na vnímání městského prostředí a vliv nástupu multikin na tradiční jednosálová kina. Také tuto práci lze v mnoha ohledech využít ke srovnání českého a britského prostředí.

Nyní se od šířeji pojatých publikací, v nichž jsou multikina jen jedním z témat, dostáváme k publikacím zaměřeným přímo na problematiku multikin. Dvě klíčové knihy pocházejí z amerického prostředí a dvě z francouzského.

Anne Friedbergová se ve stěžejním teoretickém díle *Window Shopping: Cinema and the Postmodern* (1993)⁶⁵ pokusila popsat proměny estetické zkušenosti, k nimž začalo docházet v devatenáctém století a které předznamenaly nástup filmové zkušenosti. Snaží se přitom vymezit pojem „postmoderní“ v souvislosti s filmem. Její přístup je nový v tom, že se nezabývá pouze specifickým filmovým stylem a způsobem narace, které jsou označovány jako „postmoderní“, ale zdůrazňuje obecnou roli filmu v postmoderní kultuře. Mimo jiné teoretizuje také multikina situovaná v nákupních a zábavních centrech. S nástupem multikin se podle autorky moderní zkušenost spojená s návštěvou kina mění na zkušenost postmoderní, analogickou se zkušeností sledování televize. Multikino umísťuje plátna kin do jedné řady s výlohami obchodů, z hlediska časového pak funguje jako souvislá řada videopřehrávačů. Aby se divák dostal k plátnům kin, musí projít kolem řady výloh s figurínami, na plátně kin se pak figuríny rozpohybují. Přechod od obchodů v nákupním centru k filmovému plátnu funguje jako přechod od fotografie k filmu – na plátně obrazy ožívají. Pro diváka je, podobně jako v

⁶⁵ FRIEDBERG, Anne, ref. 22.

případě televize, na rozdíl od klasického kina, představení téměř vždy k dispozici. Pojem veřejného času se dle autorky rozplývá do osobně kontrolovaného času. Friedbergová se v tomto smyslu věnuje vymezení postmoderny a role kinematografie v tomto teoretickém rámci.

Charles Acland se v knize *Screen Traffic: Movies Multiplexes and Global Culture* (2003)⁶⁶ zaměřil na průmyslový a populární diskurz vztahující se k filmovému průmyslu. Ukazuje, jak je v současné době diskurzivně konstruováno filmové diváctví (discursive construction of cinemagoing). Poznává například, že

*k životopisům hvězd a identifikaci žánrů se nyní připojilo povědomí o úspěšnosti filmů v kinech, a stalo se tak další základní složkou vědomostí filmových fanoušků.*⁶⁷

Filmové diváctví v jeho pojetí neznamena jen jít do kina a vidět film, ale být součástí globálně konstruované aktivity. K této globální konstrukci přispívají například přímé přenosy z předávání Oscarů, které má prostřednictvím satelitních a kabelových televizí možnost sledovat velká část populace planety, nikoliv jen diváci ve Spojených státech. Acland proto popisuje filmové diváctví jako „pociťovaný internacionalismus“, čímž je míněn určitý způsob „participace v globálním kulturním životě a jeho zakoušení“.⁶⁸ V souvislosti s šířením multikin do Evropy, Asie a Jižní Ameriky používá pojmu „amerikanizace“, což podle něj zahrnuje jak posilování vztahu mezi nakupováním a návštěvou kina, tak kapitálovou účast na provozu kin.⁶⁹ Souvisí s tím například i simultánní premiéry hollywoodských filmů v různých částech světa či propojování různých forem konzumování v nákupních centrech s multikiny utvářenými dle amerického modelu. Aclandova studie je pro nás klíčová jak po stránce metodologické, tak svým důrazem na procesy globalizace a amerikanizace.

⁶⁶ ACLAND, Charles R. *Screen Traffic: Movies, Multiplexes, and Global Culture*. Durham: Duke University Press, 2003. ISBN 08-223-3163-2.

⁶⁷ ACLAND, Charles, ref. 66, s. 4.

⁶⁸ ACLAND, Charles, ref. 66, s. 129–146.

⁶⁹ ACLAND, Charles, ref. 66, s. 136–137.

Zajímavé inspirace pro výzkum multikin lze nalézt také ve frankofonním prostředí. Výrazným publikačním počinem bylo monotematické číslo časopisu *Géographie et cultures* z roku 2005⁷⁰ specializované právě na multikina. Jak je zřejmé z názvu časopisu i ze zaměření jednotlivých studií, výzkumy zařazené do tohoto čísla spadají převážně do oblasti kulturní geografie, která je v mnoha případech příbuzná sociologii, jindy se však zaměřuje úžeji například na problematiku územního plánování. V každém případě tyto studie pro nás představují relevantní a podnětný materiál. Úvod k číslu, čtyři studie a jeden rozhovor se zaměřují na různé aspekty nástupu multikin ve Francii, frankofonní části Kanady a Velké Británii. Konkrétně pak tematizují rozvoj periferií velkých kanadských měst, k němuž přispělo šíření multikin a megaplexů (Gilles Sénécal: „Les mégaplexes cinématographiques et le nouvel environnement périurbain de la région métropolitaine de Montréal“⁷¹), odliv zábavních a volnočasových aktivit z center měst na periférii ve Velké Británii (Phill Hubbard: „Sortir, mais hors de la ville? La clientèle de cinéma multiplexes au Royaume-Uni“⁷²) a problémy vyvolané konfliktními zájmy regionálních vládních úřadů a soukromých investorů do multikin v oblasti Lotrinska, jejichž důsledkem je mimo jiné narušená logika územního plánování (Jean-François Perrut: „L’implantation des multiplexes dans territoire Lorrain: Une modernisation Ambiguë“⁷³). Velmi přínosná je také práce Chantal Gérardové („Multiplexes et Art et essai. Un face à face d’avenir“⁷⁴), která detailně popisuje vztahy mezi multikinými a artovými kiny a vývoj těchto vztahů od vzniku prvních multikin ve Francii až po současnost.

Film byl od počátku v první řadě zábavním průmyslem a až teprve posléze se z něj vyvinul nový umělecký druh. Svůj průmyslový charakter si však uchovává,

⁷⁰ *Géographie et cultures. Les cinémas multiplexes: de nouveaux territoires culturels?* Paris: L'Harmattan, 2005, č. 53. ISSN 1165-0354.

⁷¹ SÉNÉCAL, Gilles. Les mégaplexes cinématographiques et le nouvel environnement périurbain de la région métropolitaine de Montréal. *Géographie et cultures*. 2005, č. 53, s. 5–20. ISSN 1165-0354

⁷² HUBBARD, Phil. Sortir, mais hors de la ville?: La clientèle des salles de cinéma multiplexes au Royaume-Uni. *Géographie et cultures*. 2005, č. 53, s. 21–38. ISSN 1165-0354.

⁷³ PERRUT, Jean-François. L’implantation des multiplexes dans le territoire lorrain: Une modernisation ambiguë. *Géographie et cultures*. 2005, č. 53, s. 39–58. ISSN 1165-0354.

⁷⁴ GÉRARD, Chantal. Multiplexes et Art et essai: Un face à face d’avenir? *Géographie et cultures*. 2005, č. 53, 59–78. ISSN 1165-0354.

což je spojeno jednak s vysokou finanční náročností na výrobu, distribuci i předvádění, jednak s tím, že vyžaduje součinnost odborníků a pracovníků z nejrůznějších profesních oblastí a také určitého technologického vybavení. Je tedy přirozené, že na vyhodnocení ekonomické úspěšnosti a vypracování úspěšných obchodních modelů mají zájem především samotní aktéři tohoto průmyslu a realizují proto vlastní výzkumy, které však nebývají zveřejňovány. V evropském prostředí, kde je filmový průmysl silně subvencovaný, si nechávají vypracovávat odborné studie také orgány, které oblast filmu finančně dotují. Zatímco v českém prostředí nejsou studie zpracovávány provozovateli multikin k dispozici a ani veřejná správa a různé filmové instituce žádný rozsáhlejší průzkum věnovaný multikinům nezveřejnily, francouzské Národní centrum pro film a animovaný obraz (Centre national du cinéma et de l'image animée, dříve Centre national du cinéma) nechalo provést rozsáhlý průzkum, jehož závěry byly zveřejněny pod názvem *Les spectateurs des multiplexes: Synthèse*⁷⁵ a jeví se jako zajímavé pro srovnání s českým prostředím. Studie definuje pojem „multiplex“ jako kino s více sálů a minimální kapacitou tisíc diváků. Jejich návštěvníci jsou většinou mladší padesáti let a nemají vysokoškolské vzdělání. Do kina obvykle jezdí automobilem (jen v menším procentu případů hromadnou dopravou), proto také obvykle nenavštěvují kino jednotlivě, a průměrná doba jízdy je 20 minut. Při volbě kina hrají největší roli kvality sálu (zvuk, plátno, sedačky) a dostupnost a možnost parkování. Nabídka filmů a doba začátku představení jsou až na třetím místě. Ve dvou třetinách případů si návštěvníci kupují nápoje a další pochutiny nebo navštěvují restaurace, nákupní centrum a další atrakce, případně hrají hry ve videohernách apod.⁷⁶

Řada autorů, včetně již jmenovaných, se zabírá otázkou, zda více sálů přináší větší nabídku. Deborah Allisonová řešila tuto otázku ve studii „Multiplex

⁷⁵ CENTRE NATIONAL DU CINÉMA, SERVICE DES ÉTUDES, DES STATISTIQUES ET DE LA PROSPECTIVE a INSTITUT FRANÇAIS DE DEMOSCOPIE. *Les spectateurs des multiplexes: Synthèse*. Paris: Centre national du cinéma. [online]. 2000. [cit. 2012-08-12]. Dostupné z: <http://prep-cncfr.seevia.com/a_presen/r4/multiplexe/fsommaire.htm>.

⁷⁶ CENTRE NATIONAL DU CINÉMA, SERVICE DES ÉTUDES, DES STATISTIQUES ET DE LA PROSPECTIVE a INSTITUT FRANÇAIS DE DEMOSCOPIE, ref. 75.

Programming in the UK: The Economics of Homogeneity“.⁷⁷ Dokládá, že větší počet sálů ve Velké Británii po nástupu multikin nepřinesl větší výběr pro diváky. Současné obchodní vztahy mezi velkými distributory a provozovateli kin naopak způsobují, že multikina upřednostňují určité tituly a zcela opomíjejí jiné. Tato tendence je z obchodního hlediska pochopitelná, neboť v mnoha evropských i neevropských zemích stále více platí, že několik málo filmů přináší podstatnou část zisku. Multikina nemohou tyto filmy ignorovat. Allisonová vyjadřuje v závěru studie naději, že se situace změní s rozvojem digitálních projekcí, které sníží náklady na šíření filmů díky digitálním nosičům a mohly by otevřít větší prostor pro distributory zaměřené na nemainstreamové filmy.⁷⁸ Justin Smith se ve studii „Cinema for Sale: The Impact of the Multiplex on Cinema-going in Britain, 1985–2000“ věnoval vlivu nástupu multikin na návštěvnost britských kin a dochází k obdobným závěrům jako Allisonová, navíc kritizuje nedostatečné zastoupení artové tvorby v britských multikinech, které se na tuto tvorbu zaměřují ve speciálních programových sekcích.⁷⁹

Jedním z témat, která bývají s multikiny spojována, je konzumování specifického občerstvení během představení. Britský autor James Lyons poznamenává:

*Konzumace jídla je jedním z klíčových způsobů, jimiž diváci obohacují a rozšiřují svou zkušenost sledování filmu a pomáhá konstruovat význam chození do kina jakožto sociální praxe. Filmová věda však věnovala jen omezenou pozornost nesčetným tématům spojeným s možnostmi konzumace jídla, které jsou již dlouhou dobu nedílnou součástí praxe návštěvy kin ve Spojených státech.*⁸⁰

⁷⁷ ALLISON, Deborah. Multiplex Programming in the UK: The Economics of Homogeneity. *Screen*. 2006, roč. 47, č. 1, s. 81–90. ISSN 0036-9543. Obdobný předpoklad vyjadřuje též Stuart Hanson v HANSON, Stuart. “Celluloid or Silicon?” Digital Cinema and the Future of Specialised Film Exhibition. *Journal of British Cinema and Television*. 2007, roč. 19, č. 2, s. 370–383. ISSN 1743-4521.

⁷⁸ ALLISON, Deborah, ref. 77, s. 58.

⁷⁹ SMITH Justin. Cinema for Sale: The Impact of the Multiplex on Cinema-going in Britain, 1985–2000. *Journal of British cinema and television*. 2005, roč. 2, č. 2. s. 242–255. ISSN 1743-4521.

⁸⁰ LYONS, James, ref. 11, s. 312.

Lyons upozorňuje na výsledky průzkumu trhu z posledních let, které ukazují, že až 89 procent návštěvníků kin ve Spojených státech spojuje filmovou zkušenost se zakoupením jídla v kině. Vyjmenovává řadu důvodů proč se zabývat spojováním filmu a jídla. Užívá pojmu *konzumpce* (consumption), jímž vystihuje nejen fyzický akt jedení a pití, ale i produkci významů, k níž při jedení a pití dochází. Lyons v návaznosti na další autory naznačuje, že lidé v rámci konzumpce produkují určité významy týkající se „vkusu, statusu, třídy, genderových identit, mocenských vztahů v domácnostech, tradice, migrace, civilizačního procesu nových technologiím a obchodní exploatace.“⁸¹

Také v České republice vznikla řada historických a sociologických studií kin, byť drtivá většina z nich se nezaměřuje na multikina. Na rozdíl od zahraničního prostředí, kde jsme vzhledem k únosnosti rozsahu této kapitoly zmínili pouze knižní publikace s několika málo významnými články, se u českých studií budeme věnovat podrobněji jak knihám, tak studiím uveřejněným v odborných časopisech, neboť relevantních knižních publikací není mnoho. V tomto případě začneme studii historickými a následně se zaměříme na studie sociologické.

Čtyřdílná studie Jiřího Hilmery „Historie pražských kinosálů“⁸² (1998) sleduje podrobně historii pražských kin od počátků až do roku 1992. Hilmera zaznamenává historii vzniku jednotlivých objektů, jejich architektonické rysy, původní stavební plány, pozdější přestavby apod. Hilmera okrajově zmiňuje, kdo kino provozoval i některé okolnosti vzniku a provozování těchto sálů. Tyto čtyři studie jsou pro námi zkoumané téma zajímavé především proto, že poskytují určitou představu o vývoji kinosektoru ještě před nástupem multikin. Zajímavý je popis procesu vzniku a zániku jednotlivých kinosálů nebo jejich proměn.

⁸¹ LYONS, James, ref. 11, s. 313.

⁸² HILMERA, Jiří. Stavební historie pražských kinosálů: Část I – do vzniku Československé republiky. *Illuminace*. 1998, roč. 10, č. 1, s. 119–164. ISSN 0862-397X; HILMERA, Jiří. Stavební historie pražských kinosálů: Část II – dvacátá léta. *Illuminace*. 1998, roč. 10, č. 2, s. 93–136. ISSN 0862-397X; HILMERA, Jiří. Stavební historie pražských kinosálů: Část III – od dvacátých do sklonku třicátých let. *Illuminace*. 1998, roč. 10, č. 3, 93–12. ISSN 0862-397X; HILMERA, Jiří. Stavební historie pražských kinosálů: Část IV – poválečné půlstoletí. *Illuminace*. 1998, roč. 10, č. 3, 75–101. ISSN 0862-397X.

Rozsáhlou, byť na rozdíl od všech jiných zde uváděných publikací spíše populárně zaměřenou, historii pražských kinosálů představili Miroslav a Jaroslav Čvančara v knize *Zaniklý svět stříbrných pláten: Po stopách pražských biografů*.⁸³ Tato publikace nejprve v relativně stručném historickém úvodu shrnuje okolnosti výstavby stálých kin, jejich program, provozovatele, vztahy se zahraničními distributory i okolnosti projekcí například ve válečné době. Přehled končí znárodněním kinematografie v roce 1945 a následuje popis jednotlivých pražských kin, přičemž každému je věnován přibližně jeden odstavec. Poslední, nejrozsáhlejší část knihy obsahuje reprodukce fotografií a plakátů s filmovou tematikou. I když na rozdíl od Hilmerových textů zahrnuje kniha bratří Čvančarových období, kdy již byla v provozu multikina, není jim věnována velká pozornost.

Další čistě historickou prací je sborník sestavený Karlem Taberym a publikovaný pod názvem *Kinofikace Moravy* (2004).⁸⁴ Obsahuje soubor seminárních prací studentů olomoucké filmové vědy týkajících se historie kin na Moravě. Tento soubor prací je v mnoha ohledech příbuzný se zmíněnými texty o vzniku pražských kinosálů z pera Jiřího Hilmer. Jednotliví autoři popisují dějiny kin v různých moravských městech a využívají přitom jako prameny archivní materiály, dobový tisk i rozhovory s pamětníky jednotlivých sálů. Sborník tak rozšiřuje studie Jiřího Hilmer o historický přehled kinofikace v moravském prostředí.

Studie Aleše Danielise „Česká filmová distribuce po roce 1989“⁸⁵ (2007) se zaměřuje na polistopadovou transformaci filmové distribuce a provozu kin. Zevrubně popisuje situaci před rokem 1989 i po něm a nabízí užitečný přehled polistopadových distributorů a provozovatelů kin. Danielis vedle ekonomických a organizačních aspektů distribuce a provozu kin uvádí také přehled významných

⁸³ ČVANČARA, Miroslav a Jaroslav ČVANČARA. *Zaniklý svět stříbrných pláten: Po stopách pražských biografů*. Praha: Academia, 2011, ISBN 978-802-0019-691.

⁸⁴ TABERY, Karel (ed.). *Kinofikace Moravy: Bruntál, Bystřice pod Hostýnem, Bzenec, Havířov, Holešov, Jihlava, Kroměříž, Luhačovice, Nový Jičín, Šumperk, Uherské Hradiště, Zlín*. Olomouc: Univerzita Palackého, Filozofická fakulta, 2004. ISBN 80-244-0820-1.

⁸⁵ DANIELIS, Aleš, ref. 24.

filmů, které vstoupily ve zkoumaném období do distribuce, a nabízí tak komplexní pohled na situaci na českém filmovém trhu. Uvádí základní fakta a čísla, bez kterých by byl další výzkum jen obtížný. Tato studie nám umožňuje zařadit nástup multikin do širšího kontextu dění v českém filmovém průmyslu. Zabývá se mimo jiné otázkou, kterou si kladla Deborah Allisonová: zda příchod multikin rozšířil nabídku filmů – a na rozdíl od britské autorky na ni odpovídá kladně. Důvodem však není vyšší počet pláten, ale dramaturgicky vyhraněná kina, která se vůči multikinům vymezila:

Je paradoxní, ale zákonité, že příchod multiplexů rozšiřuje nabídku alternativních programů, protože vysává z nejbližších kin diváky běžných komerčních filmů. Tím se nejen rozšířila alternativní nabídka v Praze a Brně, kde existovala i v minulosti, ale i v menších regionech.⁸⁶

Rozsáhlá pozornost byla v českém prostředí věnována výzkumu veřejného filmového představení z pohledu sociologického.⁸⁷ První empirický sociologický výzkum zaměřený přímo na film publikoval v roce 1961 Karel Morava. Prostřednictvím dotazníkových šetření u diváků řešil například základní charakteristiky filmového diváka, otázku frekvence navštěvování kin, dále s kým lidé do kina chodí a jaké filmy preferují, jejich zájem o filmový tisk a otázku vztahu filmu a televize.⁸⁸ Další zajímavé práce nacházíme na přelomu šedesátých a sedmdesátých let dvacátého století ve studiích tzv. badatelského kabinetu Československého filmového ústavu.⁸⁹ Uvolnění poměrů dovolilo na několik let směřovat výzkum do nových, v západní Evropě a Spojených státech aktuálních oblastí, zejména do sociologie a psychoanalýzy. Výsledkem rozsáhlých

⁸⁶ DANIELIS, Aleš, ref. 24, s. 83.

⁸⁷ Klíčovými publikacemi, které zprostředkovávají českou sociologii filmu v historické perspektivě, jsou: SZCZEPANIK, Petr a Jaroslav ANDĚL (eds.). *Stále kinema: antologie českého myšlení o filmu 1904–1950*. Praha: Národní filmový archiv, 2008. ISBN 978-80-7004-136-9 a monotematické číslo *Iluminace* 4/2010 (*Iluminace: Film a sociologie*. Praha: Národní filmový archiv, 2010, roč. 22, č. 4. ISSN 0862-397X).

⁸⁸ MORAVA, Karel. *Filmový divák*. Praha: Ústřední půjčovna filmů, 1961.

⁸⁹ Název instituce se od jejího vzniku postupně proměnil z „Filmový ústav“ na „Československý filmový ústav“ a „Český filmový ústav“.

několikaletých výzkumů celého týmu badatelů byly, vedle řady článků, knižní publikace, které z nejrůznějších hledisek popisují složení publika a kulturní zkušenost spojenou s návštěvou kina. Jedná se o následující tituly: *Filmologický sborník V: Proměny filmového hlediště v ČSR (1966–1968)*,⁹⁰ *Sociální situace v kině: Kultura chování filmového diváka*⁹¹ a *Filmologický sborník VII: Film jako fenomén masové kultury*.⁹² Vedle základních demografických údajů o divácích poskytují tyto práce představu o zajímavých aspektech kulturní zkušenosti spojené s návštěvou filmu. Mimo jiné se pokoušejí vymezit pojem „náročný“ divák a navrhnou typologii rozlišující „uměnilovného“ a „spotřebního“ diváka.⁹³ Tyto výzkumy jsou do jisté míry poznamenány obdobím reformy socialismu: kinokavárny v ČSR jsou například zkoumány jakožto kulturní instituce, která má kultivovat diváka v socialistickém zřízení.⁹⁴ Na druhou stranu otevírají témata, která jsou aktuální i po čtyřiceti letech a předznamenávají některé intence současného bádání. Další podobné výzkumy následovaly v období normalizace a soustřeďovaly se především na upadající návštěvnost kin.⁹⁵ Práce Evy Struskové *K vývojovým tendencím kina* (1981) se zaměřila na situaci českých kin na přelomu sedmdesátých a osmdesátých let v souvislosti s úbytkem diváků a vyhodnocovala možný vývoj do budoucna.⁹⁶ Autorka na základě řady zahraničních výzkumů konstatuje, že: „v krizi není kino, ale staré pojetí kina, neodpovídající struktura kinofikační sítě a zastaralé metody filmové distribuce.“⁹⁷ Dále upozorňuje na

⁹⁰ PONDĚLÍČEK, Ivo a Karel MORAVA. *Filmologický sborník V. Proměny filmového hlediště v ČSR (1966–1968)*. Praha: Český filmový ústav, 1969.

⁹¹ BULÍČEK, Jaromír. *Sociální situace v kině. Kultura chování filmového diváka*. Praha: Český filmový ústav, 1970.

⁹² PONDĚLÍČEK, Ivo, Jan SVOBODA a Jaromír BULÍČEK. *Filmologický sborník VIII. Film jako fenomén masové kultury*. Praha: ČFÚ, 1971.

⁹³ PONDĚLÍČEK, Ivo a Karel MORAVA, ref. 90, s. 21.

⁹⁴ PONDĚLÍČEK, Ivo, Jan SVOBODA a Jaromír BULÍČEK, ref. 92.

⁹⁵ BULÍČEK, Jaromír a Radko Hájek. *Současná kultura filmového diváka ČSR – Teze závěrečné zprávy*. Praha: ČSFÚ, 1978; BULÍČEK, Jaromír a Radko Hájek. *Současná kultura filmového diváka ČSR – Teze závěrečné zprávy*. Praha: ČSFÚ, 1981.

⁹⁶ Práce je pozoruhodná hned v několika ohledech. Mimo jiné předznamenává současnou situaci kinematografického průmyslu, jak ji charakterizovali výše citovaní filmoví teoretici: „Nástup televize a v posledním období i nových audiovizuálních technických prostředků vede k postupným změnám klasického oboru kinematografie, které se projevují ve sféře tvorby, výroby, distribuce i uchovávání audiovizuální informace, tzn. i filmu.“ STRUSKOVÁ, Eva. *Vývojové tendence kina*. Praha: ČSFÚ, 1981, s. 23.

⁹⁷ STRUSKOVÁ, Eva. *Vývojové tendence kina*, ref. 96, s. 25.

vývoj v západních zemích (vícesálová kina a s nimi související prodej občerstvení, automatizované prodeje vstupenek a širší nabídka filmů), ale zmiňuje také výstavbu dvousálových kin v Německé demokratické republice či dokonce plány SSSR na výstavbu vícesálových kin ještě před druhou světovou válkou.⁹⁸ Práci pak uzavírá myšlenkou, že je třeba vytvořit novou koncepci (socialistického) kina.⁹⁹ Text je z dnešního hlediska zajímavý především tím, že usouvztahuje kontext vývoje kin na západě a v socialistických zemích.

Po roce 1989 se domácí filmoví badatelé začínali k sociologii postupně vracet. Lucie Česálková publikovala studii „Kino na vícero použití. Koncepce a reflexe kinokaváren jako tzv. kombinovaného typu provozu“.¹⁰⁰ Jde o případovou studii pardubické kinokavárny Karolina, jejíž historii a společenský význam autorka rekonstruovala z archivních materiálů i z rozhovorů s pamětníky daného zařízení. Práce tedy kombinuje historický výzkum založený na archivních pramenech s etnografickým výzkumem založeným na rozhovorech s pamětníky a soustřeďuje se zejména na to, jaké symbolické významy kinokavárna spojující sledování filmů s konzumací pochutin svým návštěvníkům nabízela a jak její návštěvu vnímali. Autorka dochází k závěru, že

[t]řemi základními referenčními rámci, které charakterizovaly sociální status a formovaly diváckou zkušenost návštěvy pardubické kinokavárny, byly [...] zkušenost návštěvy divadla, zkušenost domácího sledování televize a zkušenost klubového filmového představení.¹⁰¹

Asociace spojené s divadlem a klubem dovolovaly vnímat kinokavárnu jako prestižní kulturní instituci, zatímco asociace spojené se sledováním televize definovaly kinokavárnu současně (a paradoxně) zároveň jako domácí prostředí.¹⁰²

⁹⁸ STRUSKOVÁ, Eva. *Vývojové tendence kina*, ref. 96, s. 26–28.

⁹⁹ STRUSKOVÁ, Eva. *Vývojové tendence kina*, ref. 96, s. 48.

¹⁰⁰ ČESÁLKOVÁ, Lucie. Kino na vícero použití: Koncepce a reflexe kinokaváren jako tzv. kombinovaného provozu. *Iluminace*. 2008, roč. 20, č. 1, s. 127–145. ISSN 0862-397X

¹⁰¹ ČESÁLKOVÁ, Lucie, ref. 100, s. 141.

¹⁰² ČESÁLKOVÁ, Lucie, ref. 100, s. 141.

Studie „„Jak řekl Griffith, pokrok nezastavíš...“ Reflexe změn kinematografických technologií českými promítači“¹⁰³ Karla Čady a Jana Hanzlíka se zaměřuje na to, jak promítači v tradičních jednosálových kinech vnímali nástup multikin a nové promítací technologie. Text mimo jiné dokládá z nezvyklého úhlu pohledu, jak významnou změnu multikina přinesla do českého prostředí a poukazuje na souvislost multikin s procesy globalizace a racionalizace.

Robert Bargel tematizuje multikina v kvalitativně pojaté a antropologicky orientované studii „Etnografie divácké žité zkušenosti v prostoru maloměstského kina“ (2010). Autor vedl hloubkové rozhovory s návštěvníky konkrétního jednosálového kina, které zde vystupuje v kulturně-symbolickém významu jako protiklad multikin. Dochází k závěru, že „Klasické kino [v Řevnicích] je symbolem tzv. popcorn-free culture, a jako takové je vnímáno jako protipól popcornové kultury multiplexů, a to v rovině estetické, morální, etické atd.“¹⁰⁴ Tento článek vychází z antropologie a multikina jsou v textu široce reflektována.

Přímo na multikina se zaměřuje hned několik bakalářských a diplomových prací. Za nejvýznamnější lze považovat diplomové práce Martina Kotíka *Struktura a strategie multiplexu* (1999), která uvedla základní charakteristiky vybraných evropských multikin a vyhodnocovala možnosti výstavby multikin v České republice (1998),¹⁰⁵ a práci Lucie Pasekové *Fenomén multiplex* (2011),¹⁰⁶ která shrnula historii multikin v americkém a českém kontextu a popsala specifické marketingové strategie českých multikin. Relevantní pro naše záměry je též diplomová práce Olgy Raitoralové *Analýza návštěvnosti českých kin: Vývoj a prognóza* (2007),¹⁰⁷ která se podrobněji zabývá vývojem návštěvnosti českých kin

¹⁰³ ČADA, Karel a Jan HANZLÍK, ref. 24.

¹⁰⁴ BARGEL, Robert, ref. 19, s. 147.

¹⁰⁵ KOTÍK, Martin, ref. 25.

¹⁰⁶ PASEKOVÁ, Lucie, ref. 27.

¹⁰⁷ RAITORALOVÁ, Olga. *Analýza návštěvnosti českých kin: Vývoj a prognóza*. Praha, 2007. Dostupné z:

<http://www.kinosvetozor.cz/_download/MP_Analyza_navstevnosti_ceskych_kin.pdf>.

Diplomová práce. Filmová a televizní fakulta Akademie múzických umění v Praze. Vedoucí práce Ivo Andrlé.

v historické perspektivě. Mezi bakalářskými pracemi¹⁰⁸ je třeba jmenovat především práci Martiny Kafuňkové *Projekce artových filmů v multikině Cinestar Anděl* (2011),¹⁰⁹ která se na podkladě rozhovorů s vedením multikina zabývala jeho dramaturgií a popsala motivy multikin k promítání artových filmů a pořádání akcí festivalového typu.

1.2 Konstruování vysoké a nízké kultury v oblasti kinematografie

Jedním z cílů práce bude, jak již bylo částečně naznačeno, prozkoumání role multikina ve vztahu k artovým kinům a v kontextu obecnějšího diskurzu o umění. Proto na tomto místě zařazujeme do přehledu také klíčovou publikaci vztahující se k (sociologicky orientované) otázce, co v oblasti filmu je a není umění. Za nejvýznamnější práci k tomuto tématu lze považovat knihu kanadského sociologa Shyona Baumanna *Hollywood Highbrow: From Entertainment to Art* (2007),¹¹⁰ jejíž první kapitola vyšla v českém překladu v *Illuminaci* (2010).¹¹¹ Autor se zabývá tím, jak se v oblasti kinematografie stává určité dílo nebo soubor děl uměním. Konkrétněji ho zajímá, jak došlo k tomu, že americký film, původně považovaný za zábavu, začal být postupem času vnímán jako umění. Ukazuje, že na toto přehodnocení měly vliv změny podmínek vně filmového průmyslu (například skladba publika), změny podmínek v samotném filmovém průmyslu (filmové festivaly a sebepropagace filmových režisérů) a intelektualizace diskurzu o filmu (například intelektualizace filmové kritiky). Otázka, kdy film je a kdy není uměním, a způsob, jakým Baumann k této otázce přistupuje, je pro tuto dizertaci

¹⁰⁸ Dále např. KAŠPAROVÁ, Barbora. *Marketingový mix multikina Cinestar v Českých Budějovicích*. Praha, 2010. Bakalářská práce. Fakulta podnikohospodářská Vysoké školy ekonomické v Praze. Vedoucí práce Jan Hanzlík; CHMELOVÁ, Kristýna. *Srovnávací analýza funkcionality webových stránek multikin v ČR*. Praha, 2010. Bakalářská práce. Fakulta informatiky a statistiky Vysoké školy ekonomické. Vedoucí práce Helena Kučerová.

¹⁰⁹ KAFUŇKOVÁ, Martina. *Projekce artových filmů v multikině Cinestar Anděl*. Praha, 2011. Bakalářská práce. Fakulta podnikohospodářská Vysoké školy ekonomické v Praze. Vedoucí práce Jan Hanzlík.

¹¹⁰ BAUMANN, Shyon. *Hollywood Highbrow: From Entertainment to Art*. Princeton: Princeton University Press, 2007. ISBN 06-911-2527-9.

¹¹¹ BAUMANN, Shyon. Hranice umění: Vysoká kultura v Hollywoodu. *Illuminace*. 2010, roč. 22, č. 4, s. 73–89. ISSN 0862-397X.

relevantní hned v několika ohledech. Autor ukazuje, že status uměleckého díla je mimo jiné přisuzován jednotlivým dílům v rámci mediálního diskurzu. Neexistuje-li příslušný mediální diskurz, neexistuje ani možnost, aby se z díla stalo umělecké dílo:

Filmové recenze byly vynalezeny krátce po vzniku filmu samotného, ale zpočátku recenzenti hodnotili filmy na základě jejich zábavnosti. V průběhu 60. let začali filmoví recenzenti využívat diskurs, který pojímal film jako umění a byl charakterizován specifickým slovníkem a souborem kritických nástrojů, jež umožnily mluvit o filmu jako o sofistikované a působivé formě umělecké komunikace.¹¹²

Baumann vychází ze sociálně-konstruktivistické perspektivy. Tento přístup implikuje, že uměleckost děl není v dílech nijak esenciálně zabudována, ale vychází ze sociálních interakcí:

Tato perspektiva nepopírá objektivní realitu. Když řekneme, že umění [...] je sociálně konstruované, neznamena to, že bychom zpochybňovali jeho existenci. Umění existuje; v tomto světě jsou věci, které jsou uměním, a věci, které uměním nejsou. Distinkce mezi uměním a ne-uměním je však často považována za jasnou a samozřejmou. Že je například Shakespearův Othello skutečně uměním, je pro nás jasně dané, stejně jako je dané, že prefabrikované texty na blahopřáních z hypermarketů uměním nejsou.¹¹³

Sociálně-konstruktivistický pohled na povahu umění nedokáže jednoznačně zodpovědět otázku, co je a co není umělecké dílo, ani neposkytne k takovému rozlišování jasná kritéria. Dovoluje nám ale zkoumat, za jakých podmínek dílo umělecké je a za jakých není, i sám fakt, že konkrétní dílo může být v určitém kontextu za umění považováno a v jiném ne:

¹¹² BAUMANN, Shyon, ref. 111, s. 75.

¹¹³ BAUMANN, Shyon, ref. 111, s. 84.

Výhody sociálně-konstruktivistického přístupu se ozřejmí, když se pokusíme porozumět tomu, proč je umění v jiných místech a časech odlišné. Hranice mezi uměním a ne-uměním je v různých společnostech vedena odlišně a stejně tak ve stejné společnosti v různých dobách. Když se evropští cestovatelé poprvé setkali s kmenovými maskami v Africe, nepovažovali je za umění. Dnes je trh s africkým uměním jakožto žánrem krásného umění velmi živý. Toto umění se nezměnilo, změnily se naše standardy.¹¹⁴

Sociálně-konstruktivistický směr uvažování nás vybízí ke zkoumání dalších otázek, které nemusí být formulovány takto obecně. Obdobný problém můžeme zohlednit konkrétně v souvislosti s multikinou. Můžeme se například ptát, zda situovanost multikin v nákupních centrech a jejich asociace s konzumním způsobem života a komerčními filmy vylučuje z kinosálů multikin umělecky hodnotnou tvorbu a jaký je vztah mezi touto problematikou a mediálním diskurzem. Baumann mimo jiné poznamenává, že návštěvníky prvních kin tvořili převážně zástupci nižších společenských tříd. Kina odloudila tento typ návštěvníků divadlům, která se musela začít zaměřovat na vyšší a z hlediska uměleckého vkusu náročnější společenské vrstvy.

Obdobný proces nastal po nástupu televize. Nižší společenské vrstvy daly před kiny přednost televizi a kina se musela intelektualizovat, což vedlo mimo jiné k zakládání artových kin.¹¹⁵ Jelikož šíření multikin přinutilo řadu klasických kin změnit svou dramaturgii a konstituovat se jako kina artová,¹¹⁶ nabízí se také další otázka: zda multikina nepůsobí na klasická kina podobným způsobem, jako dříve kino na divadlo a později televize na kino, tedy zda vznik multikin nevede k další intelektualizaci klasických kin.

¹¹⁴ BAUMANN, Shyon, ref. 124, s. 84.

¹¹⁵ BAUMANN, Shyon, ref. 124, s. 86.

¹¹⁶ DANIELIS, Aleš, ref. 24, s. 83.

1.3 Blockbuster

Multikino je do značné míry spojováno se specifickým filmovým produktem, hollywoodským blockbusterem. Tímto fenoménem se zabývá sborník *Movie Blockbusters* (2003),¹¹⁷ jehož editorem je Julian Stringer. Mark Jancovich a Lucy Faireová v jedné ze studií uveřejněných v tomto sborníku, „The Best Place to See a Film: The Blockbuster, the Multiplex, and the Contexts of Consumption“, vysvětlují:

V nedávné době začal být pojem „blockbuster“ asociován s multiplexem a tyto dva pojmy mají k sobě velmi blízko. Nejenže multiplex změnil význam samotného pojmu blockbuster, byl také odpovědí na vývoj v oblasti blockbusterových filmů.¹¹⁸

V návaznosti na práci Douglase Gomeryho dále poznamenávají: „[Ú]spěch multikin je založen konkrétně na schopnosti vícesálového kina vytěžit z blockbusterů maximální zisk.“¹¹⁹ Upozorňují na praxi, kdy je blockbuster uveden v mnoha sálech v rámci multikina a s upadající návštěvností postupně začínají v některých sálech tento blockbuster nahrazovat divácky méně atraktivní filmy, které ale mají předpoklad přilákat alespoň menší část diváků.

I když je pojem blockbuster užívaný dosti často a i v domácích médiích toto anglické slovo zdomácnělo, není možné uvést jeho jednoznačnou, nezpochybnitelnou a neměnnou definici. Přesto se pokusíme některé aspekty tohoto pojmu vysvětlit, protože v analýze diskurzu s ním budeme pracovat. Julian Stringer v úvodu k výše uvedenému sborníku vysvětluje:

I když je „blockbuster“ v současné kultuře klíčovým slovem, je v jistém smyslu pohyblivým terčem – jeho význam není nikdy pevně

¹¹⁷ STRINGER, Julian. *Movie Blockbusters*. New York: Routledge, 2003. ISBN 04-152-5609-7; v českém jazyce viz např. SKOPAL, Pavel. Blockbuster: Od klasického k novému Hollywoodu. *Cinepur*. 2001, roč. 10, č. 18, s. 8–13. ISSN 1213-516x.

¹¹⁸ JANCOVICH, Mark a Lucy FAIRE. The Best Place to See a Film: The Blockbuster, the Multiplex, and the Contexts of Consumption. In: STRINGER, Julian. *Movie Blockbusters*. New York: Routledge, 2003, s. 190–201. ISBN 04-152-5609-7, s. 190.

¹¹⁹ JANCOVICH, Mark a Lucy FAIRE, ref. 118, s. 190.

*daný nebo jasný, ale mění se podle toho, kdo ho používá a o čem mluví. Analýza jazyka využívaného k popisu blockbusterů odhaluje rozporné názory a předpoklady, protože komentátoři přiřazovali filmům, které jsou tímto pojmem označovány, různé hodnoty.*¹²⁰

Snaha o definici nás tedy v různých dobách a v různých diskurzích přivádí k odlišným výsledkům a můžeme uvažovat jen v nejobecnějších a nejednoznačných pojmech, jak Stringer ukazuje dále:

*„Blockbuster“ je nejčastěji chápán prostřednictvím opakované asociace s příbuzným klíčovým pojmem – „velikostí“. Velikost je ústřední myšlenkou, na jejímž základě se identita blockbusteru obecně rozeznává. Avšak přesné konotace, které tato představa bude mít ve specifických historických kontextech, nelze odvodit ani považovat za dané.*¹²¹

Autor pokračuje v argumentaci a dochází k závěru, že „protože blockbuster nemá žádné esenciální vlastnosti, nelze ho definovat.“¹²² Podobně neurčitou definici uvádí také Steve Neale ve studii „Hollywood Blockbusters: Historical Dimensions“, který je ovšem přinejmenším z hlediska oné „velikosti“ o něco konkrétnější:

*Velikost je vícerozměrná – a relativní – charakteristika. Obsahuje vlastnosti typu délka filmu, velikost štábu a povaha, šíře a způsob filmové prezentace zobrazených událostí a situací. Všechny tyto faktory téměř vždy souvisejí s rozpočtem filmu – velké filmy téměř vždy znamenají vysoké náklady.*¹²³

Kromě uvedených faktorů by měl být jednou z charakteristik i úspěch filmu u diváků, což je ale aspekt, který můžeme sledovat až po nasazení filmu do kin, byť

¹²⁰ STRINGER, Julian. Introduction. In: STRINGER, Julian. *Movie Blockbusters*. New York: Routledge, 2003, s. 1–14. ISBN 04-152-5609-7, s. 2.

¹²¹ STRINGER, Julian. ref. 120, s. 3.

¹²² STRINGER, Julian. ref. 120, s. 10.

¹²³ NEALE, Steve. Hollywood Blockbusters: Historical Dimensions. In: STRINGER, Julian. *Movie Blockbusters*. New York: Routledge, 2003, s. 47–60. ISBN 04-152-5609-7, s. 48.

paradoxně hraje roli ještě dříve, jak ukazuje Jon Lewis v textu „Following the Money in America’s Sunniest Company Town. Some Notes on the Political Economy of the Hollywood Blockbuster“.¹²⁴ Autor se zde zaměřuje na marketing blockbusterů a ukazuje, jak se filmová studia snaží uplatnit tento typ filmů na trhu. Klíčovou myšlenkou studie, založené zejména na analýze populárních a obchodních filmových časopisů, internetových stránek, ale i lokálních novin, je to, že diváci volí, na který film půjdou na základě úspěšnosti filmů v kinech. Jinými slovy, je-li film v médiích prezentován jako úspěšný, pak na něj lidé budou chodit do kin a opravdu se úspěšným stane. Klíčovou roli přitom nehrají recenze ale rozsáhlé propagační kampaně. Další studie ve sborníku pochází z pera Douglase Gomeryho a nese název „The Hollywood Blockbuster. Industrial Analysis and Practice“.¹²⁵ Gomery zde analyzuje strategie uvádění blockbusterů v kinech, přičemž klíčovým historickým okamžikem je premiéra *Čelistí* (1975). Spielbergův film byl nasazen do kin nezvykle na začátku léta s předpokladem, že na něm bude možno vydělávat v průběhu celých letních prázdnin (film tematizuje letní dovolenou u moře, v tomto smyslu šlo tedy o pochopitelný, byť dříve neuplatňovaný krok). Film byl nasazen do více než čtyř set kin současně s cílem vytěžit z něj co nejvíc peněz co nejdříve, a zamezit tak potenciálnímu vlivu negativní filmové kritiky – což se podařilo. Zatímco do té doby byla televize chápána jako vážná konkurence pro kinosektor, rozsáhlá reklamní kampaň v televizích finančně zasytila televizní stanice a přitáhla do kin velké množství diváků – z kin a televize se tak mohly stát „spojenci“. Snaha uvádět filmy v co nejvíce kinech podle Gomeryho stimulovala rozvoj multikin.

¹²⁴ LEWIS, John. Following the Money in America’s Sunniest Company Town. Some Notes on the Political Economy of the Hollywood Blockbuster. In: STRINGER, Julian. *Movie Blockbusters*. New York: Routledge, 2003, s. 61–70. ISBN 04-152-5609-7.

¹²⁵ GOMERY, Douglas. The Hollywood Blockbuster. Industrial Analysis and Practice. In: STRINGER, Julian. *Movie Blockbusters*. New York: Routledge, 2003, s. 72–83. ISBN 04-152-5609-7.

1.4 Artový film

Ač jsou multikina spojována hlavně s blockbustery, přinejmenším některá česká multikina nabízela divákům také artové programy, proto se nyní zaměříme na literaturu tematizující artový film. Šíření multikin v USA neznamenal, že by veškeré další formy veřejného filmového představení vymizely. Naopak, společně s multikiny se po válce rozvíjela intenzivně kina artová. Této problematice se nejsystematičtěji věnovala Barbara Wilinsky v knize *Sure Seaters: The Emergence of Art House Cinema* (2001).¹²⁶ Pojem „sure seaters“, volně přeložitelný jako „kino, kde jsou sedačky jisté“, byl původně používán ve smyslu, že každý návštěvník najde v sále volné místo, tedy že návštěvnost v amerických artových kinech nebyla valná. Na konci čtyřicátých let však začala být tato „přezdívka“ používána s odlišným významem: u artových kin bylo „jisté“, že naplní diváky celý sál. Wilinsky v knize definuje pojem artový film (americká artová kina na nejobecnější rovině promítala nezávislé hollywoodské filmy, cizojazyčné filmy a dokumenty¹²⁷) a vymezuje specifika artových kin na základě jejich charakteristických rysů.¹²⁸ Samotný pojem „artový film“ je nejednoznačný a v jisté míře odlišně uchopovaný v různých kulturních prostředích a historických obdobích. „Artovost“ nevyplývá zcela jednoznačně z vlastností určité skupiny filmů a lze také předpokládat, že u různých autorů a v různých kontextech bude definována různě. Artové filmy, vysvětluje Barbara Wilinsky, mohou být jako takové popisovány kvůli specifickému filmovému stylu, zemi původu (Evropa

¹²⁶ WILINSKY, Barbara. *Sure Seaters: The Emergence of Art House Cinema*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2001. ISBN 08-166-3563-3.

¹²⁷ WILINSKY, Barbara, ref. 126, s. 1.

¹²⁸ Abychom si stručně uvedli alespoň některé: Obvykle byla provozována v bohatých kulturních centrech: univerzitních městech, jako jsou například New York, Los Angeles, Boston, San Francisco nebo bohatých či intelektuálních čtvrtích. (WILINSKY, Barbara, ref. 126, s. 107) Artová kina byla obvykle malá a měla oproti jiným typům kin relativně vysoké vstupné, což dodávalo jejich návštěvníkům pocit výlučnosti (s. 108). Program byl pečlivě vybírán, některá kina se specializovala na „nejartovější“ produkci, která zahrnovala například operní a baletní filmy a filmy umění, byla tedy orientována na vysokou kulturu, přičemž vysoká kultura byla asociována především s evropským filmem (s. 109). Artové filmy byly uváděny po delší dobu, neboť atraktivita filmů byla mezi diváky šířena především „septandou“ (word of mouth). Trvalo tedy delší dobu, než se film stal populárním (s. 110–111). Důležitou roli hrálo také kultivované prostředí, architektura a dekorace. Oproti pultům s popcornem a colou v multikinech nabízela artová kina kavárny nebo čaj (s. 113).

versus USA) nebo jednoduše (tautologickou definicí) proto, že se hrají v artovém kině. Označení artový film mohou využívat (někdy i odlišně) filmový průmysl, diváci i filmologové.¹²⁹ Z konstruktivistické perspektivy lze říci, že artovost filmu není dána nějakými inherentními vlastnostmi děl, ale je konstruována v rámci sociálních interakcí a diskurzů o filmech. Přesto jisté nejjobecnější rysy tohoto termínu pojmenovat můžeme. Kristin Thompsonová např. poznamenává, že artové filmy bývají oproti hollywoodské produkci hůře srozumitelné a nabízejí nejednoznačnost a symbolismus.¹³⁰

V USA se artová kina dle Douglase Gomeryho začala objevovat po druhé světové válce a zaměřovala se zejména na evropskou kinematografii. Díla Ingmara Bergmana, Federica Felliniho, Michelangela Antonioniho, Alaina Resnais, Françoise Truffaut, Jeana-Luca Godarda a dalších evropských tvůrců tam byla pojímána jako zvláštní segment trhu, jako vysoké umění, a promítána v artových kinech. Tato praxe podle Gomeryho skončila na konci 70. let, kdy nástup videa usnadnil přístup k tomuto typu produkce. Pojem artový film v americkém prostředí nadále odkazuje zejména k opozici amerických a evropských filmů.¹³¹

Vedle definicí artových filmů a kin v diskurzu filmologických textů se také můžeme setkat s pragmaticky orientovaným vymezením těchto (a dalších příbuzných) pojmů ze strany státních organizací, které podporují kulturu dotováním určitého typu filmových děl (od jejich výroby přes distribuci až po uvádění). Ve Francii se v současnosti používá pojem „art et essai“, jímž se klasifikují artová kina a v nich promítané filmy, které mohou žádat o dotace. Podle definice Centre national du cinéma et de l'image animée se jedná o „filmová díla, která představují v oblasti filmové tvorby průkopnický nebo inovativní počín“, „filmová díla nesporné kvality, která si však nenašla tolik diváků, kolik by si zasloužila“, „filmová díla odrážející život v zemi, jejíž filmová produkce není ve Francii příliš rozšířena“, „filmová díla, která již byla dříve

¹²⁹ WILINSKY, Barbara. *Sure Seaters*, ref. 126, s. 94.

¹³⁰ THOMPSON, Kristin. *Storytelling in the new Hollywood: understanding classical narrative technique*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1999, ISBN 06-748-3975-7.

¹³¹ GOMERY, Douglas, ref. 56, s. 18 0–195.

uvedena a jsou umělecky nebo historicky významná, zejména filmová díla považovaná za filmové klasiky“ a „krátké filmy, které kvalitou a výběrem ožívují filmové představení“.¹³²

V britském prostředí existuje vedle nejednoznačného pojmu „art-house cinema“ označení „specialized cinema“, definované Britskou filmovou radou, které zahrnuje: „film, jehož jazyk, forma nebo téma vedou k omezené distribuci“, „film, který je původně zacílený na úzce vymezený segment trhu“, „film, který je distribuován v méně než 50 kopiích“, „filmy, jejichž uplatnitelnost na trhu je menší než uplatnitelnost mainstreamových titulů (např. filmové klasiky)“, „filmy, které nemusejí oslovit širší nebo globální publikum nebo mohou oslovit jen určitou část společnosti.“¹³³ Ani tato definice není zcela jednoznačná, Stuart Hanson nicméně dodává, že do této kategorie spadají zejména „neanglicky mluvené filmy, dokumentární filmy, archivní filmy a filmové klasiky“.¹³⁴ V jisté míře se tedy francouzský pojem „art et essai“ a britský „specialized cinema“ překrývají. Takto klasifikovaná díla mají společné zejména to, že si obtížněji nacházejí diváky, a proto je jejich uvádění podporováno vládou.

V českém prostředí není termín „artový film“ nijak oficiálně ukotven. Aleš Danielis termín „artový film“ nepoužívá a dává přednost označení „alternativní“, jímž míní „zajímavá díla, často jdoucí mimo hlavní proud“.¹³⁵ Nejde však o definici, která by umožňovala žádosti o dotace z veřejných zdrojů.

1.5 Globalizace a amerikanizace

V souvislosti s prací Charlese Aclanda již byl zmíněn pojem amerikanizace. S ním si však v evropském prostředí nevystačíme. Byť byly původním

¹³² ASSOCIATION FRANÇAISE DES CINÉMAS D'ART ET D'ESSAI. Critères de recommandation des oeuvres. [online]. 2012 [cit. 2012-08-27]. Dostupné z: <http://www.art-et-essai.org/films_recommandes/criteres_de_recommandation_des_oeuvres.htm>.

¹³³ HANSON, Stuart, ref. 20, s. 183; HANSON, Stuart, ref. 77, s. 375.

¹³⁴ HANSON, Stuart. *From Silent Screen to Multi-Screen*, ref. 20, s. 183; HANSON, Stuart, ref. 77, s. 375.

¹³⁵ DANIELIS, Aleš. česká filmová distribuce po roce 1989, ref. 24, s. 74.

inspiračním prostředím Spojené státy americké a Kanada, česká multikina jsou vlastněna nadnárodními společnostmi s izraelským a německým kapitálem, v minulosti se zde objevily také společnosti s kapitálem jihoafrickým a australským. Přesnější je tedy užití obecnějšího termínu „globalizace“.¹³⁶ Význam amerikanizace a globalizace v oblasti kinematografie zmiňuje velké množství publikací. Hned dva významné sborníky se zaměřují na vztah kinematografie a města v kontextu globalizace. Prvním z nich je *Cinema and the City: Film and Urban Societies in a Global Context*, sestavené Markem Shielem a Tonym Fitzmauricem (2001).¹³⁷ Nejzajímavější studií z této sbírky je pro nás úvodní teoretická studie Marka Shiela „Cinema and the City in History and Theory“,¹³⁸ která zdůrazňuje souvislosti mezi kinematografií a městským prostorem. Prostor totiž podle něj v kinematografii představuje klíčový prvek:

Kinematografie je mimořádně prostorovou formou kultury, protože film (ze všech kulturních forem) nejvíce funguje a může být nejlépe uchopen pomocí organizace v prostoru: je tu prostor ve filmech – prostor záběru; prostor narativního prostředí; geografické vztahy mezi různými prostředími v určité filmové sekvenci; mapování žitého prostředí filmu; a filmy v prostoru – utváření žitého městského prostoru filmem jakožto kulturní praxí; prostorová organizace průmyslu na úrovni produkce, distribuce a předvádění; role filmu v rámci globalizace. (kurzíva MS)¹³⁹

„Film můžeme považovat,“ připomíná dále Shiel,

¹³⁶ Nemělo by smysl zabývat se definicí tohoto pojmu detailně. Uvedme si tedy alespoň jednu z definic, kterou nabídl George Ritzer. Globalizaci charakterizuje jako „celosvětové šíření praktik, rozšiřování vztahů mezi světadíly, organizaci společenského života na globální úrovni a růst sdíleného globálního vědomí.“ RITZER, George. *The Globalization of Nothing*. Thousand Oaks, Calif.: Pine Forge Press, 2004. ISBN 07-619-8807-6, s. 72.

¹³⁷ SHIEL, Mark a Tony FITZMAURICE. *Cinema and the City: Film and Urban Societies in a Global Context*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd, 2001. ISBN 0-631-22244-8.

¹³⁸ SHIEL, Mark, ref. 13.

¹³⁹ SHIEL, Mark, ref. 13, s. 5.

z hlediska organizace za jedno z prvních skutečně globalizovaných odvětví průmyslu, a lze také dodat, že byl dlouhou dobu významnou součástí globalizace jakožto procesu integrace a homogenizace.¹⁴⁰

At' už mluvíme o amerikanizaci nebo globalizaci, Spojené státy hrají v tomto procesu klíčovou roli:

Silně disproporční nadvláda Spojených států historicky v mnoha oblastech kultury, ekonomiky a politiky byla málokdy patrnější a zřetelnější než v nadvládě hollywoodské kinematografie, která je již celá desetiletí vnímána jako hrozba individuálním národním a regionálním kulturám.¹⁴¹

Shiel z této skutečnosti vyvozuje, že obor filmových studií a sociologie nacházejí společný předmět zájmu:

Je-li jedním z hlavních problémů sociologie, zejména tváří tvář globalizaci (amerikanizaci), schopnost nebo neschopnost sociálních skupin vypořádat se nebo vzdorovat (buď lokálně, nebo globálně) dominantním sociálním strukturám, institucím nebo kulturám, pak filmová studia řeší obdobný problém, nakolik jsou historicky a geograficky různorodé typy kinematografie – řekněme americký undergroundový film, evropský umělecký film, kinematografie zemí Třetího světa – schopny vypořádat se nebo vzdorovat dominanci a rozšíření Hollywoodu a americké populární kultury obecněji.¹⁴²

Globalizace se přitom projevuje v kinematografii v mnoha ohledech: v první řadě v homogenizované programové nabídce kin, jak naznačuje Shiel, dále v působení nadnárodního kapitálu, ale i v architektonických rysech, vlivu na charakter měst a jejich zakoušení a v propojování různých druhů konzumování.

¹⁴⁰ SHIEL, Mark, ref. 13, s. 10.

¹⁴¹ SHIEL, Mark, ref. 13, s. 10–11.

¹⁴² SHIEL, Mark, ref. 13, s. 11.

Druhým sborníkem tematicky spojujícím kinematografii a město je publikace *Global Cities: Cinema, Architecture, and Urbanism in a Digital Age* (2003),¹⁴³ sestavený Lindou Krauseovou a Patricem Petrem. Některé zde uvedené studie věnují pozornost reprezentaci měst ve filmu, avšak jiné se zabývají vlivem globalizace na města, kteréžto téma koresponduje s tématem předkládané práce. Saskia Sassenová ve svém příspěvku „Reading the City in a Global Digital Age: Between Topographic Representation and Spatialized Power Projects“ vysvětluje, jak se politické mocenské projekty proměňují v globálních městech vlivem digitalizace, ale globalizace podle ní současně dovoluje utlačovaným skupinám, aby byly viděny.¹⁴⁴ Vysvětluje, že způsoby, jimiž politická, náboženská nebo ekonomická moc uspořádává prostor, lze mimo jiné rozpoznávat „v segregaci skupin populace, které mohou být následně snadněji utvářeny jako levná pracovní síla, nebo jako lidé disponující finančním přebytkem.“¹⁴⁵ Klíčová je pro nás též esej Jennifer Jordanové „Collective Memory and Locality in Global Cities“,¹⁴⁶ která v návaznosti na další autory vysvětluje na příkladu dvou měst, San Diega a Berlína, jak vnímání města ovlivňuje kolektivní paměť. Jordanová se zabývá problematikou dvou typů míst, které podle ní existují vedle sebe v současných globalizovaných městech:

*Místo (place) je oproti prostoru (space) konfigurací s určitými kvalitami a specifickou historií. Patří k němu i vědomí jedinců, že jsou v dané lokalitě zakořeněni, a své vzpomínky vztahují ke konkrétnímu fyzickému a kulturnímu prostředí.*¹⁴⁷

¹⁴³ KRAUSE, Linda a Patrice PETRO (eds.). *Global Cities: Cinema, Architecture, and Urbanism in a Digital Age*. New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press, 2003. ISBN 08-135-3276-0.

¹⁴⁴ SASSEN, Saskia. Reading the City in a Global Digital Age: Between Topographic Representation and Spatialized Power Projects. In: KRAUSE, Linda a Patrice PETRO (eds.). *Global Cities: Cinema, Architecture, and Urbanism in a Digital Age*. New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press, 2003, s. 15–30. ISBN 0813532760.

¹⁴⁵ SASSEN, Saskia, ref. 144, s. 16.

¹⁴⁶ JENNIFER, Jordan. Collective Memory and Locality in Global Cities. In: KRAUSE, Linda a Patrice PETRO (eds.). *Global Cities: Cinema, Architecture, and Urbanism in a Digital Age*. New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press, 2003, 31–48. ISBN 0813532760.

¹⁴⁷ JENNIFER, Jordan, ref. 146, s. 31.

Různí teoretici naznačenou distinkci konceptualizují binárními opozicemi termínů jako „place“ a „placelessness“ (Edward Relph), „lieu“ a „non-lieu“ (Marc Augé) a „place“ a „space“ (Jennifer Jordanová). Vymezení těchto opozic je v zásadě podobné. Na jedné straně stojí prostory, které jsou podle Relpha

*plné významů, skutečných předmětů a kontinuálních aktivit. Jsou důležitým zdrojem individuální a společenské identity a často opravdovými centry lidské existence, k nimž mají lidé hluboká emocionální a psychologická pouta.*¹⁴⁸

Proti nim stojí

*prostředí bez významných míst a osobních vztahů, které by jim význam přisoudily. Rozprostírá se do nejhlubších úrovní místa, přesekává spojení s kořeny, narušuje symboly a nahrazuje diverzitu uniformitou.*¹⁴⁹

Augé ve své práci uvádí, že „místa mají přinejmenším tři společné vlastnosti. Chtějí být naplněny (chceme, aby byly naplněny) identitou, vztahy a historií.“¹⁵⁰ Následně vymezuje distinkci mezi místy (lieux) a ne-místy (non-lieux) takto: „Je-li místo charakteristické identitou, vztahy a historií, pak prostor bez identity, vztahů a historie představuje definici ne-místa.“¹⁵¹ U všech zmíněných autorů jde především o to, jakým způsobem se lze vztahovat k prostředí, jaké vlastnosti v něm lze rozpoznávat a jaká historie a vzpomínky se k němu váží. Multikina v tomto kontextu spadají hypoteticky vzhledem ke svým unifikovaným architektonickým a designovým charakteristikám a neexistenci historického zakořenění mezi „ne-místa“, zatímco tradiční jednosálová kina můžeme vnímat jako „místa“, na což upozornil výše citovaný Robert Bargel. Charakteristika multikin jako globalizovaných a unifikovaných objektů bývá přitom spojována s charakterem produkce, která se v nich hraje: Multikino, tvrdí Jancovich a

¹⁴⁸ Citováno v RITZER, George, ref. 136, s. 39.

¹⁴⁹ Citováno v RITZER, George, ref. 136, s. 39.

¹⁵⁰ AUGÉ, Marc. AUGÉ, Marc. *Non-lieux: introduction à une anthropologie de la surmodernité*. Paris: Seuil, 1992. ISBN 20-201-2526-9, s. 69.

¹⁵¹ AUGÉ, Marc, ref. 150, s. 100.

Faireová, „se často vyobrazuje jako místo masové a nediferencované konzumpce, zatímco artová kina figurují jako místa nabízející rozmanitost a distinkci.“¹⁵²

Ještě jeden aspekt globalizace v souvislosti s multikinými je třeba zmínit. Situovanost českých multikin v nákupních centrech je charakteristická umístěním sálů v prostoru těchto center. Sály jsou obvykle situovány v horních patrech nákupních center společně s rychloobslužnými restauracemi, zatímco obchody jsou umístěny pod nimi.¹⁵³ Takováto konstrukce objektů nutí diváka, aby musel kolem výloh projít a „láká“ ho k nakupování. To však nemusí nutně znamenat, že se návštěvník kina stane vždy nakupujícím. John Fiske v knize *Reading the Popular* (1989)¹⁵⁴ upozorňuje na určitou rezistenci, kterou uplatňují návštěvníci nákupních center vůči záměrům provozovatelů obchodů. V návaznosti na další autory odhaduje, že se zhruba 80–90 procent nových výrobků prodávaných v nákupních centrech neuchytí na trhu, návštěvníci si tak v daném prostoru zachovávají velkou míru svobodného rozhodování.¹⁵⁵ Můžeme se však domnívat, že studie týkající se australského prostředí z přelomu osmdesátých a devadesátých let nemusí popisovat adekvátně situaci v současné České republice. Situovanost multikin v nákupních centrech s sebou nicméně v souvislosti s Fiskeho prací přináší otázku svobody jejich návštěvníků.

1.6 Digitalizace

Proces digitalizace kin zpočátku vůbec neměl být předmětem této práce, ale během několika málo let se stal natolik významným fenoménem, že se mu v pojednání o multikinech nelze vyhnout. Digitalizace začala v oblasti produkce (zařazováním digitálně upravených scén do některých filmů), pokračovala nástupem digitálního zvuku a v současnosti vrcholí nahrazováním 35mm promítaček v kinech digitálními projektory, systémy trojrozměrného promítání a

¹⁵² JANCOVICH, Mark a Lucy FAIRE, ref. 118, s. 199.

¹⁵³ Takovéto uspořádání však není vždy pravidlem, jak ukázala osobní návštěva multikin například v Belgii, Německu, na Islandu, ve Švédsku či v Rumunsku.

¹⁵⁴ FISKE, John. *Reading the popular*. London: Routledge, 1991, ISBN 04-150-7875-X.

¹⁵⁵ FISKE, John, ref. 155, s. 14.

přímými přenosy divadelních představení a sportovních událostí. Ještě před několika lety neměla česká kina jedinou digitální promítačku, později k nám pronikly digitální projektory s nižší kvalitou rozlišení, tzv. 2K. V současnosti je celá řada sálů vybavena promítací technologií s rozlišením 4K a schopností promítat třírozměrné filmy. Tím však vývoj jistě nekončí a z hlediska historického výzkumu bude výhodné počkat přinejmenším na dovršení procesu digitalizace českých kin. Přesto se digitalizace natolik významně objevuje v diskurzech o multikinech, že ji nemůžeme pominout.

Ač bylo napsáno o multikinech mnoho z nejrůznějších úhlů pohledu, technika spojená s tímto druhem kin (například specifický způsob promítání oproti promítačkám v tradičních kinosálech¹⁵⁶) v odborných filmologických textech často zmiňována nebývá. Lze to přičíst obecným problémům spojeným s výzkumem filmové techniky. Pavel Skopal, editor tematického čísla *Illuminace* s monotematickým zaměřením *Technika a technologie v dějinách médií*, poznamenal:

*O filmové technice se bádá, píše i čte poměrně obtížně – zvláště pokud se pohybujeme v oboru kulturních a sociálních dějin filmu či médií. [...] Základním principům kinematografické techniky lze sice porozumět celkem lehce, ale když sestoupíme na úroveň konkrétních vynálezů, inovací a jejich zavádění do praxe, můžeme brzy narazit na limity svých současných znalostí chemie, optiky, elektroakustiky či výpočetní techniky.*¹⁵⁷

S tím souvisí otázka, zda vůbec tento typ bádání do oblasti filmových studií patří. Skopal k tomu dodává:

Jakmile se historik v dobových přístrojích a jejich způsobech použití jakž takž zorientuje a zasadí si je do náležitého kontextu, vyvstane před ním další, neméně obtížný úkol: Jak závěry výzkumu vtělit do

¹⁵⁶ Viz ČADA, Karel a Jan Hanzlík, ref. 24.

¹⁵⁷ SKOPAL, Pavel. Editorial. *Technika a technologie v dějinách médií. Illuminace*. 2007, roč. 19, č. 4, s. 27–28. ISSN 0862-397X, s. 27.

*textu, který nejenže zachytí a vysvětlí všechny uzlové body technického vývoje, ale zároveň udrží pozornost čtenáře, jež zajímají spíše významy, důsledky a fantazie, které techniku obklopují, než ona sama?*¹⁵⁸

Tyto důvody možná mohou vysvětlovat, proč obor filmových studií doposud spíše opomíjel i fenomén digitalizace. Dalším důvodem jistě může být i fakt, že digitalizace je v oblasti promítání relativně novou záležitostí, kterou je zatím obtížné vyhodnotit. V jiných typech diskurzu – ve zpravodajství, populárněji pojatých periodikách, jako je například *Cinepur* a v dokumentech Ministerstva kultury České republiky, které digitalizaci kin v jisté míře koordinuje a financuje – se však objevuje pravidelně. Pokud se už někdo vyjadřuje k digitalizaci v čistě odborných publikacích, pak jde spíše o aktéry angažované ve filmovém průmyslu.

Velmi vlivnou studii k problematice digitalizace představuje text Johna Beltona „Digitální technologie ve filmu – nepravá revoluce“ (2002). Autor zpochybňuje význam digitalizace ve vztahu k předchozím technologickým inovacím v oblasti filmu (nástupu zvukového, barevného nebo širokoúhlého filmu):

Jestliže byla revoluce započatá v hollywoodských laboratořích speciálních efektů dovršena digitalizací projekce, pak stěží mohlo jít o technologickou revoluci souměřitelnou s převratnými vynálezy, s nimiž je srovnávána. Není vlastně zcela jasné, v jakém smyslu tu vůbec jde o technologickou revoluci. Je pravda, že znamená fatální hrozbu pro dominantní postavení 35mm filmu, který je už více než sto let stěžejním formátem filmového průmyslu. Není však revoluční ve stejném smyslu jako ostatní z výše uvedených technologických revolucí. Digitální projekce ve své dnešní podobě nijak netransformuje povahu prožitku filmového diváka. Obecnostvo sledující digitální projekci nebude vnímat film jinak, na rozdíl od diváků, kteří poprvé uslyšeli filmový zvuk, uviděli barevný film nebo se

¹⁵⁸ SKOPAL, Pavel, ref. 157.

*seznámili se širokoúhlým promítáním či stereofonním ozvučením. [...] Nabízí se nám tu prostě jen cosi potenciálně ekvivalentního projekci tradičního 35mm filmu.*¹⁵⁹

Protože již od nástupu digitalizace uplynulo několik let, pokusíme se vývoj digitalizace v českém prostředí, alespoň okrajově popsat v souvislosti s multikiny a vyhodnotit na vybraném materiálu Beltonovu tezi.

Tématem, které s digitalizací souvisí a ovlivňuje dramaturgii kin, je takzvaný *alternativní obsah*, tedy přímé přenosy kulturních a sportovních událostí do kin. Ani zde nenalezneme mnoho odborných filmologických textů, které by se na tuto problematiku zaměřovaly, byť populárnější a profesní časopisy této problematice pozornost věnují. Zajímavý je například článek „Opera & ballet at the cinema“ uveřejněný bez uvedení autora v časopisu *Cinema Technology* (2009),¹⁶⁰ který popisuje okolnosti vzniku přímých přenosů operních a baletních představení. Ukazuje mimo jiné, že tyto přenosy navazují na tradici živých rozhlasových vysílání z newyorské Metropolitní opery do celého světa a že dochází k netradiční spolupráci velkých operních domů s filmově-distribučními společnostmi (například mezi londýnským Royal Opera House a kanadskou distribuční společností DigiScreen, která má na starosti záznam představení na DVD i přímé přenosy do kin).¹⁶¹ Článek zdůrazňuje paradoxní spojování aktérů filmového průmyslu, kteří se ze všeho nejvíc snaží vytěžit blockbustery typu série filmů o Jamesi Bondovi, s provozovateli operních domů, kterým se snaží uvádět výrazně jiný typ produkce. Z tohoto typu textů je patrná velká nejistota ohledně budoucího vývoje kin, byť se ukazuje, že alternativní obsah (zejména přenosy oper) má u diváků úspěch a bude zřejmě i v budoucnosti běžnou součástí programu.

Multikina byla digitalizována i v jiném ohledu, než v oblasti promítací technologie: vstupenky lze kupovat přes internet, pokladny v multikinech jsou

¹⁵⁹ BELTON, John. Digitální technologie ve filmu – nepravá revoluce. *Illuminace*. 2007, roč. 19, č. 4, s. 43–59. ISSN 0862-397X, s. 48–49.

¹⁶⁰ Opera & ballet at the cinema. *Cinema Technology*. 2009, roč. 22, č. 22, s. 44–48. ISSN 0995-2251.

¹⁶¹ Opera & ballet at the cinema, ref. 160, s. 46–47.

vybavené počítačovými systémy a programy kin jsou strukturovány pomocí počítačových programů. Jehoshua Eliashberg zmiňuje počítačový program SILVERSCREENER, který počítá nejvýnosnější uspořádání filmů v jednotlivých sálech multikina na základě úspěšnosti těchto filmů v prvních dnech.¹⁶² V tomto smyslu počítačová technika a technologie přebírají v jisté míře profesi dramaturga kina, což by jistě mohlo být zajímavým výzkumným tématem. Plánované rozhovory s manažery multikin se však nepodařilo realizovat, proto jsme od podrobnějšího prozkoumání této problematiky upustili.

¹⁶² ELIASHBERG, Jehoshua. The Film Exhibition Business: Critical Issues, Practice, and Research. In: MOUL, Charles C. *A Concise Handbook of Movie Industry Economics*. New York: Cambridge University Press, 2005, s. 138–162. ISBN 05-218-4384-7.

2. Metodologie a data

2.1 Analýza diskurzu jako metoda výzkumu

Metodologicky navazujeme na směr výzkumu, který bývá spojován se jménem francouzského teoretika Michela Foucaulta a který se souhrnně označuje jako „analýza diskurzu“ nebo „diskurzí analýza“ (z francouzského „analyse du discours“ či anglického „discourse analysis“). Pod tímto termínem se však neskrývá jediná jasně vymezená metoda, ale široké spektrum příbuzných metod. Samotný pojem „diskurz“ bývá definován různě. Foucault ho v jedné z definic vymezuje jako „skupinu výpovědí, které patří k jednomu systému formace.“¹⁶³ Jako příklady uvádí klinický diskurz, ekonomický diskurz, diskurz historie přírody či psychiatrický diskurz.¹⁶⁴ Nastíněná Foucaultova definice se nám však jeví být příliš obecnou a řada autorů navíc v souvislosti s Foucaultem upozorňuje na pojmovou a metodologickou nejednoznačnost v jeho díle.¹⁶⁵ Proto vycházíme spíše z Foucaultových následovníků – konkrétně se inspirujeme prací Charlese Aclanda. V jeho pojetí je diskurz „aktivně a performativně používaný jazyk, který se šíří a vytváří rozumění fenoménům.“¹⁶⁶ U této definice se zastavíme a upřesníme, jak konkrétně charakterizuje náš vztah ke zkoumanému materiálu. Předpokládáme, že v rámci společnosti se o multikinech píše či hovoří a je k tomu využíván jazyk, ať už v psané nebo mluvené formě. Adverbium „aktivně“ zdůrazňuje, že nejde o mechanický popis světa, ale o popis aktivně sestavovaný. Lidé fenomény nějakým způsobem zakoušejí, zpracovávají informace z vnějšího světa, které se těchto fenoménů týkají, a utvářejí si – vědomě či nevědomě a samostatně nebo pod vlivem jiných lidí – názor. Adverbium „performativně“ zdůrazňuje, že jazyk není užíván pouze k popisu stavu věcí (pravdivému či

¹⁶³ FOUCAULT, Michel. *Archeologie vědění*. Praha: Herrmann, 2002. ISBN 80-239-0124-9, s. 165.

¹⁶⁴ FOUCAULT, Michel, ref. 163, s. 165–166.

¹⁶⁵ Viz např. DVOŘÁKOVÁ, Pavla. *Proměna mediálního obrazu vysokoškolského vzdělávání v kontextu reformy vysokých škol*. Praha, 1998. Diplomová práce. Fakulta sociálních studií Masarykovy univerzity v Brně. Vedoucí práce Lucie Jarkovská. S. 28. Dostupné též z <http://is.muni.cz/th/274387/fss_m/Dvorakova_DP.pdf>.

¹⁶⁶ ACLAND, Charles, ref. 66, s. 9.

nepravdivému), ale že má jeho použití určité důsledky. Acland zde navazuje na práci filozofa jazyka Johna Austina, který rozlišuje výroky umožňující zkoumat jejich pravdivost či nepravdivost a výroky performativní, které něco vykonávají (a u nichž otázka po pravdivosti ztrácí smysl).¹⁶⁷ David Silverman nabízí následující příklad performativního použití jazyka, který přebírá od Austina:¹⁶⁸ na svatbě se odpovědí „Ano“ na dotaz „Berete si zde přítomnou?“ realizuje uzavření určité společenské smlouvy. Zda chtěl příslušný aktér ve skutečnosti říci „ne“, je zcela lhostejné a neochrání ho to před případným obviněním z bigamie.¹⁶⁹ Diskurz, vysvětluje Jonathan Potter, je „součástí sociální praxe.“¹⁷⁰ Gavin Kendall a Garry Wickham vyjadřují stejný předpoklad následovně: „Diskurzy jsou produktivní: lékařské diskurzy o ‚bláznovství‘ a ‚nerozumu‘ vytvářejí duševně nemocné, penologické diskurzy vytvářejí kriminálníky, diskurzy o sexu vytvářejí sexualitu atd.“¹⁷¹ Uvedení autoři se v tomto smyslu se domnívají, že viditelné věci a výpovědi se vzájemně ovlivňují.¹⁷² V našem případě jsou viditelnými věcmi multikina a výpověďmi mediální diskurz o multikinech.

Analýza diskurzu se zaměřuje na otázky týkající se výše uvedeného procesu. „V této výzkumné oblasti,“ vysvětluje Jiří Nekvapil,

jde o analýzu užívání jazyka – ať už v podobě promluv nebo textů –, o analýzu toho, co se tímto užíváním uskutečňuje, a to v různě širokých

¹⁶⁷ AUSTIN, Langshaw John. *Jak udělat něco slovy*. Praha: Filosofia, 2000. ISBN 80-700-7133-8, s. 22.

¹⁶⁸ AUSTIN, Langshaw John, ref. 168, s. 23.

¹⁶⁹ David Silverman nabízí následující příklad performativního aktu: Na svatbě se odpovědí „Ano“ na dotaz „Berete si zde přítomnou?“ realizuje uzavření určité společenské smlouvy. Zda ve skutečnosti příslušný aktér chtěl říci „ne“, je zcela lhostejné a neochrání ho to před případným obviněním z bigamie. SILVERMAN, David. *Interpreting Qualitative Data: Methods for Analysing Talk, Text, and Interaction*. 2nd ed. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications, 2003. ISBN 0761968655, s. 178.

¹⁷⁰ POTTER, Jonathan. *Representing reality: discourse, rhetoric and social construction*. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. ISBN 08-039-8411-1, s. 105.

¹⁷¹ KENDALL, Gavin a Gary WICKHAM, ref. 37, s. 25.

¹⁷² KENDALL, Gavin a Gary WICKHAM, ref. 37, s. 25.

„sociálních kontextech“, včetně toho, jaké sociální faktory konkrétní užití jazyka vůbec umožňují.¹⁷³

Česká autorka Dana Řeháčková příhodně shrnuje předpoklady a charakter diskurzní analýzy (na základě prací Alana McKeeho, Louise Philipsové a Marianne Jorgensenové) následovně:

Diskurzní analýza jako jeden ze sociálněkonstruktivistických přístupů je založena na historickém a kulturním pojetí diskurzu jako určitého druhu sociálního jednání, který hraje roli ve vytváření sociálního světa (vědění, identit a sociálních vztahů) a v udržování určitých sociálních vzorců. [...] Tento přístup vychází z předpokladu, že v určité kultuře a v určitém čase máme k dispozici jen omezený počet rozumných či pravděpodobných reprezentací a interpretací světa, protože kultura, ve které žijeme, a jazyk,¹⁷⁴ kterému se učíme, vytváří limity toho, jak můžeme rozumět světu.¹⁷⁵

Takto obecně vymezená analýza diskurzu může být realizována řadou možných pracovních postupů. Acland, k jehož metodice se zde hlásíme, postupuje tak, že se ptá „jaké obrazy, implikace, myšlenky a metafory související s určitým tématem se objevují na různých místech a v různých médiích? Jaký typ opakování a redundance je zjevný?“¹⁷⁶ Pro potřeby výzkumu multikin volí jako materiál pro analýzu „různé mediální zdroje a žánry, včetně reklamy, novinových a časopiseckých článků a zpráv, úvodníků, firemních materiálů, vládních dokumentů a obchodních zpravodajů.“¹⁷⁷ Za součást diskurzu ovšem v jistém smyslu považuje i šíření amerického modelu kin do dalších částí světa, čímž míní

¹⁷³ NEKVAPIL, Jiří. Úvodem k monotematickému číslu „Analýza promluv a textů, analýza diskurzu“. *Sociologický časopis*. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2006, roč. 42, č. 2, s. 263–267. ISSN 0038-0288.

¹⁷⁴ Tvrzení, že jazyk formuje způsob, jakým rozumíme světu, vyjádřené v tzv. Sapir-Whorfově hypotéze, ovšem není přijímáno jednoznačně. Viz např. POTTER, Jonathan, ref. 170, s. 99–100.

¹⁷⁵ ŘEHÁČKOVÁ, Dana. Konstruování maskulinity v časopisech životního stylu pro muže. *Sociologický časopis*. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2006, roč. 42, č. 2, s. 291–327. ISSN 0038-0288, s. 294.

¹⁷⁶ ACLAND, Charles, ref. 66, s. 15.

¹⁷⁷ ACLAND, Charles, ref. 66, s. 20.

jak šíření multikin situovaných v nákupních centrech, tak šíření konkrétních aspektů americké praxe v oblasti distribuce a předvádění.

David Silverman uvádí, že s analýzou diskurzu jsou spojeny tři základní předpoklady o povaze analyzovaného materiálu a výzkumu samotného.¹⁷⁸ Pod pojmem *anti-realismus* rozumíme takový přístup, který zásadně odmítá popisy chápat jako pravdivé či nepravdivé ve vztahu ke „skutečnosti“. Analýza diskurzu zdůrazňuje způsob, jakým jsou různé verze světa, společnosti, událostí, ale i vnitřního psychologického světa utvářeny v rámci diskurzu. Ani my tedy nebudeme věnovat podrobnou pozornost tomu, zda jsou jednotlivé mediální výroky o multikinech pravdivé či nepravdivé, ač se nedomníváme, že lze vztah mezi diskurzem a skutečností zcela ignorovat.

Dalším důležitým pojmem, které s analýzou diskurzu spojuje Silverman, je *konstruktivismus*. Analýza diskurzu se zaměřuje na konstrukce, které ve svých popisech vytvářejí aktéři, a na to, jak je těchto konstrukcí dosaženo či jak jsou naopak narušovány. Vychází se zde z teorie, kterou předestřeli Peter L. Berger a Thomas Luckmann:

*Svět každodenního života není [...] pouze světem, který obyčejní členové společnosti pokládají za danou realitu při svém subjektivním a cílevědomém každodenním jednání. Je to také svět, který má původ v jejich myšlenkách a činnostech a který je těmito myšlenkami a činnostmi jako reálný udržován.*¹⁷⁹

Skutečnost v tomto pojetí není jednoduše daná, ale společně utvářená lidmi, jejich myšlenkami, činnostmi a sociálními interakcemi. V těchto interakcích hraje významnou roli jazyk, jeho „aktivní a performativní používání“. Jonathan Potter tento přístup užitečně osvětluje dvěma metaforami: metaforou zrcadla a metaforou staveniště, přičemž sociálně konstruktivistickou perspektivu reprezentuje

¹⁷⁸ SILVERMAN, David, ref. 169, s. 179.

¹⁷⁹ BERGER, Peter Ludwig a Thomas LUCKMANN. *Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999. ISBN 80-859-5946-1, s. 25.

metafora staveniště.¹⁸⁰ Povrch zrcadla odráží určitý soubor věcí, které jsou situovány před ním,

avšak v našem případě netvoří povrch zrcadla sklo, ale jazyk. Jazyk odráží, jaké věci jsou, prostřednictvím popisů, reprezentací a vysvětlení. Když tyto popisy, reprezentace a vysvětlení kolují po světě, mohou být považovány za spolehlivé a skutečné, nebo je může zrcadlo naopak rozmazat a pokřivit, jedná-li se o lži a omyly.¹⁸¹

Metaforu staveniště lze dle Pottera aplikovat na problematiku popisu světa na dvou úrovních:

Na první úrovni se předpokládá, že popisy a vysvětlení konstruují¹⁸² svět, či přinejmenším verze světa. Na druhé úrovni se předpokládá, že tyto popisy a vysvětlení jsou samy o sobě konstruovány. Mluvíme-li o konstruování,¹⁸³ pak se tím naznačuje možnost, že dochází k výrobě a montáži, výsledná stavba může mít tu, či onu strukturu a při stavbě také mohou být použity různé materiály. Slovem konstruovat se zdůrazňuje, že popisy jsou vykonávány lidmi a mohly by být i jiné, než jaké jsou. S odrazem v zrcadle toho nelze mnoho provést; zrcadlo lze umýt a zajistit, aby byl povrch rovný a hladký. To vše se ale vztahuje pouze k pasivní schopnosti zrcadla přijímat obraz. Když však lidé konstruují dům, může mít tři komíny a mnoho oken, nebo žádný komín a sadu francouzských dveří. Lze ho postavit z betonu, cihel nebo nosníků a skla a může být velmi pevný nebo křehčí. (kurzíva JP)¹⁸⁴

Zaujmeme-li perspektivu odpovídající metafoře staveniště, pak předpokládáme, že

¹⁸⁰ POTTER, Jonathan, ref. 170, s. 97–99.

¹⁸¹ POTTER, Jonathan, ref. 170, s. 97.

¹⁸² Metafora je založena na dvojitě významu anglického slova „construct“, které znamená „konstruovat“, ale také „stavět“, odtud také metafora „staveniště“. V českém překladu tato metafora příliš jednoznačně nevyzní.

¹⁸³ Lépe řečeno „stavbě“.

¹⁸⁴ POTTER, Jonathan, ref. 170, s. 97–98.

[r]ealita vstupuje do lidského konání skrze kategorizace a popisy, které jsou součástí tohoto konání. Svět není předem kategorizovaný Bohem nebo přírodou způsobem, jenž bychom byli všichni nuceni přijmout. Je konstituován tím či oním způsobem, když o něm lidé mluví, píší či se o něm přou. (kurzíva JP)¹⁸⁵

Nelze říci, která z uvedených perspektiv postihuje pravdivěji způsob, jakým je jazyk lidmi používán. Pro naše záměry je nicméně užitečnější přijmout druhou z nich, protože nám dovolí prozkoumat, jak dochází ke stavbě „domu“, které „materiály“ jsou použity a jaké jsou důsledky „stavby“.¹⁸⁶ Při promyšlení důsledků této perspektivy narážíme na neodbytnou otázku, kde přesně se nachází hranice mezi konstruováním a popisem. A především: proč se tato práce prezentuje jako popis, zatímco jiné texty uchopuje jako konstrukce. Zde nám nezbyvá než přiznat, že tuto hranici stanovujeme uměle, a to ve vztahu k materiálu, který chceme analyzovat. Přivádí nás to však k dalšímu důležitému pojmu, který tento problém alespoň částečně řeší.

Tímto pojmem – a dalším důležitým rysem analýzy diskurzu – je *reflexivita*. Pakliže je svět konstituován, když o něm lidé mluví, píší či se o něm přou, musí stejný princip fungovat i v odborných textech nebo v přednáškách na vědeckých konferencích. Aniž bychom chtěli vědomí reflexivity hnát do krajnosti (a dostat se tak do pozice, z níž není možno zkoumat nic), je třeba mít na paměti, že tento text byl ovlivněn teoretickou literaturou a osobními zkušenostmi s návštěvami multikin. Tyto aspekty není možné zcela eliminovat. Práce je jen určitou verzí světa, nikoliv objektivním popisem skutečnosti. Pro výzkum z toho plyne především povinnost co nejpoctivěji a nejexplicitněji zaznamenat výchozí pozice, které se do analýzy a interpretace promítají. Intence foucaultovského výzkumu nás vedou k tomu, abychom se v co největší míře zdrželi všech soudů kromě

¹⁸⁵ POTTER, Jonathan, ref. 170, s. 97–98.

¹⁸⁶ POTTER, Jonathan, ref. 170, s. 98.

našich vlastních, jichž jsme si vědomi, byť samozřejmě tento cíl není zcela dosažitelný.¹⁸⁷

Vědomí předchozích charakteristik analýzy diskurzu nám v případě práce s denním tiskem mimo jiné umožňuje vyvarovat se největšího nebezpečí: že bychom podcenili vlivy, které působí při utváření novinových textů, a které shrnuly Barbara Lášticová a Magda Petrjánošová:

Napriek proklamovanej nestrannosti médií, uverejňované obsahy sú ovplyvňované na viacerých úrovniách. Nesporný je vplyv ľudí aktívnych v mediálnej branži, ktorí majú určitú moc rozhodovať o tom, čo a ako bude ponúknuté verejnosti. Tento vplyv redaktorov, editorov, komentátorov a vydavateľov, ktorý súvisí s ich postojmi a vzdelaním, je menej skrytý ako ďalšie vplyvy, prevažne komerčného charakteru, ako napr. vplyv inzerentov a konkurentov a vplyvy názorové, a to jednak autorít, odborníkov [...] a jednak publika (resp. skôr všeobecne zdieľaných záujmov a názorov publika, ako ich novinári odhadujú).¹⁸⁸

V předkládaném textu přebíráme Aclandův přístup k výzkumu multikin. Podobně jako on se tedy budeme zabývat tím, co se ve zkoumaném materiálu týkajícím se multikin pravidelně opakuje, a to se pokusíme interpretovat a vztáhnout k nastíněným teoretickým koncepcím. Na druhou stranu s Aclandem nemůžeme sdílet široké rozpětí využitých zdrojů a silné zaměření na interní fungování kinematografického průmyslu. V České republice nejsou ve velké míře dostupná média typu časopisu *Variety*, které by popularizovaly filmový průmysl a utvářely systematický diskurz vztahující se k vnitřnímu prostředí filmového průmyslu. Stejně tak nejsou k dispozici potřebné obchodní zprávy a firemní materiály týkající se provozu multikin. (Komerční společnosti tyto materiály poskytují

¹⁸⁷ KENDALL, Gavin a Gary WICKHAM, ref. 37, s. 13.

¹⁸⁸ LÁŠTICOVÁ, Barbara a Magda PETRJÁNOŠOVÁ. Analýza tlače: Významy, záujmy, sociálne praktiky. In: PETRJÁNOŠOVÁ, Magda, Radomír MASARYK a Barbara LÁŠTICOVÁ. *Kvalitatívny výskum vo verejnom priestore: Príspevky zo 7. česko-slovenskej konferencie Kvalitatívny prístup a metódy vo vedách o človeku*. Bratislava: Kabinet výskumu sociálnej a biografickej komunikácie SAV a Pedagogická fakulta Univerzity Komenského v Bratislave, 2008, s. 131–135. ISBN 978-80-900981-9-0, s. 131.

neochotně nebo vůbec). Navíc nás nezajímají jen „filmoví fanoušci“, ale česká společnost jako taková. Materiál, který budeme analyzovat, byl tedy zvolen odlišně vzhledem k našim specifickým cílům a k tomu, co je v České republice dostupné.

2.2 Data pro analýzu

Chceme-li zjistit, jaká témata jsou s multikiny spojována a z jakých perspektiv a názorových hledisek je na ně nahlíženo, nabízí se jako vhodný materiál ke zkoumání masová média. Teoretik masové komunikace Dennis McQuail spatřuje jejich význam v následujících aspektech. Masová média jsou podle něj v první řadě „**zdrojem moci** – potenciálním prostředkem vlivu, ovládnutí a prosazování inovací ve společnosti,“ dále pak také

*významným **zdrojem** výkladů sociální reality a představ o ní; proto jsou média také místem, kde jsou konstruovány, ukládány a nejviditelněji vyjadřovány změny v kultuře a hodnotách společností a skupin. (zvýraznil DM)¹⁸⁹*

Protože nás zajímá právě to, jak je, slovy McQuaila, určitá inovace prosazována ve společnosti, jak jsou změny spjaté s kulturní zkušeností návštěvy kina „konstruovány, ukládány a vyjadřovány“, jsou masová média pro naše záměry zdrojem klíčových informací. Z masových médií je pro tuto práci v mnoha ohledech nejvhodnější denní tisk. Jednak je prostřednictvím mediálních databází materiál z denního tisku snadno dostupný, jednak představuje masové médium s významným zásahem. Podle výzkumu *Media projekt* realizovaného Unii vydavatelů mají například deníky vyšší dosah než televize ČT1, ČT2, Prima a Nova v prime-timu dohromady:

¹⁸⁹ MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 3. Praha: Portál, 2007, 447 s. ISBN 978-807-3673-383, s. 21.

Nejnovější data z výzkumu Media projekt za 4. čtvrtletí 2011 a 1. čtvrtletí 2012, zveřejněná ve čtvrtek 10. května 2012 ukázala, že zásah tiskových titulů v české populaci zůstává stále vysoký. Nejméně jeden deník si v posledních 14 dnech přečetlo 66,7 % populace, tj. více než 5,9 mil. osob ve věku 12–79 let. [...] Skupina denního tisku zůstává nadále stabilní a pořadí titulů se dlouhodobě nemění. Nejčtenějším celostátním deníkem je Blesk (1,244 mil. čtenářů na vydání) následovaný MF DNES (797 tis. čtenářů) a Právem (384 tis. čtenářů).¹⁹⁰

Přes rychlý rozvoj nových médií, zejména digitálních, deníky nadále zasahují širokou část populace a mohou mít v tomto smyslu potenciálně velký vliv na konstruování různých fenoménů ve společnosti. Z těchto důvodů se část dizertace zaměří právě na denní tisk. Roli denního tisku chápeme ve smyslu, který předestřely Magda Petrjánošová a Barbara Lášticová v návaznosti na práci Anny Triandafyllidouvé: „tlač nereprezentuje veřejnou mienku, ale je diskurzívnou arénou, v ktorej sa vyvíja politická aj verejná debata a formujú osobné názory a postoje“¹⁹¹ Rešerše článků byla usnadněna využitím mediálních databází.¹⁹² Počet multikin v České republice v posledních letech rychle rostl, není proto možné zpracovat podrobně prameny vztahující se ke všem multikinům v českých městech, respektive nutně musí dojít k výběru konkrétního materiálu relevantního pro naše záměry. V rámci oddílu věnovaného analýze mediálního diskurzu proto práce nabízí dva přístupy. První část se zaměřuje na diskurz spojený s nástupem multikin v České republice obecně. Vzhledem k šíři tématu zde však nezbytně

¹⁹⁰ UNIE VYDAVATELŮ, ASOCIACE KOMUNIKAČNÍCH AGENTUR, ASOCIACE REKLAMNÍCH AGENTUR a SDRUŽENÍ KOMUNIKAČNÍCH A MEDIÁLNÍCH ORGANIZACÍ V ČESKÉ REPUBLICE. Tisková zpráva Unie vydavatelů, 10. května 2012. In: *Unie vydavatelů* [online]. 2012 [cit. 2012-08-06]. Dostupné z: <<http://www.unievychdavatelu.cz/Upload/1000.pdf>>.

¹⁹¹ PETRJÁNOŠOVÁ, Magda a BARBARA LÁŠTICOVÁ. Nesem vám noviny, poslouvejte: metodologické úskalí analýzy tlače. In: ŘEHAN, Vladimír a Matuš Šucha. *Kvalitativní přístup a metody ve vědách o člověku VI: Vybrané aspekty teorie a praxe*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta 2007, s. 129–139. ISBN 978-80-900981-9-0, s. 130. Dostupné též online: <http://www.upol.cz/fileadmin/user_upload/Veda/AUPO/Psychologica_37-sup.pdf>.

¹⁹² S mediálními databázemi jsou spojeny některé výhody a nevýhody, podrobněji tuto problematiku rozebírá následující kapitola.

došlo k velké redukci zpracovávaných dat jen na určitá období a vybraná média. V druhé části byla jakožto případová studie zvolena dvě konkrétní multikina, která se práce snaží analyzovat podrobněji v plné šíři nabízejícího se materiálu.

Dalším okruhem dokumentů, které zahrneme do analýzy, jsou texty produkované veřejnou správou. Veřejná správa by měla mimo jiné zajišťovat přístup občanů ke kulturnímu bohatství, který je deklarován například v *Listině základních práv a svobod*.¹⁹³ Multikina jsou v tomto ohledu zajímavým prvkem, neboť slučují kulturu s komerčními aktivitami (nákupními centry). Chtěli jsme tedy zjistit, jak se veřejná správa k těmto objektům stavěla. Na úrovni státu jsme využili nejrůznější materiály produkované a zprostředkované Ministerstvem kultury České republiky, které ovlivňuje filmový průmysl (včetně oblasti předvádění) například prostřednictvím grantů a vypracovává zprávy vztahující se k této oblasti. Diskurz komunálních úřadů byl v analyzovaném korpusu textů reprezentován měsíčníkem vydávaným radnicí konkrétní lokality, v němž komunální úřady prezentují místním obyvatelům svou práci, novinky z dané lokality a záměry do budoucna. Jedná se o lokalitu, kde jsou situována dvě zvolená multikina.

Třetí okruh analyzovaných dokumentů pochází z oblasti filmového průmyslu. V první řadě jde o detailní programy dvou zvolených multikin. Vedle mediálního diskurzu a diskurzu komunální politiky týkajícího se těchto multikin tak budeme pracovat s nabídkou filmů vytvářenou samotnými multikiny. Na rozdíl od předchozích dvou okruhů dokumentů zkoumaných kvalitativně orientovanou analýzou diskurzu zde využijeme spíše kvantitativní analýzu. Pokusíme se nabídku filmů kategorizovat, postihnout rozdíly mezi dvěma multikiny provozovanými různými společnostmi a vztáhnout jejich program k diskurzu denního tisku a veřejné správy. Programy pro tuto analýzu poskytli pracovníci sledovaných multikin. Údaje týkající se filmů byly převzaty z časopisu *Filmový*

¹⁹³ Usnesení předsednictva České národní rady ze dne 16. prosince 1992 o vyhlášení Listiny základních práv a svobod jako součásti ústavního pořádku České republiky. Ústavní zákon č. 2/1993 Sb. ve znění ústavního zákona č. 162/1998 Sb. [online]. [cit. 2012-08-06]. Dostupné z internetových stránek Poslanecké sněmovny ČR: <<http://www.psp.cz/docs/laws/listina.html>>.

přehled, který podrobně mapuje českou filmovou distribuci. Řadu zajímavých údajů bylo možné získat také z internetových stránek *Unie filmových distributorů* či od bývalé tajemnice UFD Anny Černé. Menší množství informací bylo převzato z internetových stránek společností provozujících multikina.

2.2 Analýza diskurzu a využití mediálních databází

Petrjánošová a Lášticová upozornily na to, že metodologické práce v oblasti kvalitativních výzkumných metod se výhradně na analýzu tisku obvykle nezaměřují. Pokud lze z něčeho vycházet, pak nikoliv z metodologických prací, ale ze samotných realizovaných výzkumů.¹⁹⁴ Samy autorky se analýzou novinových článků systematicky zabývají a nabídly několik zajímavých postřehů. V návaznosti na ně bude nejprve kriticky vyhodnoceno využití zdrojů pro získání podkladů k analýze. Využití mediálních databází pro analýzu s nebou totiž nese určitá specifika, která je třeba osvětlit. V České republice jsou k dispozici dvě databáze – Newton IT a Anopress –, které nabízejí fulltextové vyhledávání v mnoha celostátních i regionálních médiích.

Jedním z klíčových problémů v takto orientovaném sběru dat je výběr zpracovávaného materiálu: jaké časové období pokrýt a jak velké množství zdrojů využít. „Autori sa buď zameriavajú na krátké časové obdobie a veľké množstvo zdrojov [...], alebo na dlhšie časové obdobie a obmedzený počet zdrojov.“¹⁹⁵ V této práci využijeme oba přístupy k volbě materiálu. Pokusíme se prozkoumat diskurz o multikinech z obecnější perspektivy v rámci celé České republiky. Abychom redukovali počet zpracovávaných článků na únosnou mez, zvolíme si konkrétní roky, které byly pro nástup multikin v českém prostředí klíčové. Dále se zaměříme na konkrétní případ – dvě pražská multikina, abychom mohli zohlednit lokální vazby, které by mohly v širěji pojatém výběru dat propadnout úzkou mřížkou vzorkování. Výběr konkrétních multikin je veden snahou prověřit výzkumné otázky a hypotézy stanovené v úvodu. Dosažené výsledky v tomto případě sice nebude možno vztáhnout na celou Českou republiku, ba ani na celé

¹⁹⁴ PETRJÁNOŠOVÁ, Magda a Barbara Lášticová, ref. 191, s. 131.

¹⁹⁵ PETRJÁNOŠOVÁ, Magda a Barbara Lášticová, ref. 191, s. 131.

město, výhodou však bude podrobnější prozkoumání konkrétního případu. Protože článků vztahujících se ke zvoleným multikinům relativně je málo, můžeme prozkoumat články z delšího období.

Autorky vyhodnocují i některé další výhody a nevýhody využití mediálních databází. Mezi pozitiva získávání materiálu prostřednictvím mediálních databází Petrjánošová s Lášticovou řadí „rýchle a ľahké vyhľadávanie podľa kľúčových slov alebo dátumov“. Mediální databáze jsou v tomto smyslu schopny vyhledat relevantní články, jejichž shromažďování by v případě tištěných vydání zabralo mnohonásobně více času. Dalšími výhodami je „přístup k plnej elektronickej verzii článku“ a s tím spojené „ľahké a úsporne archivovanie“. Odpadají tedy práce spojené s kopírováním a uskladňováním zdrojových dokumentů. Souvisí s tím i „ľahšie kódovanie prostredníctvom softvéru na analýzu kvalitatívnych dát.“ Softwarové zpracování článků umožňuje nejen snadnější, ale i přesnější analýzu sledovaných fenoménů.

Autorky ale zmiňují i celou řadu problémů pramenících z takovéto metody sběru dat. Snadné vyhledávání článků podle klíčových slov má i svou stinnou stránku: „Vyhľadávanie podľa kľúčových slov môže viesť k priveľkej redukcii dát (známe nevýhody deduktívneho prístupu oproti induktívnemu).“¹⁹⁶ Jinými slovy, sítem mohou propadnout některé relevantní dokumenty, které by při podrobném zkoumání tištěných vydání deníků oku badatele neunikly. Databáze mohly vzniknout až s rozvojem a širokou dostupností potřebného technologického vybavení, z tohoto důvodu „elektronické databázy obsahujú dáta iba od určitého dátumu (zhruba 10 rokov dozadu).“ Databáze nemusí být kompletní, jejich úplnost je závislá na možnostech a schopnostech pracovníků společností, které mediální databáze vytvářejí a spravují: „v elektronických verziách novín a časopisov chýbajú niektoré články (kratšie, menej dôležité).“ Řadu podstatných informací mediální databáze neposkytují: „chýba informácia o veľkosti/ploche článku“, „chýba predstava o layoute – usporiadaní jednotlivých informácií na

¹⁹⁶ PETRJÁNOŠOVÁ, Magda a Barbara Lášticová, ref. 191, s. 132.

danej strane, veľkosť titulkov, atď“ a „chýbajú niektoré obrázky“. ¹⁹⁷ V prípade predkládané práce väčšinu z uvedených výhrad nemusíme brát v potaz. Pri vyhľadávani článků bylo využito postupně několik variant klíčových slov. Následně byla zvolena ta varianta vyhledávacích kritérií, která vyhledala materiál o zpracovatelném rozsahu a zároveň relevantní ve vztahu ke zkoumané problematice. Jakékoliv pokusy o rozšíření vzorku přitom vedly k tomu, že se v něm objevily nerelevantní články. Příliš velkou redukci dat řešíme tím, že se vedle obecné perspektivy zaměřujeme i na konkrétní lokalitu. Jak databáze Anopress, tak databáze Newton IT obsahují články od roku 1996, což je také rok, kdy v České republice vzniklo první multikino. Z hlediska zkoumané problematiky tedy toto časové omezení nepředstavuje problém. Namátkové srovnání několika ročníků několika novinových titulů s jejich archivací v mediálních databázích ukázalo, že databáze Newton IT obsahuje kompletnější archiv než databáze Anopress. Proto byla zvolena první uvedená databáze. Možnost, že nám některé kratší články unikly, považujeme za adekvátní kompromisní řešení vzhledem ke značnému urychlení práce. Chybějící informace – layout, plocha, kterou články zabírají, a obrázky vztahující se k nim – považujeme vzhledem k předmětu našeho zájmu za druhotné a budeme jim věnovat minimální pozornost.

¹⁹⁷ PETRJÁNOŠOVÁ, Magda a Barbara Lášticová, ref. 191, s. 132.

3. Historický vývoj multikin

Dříve než se pustíme do samotné analýzy českého prostředí, předestřeme zde alespoň ve stručnosti historický vývoj multikin v americkém, evropském a českém prostředí. Na několika stranách pochopitelně není možné popsat podrobně historii multikin ve všech zemích, kde byly až doposud šířeny. To však ani není cílem. Půjde nám spíše o postižení nejzajímavějších témat, která v souvislosti s vývojem multikin zahraniční badatelé doposud řešili. V zásadě zde tedy navazujeme na druhou kapitolu, ovšem materiál uspořádáváme nikoliv na základě jednotlivých publikací, ale na základě historie multikin, kterou citované publikace společně kumulativně utvářejí. Nejprve je však třeba vysvětlit, jak a proč v této kapitole pracujeme se zahraniční odbornou literaturou. Předpokládáme, že produkty vědy nestojí „mimo společnost, kulturu a historii.“¹⁹⁸ Soubor vědeckých textů představuje specifický příklad diskurzu, který by bylo možno podrobit analýze stejně dobře jako novinové články. Mnohé historické studie o kinech stavějí na stejnou úroveň informace získané z dobových novin, rozhovorů s provozovateli kin, archivních materiálů a jiných vědeckých textů. Na základě těchto dokumentů pak kompilují určitou verzi historie.¹⁹⁹ Lze tedy říci, že historie kin jsou konstruovány a konstruují realitu stejně jako jakýkoliv jiný diskurz. I kdybychom chtěli tvrdit, že vědecký diskurz vypovídá o realitě „lépe“ či „přesněji“, než novinové články, nelze ignorovat fakt, že vědecké studie si v konkrétním období a prostředí vybírají určitá témata a jiná nikoliv, věnují pozornost některým aspektům a jiným nikoliv, postupují určitým způsobem a jiným nikoliv, atd. Protože však vědecký diskurz není předmětem práce a navíc nás zajímá pouze české prostředí, budeme v následujícím historickém přehledu respektovat pravidla, kterými se uvedené texty řídí, aniž bychom zkoumali, jaká tato pravidla jsou a jak přesně tento diskurz operuje při konstruování reality (o tom již částečně byla řeč v kapitole 2). Jinými slovy, odborný diskurz o

¹⁹⁸ RESTIVO, Sal a Jennifer CROISSANT. Social Constructionism in Science and Technology Studies. In: HOLSTEIN, James A. a Jaber F. GUBRIUM. *Handbook of Constructionist Research*. New York: Guilford Press, 2008, s. 213–229. ISBN 9781593853051, s. 214.

¹⁹⁹ Viz např. ROCKETT, Kevin a Emer ROCKETT, ref. 59.

multikinech budeme prezentovat jako popis, nikoliv jako konstrukci, přestože se může takové rozhodnutí jevit jako nekonzistentní. Sledujeme tím dva cíle. Zprv, podobný přehled historického vývoje multikin dosud v českém jazyce nebyl publikován. Chceme tak alespoň částečně tuto mezeru zaplnit a českého čtenáře s vývojem seznámit. Zadruhé, zahraniční odborný diskurz o multikinech přinejmenším v některých ohledech předurčil naše uvažování o tématu. Mimo jiné předurčil způsob, jakým pojem multikino vymezujeme, a formulaci pracovních hypotéz. Abychom vyhověli požadavku reflexivity, o níž byla řeč výše, bude užitečné předestřít verzi historie multikin, která formovala naši práci. Vědomě vybíráme témata, která se nám subjektivně jeví jako nejzajímavější a nejinspirativnější. Vzhledem k rozsáhlé literatuře k tématu jiný postup ani volit nemůžeme. Zatímco severoamerickému kontextu se můžeme věnovat relativně podrobně, evropské prostředí je velmi rozmanité a komplexní zmapování vývoje v jednotlivých zemích by vydalo na samostatnou publikaci. Podrobněji se tedy zaměříme jen na vybrané příklady z Velké Británie a Irska. S tím je spojen jeden zjevný problém, na který musíme předem upozornit: není dost dobře možné zjistit, zda jsou konkrétní aspekty zmiňované v souvislosti s multikiny u jednotlivých zemí zmiňovány proto, že jsou v dané zemi zvláště významné, nebo jednoduše proto, že je za takové považoval konkrétní autor. Řešení tohoto problému nebudeme věnovat větší pozornost, podstatná je pro nás pouze otázka, nakolik je daný aspekt relevantní v domácích diskurzech o multikinech.

3.1 Vývoj multikin v americkém kontextu

V kapitole věnované vývoji amerických kin čerpáme především z práce Douglase Gomeryho, který popsal vývoj amerických kin uceleně v knize *Shared Pleasures: A History of Movie Presentation in the United States*. Historický přehled koncipovaný dle této knihy je doplněn informacemi z novějších studií. V meziválečném období patřilo provozování kin k rozkvétajícímu odvětvím obchodní činnosti, po druhé světové válce ale zaznamenala americká i evropská kina výrazný pokles počtu diváků. Počátky multikin bývají obvykle spatřovány

právě v tomto vývoji. Provozovatelé kin v severoamerickém prostředí zareagovali na úpadek návštěvnosti jako první. Gomery uvádí několik okolností, jejichž důsledkem se americký kinosektor postupně transformoval a stabilizoval,²⁰⁰ přičemž jedním z důsledků bylo právě rozšíření multikin. Zdůrazňuje, že nástup televize, tradičně považovaný za důvod poklesu návštěvnosti po druhé světové válce, nebyl ve skutečnosti jediným a ani hlavním důvodem, proč lidé přestávali navštěvovat kina. Příchod televize pravděpodobně způsobil eskalaci úpadku návštěvnosti kin, ale ten začal dle Gomeryho již v roce 1946, tedy přibližně pět let před tím, než mohla být televize považována za adekvátní konkurenci kin.²⁰¹ Výroba a distribuce v rámci majors²⁰² studií se musela vlivem antitrustového rozhodnutí v Případu Paramount v roce 1948 postupně oddělovat od provozování kin a odprodávání kin nástupnickým subjektům uvedlo tyto řetězce v mnoha případech do problémů. Po válce došlo k nárůstu porodnosti (baby boom), který trval až do roku 1964. Mladí lidé se museli věnovat rodině a investovali peníze do dětí, neměli proto dostatek času ani financí na návštěvy kin. Obyvatelé USA po válce utráceli více peněz za automobily, ledničky, pračky a sušičky, které pro ně nebyly v době ekonomické krize a ve válečném období dostupné. Především ale investovali do nových domů situovaných na okrajích měst, kde byly levné pozemky a bylo možné na nich stavět prostorné domy, došlo tedy k rozsáhlé suburbanizaci. Kina však byla situována v centrech měst a dojíždění do těchto center z nových předměstí bylo časově i finančně náročné.²⁰³ Pokud měla kina přežít, bylo nezbytné přizpůsobit je nové situaci.

Jedním ze způsobů, jimiž se snažili provozovatelé kin přivést lidi zpět k filmovým plátnům, byla autokina, z nichž první otevřelo na území USA již v roce 1933. V kontextu suburbanizace našla tato forma veřejného filmového představení především v padesátých letech široké uplatnění, neboť autokina byla situována na okrajích velkých měst, a byla tak snadno dosažitelná z nových předměstí.

²⁰⁰ GOMERY, Douglas, ref. 17, s. 83–88.

²⁰¹ GOMERY, Douglas, ref. 56, s. 83–84.

²⁰² V té době tvořila majors studia tzv. Velká pětka, společnosti: Leow's Inc., Paramount, RKO, Twentieth Century-Fox a Warner Bros. GOMERY, Douglas, ref. 56, s. 89.

²⁰³ GOMERY, Douglas, ref. 56, s. 85–88.

Vykazovala nicméně řadu problémů (například špatný příjem zvuku apod.) a pozemky na okrajích měst se staly v sedmdesátých letech příliš cennými, než aby na nich byla provozována pouze autokina.²⁰⁴ Jinou – z dlouhodobého hlediska úspěšnější – formou veřejného filmového představení byla multikina. Charles Acland uvádí, že první kino s více sálů vzniklo v Kanadě v roce 1948: Nat Taylor, jeden z pozdějších spoluzakladatelů velkého řetězce multikin Cineplex Odeon, rozdělil původně jednosálové kino Elgin Theatre v Ottawě na dva sály. Teprve v roce 1963 se podle Aclanda objevilo první vícesálové kino na území USA (Parkway ve městě Kansas-City).²⁰⁵ I tato forma veřejného filmového představení se objevila na okrajích měst a byla stimulována výraznou proměnou amerických nákupních center. Oproti nákupním centrům (shopping center) šedesátých let sestávajícím z jednotlivých obchodů, z nichž každý měl vlastní vstup z venkovního prostředí, se v sedmdesátých letech objevil nový typ nákupních center (shopping mall), kde byly různé obchody situovány pod jednu velkou střechu, přičemž celý objekt byl klimatizován. Bylo tedy nutné nejprve vstoupit do nákupního centra, a pak teprve vnitřními dveřmi do jednotlivých obchodů.²⁰⁶ Tyto prostory byly jasně osvětlené a uzavřené, takže vyvolávaly pocit bezpečí, a situované v blízkosti dálnice, pročež byly na rozdíl od center měst snadno dostupné. Jejich návštěvníci měli v okolí k dispozici rozsáhlé plochy pro parkování. Tato nákupní centra přivítala kina pod svými střechami jako lákadlo na zákazníky.²⁰⁷ Řetězec kin American Multi-Cinema se sídlem v Kansas-City se stal významným inovátorem a představil dvě novinky. Provoz přizpůsobil modelu fast-foodových restaurací: prodej občerstvení obsluhovali dva středoškolské studenti, chod všech sálů obsluhoval jeden promítač a jediný manažer kina kontroloval současně i vstupenky u vchodů do sálů. Zaměstnáváním neškoleného personálu, který měl na starosti jednoduché úkony, klesly náklady kin na minimum. American Multi-Cinema začal také systematicky rozšiřovat počet sálů.

²⁰⁴ Blíže viz GOMERY, Douglas, ref. 56, s. 91–93.

²⁰⁵ ACLAND, Charles, ref. 66, s. 103. Douglas Gomery je opatrnější a kino Parkway označuje za „údajně“ první. GOMERY, Douglas, ref. 56, s. 97.

²⁰⁶ První nákupní centrum tohoto typu bylo Southdale Schopping Center v Minneapolis, otevřené v roce 1956. GOMERY, Douglas, ref. 56, s. 93–94.

²⁰⁷ PAUL, William. ref. 42, s. 83.

V roce 1966 představil zřejmě první multikino se čtyřmi sály,²⁰⁸ v roce 1969 otevřel první multikino s šesti sály²⁰⁹ a v roce 1974 první multikino s osmi sály a celkem 1175 sedadly.²¹⁰ Tři velké řetězce kin situovaných v nákupních centrech – General Cinema, American Multi-Cinema a United Artists²¹¹ Theatre Circuit se staly společně nástupci Velké pětky majors studií a provozovaly svá kina po celé zemi.²¹² Aby tyto řetězce mohly konkurovat televizi, zaměřily se především na blockbustery, ostatními filmy spíše doplňovaly sály, když potenciální blockbuster nebyl úspěšný nebo když začala návštěvnost s rostoucím počtem dnů od premiéry klesat. Pohodlí diváků bylo oproti dřívějším kinům menší. V kontrastu s filmovými paláci třicátých a čtyřicátých let postrádala kina v nákupních centrech honosné dekorace a jejich interiér i exteriér určovala především funkčnost. Provozovatelé se snažili do nákupních center dostat co nejvíce sálů, promítačky tak byly často nasměrovány v nevhodném úhlu ve vztahu k plátnům, čímž docházelo k deformaci obrazu. Stěny mezi sály nebyly dostatečně odhlučněné, zároveň však byl zaveden výkonný zvukový systém Dolby jako konkurenční výhoda oproti televizi, takže projekce v jednotlivých sálech se vzájemně přehlušovaly. Televize naučila diváky hovořit během sledování programu a v osmdesátých letech byl ruch a mluvení během projekcí v kinech situovaných v nákupních centrech již běžným jevem. To vše postupně odradilo od návštěv kin diváky starší třiceti pěti let.²¹³ Vzestup multikin a zaměření na mladší publikum v této době významně ovlivnily načasování premiér hollywoodských blockbustérů. Zatímco na začátku sedmdesátých let byly běžné hollywoodské celovečerní filmy uváděny do kin v průběhu celého roku a velké „hity“ pak v období Vánoc, po přemístění kinosálů do nákupních center začaly být blockbustery uváděny vedle Vánoc (a Velikonoc) i v letním období, konkrétněji ode Dne obětí války (poslední pondělí v květnu) do Dne práce (první pondělí

²⁰⁸ Metro Plaza Complex v Kansas-City. GOMERY, Douglas, ref. 56, s. 97.

²⁰⁹ Ve městě Omaha v Nebrasce. GOMERY, Douglas, ref. 56, s. 97.

²¹⁰ Omni International Complex v Atlantě. GOMERY, Douglas, ref. 56, s. 97.

²¹¹ Řetězec nebyl nijak finančně propojen s hollywoodským studiem stejného jména. GOMERY, Douglas, ref. 56, s. 98.

²¹² GOMERY, Douglas, ref. 56, s. 98.

²¹³ GOMERY, Douglas, ref. 56, s. 100–101.

v září). Toto období přinášelo podle Gomeryho téměř 50 procent zisků z domácího trhu.²¹⁴ Americké produkční společnosti, jak poznamenává William Paul, reagovaly na klesající návštěvnost kin tím, že se začaly soustřeďovat na „velké“ filmy, které měly šanci umístit se na špičce žebříčku návštěvnosti a přinést zisky.²¹⁵ V rámci distribuce se pak stala úspěšným modelem praxe zavedená v roce 1975 při příležitosti premiéry jednoho už zmiňovaného „velkého“ filmu, Spielbergových *Čelistí*.²¹⁶ Uvedení předcházela rozsáhlá reklamní kampaň a distributoři nasadili nezvykle premiéru do celkem 409 kin zároveň. Díky tomu vidělo hodně diváků film v relativně krátkém čase, což snížilo význam potenciálně negativní filmové kritiky. Multikina se ukázala z tohoto hlediska jako velmi výhodná, neboť mohou promítat filmy ve více sálech současně²¹⁷ a postupně jejich počet snižovat a doplňovat nabídku jinými filmy dle zájmu návštěvníků. Distribuce filmů v rámci jednotlivých distribučních oken se díky multikinům obecně zrychlila. Rozdělení na kina premiérová (first run cinemas) a běžná (second run cinemas) již nebylo používáno, z většiny kin se stala kina premiérová²¹⁸ a filmy se přesouvaly rovnou do dvd/videodistribuce a kabelových televizí.²¹⁹ To v důsledku přispělo k lepší prezentaci a načasování jednotlivých filmů v kinech (a následně na videu a v televizi), a tím zároveň k dosahování vyšších zisků. Další velkou změnu vnesl do vývoje na konci sedmdesátých let velký kanadský řetězec Cineplex Odeon. Ten začal stavět rozsáhlé komplexy postmoderních filmových paláců, které nabízely vedle aktuálních amerických blockbusterů i zahraniční filmy, úspěšné hollywoodské hity z minulých let, oblíbené starší filmy a věnovaly se také specifickým skupinám obyvatel, například v Torontu se hrály filmy pro karibské a židovské publikum. Návrhem torontského multikina byl pověřen význačný kanadský architekt Mandel Sprachman a v interiéru se střídaly výstavy uměleckých děl. Multikino nabízelo

²¹⁴ GOMERY, Douglas, ref. 56, s. 105.

²¹⁵ PAUL, William, ref. 42, s. 78–79.

²¹⁶ GOMERY, Douglas, ref. 17, s. 72–74.

²¹⁷ PAUL, William, ref. 42, s. 81.

²¹⁸ Rozdělení na premiérová a běžná kina existovalo i v České republice, jak ukazuje např. studie Lucie Česálkové (ČESÁLKOVÁ, Lucie, ref. 100, s. 133).

²¹⁹ GUBACK, Thomas, ref. 47, s. 133.

rodičům nakupujícím v blízkém nákupním centru The Eaton Centre hlídání dětí s projekcemi starších filmů studia Disney. Zvláštní péče byla věnována také úklidu, protože návštěvníci kin si často stěžovali na nečistotu. Multikina se inspirovala modelem Disneylandu, kterýžto návrh v roce 1986 prezentoval, nijak překvapivě, zástupce filmového studia Disney. Návštěvníci zmíněného zábavního parku si údajně pochvalovali více čistotu prostředí a zdvořilý personál než samotné atrakce, a provozovatelé multikin zavedli podobné atributy i do kin.²²⁰ Vstupenky se neprodávaly po začátku představení, aby opozdilci nerušili diváky. Přes tyto změny byl nadále kladen důraz na levný provoz, takže Cineplex Odeon rychle rozšiřoval svá kina v Kanadě a USA a stal se brzy jedním z největších řetězců v těchto zemích. Díky vládě prezidenta Reagana mohlo v roce 1986 studio MCA/Universal odkoupit podíl v řetězci Cineplex Odeon a možnost vertikální integrace zrušená od roku 1948 se mohla začít v jisté míře obnovovat. Díky obnovení vertikální integrace amerických filmových producentů a distributorů s provozovateli kin od poloviny 80. let začala velká hollywoodská studia (čímž jsou dnes míněny spíše distribuční společnosti než výrobci filmů) investovat do sítí multikin. A to nejen na americkém kontinentě, ale i v mnoha dalších částech světa. Takovéto propojení přineslo do jisté míry unifikaci programové nabídky na lokální i globální úrovni. Daniel Pruzin odhadl, že díky tomuto vývoji tvoří zisky z amerických filmů v každé větší západní zemi 50 procent veškerých zisků kin, ve Velké Británii ale například až 70 procent.²²¹ Další velké změny, jak uvádí Charles Acland,²²² se odehrály v polovině devadesátých let, kdy začaly vznikat *megaplexy*.²²³ Došlo ke sloučení multikin s jinými volnočasovými aktivitami – s videohernami, restauracemi a bary – a zároveň počet filmových pláten v jednom kině přesáhl číslo dvacet: „Kina se proměnila v zábavní centra, a přitom viditelně pozměnila vzhled měst i předměstí. Podobné komplexy kin se označovaly

²²⁰ ACLAND, Charles, ref. 66, s. 91–92.

²²¹ ACLAND, Charles, ref. 66, s. 135.

²²² Gomeryho kniha vyšla v roce 1992, nemohla již tedy tyto inovace reflektovat.

²²³ Megaplexy nabízely oproti běžným multikinům více sálů (přes dvacet), vylepšené sezení, výhled, zvuk, plátna a mnoho dalších zábavních aktivit. Dle Aclanda také nebyly megaplexy stavěny v nákupních centrech, ale v samostatných budovách. ACLAND, Charles, ref. 66, s. 107–129.

podivnými termíny jako ‚superplex‘, ‚mega-multiplex‘ a ‚gargantuplex‘.²²⁴ Tyto prostory nabídly mimo jiné pohodlnější a stupňovitě uspořádané sedačky a nové zvukové standardy (THX apod.).²²⁵ V severoamerickém prostředí mají megaplexy v posledních letech význačné postavení, například v kanadském Montrealu bylo v roce 2003 téměř šedesát procent všech sedadel kin situováno právě v megaplexech.²²⁶

Gomery upozorňuje na to, že součástí historie (amerických) kin je i prodej občerstvení v předsálí. Ještě ve dvacátých letech se američtí provozovatelé kin snažili vymezit své podniky proti různým varieté a dalším typům laciné zábavy a vyhýbali se prodeji jídla, aby dodali kinům na vážnosti. V době hospodářské krize změnili strategii: snažili se zvýšit příjem nejprve prodejem sladkostí, pak nealkoholických nápojů a nakonec popcornu.²²⁷ Postupně se jako nejvýnosnější pochutiny v amerických kinech osvědčily na prvním místě popcorn a na druhém nápoje (hot-dogy, zmrzlina a sladkosti tak výdělečné nebyly).²²⁸ Během 2. světové války byl cukr v USA na příděl a dvě vedoucí továrny na nealkoholické nápoje v zemi – Coca-Cola a Pepsi-Cola – posílaly své výrobky bojujícím vojákům. Po válce Coca-Cola hledala nová odbytiště a tlačila na provozovatele kin, aby prodávali její nápoje v předsálí. Popcorn byl přitom podle Gomeryho záměrně slaný, aby vyvolával žízeň.²²⁹ Když se po válce ukázalo, že hlavními návštěvníky kin a současně největšími konzumenty nealkoholických nápojů byly mladí lidé, na propojování filmového představení s prodejem občerstvení začal být kladen větší důraz. Prodej popcornu a coly se stal běžnou součástí multikin. Společnost General Cinema – jeden z tehdejších velkých řetězců multikin – v roce 1968 zakoupila čtyři stáčírny Pepsi-Coly ve státech Florida a Ohio.²³⁰ Vidíme tedy, že docházelo i k integraci provozovatele multikin s výrobcí občerstvení.

²²⁴ ACLAND, Charles, ref. 66, s. 107.

²²⁵ ACLAND, Charles, ref. 66, s. 107.

²²⁶ SÉNÉCAL, Gilles, ref. 71, s. 6.

²²⁷ GOMERY, Douglas, ref. 56, s. 79.

²²⁸ GOMERY, Douglas, ref. 56, s. 82.

²²⁹ GOMERY, Douglas, ref. 56, s. 81.

²³⁰ GOMERY, Douglas, ref. 56, s. 96.

3.2 Vývoj multikin v evropském kontextu

Nastínění evropského kontextu je pro zpracovávané téma důležité v několika ohledech. Na stručném přehledu vývoje multikin v Evropě si můžeme alespoň částečně ukázat odlišnosti mezi jednotlivými zeměmi a řetězci kin. Můžeme však také porovnat vývoj multikin v západoevropských zemích s vývojem v České republice jakožto postkomunistické zemi. Předem však musíme konstatovat, že neexistuje žádná publikace, která by uceleně zmapovala historický vývoj kin v rámci Evropy, v tomto smyslu musíme vycházet z dílčích studií zaměřených na konkrétní aspekty provozování multikin či na vývoj v konkrétních zemích. Mezi relativně širěji zaměřené publikace patří dvoudílná *White Book of the European Exhibition Industry*,²³¹ která vznikla z pověření iniciativy Media Salles evropského programu na podporu kinematografie MEDIA, a je tedy orientována především ekonomicky. Z této publikace je čerpán základní přehled, který je doplněn o informace z novějších a úžeji zaměřených studií. Podrobněji se zaměřujeme na rozvoj multikin ve Velké Británii a v Irsku, které vnášíj do prezentovaného přehledu některé zajímavé aspekty.

V evropském prostředí se multikina začala šířit o něco později než v USA, na přelomu šedesátých a sedmdesátých let.²³² Také v evropském prostoru docházelo

²³¹ LONDON ECONOMICS, BIPE CONSEIL a MEDIA SALLES, ref. 17; LONDON ECONOMICS, BIPE CONSEIL a MEDIA SALLES. *White Book of the European Exhibition Industry*. Vol. 2 [online]. 1994. vyd. [cit. 2012-07-30]. 2nd ed. Dostupné z: <http://www.mediasalles.it/whiteboo/wb2_1_1.htm>.

²³² Řada zdrojů se shoduje na tom, že prvním kinem s více sály v Evropě bylo Majestiek, provozované Albertem Bertem v belgickém městě Harelbeke. Autoři se však již neshodují na roce, v němž bylo původní jednosálové kino rozděleno na dva sály. Časopisy *Screen* a *Variety* uvádějí rok 1970 (STAFF REPORTERS. Kinopolis Group's Albert Bert dies, aged 74. *Screen Daily*. 28. 5. 2002. /online/. /cit. 2012-07-30/. Dostupné z: <<http://www.screendaily.com/kinopolis-groups-albert-bert-dies-aged-74/409443.article>>; VARIETY STUFF. Obituary: Albert Bert. Co-chair of Kinopolis Group. *Variety*. 23. 5. 2002. /online/. /cit. 2012-07-30/. Dostupné z: <<http://www.variety.com/article/VR1117867524>>). Edward Borsboom zmiňuje rok 1968 (BORSBOOM, Edward. Conclusion. In: MEDIA SALLES RESEARCH GROUP. *100 years of cinema exhibition in Europe* /online/. 1995 /cit. 2012-07-30/. Dostupné z: <<http://www.mediasalles.it/ybkcent/ybk95con.htm#eng>>). Stránky belgického řetězce Kinopolis, kde Bert působil, udávají šedesátá léta (KINEPOLIS GROUP. History of the group. In: KINEPOLIS GROUP. *Kinopolis*. /online/. /cit. 2012-07-30/. Dostupné z: <<http://corporate.kinopolis.com/en/company-profile/history-group>>). Jiné zdroje zmiňují, že prvním vícesálovým kinem bylo ABC ve skotském Edinburghu, které bylo po rekonstrukci v roce 1969 rozděleno na tři sály (viz např. HISTORIC SCOTLAND. *Dictionary of Scottish Architects*

nejprve k dělení starších sálů nebo k přestavbám starších objektů a moderní multikina – fungující dle modelu, který zavedl v USA Cineplex Odeon – se začala objevovat až v osmdesátých letech. Podle *White Book of the European Exhibition Industry* byla obecným důvodem pro výstavbu multikin větší nabídka audiovizuální zábavy a s tím spojený úbytek návštěvníků, kteří již nezaplňovali tradiční sály tak, jak tomu bylo v minulosti.²³³ Průkopníky v oblasti šíření multikin se staly Francie a Belgie, kde s jejich provozem začaly domácí společnosti²³⁴ (v případě Francie tři řetězce kin Gaumont, Pathé a UGC, v případě Belgie řetězec rodiny Bertů nesoucí dnes název Kinopolis).²³⁵ Ve Velké Británii došlo k odlišnému vývoji. Návštěvnost kin zde drasticky upadala a celý kinosektor byl v porovnání s francouzským a belgickým ve velmi vážné krizi. Duopol společností Rank a ABC neinvestoval peníze do výstavby modernějších kin, aby zastavil úbytek diváků, a kritická situace vedla k tomu, že byla přizvána americká společnost American Multi Cinema, aby vstoupila do britského kinosektoru a otevřela zde v roce 1985 první multikino.²³⁶ Velká Británie se stala prvním evropským státem, kde provozování multikin stimuloval americký provozovatel²³⁷ (a tedy i americký kapitál).²³⁸

/online/. 2008 /cit. 2012-07-30/. Dostupné z: <http://www.scottisharchitects.org.uk/building_full.php?id=210111>. Již citovaná *White Book of the European Exhibition Industry* uvádí, že šíření multikin iniciovaly na začátku sedmdesátých let tři velké francouzské řetězce Gaumont, Pathé a UGC (LONDON ECONOMICS, BIPE CONSEIL a MEDIA SALLES, ref. 17. Dostupné z: <http://www.mediasalles.it/whiteboo/wb1_1_4.htm>). Přesná datace však není předmětem této práce, a proto se jí zde nebudeme dále věnovat.

²³³ LONDON ECONOMICS, BIPE CONSEIL a MEDIA SALLES. *White Book of the European Exhibition Industry*. Vol. 2 [online]. 1994. vyd. [cit. 2012-07-30]. 2nd ed. Dostupné z: <http://www.mediasalles.it/whiteboo/wb2_1_1.htm>.

²³⁴ Americký kapitál je v současnosti přítomen i v některých původně evropských řetězcích, viz např. struktura akcionářů společnosti Kinopolis. KINEPOLIS GROUP. Shareholders' structure and notices. In: KINEPOLIS GROUP. *Kinopolis*. [online]. [cit. 2012-08-02]. Dostupné z: <<http://corporate.kinopolis.com/en/investor-relations/kinopolis-group-share/shareholders-structure-and-notices>>.

²³⁵ LONDON ECONOMICS, BIPE CONSEIL a MEDIA SALLES, ref. 12. Dostupné z: <http://www.mediasalles.it/whiteboo/wb1_1_4.htm>.

²³⁶ HANSON, Stuart, ref. 20, s. 149.

²³⁷ V dalších letech vstoupily na britskou půdu například americké řetězce National Amusement, Warner Bros, Cineplex Odeon a partnerství společností Cinema International Corporation a United Artist Communication vystupující pod společným názvem United Cinemas International. (HANSON, Stuart, ref. 20, s. 152.) Již v roce 1992 bylo rozšíření multikin ve Velké Británii přes rozpačité začátek oproti Německu a Španělsku přibližně pětinasobné. LONDON ECONOMICS, BIPE CONSEIL a MEDIA SALLES, ref. 233.

Rychlost, s níž se multikina šířila na evropském kontinentu, se u jednotlivých zemí lišila. V roce 1992 činil podíl pláten situovaných v kinech se třemi a více sály v Belgii 71 procent, ve Velké Británii 69 procent, v Nizozemsku 65,2 procent a v Německu 47,6. Naopak v Itálii činil pouze 1,1 procent a v Řecku žádné kino se třemi a více plátny v té době neexistovalo.²³⁹ Přehled evropských multikin z roku 1992 mimo jiné ukazuje, že kina s více sály disponovala ve větším procentu než jednosálová kina prodejem nápojů a pochutin.²⁴⁰ S rostoucím počtem sálů se zvyšovala také pravděpodobnost, že kino bude mít počítačový pokladní systém a vlastní prostory pro parkování či slevy na parkování v bezprostřední blízkosti. Multikina disponovala velkými plátny a kvalitnějšími zvukovými systémy než běžná jednosálová kina. Klimatizace byla přítomná v devadesáti procentech sálů s více než pěti plátny a v 54 procentech v komplexech se třemi až pěti sály. Dále zde platila přímá úměra mezi počtem sálů

²³⁸ V roce 1992 se podle *White Book of the European Exhibition Industry* pojetí multikin ve Velké Británii a v Belgii výrazně lišilo: zatímco obrovské komplexy belgického řetězce Kinopolis měly až 24 sálů, a předehly tak ve výstavbě megaplexů i USA, ve Velké Británii byl běžný počet sálů 8–15 (LONDON ECONOMICS, BIPE CONSEIL a MEDIA SALLES, ref. 233). To se ovšem v průběhu následujících let změnilo a společnost Warner Village otevřela v roce 2000 v Birminghamu třicetisálové kino StarCity s kapacitou 6500 sedadel (tehdy největší v Evropě), čímž předznamenala příchod megaplexů do Velké Británie.²³⁸ (HANSON, Stuart, ref. 20, s. 155.)

²³⁹ LONDON ECONOMICS, BIPE CONSEIL a MEDIA SALLES, ref. 233. Řecko bylo posléze dokonce předstiženo Českou republikou (se srovnatelným počtem obyvatel). V roce 2003 disponovalo pouze sedmi multikiny, přičemž v jednom případě šlo o megaplex. (DEFFNER Alex a Christos LIOURIS. *The Impact of Multiplexes in Urban Development: The Case of Ster [Ex-Europlex] Cinema In Larissa. 19th International AESOP conference The Dream of a Greater Europe*. Wien: Technische Universität Wien, 2005, s. 3. /online/. /cit. 2012-08-03/. Dostupné z: <<http://aesop2005.scix.net/data/papers/att/452.fullTextPrint.pdf>>). V České republice jich bylo v té době v provozu již patnáct (UNIE FILMOVÝCH DISTRIBUTORŮ. Podíl multikin na trhu. In: UNIE FILMOVÝCH DISTRIBUTORŮ. *Základní statistiky multikin* /online/. 2012 /cit. 2012-08-03/. Dostupné z: <http://www.ufd.cz/system/files/clanky/podilymkina2011_0.xls>).

²⁴⁰ Podrobný přehled viz příloha 6. LONDON ECONOMICS, BIPE CONSEIL a MEDIA SALLES, ref. 233. Dostupné z: <http://www.mediasalles.it/whiteboo/wb2_1_1.htm>. Provozovatelé kin v USA, jak již bylo poznamenáno, se ve dvacátých a třicátých letech zdráhali prodávat jídlo a pití, neboť by to snížilo společenskou vážnost návštěvy kina. James Lyons popisuje v britském prostředí odlišnou situaci. Již v dobových programech kin z roku 1913 si všimá, že se k filmovým projekcím točilo pivo, podával se čaj a během představení se prodávalo drobné občerstvení. To nebylo v rozporu se snahou asociovat kina s vyšší kulturou. Zmíněné pivo byl totiž relativně luxusní ležák z dovozu, nikoliv běžné anglické pivo, a také podávání čaje svědčí o potřebě definovat sledování filmů v kině jako kultivovaný zážitek. (LYONS, James, ref. 11, s. 315–316.) Historie konzumování jídla a pití při příležitosti filmového představení v českém prostředí zůstává doposud neprozkoumaná, byť první kroky v tomto směru podnikla Lucie Česálková ve své studii týkající se kinokavárny. Zatímco návštěva kinokavárny byla podle ní spíše sváteční událostí, popcorn asociovaný s multikiny si s vysokou kulturou a svátečností spojuje asi málokdo. (ČESÁLKOVÁ, Lucie. ref. 100, s. 127–145.)

a průměrnou týdenní návštěvností na jedno sedadlo. V jednosálových kinech se na jedno sedadlo prodalo průměrně 1,9 vstupenky za týden, u osmi a vícesálových kin to bylo 7,73 vstupenky. Multikina byla tedy jednoznačně ekonomicky úspěšnější a stejně jako v americkém prostředí dokázala stabilizovat úpadek návštěvnosti kin.

3.2.1 Příklad Velké Británie

Evropská multikina ve všech uvedených aspektech následovala vývoj amerického kinosektoru. Od devadesátých let však jejich výstavba narážela v některých zemích na problémy vztahující se k územnímu rozvoji, které si demonstrujeme na příkladu Velké Británie.²⁴¹

Zatímco rozsáhlá poválečná suburbanizace v USA vedla dle Gomeryho k úpadku návštěvnosti kin v centrech a ke stavbě nových multikin na okrajích měst, ve Velké Británii byla situace odlišná. Mark Jancovich, Lucy Faireová a Sarah Stubbingsová naznačují, že suburbanizace pravděpodobně nebyla důvodem snižující se návštěvnosti britských kin v poválečném období, mimo jiné proto, že v tomto období zanikala i kina na předměstích, nikoliv pouze v centrech.²⁴² Hlavní důvody jsou podle nich jiné: „Zatímco návštěva kina byla v meziválečném období asociována s luxusem, blahobytem a sociální mobilitou, po válce se staly klíčovými symboly blahobytu domov, auto a televizní přijímač“²⁴³ Nicméně první multikina ve Velké Británii byla – podobně jako v USA – budována u dálnic na okraji velkých měst. Stuart Hanson jmenuje mezi důvody nezájmu o městská centra na straně developerů především nedostatek prostoru pro parkování v centrech a větší pocit bezpečí na okrajích měst.²⁴⁴

Britská vláda Margaret Thatcherové prosazovala stejně jako Reaganova administrativa větší liberalizaci trhu, což v obou zemích přispělo ke zlepšení pozic

²⁴¹ Obdobnými problémy v regionu Alsaska se zabýval PERRUT, Jean-François, ref. 73.

²⁴² JANCOVICH, Mark, Lucy FAIRE a Sarah STUBBINGS. *The Place of the Audience: Cultural Geographies of Film Consumption*. London: British Film Institute, 2003. ISBN 08-517-0942-7, s. 144–145.

²⁴³ JANCOVICH, Mark, Lucy FAIRE a Sarah STUBBINGS, ref. 242, s. 146.

²⁴⁴ HANSON, Stuart, ref. 20, s. 154.

provozovatelů multikin. V případě USA šlo především o obnovení vertikální integrace v oblasti filmového průmyslu, v britském případě o větší vstřícnost vůči developerům v oblasti územního plánování, přičemž upřednostňován byl ekonomický rozvoj – například oproti výhradám environmentalistů.²⁴⁵ Koncem devadesátých let se situace změnila. Britská vláda se podle Monique Barbarouxové začala obávat devitalizace městských center a v územním plánu z roku 1999 stanovila následující podmínku pro developery: pokud chtěli stavět kino na okraji města, museli nejprve prokázat, že není možné postavit ho v centru.²⁴⁶ Vládní strategie zaměřená na oživení městských center byla podle Hansona v mnoha ohledech úspěšná (například ve městech v okolí Londýna vzniklo následně dvanáct nových kin v centrech a jen dvě na předměstí) a mimo jiné vedla k tomu, že se developeři zaměřovali v centrech i na nové rezidenční objekty.²⁴⁷ Phil Hubbard oproti tomu soudí, že přes regulovaný územní rozvoj vytváří převažující počet multikin na perifériích socio-prostorovou hranici mezi mladými, bohatými a mobilními (majiteli automobilů), kteří si mohou návštěvu multikin dovolit, a těmi, kteří jsou vzhledem k nedostatku financí a možnostem pohybu odkázáni na několik málo jednosálových kin, které přežily konkurenci multikin²⁴⁸ a zbyly v městských centrech. Hubbard dochází k závěru, že městská centra v rámci tohoto vývoje upadají a jsou vnímána jako nebezpečná a marginální místa pro noční život.²⁴⁹

3.2.2 Příklad Irska

I když jsou historie multikin ve Velké Británii a Irsku do jisté míry podobné (například v tom ohledu, že první moderní multikina v obou zemích začala provozovat americká společnost AMC, a kina umístěná v nákupních centrech jsou pocíťována jako bezpečnější), Kevin Rockett a Emer Rockettová ve svých

²⁴⁵ HANSON, Stuart, ref. 20, s. 148.

²⁴⁶ BOURDIN, Virginie, ref. 21, s. 82.

²⁴⁷ HANSON, Stuart, ref. 20, s. 157.

²⁴⁸ Hubbard uvádí, že z 327 jednosálových kin situovaných v roce 1997 v centrech britských měst jich v roce 1999 zbylo pouze 274. HUBBARD, Phil, ref. 72, s. 21–38. ISSN 1165-0354, s. 24.

²⁴⁹ HUBBARD, Phil, ref. 72.

dějínách kin uvádějí v souvislosti s multikiny některá specifická témata, která jiní autoři nezmiňují (a nelze přitom určit, zda proto, že tato témata nejsou v jiných zemích významná, nebo proto, že Rockettovým připadají důležitá). Rockettovi například věnují relativně velkou pozornost problematickému chování diváků při projekcích: návštěvníci kin bývají podle nich popisováni jako hluční, nevrlí a neustále něco pojídající, což bývá asociováno zejména se skupinami teenagerů. Pro původní multikina v Irsku z let šedesátých a sedmdesátých (srovnatelná s prvními multikiny v USA především co do malého komfortu sezení a kvality projekcí) bylo toto chování charakteristické, nicméně dodnes zcela nevymizelo. Telefonování během představení a zasílání a čtení textových zpráv dokonce iniciovalo rvačky, takže některá kina používala rušičky signálu, aby zabránila konfliktům mezi diváky. I přesto někteří provozovatelé kin dodnes vidí mobilní telefony jako zdroj problémů.²⁵⁰ Rockettovi dále věnují zvýšenou pozornost konzumaci popcornu v irských kinech a hodnotí ji značně negativně. Odhadují, že od devadesátých let tvoří podíl příjmů z občerstvení přibližně 30–40 procent. Upozorňují však také, že běžná porce popcornu prodávaná v Irsku má stejnou kalorickou hodnotu jako šest cheesburgerů z prodejny McDonald's a i dětské porce z hlediska kalorické hodnoty sedmkrát převyšují doporučenou denní dávku pro dospělého.²⁵¹ Vzhledem k vysokému podílu příjmů z prodeje občerstvení zaměstnanci irských multikin neumožňují vstup těm, kteří si nesou do sálu občerstvení vlastní (prohledávají však návštěvníkům batohy primárně z toho důvodu – ať už je to záminka či nikoliv –, aby zjistili, zda v nich není nahrávací zařízení).²⁵² Ač kritika popcornu může být dána názorem autorů, subjektivní zkušenost s návštěvou českých (i některých zahraničních) multikin ukazuje, že prohledávání batohů je zřejmě specifickým rysem irských multikin.²⁵³ Posledním aspektem, který chceme v souvislosti s irskými multikiny zmínit, je specifická situace v Severním Irsku. Ještě na začátku nového tisíciletí zde docházelo

²⁵⁰ ROCKETT, Kevin a Emer ROCKETTOVÁ, ref. 59, s. 197–198.

²⁵¹ ROCKETT, Kevin a Emer ROCKETTOVÁ, ref. 59, s. 199.

²⁵² ROCKETT, Kevin a Emer ROCKETTOVÁ, ref. 59, s. 202.

²⁵³ Mnou třikrát v různých kinech opakovaný experiment z roku 2009 ukázal, že v batohu lze občerstvení do českých multikin bez problému pronést, avšak nezakrytý popcorn zakoupený jinde a nesený v ruce obsluha zabavila.

ke zcizování aut za účelem krátkodobé zábavy (tzv. joyriding), takže rozsáhlá parkoviště a multikina v severoirských městech nebyla vnímána jako zcela bezpečná, jak tomu bylo ve Velké Británii a v Irské republice.²⁵⁴

3.4 Vývoj multikin v českém kontextu

Historický vývoj multikin v českém kontextu si přiblížíme zejména prostřednictvím výše citovaných diplomových prací Olgy Raitoralové a Lucie Paskové, neboť představují zatím nejucelenější publikace k tomuto tématu. Také v České republice pomohla multikina stabilizovat upadající návštěvnost, ale vývoj zde byl oproti USA a západní Evropě do značné míry specifický. Zatímco v USA začala návštěvnost upadat prakticky hned po válce, v Československu dosahovala v padesátých letech nejvyšších čísel (vrchol návštěvnosti byl zaznamenán v roce 1957)²⁵⁵ a teprve později došlo k výraznějšímu poklesu návštěvníků. Od roku 1957, kdy dosahovala 186 milionů diváků za rok, postupně klesla až na 52 milionů v roce 1989.²⁵⁶ V důsledku toho se postupně snižoval také počet kin – mezi lety 1965 a 1969 například zaniklo dle Jiřího Havelky 222 stálých kin.²⁵⁷ Olga Raitoralová uvádí, že

za hlavní příčinu bývá označována televize. Trend úbytku diváků je však považován za celosvětový a vlivů jmenováno několik. Z rozsáhlých výzkumů a studií té doby vyplývá, že docházelo k proměnám životního stylu, celkové únavě a přesycenosti diváků, rozvoji fenoménu cestování a oblibě jiných forem zábavy.²⁵⁸

Důvody se tedy zdají být stejné jako v případě kin amerických a britských, pouze suburbanizace mezi nimi chybí. (O suburbanizaci sice můžeme uvažovat už v souvislosti s výstavbou sídlišť přibližně od sedmdesátých let, avšak nebylo

²⁵⁴ ROCKETT, Kevin a Emer ROCKETTOVÁ, ref. 59, s. 207.

²⁵⁵ RAITORALOVÁ, Olga, ref. 107, s. 18.

²⁵⁶ RAITORALOVÁ, Olga, ref. 107, s. 18 a 22.

²⁵⁷ HAVELKA, Jiří. *Filmové vavříny II*. Praha: Český filmový ústav, 1970, s. 144.

²⁵⁸ RAITORALOVÁ, Olga, ref. 107, s. 18.

prokázáno, že by díky výstavbě sídlišť docházelo k likvidaci kin v centrech měst). Po listopadu 1989 dochází k dalšímu drastickému poklesu návštěvnosti, který Karel Tabery uvádí do souvislosti s porevolučními změnami české společnosti: ke krizi podle něj došlo v souvislosti s

*rozpadem organizace Státního filmu, se zrušením jednotné distribuční sítě a s privatizací řady kin, ale též se změnou životního stylu, s možností cestovat a s novými lákavými nabídkami na využití volného času.*²⁵⁹

Od druhé poloviny devadesátých let se začal v České republice objevovat americký model multikin z let osmdesátých, to znamená multikina s méně než dvaceti sály situovaná v nákupních střediscích. Přestože v našich podmínkách nelze mluvit o megaplexech (největší multikino u nás má „jen“ 14 sálů), česká multikina k sobě v mnoha případech poutají další zábavní aktivity – videoherny, posilovny, bary, restaurace, bowlingové herny apod. Stejně jako na Západě znamenala výstavba multikin i v našem prostředí oživení komerčního potenciálu kin. Od roku 1989 ztrácela totiž česká kina velmi výrazně návštěvníky.²⁶⁰ Zatímco koncem osmdesátých let se návštěvnost ustálila nad 50 miliony diváků ročně, v roce 1990 se propadla na 36 milionů, v roce 1996 pak dokonce na 8,8 milionů.²⁶¹ Řada kin byla nucena zavírat. Paseková však upozornila, že problémy se netýkaly jen filmu:

Náhly propad návštěvnosti kin není jev, který by byl ojedinělý pouze pro toto odvětví. Fenomén tzv. návštěvnické krize devadesátých let postihl i řadu dalších odvětví kultury (divadla, knihovny, muzea i památky) a byl zřejmě způsoben souhrnným působením několika faktorů – zejména rozvojem tržní ekonomiky a souvisejícími změnami na straně nabídky kulturních služeb (např. růst ceny) i poptávky po

²⁵⁹ TABERY, Karel. Mizející svět biografů. In: TABERY, Karel (ed.). *Kinofikace Moravy: Bruntál, Bystřice pod Hostýnem, Bzenec, Havířov, Holešov, Jihlava, Kroměříž, Luhačovice, Nový Jičín, Šumperk, Uherské Hradiště, Zlín*. Olomouc: Univerzita Palackého, Filozofická fakulta, 2004, s. 5-7. ISBN 80-244-0820-1, s. 5.

²⁶⁰ Bliže viz příloha č. 1.

²⁶¹ RAITORALOVÁ, Olga, ref. 107, s. 22 a 25.

*těchto službách (např. vyšší pracovní zátížení a [...] změny ve využití volného času).*²⁶²

Pakliže se návštěvnost dostala v roce 1996 na minimum, o rok později začala v souvislosti se zmíněným prvním českým multikinem opět stoupat. Jak uvádí Aleš Danielis,

*jednalo se o průlom v provozování kin. Výsledky ukázaly, že to je perspektivní model. Jeho podíl na celkových výsledcích v České republice již v roce 1997 dosáhl 12,2 % a v nejúspěšnějších letech 1999 a 2000 18 sálů ze 746 promítajících v ČR navštívilo 8 % diváků a podíl na tržbách dosáhl dokonce 13,6 %.*²⁶³

Do České republiky nevstoupily společnosti americké, a zpočátku dokonce ani evropské. První nadnárodní řetězec, který expandoval na naše území, byl jihoafrický Ster Kinekor, působící pod názvem Ster Century. Následoval řetězec australský (Village Cinemas), nizomský (Palace Cinemas) a izraelský (Cinema City). Vedle nich působila v minulých letech na českém trhu také nezávislá multikina: pražské Ládví (provozované společností Intersonic Entertainment s.r.o.) a zlínské Golden Apple Cinema (Golden Apple Cinema a.s.). Už v letech 2003 a 2004 se návštěvnost vyšplhala mírně nad 12 milionů, předlistopadové úspěšnosti však již nikdy nedosáhla. Podíl diváků multikin a jednosálových kin přitom od roku 1996 stoupal ve prospěch multikin: v roce 1999 to bylo 10,2 procent, v roce 2005 už podíl návštěvníků multikin činil 55 procent.²⁶⁴ Počet stálých kin (včetně kinokaváren a klubových zařízení) nicméně nadále klesal a z 1326 v roce 1990 (celkově s 1330 sály) jich v roce 2008 zbylo jen 511 (celkově s 689 sály).²⁶⁵

²⁶² PASEKOVÁ, Lucie, ref. 27, s. 17.

²⁶³ DANIELIS, Aleš, ref. 24, s. 77.

²⁶⁴ Blíže viz příloha 1.

²⁶⁵ MINISTERSTVO KULTURY ČESKÉ REPUBLIKY. *Sborník statí o kultuře v České republice po roce 1989*. Praha: Ministerstvo kultury ČR, 1999, ISBN 80-863-1002-7., s. 107 a *Sborník statí o kultuře v letech 1998–2003*. Vyd. 1. Praha: Ministerstvo kultury ČR, 2004, 276 s. ISBN 80-706-8180-2, s. 105.

V současnosti je v České republice v provozu celkem 26 multikin: 10 v Praze (jedno zaniklo v prosinci roku 2008), 2 v Brně, Liberci, Ostravě, Pardubicích a Plzni a po jednom v Hradci Králové, Českých Budějovicích, Mladé Boleslavi, Olomouci, Zlíně, Jihlavě a Ústí nad Labem. Nejmenší z nich je jihlavský Cinestar s 501 sedadlem situovaný v obchodním centru City Park, největší je Cinema City Nový Smíchov s 2699 sedadly a 12 sály. Největší počet sálů má přitom Village Cinemas Anděl s 2225 sedadly v celkem 14 sálech.²⁶⁶ Vedle běžných programů nabízela česká multikina celou řadu událostí eventového typu:²⁶⁷ například Palace Film festival (Palace Cinemas – přehlídka mainstreamových filmů i alternativní tvorby), Pražská filmová akademie (Palace Cinemas – projekce filmů s přednáškami pedagogů FAMU), Cinema mundi (Palace Cinemas – přehlídka filmů nominovaných na Oscara), Febiofest (CineStar – filmový festival), CineStar pro maminky, Cinemáma (Cinema City) a Filmový klub maminek (Golden Apple Cinema) – vše programy specializované na matky s dětmi.²⁶⁸

²⁶⁶ Podrobná data jsou uvedena v příloze č. 2.

²⁶⁷ Bliže viz PASEKOVÁ, Lucie, ref. 27, s. 60.

²⁶⁸ Bliže viz PASEKOVÁ, Lucie, ref. 27, s. 60–69.

4. Diskurzivní konstrukce multikin v České republice

4.1 Analyzovaná data

První část analýzy diskurzu se věnuje nástupu multikin.²⁶⁹ Abychom mohli zkoumat konstruování multikin v denním tisku v rámci celé České republiky, bylo nutné výrazně redukovat vzorek, protože v médiích se objevilo relativně velké množství článků vztahujících se k tomuto tématu. Data pro analýzu byla získána z fulltextové mediální databáze Newton IT společnosti NEWTON Media, a.s., která uchovává a zprostředkovává dokumenty z více než 900 tištěných zdrojů (vedle přepisů zpráv z přibližně 30 televizních a rozhlasových stanic) a umožňuje fulltextové vyhledávání.²⁷⁰ Pro analýzu byly vybrány tři nejčtenější české celostátní deníky, a to včetně regionálních příloh: *Blesk*, *Mladá fronta DNES* a *Právo*.²⁷¹ Vyhledávány byly texty, které obsahovaly v názvu nebo v těle alespoň jeden z pojmů „multikino“ či „multiplex“, přičemž vyhledávač automaticky vyhledával tato slova ve všech mluvnických pádech. Zároveň byly zahrnuty do korpusu pouze články z let 1996, 1997, 2001 a 2011. V roce 1996 vzniklo první multikino, pojmenované Galaxie, zajímalo nás tedy, jak bylo dané téma v denním

²⁶⁹ Pro potřeby této práce jsem přepracoval původní studii realizovanou s Karlem Čadou v roce 2007 a publikovanou v časopise *Illuminace* (HANZLÍK JAN a Karel ČADA. Technické vymoženosti, americké trháky a nezbytný popcorn. Konstrukce kulturní zkušenosti z multikina v českém denním tisku. *Illuminace*. 2007, roč. 19, č. 1, s. 105–123. ISSN 0862-397X.). Oproti starší studii došlo k výraznému rozšíření počtu analyzovaných článků, což je dáno především využitím mediální databáze Newton IT v nové analýze. Ukázalo se totiž, že původně použitá databáze Anopress zprostředkovává po zadání klíčových slov méně článků než databáze Newton IT. Dalším rozdílem oproti článku z *Illuminace* je zahrnutí let 2008–2011, které umožňuje jednak zohlednit konstruování nástupu digitálního promítání v kinech, jednak zkoumat konstruování multikin v průběhu prvních šestnácti let. Přes tato rozšíření analýzy se ukázalo, že přinejmenším některé závěry zůstávají stejné, což svědčí o tom, že vzorkování provedené vyhledávacím systémem databáze Anopress sice představuje velkou redukci dat, ale nenarušuje strukturu vzorku zavádějícím způsobem.

²⁷⁰ Blíže viz NEWTON MEDIA. Mediální archiv. [online]. 2011 [cit. 2012-08-18]. Dostupné z: <<http://www.newtonmedia.cz/medialni-archiv>>.

²⁷¹ Této volbě předcházelo testování různých variant vzorkování včetně zahrnutí dalších českých deníků. Vzorkování, které bylo nakonec vybráno, vygenerovalo relativně zpracovatelný korpus dat nastolující řadu zajímavých témat sahajících od regionálních fenoménů až k fenoménům celostátním. Byť by samozřejmě bylo možné analýzu rozšířit o další média, nedomníváme se na základě testovacích vzorků, že by takové rozšíření analýzu významně obohatilo.

tisku otevřeno a jaké předpoklady a očekávání byly s multikinou spojovány. Cílem analýzy textů z roku 1997 bylo získat hodnocení prvního roku existence multikina – vybrány proto byly pouze články z období od 20. března do 17. dubna, tedy dva týdny před a po výročí otevření Galaxie. Rok 2001 byl zajímavý jednak pětiletým výročím multikin v České republice, jednak jako období, kdy u nás vzniklo větší množství multikin (vedle pěti nových byla rekonstruována a rozšířena pražská Galaxie). Rok 2011 byl patnáctým rokem existence multikin v České republice a současně je posledním kompletním ročníkem, který se nabízí. Valná většina textů pochází z rubrik umístěných v regionálních mutacích celostátních deníků, jen málo článků se dostalo do rubrik distribuovaných celostátně. Zdá se navíc, že umístování textů o multikinech do regionálních nebo naopak celostátních rubrik souvisí spíše se jménem autora (v případě *Mladé fronty DNES* například se jménem Mirky Spáčilové, jejíž články jsou obvykle publikovány v celostátní rubrice Kultura), než s konkrétním tematickým zaměřením článku. Proto rozdíly mezi tématy uveřejněnými v celostátních a regionálních rubrikách nepodrobujeme detailnější analýze. Z korpusu byly vyřazeny popisky k fotografiím, texty, které neprezentovaly nic jiného než programy kin, texty, které obsahovaly pouze informaci, že se někde staví multikino, aniž by byly zmíněny jakékoliv charakteristiky multikin(a) nebo lokality, kde má vzniknout, nebo hodnocení multikin obecně. Takto získaný korpus obsahoval celkem 203 článků: 22 z roku 1996, 3 z roku 1997, 88 z roku 2001 a 90 z roku 2011. Diskurz veřejné zprávy jsme zkoumali na příkladu publikace *Zpráva o stavu české kinematografie* z let 1996–2004, kterou každoročně vydávalo Ministerstvo kultury České republiky. (Počínaje *Zprávou o stavu české kinematografie v roce 2005* tyto texty přestávají prezentovat rozsáhlejší slovní popis situace českých kin a prezentují pouze číselné údaje.) Vzhledem k tomu, že v případě denního tisku a *Zpráv o stavu české kinematografie* provádíme vzorkování odlišným způsobem a zaměřujeme se na jiné roky, analyzujeme oba diskurzy odděleně.

4.2 Rok 1996

4.2.1 „Kino třetího tisíciletí“

Dne 4. dubna roku 1996 zahájilo činnost první české multikino: Galaxie na pražském sídlišti Jižní Město. Hned několik textů upozorňuje, že se v Galaxii promítaly nejen zahraniční, ale i české filmy. Galaxie odstartovala premiérou snímku Zdeňka Tyce *Už*, nejnavštěvovanějším filmem první sezony se stal podle novinářů *Kolja*. V stejném roce se dle denního tisku začínalo uvažovat i o výstavbě multikin na dalších místech, například ve Slovanském domě v ulici Na příkopěch v centru Prahy, v karlovarském hotelu Thermal a na pražském Výstavišti. K jejich realizaci však – s výjimkou Slovanského domu – nikdy nedošlo. Podobným projektem v rámci obchodního centra se ale touto dobou začal zabývat i pátý pražský obvod, který nás bude blíže zajímat v kapitole 6.

První sledovaný rok ukazuje, že český denní tisk mezi pojmy multikino a multiplex nijak nerozlišuje a ani v pozdějších letech se žádné rozlišování neobjevuje. Oba termíny jsou používány zaměnitelně a mnohdy střídavě. Některé texty se kloní spíše k jednomu než ke druhému, ale rozdíl mezi nimi není nijak reflektován a osvětlen. Směšování obou pojmů lze přičíst skutečnosti, že v západních zemích procházela proměna kinosektoru postupným vývojem – nejprve se objevila nepohodlná multikina se špatnou kvalitou projekce, jak bylo řečeno v předchozí kapitole, a teprve později se objevila nová, pohodlnější a po technické stránce vyspělejší multikina. Bylo proto třeba rozlišovat mezi dvěma v mnoha ohledech odlišnými fenomény i na úrovni jazyka. V České republice se objevila až „druhá generace“ multikin, proto diference nebyla potřebná.²⁷²

Při příležitosti otevření Galaxie se několikrát objevuje označení „kino třetího tisíciletí“ a „nová zlatá éra kinematografie“. Toto označení je jistě nadnesené (těžko lze předpokládat, že multikina zůstanou nezměněná po tisíc let), nicméně zřetelně komunikuje informaci o tom, že došlo k radikální změně, která

²⁷² Ve zvoleném korpusu jsme nezaznamenali ani výskyt slov megaplex a miniplex, které jsou v zahraničí užívány.

do budoucna zajistí úspěch kinosektoru. V textu Mirky Spáčilové se například píše:

Projekt s názvem kino třetího tisíciletí k nám přichází v jakési třetí vlně. Jako první jím nastolily takzvanou „novou zlatou éru“ kinematografie Spojené státy; zhruba před pěti lety začal prokazovat životaschopnost v západní Evropě, zejména v Belgii a Německu. A v současné době se dostává na řadu právě východ Evropy – multiplexy se budují či plánují v Polsku, Maďarsku, ve východních zemích Německa, ale také v Portugalsku, Mexiku či Jižní Americe.²⁷³

Text – přes jistou nadnesenost a zřejmý propagační cíl takové charakterizace (jako zdroje informací v tomto článku vystupují provozovatelé Galaxie) – v zásadě shrnuje zahraniční historický vývoj multikin tak, jak jsme si ho nastínili v předchozí kapitole na základě odborných publikací, byť samozřejmě jen ve velmi hrubých obrysech. Výhody multikin byly definovány od počátku zcela zřetelně:

Hlavním smyslem realizace tohoto rozsáhlého projektu je podle člena představenstva společnosti Aleše Danielise fakt, že diváci se jen těžko smiřují s tím, že je v zimě v kinech zima a v létě horko, že nepohodlná sedadla vrzají, zvuk je nekvalitní a systém Dolby stereo chybí. Proto je podle něj nutné právě v době, kdy návštěvnost klesá, do kin investovat. Záměrem provozovatelů Galaxie je přitáhnout diváky především kvalitou projekce a pestrostí filmové dramaturgie.²⁷⁴

Články otištěné těsně po otevření Galaxie vyzdvihovaly některé drobné detaily týkající se fungování kina, které lze z dnešního hlediska vnímat jako samozřejmost, ale ještě v roce 1996 připadaly novinářům dostatečně zajímavé, aby je zařadili do textů: „Vstupenky se od sebe liší vytištěným názvem

²⁷³ SPÁČILOVÁ, Mirka. Kina třetího tisíciletí slibují návrat diváků. *Mladá fronta DNES*. Kultura. 18. 1. 1996, s. 1. ISSN 1210-1168.

²⁷⁴ míš. První multikino již na jaře. *Právo*. Rubrika Kultura. 6. 2. 1996, s. 9. ISSN 1211-2119.

promítaného filmu, číslem sálu a časovým údajem začátku projekce.²⁷⁵ Vidíme, že rozdíl mezi klasickým jednosálovým kinem a multikinem mohou v rámci diskurzu konstituovat i velmi jemné detaily, které pomáhají definovat novou formu filmové zkušenosti. Tyto detaily však z diskurzu rychle mizí (lze předpokládat, že přestávají být při návštěvě kina vnímány) a jsou nahrazovány jinými tématy.

Zatímco tyto prvky se z diskurzu rychle vytrácely a byly zmiňovány jen jednou nebo párkrát, jiná témata jsou opakována často a v různých novinách. Informace, u nichž je jako zdroj uváděn provozovatel multikina nebo distributor spojený s majors studií, se obvykle v diskurzu opakovaly častěji a více se shodovaly s historickým vývojem multikin, který jsme si nastínili výše. To lze demonstrovat například na následujícím úryvku, který popisuje zahraniční zkušenosti:

*Provozovatelem je společnost Kino 2005, která si od otevření multiplexu na pražském Jižním Městě slibuje totéž, co provozovatelé podobných víceúčelových zařízení všude na světě – návrat diváků do kin, která v této podobě nabízejí mnohem víc než klasické kinosály: atraktivní pestrý program, z něhož lze na místě vybírat, aniž by člověk, který dostal chuť jít do biografu, musel složitě zjišťovat, na co a hlavně na který konec města se vypravit, kvalitní technické vybavení sálů, pohodlná sedadla i doplňkové služby, jako rychlé občerstvení, kavárnu či případně hernu. Mnohde na světě už se multiplexy bohatě osvědčily, a tak se nejen u nás, ale také v Německu, Polsku, Maďarsku či Portugalsku stavějí a plánují další „kina třetího tisíciletí“.*²⁷⁶

Další informace, u nichž byl uváděn jiný zdroj než provozovatel multikina či distributor – nebo dokonce žádný zdroj –, byly v mnoha případech špatnými odhady skutečnosti, jak ukazuje odpověď vedoucí jednosálového kina z ankety mezi aktéry filmového průmyslu:

²⁷⁵ KLA. Nově otevřené multikino se těší velkému zájmu publika. *Mladá fronta DNES*. Praha. 11. 4. 1996. ISSN 1210-1168, s. 1.

²⁷⁶ MTŠ. První český multiplex zahájil. *Právo*. Kultura. 4. 4. 1996, s. 6. ISSN 1211-2119.

Jana Tesárková (vedoucí kina Praha na Václavském náměstí): Pokud by v centru města vzniklo multikino, tak by to pravděpodobně menší kina ve středu města ohrozilo. Ale myslím si, že budování multikin nemá do budoucna perspektivu, protože lidé se začnou vracet do menších kin, kde je komorní rodinné prostředí.²⁷⁷

Přestože je tento odhad špatný a lidé se do menších kin vracet nezačali, zaznamenáváme zde již určitý odpor vůči multikinům, který se v tomto případě opíral o požadavek „komorního rodinného prostředí“ a který byl v diskurzu o multikinech v následujících letech poměrně častý. Předchozí dva úryvky ukazují charakteristické rysy argumentace pro multikina a proti nim: zatímco propagátoři multikin uváděli mezi výhodami multikin jasně definované prvky – větší výběr filmů, pohodlné sedačky, kvalitní techniku a „doplňkové služby“ (čímž se míní občerstvení, restaurace, obchody a herny v blízkosti sálů), odpůrci multikin vystupující v článcích zmiňovali obtížněji definovatelné výhody jako „komorní rodinné prostředí“. Oba pojmy, komornost a rodinnost, se nevztahovaly přímo k prvkům, které by byly v daném prostoru inherentně zabudované, jde spíše o společenské vazby, které diskurz klasickým kinům přisuzuje.

V roce 1996 byl tento odpor však ještě spíše výjimečný a konkrétně v předchozím případě mohl být ovlivněn subjektivním přáním respondentky, která měla na starost upadající jednosálová kina.

4.2.2 Kdo o multikinech mluví

I když byla Galaxie prvním multikinem v České republice, nejednalo se ještě o západní multikino v pravém slova smyslu. Přesto přineslo radikální zvrát v oblasti českého kinosektoru, jak ve své studii uvádí Aleš Danielis:

²⁷⁷ MAK. Lidé neodmítají zřízení multikina. *Mladá fronta DNES*. 23. 7. 1996, s. 2. ISSN 1210-1168.

Multikino Galaxie bylo otevřeno 4. dubna 1996 premiérou českého filmu UŽ. Přestože šlo o rekonstruovaný objekt, který nedosahoval kvality špičkových západních multiplexů, jednalo se o průlom v provozování kin. Výsledky ukázaly, že to je perspektivní model. Jeho podíl na celkových výsledcích v České republice již v roce 1997 dosáhl 12,2 % a v nejúspěšnějším roce 1999 8 sálů ze 746 promítajících v ČR navštívilo 8 % diváků a podíl na tržbách dosáhl dokonce 13,6 %.²⁷⁸

Na rozdíl od této odborné studie z pozdějšího období, žádný z analyzovaných novinových článků nehodnotil Galaxii negativně ve vztahu ke „špičkovým západním multiplexům“, až na jednu výjimku. Zdrojem informací v tomto článku byl ředitel distribuční společnosti Falcon, provázané s americkým studiem Columbia TriStar. Svým názvem uváděl do diskurzu o multikinech téma globalizace – zatím pouze implicitně a spíše „podvědomě“, ale o to důrazněji: „Američané učí Evropu, jak zacházet s filmy“. Aniž by „globalizace“, „amerikanizace“ či nějaký příbuzný pojem v textu explicitně zazněly, lze zde rozeznat náznak téměř koloniálního tématu, ať už v názvu či v „přísných požadavcích“ zajišťujících „vzrůst tržeb“, které česká kina nesplňují:

„Co Američanům u nás nejvíc vadí, je katastrofální stav kin, upozorňuje [ředitel Falconu] Michael Málek. Proto také Clarkův tým [zástupci Columbia TriStar] ocenil pražskou Galaxii, první vícesálový objekt v tuzemsku: nemá sice všechny přísné parametry takzvaného multiplexu, ale jako výchozí bod přinášející vzrůst tržeb je to alespoň slibný začátek.“²⁷⁹

Byť americké řetězce kin nakonec do České republiky neinvestovaly, preference a tlak distributorů byly v diskurzu o multikinech okrajově přítomny. Jiný článek ovšem uvádí pojem multikino spíše do evropského kontextu:

²⁷⁸ DANIELIS, Aleš, ref. 24, s. 77.

²⁷⁹ SPÁČILOVÁ, Mírka. Američané učí Evropu, jak zacházet s filmy. *Mladá fronta DNES*. Rubrika Kultura. 15. 8. 1996, s. 16. ISSN 1210-1168.

„Vystavět prosperující kino je umění,“ říkají autoři myšlenky obřích biografů, Albert a Joost Bertovi, otec a syn, Vlámové, kteří díky Kinopolis pronikli už téměř do celého světa. „Hlavní je najít dobré místo, přístupné pro hromadné dopravní prostředky a osobní auta. Jestliže před padesáti lety byl divák zvyklý chodit do kina pěšky, dnes není výjimkou, že se sjíždí z okruhu 50 km. Potřebuje svůj komfort. Třeba bezplatné parkoviště, náklady začleníme do ceny vstupenky, pohodlná sedadla s dost velkou uličkou, aby si mohl natáhnout nohy a aby opozdílci tolik nerušili.“ Bertovi začali s výstavbou multikin v době, kdy dosavadní biografy zaznamenaly kritický úbytek diváků. S heslem „dát jim něco, co nemohou mít doma u televizorů či videa, dokonalý zvuk, obří plátno, luxusní prostředí“ v roce 1975 experimentovali v rodném městě Courtrai (v Belgii) s komplexem pěti sálů. Byl to úspěch, který se opakoval v hlavním městě s Kinopolis, kde během tří let vzrostl počet návštěvníků z více než dvou miliónů na více než pět.²⁸⁰

Informace uvedené v tomto článku odpovídají dosti přesně popisu v odborných studiích uvedených v kapitole 3. Zdroj informací není specifikován a velmi pravděpodobně jím není distributor ani provozovatel multikina působící v České republice (jedná se o reportáž z Bruselu). Text uvádí další aspekt multikin, který jinak v českém denním tisku zmiňován nebyl: význam snadné dostupnosti prostřednictvím automobilů a hromadné dopravy.²⁸¹ Články, které by šly takto do hloubky a uváděly situaci v České republice do zahraničního historického kontextu, však byly výjimkou. V diskurzu jednoznačně převládala snadno srozumitelná hesla vymezující výhody multikin oproti starším kinosálům, která byla prezentovaná bez výjimky formou citací vedoucích pracovníků v oblasti

²⁸⁰ LANDOVSKÁ, Helena. Kina jsou opět v módě, ne však kina ledajaká. *Právo*. Kultura. 28. 8. 1996, s. 10. ISSN 1211-2119.

²⁸¹ Význam automobilové dopravy pro řetězec Kinopolis je zřejmý. Multikina provozovaná touto společností jsou obvykle situována u dálnic na okrajích měst. PERRUT, Jean-François, ref. 73, s. 53.

distribuce a provozování kin. Tato tendence ostatně zapadá do charakterizace mediální praxe tak, jak ji popisuje například Denis McQuail:

*[N]ěkteří lidé a některé instituce jsou jako zdroje preferovány. Zpravodajové mají své vlastní zdroje, jimž dávají přednost, a navíc z titulu své profese přicházejí do styku s řadou prominentů – děje se tak na tiskových konferencích, prostřednictvím oddělení pro styk s veřejností atd. [...] Zpravodajství je často spíše referováním o tom, co o událostech řekly významné osoby než referováním o událostech samých.*²⁸²

Citace aktérů filmového průmyslu jsou očekávatelné, neboť kdo jiný by měl mít k dispozici informace o zahraničním vývoji, než ti, kteří investují do inovací v České republice? Pakliže se jako zdroje informací v denním tisku objevovaly instituce veřejné správy, žádné bližší informace o tom, co je multikino, jejich ústy citovány nebyly:

*Městská rada rozhodla, že z několika různých variant využití, které vypracovala společnost B.I.R.T., je pro město nejvýhodnější vybudování kina s několika promítacími sály. „V domě bude jedenáct kinosálů pro sedmáct set diváků. Vzhledem k tomu, že více než padesát procent kin v centru města je zavřených, multikino se zde užíví,“ uvedl radní Filip Dvořák. Kromě kina bude ve Slovanském domě také galerie, aukční síň, klub anglického typu a v podzemí fitness centrum. Radní Dvořák uvedl, že po rekonstrukci budovy se propojí ulice Na příkopě se Senovázným náměstím přes zahradu Slovanského domu. „Slovanský dům spolu se zahradou by se měly stát jedním z center kulturního dění,“ řekl radní.*²⁸³

Tento článek sice uváděl, že kina byla hromadně zavírána, a že tedy multikino nemá velkou konkurenci, neřešil však ani v náznaku, proč by se na rozdíl od

²⁸² MCQUAIL, Denis, ref. 203, s. 243.

²⁸³ KS. Ve slovanském domě by mělo vzniknout moderní multikino. *Mladá fronta DNES*. Praha. 18. 7. 1996, s. 1. ISSN 1210-1168.

zavíraných kin uživit mělo. Perspektiva zástupců veřejné správy ve vztahu k multikinům byla v novinových článcích spojována s jiným problémem: co udělat s prostorem v centru města, který nebyl adekvátně využíván a nesloužil společenským ani ekonomickým zájmům.

Jak ukazují čísla zveřejněná Ministerstvem kultury ČR (viz tabulka č. 1), počet kin v devadesátých letech významně klesal. Mezi lety 1990 a 2000 zanikla více než polovina kin a počet pořádaných představení klesl téměř o dvě třetiny.

Ukazatel	Rok						
	1980	1985	1990	1995	2000	2005	2010
Počet kin	2135	2015	2127	1120	874	752	701
Počet sedadel	608101	573000	553000	320000	278000	255000	238000
Počet obyv. na 1 sedadlo	16,98	18,03	18,74	32,28	36,95	40,13	44,19
Počet představení	579473	557000	494480	187369	197607	318212	399099
Počet diváků	60674	57198	36361	9253	8719	9479	13537
Počet diváků na jedno představení	140,71	102,69	73,53	49,38	44,10	29,79	29,48

Tab. č. 1. Vývoj kin v České republice

Zdroj: Národní informační a poradenské středisko pro kulturu.²⁸⁴

Pozn.: Do těchto čísel nejsou započítávány projekce na filmových festivalech.

Denní tisk informoval o rostoucím počtu zavíraných kin, další kina se podle článků potýkala s nezájmem návštěvníků. Články v této době zdůrazňovaly, že kinosektor je v krizi a multikina by mohla představovat záchranu:

Z dvanácti městských kin, která provozuje Filmový podnik hlavního města Prahy, dokáží pokrýt náklady na provoz pouze dvě – kino Kotva a Atlas, ostatní jsou značně ztrátová. Ani ředitelka filmového podniku Blanka Patzáková si není jista, zda Pražané skutečně potřebují mít v každém obvodu kino, když v centru je příležitost pro filmové fanoušky víc než dost a očekává se vznik nových moderních multikin. „Z

²⁸⁴ NÁRODNÍ INFORMAČNÍ A PORADENSKÉ STŘEDISKO PRO KULTURU. *Kultura České republiky v číslech. Vybrané údaje ze statistických šetření*. Praha: NIPOS, 2011, s. 22.

přehnaného optimismu mě vyléčila lhostejnost, s kterou lidé přijali v závěru loňského roku zavření kina Moskva v Ládví. Bylo kolem toho ticho po pěšině, takže ten, komu to vadilo nejvíc, byla nakonec vedoucí kina,“ upřesnila Patzáková.²⁸⁵

Články, v nichž nevystupují provozovatelé multikin a distributoři, obvykle nevysvětlovali, proč diváci přestávali navštěvovat kina. V předchozí ukázce je vyjádřen údiv nad lhostejností lidí ve vztahu k zanikajícím kinům, nenajdeme zde však žádný pokus o vysvětlení situace nebo vize, jak pokles diváků zastavit. Pokud se v nějakém článku zástupce multikin či distribuční společnosti naopak objevil, byly z poklesu diváků viněny jednoznačně špatný zvuk, nepohodlné sedačky a nepřítomnost klimatizace. Kritika špatné vybavenosti sálů se v člancích objevovala velmi často. Technická kvalita multikin oproti zanedbanosti malých sálů se stala jednou z konstitutivních kategorií, které vymezovaly rozdíl mezi malými kiny a multikiny.²⁸⁶

4.2.3 „Ne na film, ale do kina“

Zástupci Galaxie zdůrazňovali mezi výhodami také širší nabídku filmů oproti jednosálovým kinům:

Multikino s osmi různě velkými sály s celkovou kapacitou 1111 míst hodlá otevřít letos na jaře. „Chtěli bychom, aby na programu byl stále jeden dětský nebo rodinný film a jeden snímek pro náročnějšího diváka,“ řekl Aleš Danielis z představenstva společnosti.²⁸⁷

²⁸⁵ KLAPALOVÁ, Martina. V některých částech města nebude brzy ani jedno kino. *Mladá fronta DNES*. Praha. 10. 10. 1996, s. 1. ISSN 1210-1168, s. 1.

²⁸⁶ Aleš Danielis ve studii z roku 2007 nicméně uvádí, že multikina přiměla provozovatele jednosálových kin k investicím do technického vybavení, takže tato distinkce není z dnešního hlediska jednoznačná: „Standardizace technického vybavení multiplexů přinesla i zvýšení technické kvality mnoha klasických kin, která konečně přesvědčila své zřizovatele, že bez pohodlného prostředí a kvalitního zvuku nebude možné novým kinům konkurovat.“ DANIELIS, Aleš, ref. 24, 83.

²⁸⁷ KAJAN, Martin a Martina KLAPALOVÁ. Multikina by měla opět přilákat zájem diváků. *Mladá fronta DNES*. Praha. 18. 1. 1996, s. 1, ISSN 1210-1168.

Spojení „náročnější divák“, „náročnější film“, „náročnější program“ apod. se v souvislosti s širokou nabídkou multikin v člancích vyskytovala poměrně často. Provozovatelé Galaxie zdůrazňovali, že multikino je určené i náročnějším divákům. Co přesně toto označení znamená, jasně specifikováno není, jeden z článků například vymezuje „náročnější film“ proti filmům „dětským“ a „rodinným“, jinde je „náročnější program“ spojován s pojmem „artkino“.²⁸⁸ Pojem „náročnější film“ však můžeme vnímat jako zástupce vyšší kultury, který je vymezován oproti kultuře nižší, byť jasnější distinkce se v tomto roce v analyzovaných textech neprojevovala.

Širší nabídka filmů v multikinech podle jednoho z textů mění preference diváků: „Ne na film, ale do kina,“ charakterizuje návštěvu těchto center mezititulky v *Mladé frontě Dnes* a článek dále popisuje praxi chození do multikin následovně:

„Mám to sice trochu z ruky, ale je to fajn. Přijet a rozhodovat se až na místě, to mi vyhovuje,“ říká Pavel Hubený, jeden z návštěvníků Galaxie. „Nepřemýšlím, co hrají a od kolika, prostě vyrazím. Vyberu si bez problémů, na něco každopádně jdu.“ „Vycházíme ze zahraniční zkušenosti, kde tato hra funguje už léta. Nechodí se na konkrétní film, ale do kina,“ potvrzuje Peter Kot [generální ředitel společnosti Kino 2005, která multikino Galaxie provozovala]. Klad vidí v tom, že divák se nevrací domů, když je „jeho“ film vyprodán. Může tak prý kultivovat svůj vkus, protože zhlédne filmy, které by jinak jeho pozornosti unikly.²⁸⁹

Multikino je charakterizováno jako kulturní instituce, která může kultivovat vkus diváka. Nejen tedy že nabízí návštěvníkům demokratičtější přístup k filmům, ale

²⁸⁸ Ivo Pondělíček s Karlem Moravou k tomuto pojmu poznamenali: „Nebude sporu o tom, že samotný pojem vospělého filmového diváka – stejně jako divák náročný, kultivovaný ap. – je velmi nepřesný, vágní a variabilní. To potvrzuje i skutečnost, že dosud neexistují přesná kritéria pro bližší vymezení tohoto pojmu.“ (PONDĚLÍČEK, Ivo a Karel MORAVA, ref. 93, s 21.) Zatímco analyzovaný mediální diskurz asociuje náročného diváka s artkiny, Morava s Pondělíčkem ho asociují s filmovými kluby. Obecně tedy jde o diváka, který navštěvuje specifický typ kina nebo představení.

²⁸⁹ STRAŇÁK, Vít. Multikino je velká hra na možnost výběru. *Mladá fronta DNES*. Trend. 2. 11. 1996, s. 8. ISSN 1210-1168.

také své diváky vychovává. Co v mediálním diskurzu v roce 1996 zjevně chybí, je propojení multikin s blockbustery, globalizací, masovou kulturou apod. A právě nepřítomnost těchto asociací umožňovala, aby multikina mohla být v určitém okamžiku konstruována jako instituce kultivující vkus.

Tvrzení, že diváci se při návštěvě multikin nejprve rozhodují, že půjdou do kina, a teprve poté si vybírají film, by bylo možné ověřit jedině rozsáhlejším kvantitativním výzkumem. Studie Jehoshuy Eliashberga přičítá tuto tendenci v jisté míře kulturním rozdílům:

Procesy, kterými se zákazníci rozhodují o tom, jaký film chtějí vidět, v jakou denní dobu a v jakém kině, jsou různorodé. Na základě náhodných zjištění lze rozlišit dva procesy chování: 1) nejprve výběr filmu – pak výběr kina, 2) nejprve výběr kina – pak výběr filmu. Při prvním procesu, který je častější ve Spojených státech, se zákazník nejprve rozhoduje, na jaký film půjde, a pak si vybírá nejvhodnější místo. Při druhém procesu, který je častěji pozorován na zahraničních trzích, zákazník nejprve navštíví své oblíbené kino, a až teprve tam se rozhoduje, na jaký film půjde.²⁹⁰

I když Eliashberg naznačuje odlišné tendence v chování diváků v USA a jinde, v každém případě jsou oba rozhodovací procesy běžné a výše citovaný článek může svědčit o snaze formovat prostřednictvím mediálních sdělení chování diváků.²⁹¹ V době, kdy existovalo v České republice pouze jedno multikino, byl pro jeho provozovatele přirozeně výhodnější druhý popsáný model rozhodování, neboť ten byl možný pouze v Galaxii. S rozvojem dalších multikin, a tedy konkurenčního prostředí se možnost volby filmu na místě stává standardem a přestává být konkurenční výhodou.

V průběhu roku 1996 lze pozorovat rostoucí odhady týkající se další výstavby multikin v denním tisku. V dubnu odhadoval ředitel českého zastoupení studia

²⁹⁰ ELIASHBERG, Jehoshua, ref. 162, s. 148–149.

²⁹¹ Tvrzení pochopitelně může být založeno na jiných výzkumech chování návštěvníků multikin, které mohly dojít k odlišným závěrům.

Warner Bros Jiří Ježek, že by se v Praze mohla uživit tři další multikina.²⁹² V červenci Aleš Danielis zvyšuje odhad na čtyři.²⁹³ V listopadu již se uvažuje o šesti.²⁹⁴ Denní tisk tak systematicky ujišťoval čtenáře o úspěšnosti Galaxie, která se stala v tomto smyslu průběžným kamenem zavádění multikin v České republice. V listopadu se však objevila také první kritická hodnocení multikin, a to hned ve dvou článcích. První z nich kritizoval možnost výběru v multikinech a také poprvé ukázal, že klíčovým filmovým produktem jsou pro multikina blockbustery (které zde ovšem nebyly popsány tímto pojmem):

Divácky nejúspěšnější jsou ovšem stejné filmy jako jinde: Kolja a Statečné srdce. Během posledních týdnů však oba dlouhodobé hity stejně jako jinde vymazal Den nezávislosti. „Je to trochu komické,“ upozorňuje [psycholog] Slavomil Hubálek. „Hraje se tu hra na možnost výběru, ale nakonec se většina diváků chová zcela konfekčně.“²⁹⁵

Demokratizace filmové nabídky – jedna z důležitých konkurenčních výhod, jimiž multikina dle novinových článků disponovala oproti jiným kinům – tak byla v jisté míře zpochybněna. Ve stejném článku se objevovala také asociace multikin s popcornem a colou, což je sice prezentováno v pozitivním duchu, ale z formulace lze vyčíst i jistou míru odstupů až ironie:

„Jsme největším popcornovým centrem v republice,“ chlubí se provozní ředitel Šmídl. Zdá se, že image popcornového centra je nejlépe spočítaným efektem. Dodavatelé si mnou ruce, kukuřičné lupínky se praží ostošest a kokakola teče proudem.“²⁹⁶

Původ multikin byl v tomto článku jednoznačně situován do USA a implicitně se zde tak popisuje proces amerikanizace. Kritický hlas vůči tomuto procesu byl

²⁹² SPÁČILOVÁ, Mirka, ref. 279.

²⁹³ MAK, ref. 277.

²⁹⁴ KLAPALOVÁ, Martina, ref. 285.

²⁹⁵ STRAŇÁK, Vít, ref. 289.

²⁹⁶ STRAŇÁK, Vít, ref. 289.

však zatím spíše nejasný. Charakterizace multikin v jiném článku z listopadu roku 1996 je ostřejší:

Je docela dobře možné, že některým filmovým fanouškům bude malých kin po jejich zániku líto. Ne každému je totiž sympatická představa, že stráví večer v monstrózních sálech multikin, kterých má být v hlavním městě během několika příštích let nejméně šest.²⁹⁷

Nostalgie po kinech, vůči jejichž zániku byli lidé dle jednoho z dřívějších článků „lhostejní“ zde působí paradoxně. Není také příliš jasné, co se míní onou „monstrózností“ multikin, která není nijak blíže osvětlena. Kritičnost obsažená v tomto úryvku předznamenává odpor vůči multikinům vyjadřovaný v člancích z následujících let.

Shrneme-li základní charakteristiky multikin opakovaně zmiňované v člancích z roku 1996, pak lze říci, že novináři multikina konstruovali jako komplexy zábavy a občerstvení. Zážitek z filmu byl doprovázen nebo dokonce převážen zážitkem z dobrého zvuku, pohodlných sedadel, občerstvení („největší popcornové centrum“), možností výběru i situovaností kin v komplexu dalších zábavních aktivit: barů, kaváren, dětských koutků, fitcenter, heren virtuální reality, prodejů kompaktních disků, knih a květin. Tato charakterizace má blízko k popisu amerických multikin, jak je popsal Gary Edgerton: americkým provozovatelům kin jde podle něj především o to, aby „potěšili smysly co největšího počtu svolných zákazníků“²⁹⁸ (jinými slovy, aby prodali co nejvíce občerstvení před tím, než divák vejde do sálu, neboť z občerstvení plyne značná část zisků). Dochází zde také k propojování různých druhů konzumování, o němž píše Friedbergová.²⁹⁹ Zároveň je však akcent na rozšířenou sféru volby jedním z nejdůležitějších faktů současného života, jak jej popsal sociolog Miloslav Petrušek:

²⁹⁷ KLAPALOVÁ, Martina, ref. 285.

²⁹⁸ EDGERTON, Gary, ref. 18, s. 158.

²⁹⁹ FRIEDBERG, Anne, ref. 22, s. 141.

Společnost volby je také společností rostoucích (a nikdy neukojitelných) očekávání a dynamizující se nenasytosti: tím se samozřejmě a logicky propojuje s komplexem problémů a témat spotřební společnosti. [...] [S]polečnost volby je příjemná společnost, která akceleruje technický i kulturní pokrok, která díky rozvinuté komunikaci a globálně propojené obchodní síti umožňuje saturovat téměř jakoukoliv potřebu. Současně vykazuje a často také dramaticky vyjevuje své ambivalentní znaky – znehodnocení tradičních hodnot, nekritické nadšení pro permanentní inovaci, soutěživost v oblastech, které jsou de facto marginální, apod.³⁰⁰

Ať už přijmeme Petruskovo značně negativní hodnocení „společnosti volby“, či nikoliv, řadu jím zmíněných aspektů v diskurzu o multikinech můžeme rozpoznat: Multikina nabízela jednak větší možnost volby (filmů i dalších produktů v oblasti volného času), jednak technologický pokrok: ačkoliv denní tisk prezentoval multikina do jisté míry i ve vztahu k nabídce konkrétních filmů, unikátnost filmového zážitku byla spojována především s počtem sálů a s použitou technikou (zejména s dolby-systémem). Tento fakt v jistém smyslu odkazuje k vášni lidí vůči technologickým inovacím, o níž Barbara Klingerová v souvislosti s domácími kiny a DVD přehrávači poznamenává: „Dokonalý obraz a efektní zvuková stopa je pro tyto technofily důležitější než třeba děj a herecké výkony.“³⁰¹ Technofilie znamená vyhledávání stále dokonalejších zážitků, globální prostory lákají svou novostí a možností vytvářet si vazbu prostřednictvím technofilní identifikace. Globálně propojená obchodní síť je zde přítomná jednak ve spolupráci s domácími zástupci majors studií, jednak v šíření multikin z USA do západní Evropy a dalších zemí světa. Multikina však byla prezentována nejen jako „monstrózní“ objekt, ale také jako instituce s demokratičtější nabídkou filmů, která navíc kultivuje vkus diváků.

³⁰⁰ PETRUSEK, Miloslav. *Společnosti pozdní doby*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2006. ISBN 978-808-6429-632, s. 418.

³⁰¹ Citováno ve SKOPAL, Pavel. Globální Hollywood a domácí kino. Rozhovor s Barbarou Klingerovou. *Illuminace*. 2007, roč. 17, č. 4, s. 145–158. ISSN 0862-397X, s. 153.

Mladá fronta DNES otiskla 19 z celkem 22 analyzovaných článků z roku 1996, *Právo* 3 a *Blesk* žádný. Všechna témata, která byla v souvislosti s multikinou opakovaně zmiňována v *Mladé frontě DNES*, byla zmíněna i v *Právu*: větší nabídka multikin oproti jednosálovým kinům, kvalitní technické vybavení sálů, pohodlná sedadla, doplňkové služby (občerstvení, herny, bary), pojem „kino třetího tisíciletí“ atd. Charakterizace multikin v obou denících byla tedy v klíčových aspektech stejná, *Mladá fronta DNES* však některé informace častěji opakovala.

4.3 Rok 1997

4.3.1 „Životaschopný projekt“

Mladá fronta DNES i *Právo* zhodnotily první rok provozu multikina Galaxie jednoznačně jako velmi úspěšný (oba deníky věnovaly ve vybraném období jednoletému výročí Galaxie po jednom článku). Ekonomické výsledky dokonce předčily očekávání:

Zakladatelé prvního tuzemského vícesálového kina, takzvaného multiplexu, byli sice od počátku mírnými optimisty, neboť věřili v příznivou zahraniční zkušenost, výsledky návštěvnosti však jejich očekávání ještě překonaly.³⁰²

Stejně jako v předchozím roce byl článek v *Právu* oproti článku v *Mladé frontě DNES* stručnější, ale téma prezentoval velmi podobně. První zmíněný deník se navíc vyjadřuje k otázce bezpečnosti v okolí multikina:

Velká promítací centra ovšem mají i svou odvrácenou tvář: provází je zvýšený společenský ruch, který ne všichni okolní „starousedlíci“ vítají zrovna s pochopením. S občasnými výhradami se už setkala i Galaxie. „Je jasné, že v místě, kde se denně vystřídají i čtyři tisíce lidí,

³⁰² SPÁČILOVÁ, Mirka. První multiplex zatím čeká na následovníky. *Mladá fronta DNES*. Kultura. 22. 3. 1997, s. 18. ISSN 1210-1168, ISSN 1210-1168.

nadto převážně mladších ročníků, bude o něco rušněji,“ přiznává Danielis. Tvrdí však, že žádné „opiové doupě“ tady nevzniklo a takzvané „živly“ se podle něho stahují spíše do centra města. „Mnozí občané Jižního Města si naopak libují, že díky kinu a jeho přilehlým veřejným službám se zdejší prostor kultivuje a sídlištní zóna je mnohem bezpečnější než předchozí temný Bronx na konečné,“ říká Aleš Danielis.³⁰³

Zde tedy rozpoznáváme podobnou situaci, která byla zmiňována v souvislosti s multikiny zahraničními, zejména britskými a irskými. Stavba multikina s přidruženými službami podle citovaného článku přetvořila původně „temné“ prostředí na periférii města na bezpečnější prostor. Naopak jako nebezpečné bylo konstruováno spíše centrum města, kam se „stahují živly“. Ať už tomu tak skutečně bylo, či ne, podstatné je, že mediální diskurz asocioval multikina s tématem bezpečného prostoru, a tato asociace je v následující letech rozvíjena. Naopak jako nebezpečné bylo konstruováno spíše centrum města, kam se „stahují živly“. Například smíchovské kino Zvon bylo charakterizováno jako nebezpečné a nekulturní (což je spojeno s rasovými předsudky):

Ani nasazení českého filmu Kolja, který všude zaznamenával rekordní návštěvnost, nepomohlo k vyprodanému sálu smíchovského kina Zvon, jehož budoucí zánik je neodvratný. Zdá se tedy, že i kulturnost prostředí hraje při výběru diváka svou roli. Toto kino, kam často chodí romské publikum, se nachází v Plzeňské ulici, tedy v oblasti, které se hanlivě přezdívá smíchovský Bronx. Lidé si do kina Zvon prostě odvykli chodit.³⁰⁴

Úspěch Galaxie vedl podle pisatelů článků jeho provozovatele k závěru, že by měla vzniknout další multikina. V člancích se předvíдалo, že tradiční typ sálů bude v budoucnu nahrazen multikiny:

³⁰³ SPÁČILOVÁ, Mirka, ref. 302.

³⁰⁴ KLAPALOVÁ, Martina. Kina budou ubývat, ale filmový fanoušek plakat nemusí. *Mladá fronta DNES*. Kultura z Prahy. 7. 11. 1996, s. 4. ISSN 1210-1168.

*Galaxie vytváří přes deset procent obratu z celé republiky. [...] Danielis [...] je přesvědčen, že multiplexy jsou životaschopným projektem i mimo Prahu, zejména v Ostravě a v Brně, a pokud jde o hlavní město, předpokládá, že na přelomu tisíciletí tu další multikino někdo určitě otevře.*³⁰⁵

I když se Galaxie ukázala být úspěšným projektem, návštěvnost kin v České republice nadále klesala. V roce 1995 kina navštívilo přes devět milionů diváků, v roce 1996 necelých devět milionů. K viditelnému nárůstu počtu diváků došlo celorepublikově až v roce 2001, kdy zahájilo provoz mnoho nových multikin (viz tabulka č. 2).

Rok	Počet představení	Počet diváků
1995	187 369	9 253 214
1996	169 570	8 846 030
1997	168 009	9 815 024
1998	163 796	9 246 676
1999	181 291	8 370 825
2000	197 607	8 718 776
2001	252 692	10 363 336

Tab. č. 2: Vývoj návštěvnosti českých kin.
Zdroj: Unie filmových distributorů.³⁰⁶

Provozovatelé multikina sice měli důvod k radosti, protože návštěvnost Galaxie byla relativně vysoká, avšak při srovnání s údaji z roku 1989, kdy přesahovala celková návštěvnost kin 52 milionů, se prezentovaný úspěch multikin jeví jako skromný. Provoz kin se nicméně podařilo, jak potvrzují údaje z následujících let, přinejmenším na určitou dobu stabilizovat.³⁰⁷

³⁰⁵ MÍŠ, Multikino Galaxie je tu právě rok. *Právo*. Kultura. 24. 3. 1997, s. 10. ISSN 1211-2119.

³⁰⁶ UNIE FILMOVÝCH DISTRIBUTORŮ. Přehledy a statistiky: Základní údaje o filmovém trhu. [online]. [cit. 2012-08-19]. Dostupné z: <<http://www.ufd.cz/prehledy-statistiky>>.

³⁰⁷ UNIE FILMOVÝCH DISTRIBUTORŮ, ref. 320.

4.3 Rok 2001

Na počátku roku 2001 bylo v České republice v provozu pět multikin, z toho čtyři v Praze a jedno v Brně. V průběhu roku vzniklo celkem pět nových, vedle dalších objektů v Praze a Brně se jednalo o kina v Ostravě a Hradci Králové, Galaxie byla přestavěna a rozšířena. Očekávaly se stavby v dalších regionech. Denní tisk referoval o vzniku multikin a často zdůrazňoval jejich situovanost v nákupních a zábavních centrech. Očekávaný úspěch dalších komplexů se nadále opíral o zahraniční zkušenosti, objevovaly se však pochybnosti, zda je pro ně dostatečný divácký potenciál i v menších městech, např. v Českých Budějovicích. V roce 2001 se v denním tisku v souvislosti s multikinami řešila celá řada témat, na něž bylo pohlíženo z protichůdných perspektiv. Některé články zprostředkovávaly pouze perspektivu jedné ze zúčastněných stran, jiné zprostředkovávaly perspektivy různých stran.

4.3.1 Pro koho je multikino?

K nejčastěji se opakujícím tématům v tomto roce patřila cena filmového představení. Na jedné straně se zde objevovala perspektiva asociovaná se zástupci multikin, na druhé straně pak perspektiva návštěvníka, z níž bylo na vysoké ceny pohlíženo kriticky. Jak ukazuje tabulka č. 3, růst průměrné mzdy mezi lety 1996 a 2001 nebyl tak výrazný jako růst průměrné ceny vstupenky do kin. V roce 1996 bylo možno pořídit za průměrnou mzdu 293,28 vstupenky do kina, zatímco v roce 2001 to bylo pouze 222,91 vstupenky. O deset let později v roce 2011 to však již opět bylo 253,22 vstupenky, růst cen vstupenek mezi lety 1996 a 2001 byl tedy oproti růstu průměrné mzdy relativně strmý.

Rok	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
Průměrná mzda	9825	10802	11801	12797	13219	14378	15524	16430
Počet vstupenek, které lze ze mzdy koupit	293,28	254,76	235,55	236,11	219,58	222,91	223,69	229,79
Průměrná cena vstupenka	33,5	42,4	50,1	54,2	60,2	64,5	69,4	71,5

Rok	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Průměrná mzda	17466	18344	19546	20957	22592	23344	23864	24436
Počet vstupenek, které lze ze mzdy koupit	228,91	232,5	247,73	256,83	266,73	267,71	264,27	253,22
Průměrná cena vstupenka	76,3	78,9	78,9	81,6	84,7	87,2	90,3	96,5

Tab. č. 3. Srovnání průměrné mzdy a průměrné ceny vstupenek do kin.
Zdroj: Český statistický úřad.³⁰⁸

V případě multikin byl tento vzestup ještě výraznější, neboť v roce 1996 stála vstupenka do Galaxie „kolem padesáti korun“,³⁰⁹ zatímco v roce 2001 byla průměrná cena 120 korun. Zatímco tedy průměrná mzda vzrostla o 46 procent, cena vstupenky do Galaxie vzrostla o 140 procent. Zatímco v roce 1996 byla vstupenka do Galaxie pouze o 49 procent dražší oproti průměru, v roce 2001 to již bylo o 86 procent. Rapidní nárůst ceny vstupenek byl v denním tisku prezentován ústy provozovatelů multikin vcelku předvídatelně:

Podle nepsaného pravidla mají [...] distributoři – po odečtení koruny do Fondu kinematografie, DPH a desetníku pro Ochranný svaz autorský – z ceny vstupenky polovinu, provozovatelé kina druhou.³¹⁰

³⁰⁸ ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Databáze dynamických grafů. [online]. [cit. 2012-08-20].

Dostupné z:

<http://www.czso.cz/csu/dyngrafy.nsf/porovnani/mzdy_1960_?opendocument&porovnani=2D22299DAC45C3B2C12574BE0031CC00&e>.

³⁰⁹ KLA. Nově otevř, ref. 275.

³¹⁰ Toto vysvětlení není zcela přesné. Dělení zisků mezi distributory a provozovatele kin závisí na individuální dohodě a na očekávané úspěšnosti jednotlivých snímků. Obecně však platilo, že se

„Problém je taky v tom, že náklady na topení, údržbu a pronájem jsou vysoké. Navíc se v posledních letech podstatně snížil počet diváků, kteří chodí do kina, což se na ceně vstupenky také odrazilo,“ poukazuje ředitel společnosti Medea Kultur a kina Blaník Karel Stejskal. [...] „Proč jsou multikina dražší? Když nepočítám špičkovou techniku, tak zákazníci vědí, že například na toaletách³¹¹ jsou dlaždičky, voní to tu skořicí a vždycky zde najdou papír. Stejně tak dvoumetrový muž nebude vadit ostatním divákům právě díky perfektním sedačkám,“ doplňuje David Horáček, ředitel společnosti STER CENTURY, která má kina ve Slovanském domě a v Hostivaři.³¹²

poměr zisku s přibývajícím týdnem zvyšoval ve prospěch provozovatelů kin v rámci tzv. „sliding scale“ systému, jak přibližně ukazuje tabulka č. 4. Pro distributory bylo proto výhodné, když šlo co nejvíce diváků do kina co nejdříve po premiéře. (České řetězce multikin Cinestar a Cinema City jsou však zapojeny do programu Virtual Print Fee, v rámci něhož se distributor, případně producent finančně podílí na digitalizaci kin – a to buď prostřednictvím tzv. integrátora, nebo bez prostředníka. V těchto případech je tedy dělení zisku komplikovanější.)

Týden po premiéře	USA	ČR
1.	70:30	50:50
7.	60:40	45:55
3.	50:50	40:60
4.	40:60	35:65
5.	30:70	30:70

Tab. č. 4: Dělení zisků mezi distributory a provozovatele multikin. Zdroj: SCHILLER, Suzanne, ref. x, s. 108 a E-mailová korespondence s pracovníky české distribuční společnosti SPI, 22. 1. 2009.

³¹¹ Zmínka o toaletách sice může působit banálně (článek pochází z bulvárního deníku *Blesk*). V diskurzu se však tato tematika objevovala opakovaně a stala se jednou z kategorií, které od sebe v diskurzu z roku 2001 odlišovaly tradiční jednosálová kina a multikina, přičemž multikina byla prezentována jako instituce, která kultivuje celý kinosektor tím, že nutí i klasická kina k rekonstrukcím sociálních zařízení (RACHMANN, Martin. Distributoři chválí, že v regionu neubývá kin. *Mladá fronta DNES*. Kultura – Karlovarský kraj. 5. 2. 2001, s. 03. ISSN 1210-1168). Toalety jako konstitutivní kategorii vymezující kina od multikin zdůrazňuje na podkladě rozhovorů s návštěvníky řevnického jednosálového kina například i BARGEL, Robert, ref. 19, s. 132–133. Zdeněk Hudec na druhou stranu relevanci toalet pro výzkum kinematografie ironizuje a kritizuje: HUDEC, Zdeněk. Utopie a vrčící kopírky. *Cinepur*. 2010, roč. 17, č. 67, s. 10–11. ISSN 1210-678x. Dostupné též z: <<http://cinepur.cz/article.php?article=1793>>.

³¹² MERTOVIÁ, Dana. Proč jsou filmy drahé. *Blesk*. Praha. 3. 3. 2001, s. 3. ISSN 1213-8991.

Zatímco v roce 1996 ještě denní tisk prezentoval Galaxii jako instituci cenově přístupnou pro seniory (díky zlevněnému vstupnému),³¹³ v roce 2001 již se s nimi v rámci diskurzu nepočítá:

*Často se hovoří o tom, že starší lidé by poté, co odejdou do penze, neměli zůstat doma. Měli by navštěvovat přátele, scházet se s nimi u kávy, či si zajít někam za kulturou. V Praze však například jeden lístek do kina stojí kolem stovky, v nových multikinech až 150 korun. Kdyby chtěli vyrazit například na muzikál Johanka z Arku, měl by si každý z nich přichystat 400 korun jen na vstupné.*³¹⁴

Diskurz tedy konstruuje multikina jako prostor, který vůči nim není příznivý, nebo je vysloveně vylučuje (v citaci výkonného ředitele CineStaru „odečítá“):

*Společnost CineStar je první firmou, která otevřela nové multikino jinde než v Praze či Brně. Jak přiznává její výkonný ředitel Jan Bradáč, situace na trhu a hlavně chybějící konkurence jí dává dostatek prostoru pro rozvoj. „Pouštíme se na neorané pole. V podstatě je to podobné jako v Praze. Přičteme-li k jejím stálým obyvatelům lidi, kteří tam jezdí během týdne za prací, dojdeme k číslu přibližně jeden a půl milionu. V polovině listopadu tam bude fungovat už pět multikin, což je po odečtení duchodců a nemluvňat okolo maximálně sto padesáti tisíci lidí na každé z nich. Bude záležet na strategii jednotlivých provozovatelů, který publikum víc přitáhne.“*³¹⁵

Relativně nenápadná zmínka ukazuje na odlišnou prezentaci pozice seniorů ve vztahu k multikinům oproti roku 1996: v roce 2001 již explicitně nejsou cílovou skupinou. Z novinových článků však nelze určit, zda senioři do multikin sami odmítali chodit, nebo se multikina natolik silně zaměřovala na mladé lidi a rodiny s dětmi, že jim nevycházela vstříc v podobě slev apod. Senioři jsou však

³¹³ MTŠ, ref. 291.

³¹⁴ HČK, VAC, ZDE. Jak se žije penzistům v České republice? *Právo*. Téma dne. 14. 4. 2001, s. 6. ISSN 1211-2119.

³¹⁵ KUČERA, Leoš. Bradáč: Máme stejné šance jako provozovatelé multikin v Praze. *Mladá fronta DNES*. Kraj Hradecký. 25. 10. 2001, s. 3. ISSN 1210-1168.

sporadicky prezentováni jako cílová skupina tradičních jednosálových kin, která přichází o movitější diváky:

Blízkou přítomnost multiplexu řeší Kapitól vedle levnější vstupenky třeba speciálními dopoledními projekcemi pro studenty nebo důchodce, kteří se do Špalíčku laciněji prostě nedostanou.³¹⁶

Multikina byla tedy v roce 2001 prezentována jako relativně dražší instituce, která není určena každému.

4.3.2 „Proboha, ne multikina“:³¹⁷ technofilie, nostalgie a melancholie

Úspěch multikin byl v denním tisku zmiňován často. Opět byla zdůrazňována jejich technická vyspělost. Někteří provozovatelé malých sálů v člancích vyjadřovali předpoklad, že úspěch multikin je pouze dočasný: „Ze začátku bude o multikino zájem, lidé budou zvědaví, jak to v něm chodí. Později se ale zase vrátí k nám,“ věří Jan Petrovaj, ředitel Kulturního domu Dukla v Pardubicích.³¹⁸ Pokračující transformace malých kin v ne-kinové objekty však těmto úvahám nedávala za pravdu (opět tedy platí, že správný odhad vývoje byl prezentován ústy provozovatelů multikin či distributorů, zatímco předpovědi provozovatelů klasických kin nebyly správné):

Téměř souběžně s otevřením nového multikina CineStar v Hradci Králové přestalo promítat místní kino Střelnice. Kdysi jeden z nejmodernějších kinosálů v regionu chce jeho správce přebudovat pro potřeby taneční školy.³¹⁹

Denní tisk tedy v tomto roce prezentoval obavy o tradiční kinosály:

³¹⁶ MAREČEK, Luboš. Multiplex hýbe osudy tradičních sálů. *Mladá fronta DNES*. Kultura z jižní Moravy. 28. 8. 2001, s. 3. ISSN 1210-1168.

³¹⁷ BURSÍKOVÁ Ivana. Proboha, ne multikina a podobné projekty. *Mladá fronta DNES*. Praha. 7. 7. 2001, s. 9. ISSN 1210-1168.

³¹⁸ KUČERA, Leoš. Nastupuje multikino. Přežijí malé sály? *Mladá fronta DNES*. Kraj Hradecký. 25. 10. 2001, s. 3. ISSN 1210-1168.

³¹⁹ ERA. Z kina má být taneční sál. *Mladá fronta DNES*. Kraj Hradecký. 15. 11. 2001, s. 2. ISSN 1210-1168.

Nové multikino s osmi sály, které vzniká na budějovickém sídlišti Máj a chce začít promítat letos na podzim, začalo vzbouzet v okolních kinech mírné obavy. Jejich provozovatelé ale doufají, že je diváci kvůli monstróznímu komplexu, který chce promítat až dvanáct filmů denně, přece jen neopustí. Bude to novinka a zpočátku se tam určitě půjde podívat každý, jenže multikina mají drahé vstupné – utěšují se kinaři. [...] Bývalá učitelka [a náměstkyně primátora českých Budějovic Vlasta Bohdalová] sází na kulturní vyspělost diváků: „Domnívám se, že budějovičtí diváci jsou vychovaní a mají zájem jen o kvalitní filmy. Multikino bude hrát určitě hlavně hodně komerční produkci.“³²⁰

Předchozí úryvek strání – podobně jako řada jiných – malým sálům: zatímco malá kina byla konstruována jako „kulturně vyspělá“, multikino představovalo „monstrózní komplex“, který neuvádí „kvalitní filmy“. Multikina podle některých článků mohla „spolknout intimitu malých sálů“, což by vedlo ke „ztrátě prostoru pro kvalitu“.³²¹ Pojmy jako „intimní“, „komorní“, „rodinný“ odkazují spíše ke „kvalitě“ společenské vazby mezi návštěvníky kina, než k nějakým inherentně daným vlastnostem kina.

Některé postoje k multikinům prezentované v tisku byly navíc dosti vyhrčené:

Ekologický aktivista Martin Skalský ze sdružení Děti Země se však nárůstu multiplexů obává. „Je to hrozně umělé. Lidé místo toho, aby jeli v sobotu vlakem do přírody, tak jedou autem do hypermarketu. Jen neustále nakupují, ostatní zájmy upadají, sami se nijak nerozvíjejí,“ poznamenává Skalský. Odpůrci těchto obřích projektů nejčastěji dále mluví o násilném přeměňování lokality, o přílišné monstróznosti staveb, o výrazném zvýšení intenzity dopravy.“³²²

³²⁰ ZAJÍČKOVÁ, Eva. Kina se začínají obávat nového konkurenta. *Mladá fronta DNES*. Kultura – Jižní Čechy. 22. 3. 2001, s. 3. ISSN 1210-1168.

³²¹ IPD. Vidět film o mučení je dost poučné. *Mladá fronta DNES*. Region Praha. 4. 4. 2001, s. 3. ISSN 1210-1168.

³²² FREISLER, Eduard. Jižní Město čeká zásadní změna. *Mladá fronta DNES*. Praha. 25. 6. 2001, s. 1. ISSN 1210-1168.

Přes kladné pocity vyjadřované ve vztahu ke klasickým kinům a (někdy výrazně) negativní pocity vyjadřované ve vztahu k multikinům čísla jednoznačně ukazují, že lidé o tradiční jednosálová kina ztráceli zájem. Vysvětlení tohoto paradoxu může souviset s komplexnějšími společenskými procesy: lidé jsou sice fascinováni inovacemi, zároveň však mají tendenci vytvářet si nostalgické pouto ke konkrétním institucím a materiálním objektům.³²³ Nostalgie bývá psychology a sociology definována jako sentimentální touha po minulosti, která zahrnuje vztah jedince k sociálnímu kontextu.³²⁴ (O tom, že sociální kontext je důležitý, svědčí právě citované pojmy „intimní“,³²⁵ „komorní“, „rodinný“.) Podle Tima Wildschuta, Constantinea Sedikidese a Claye Routledge plní nostalgie důležitou funkci: umožňuje vyrovnat se s existenciální tísňí a dodat životu smysl prostřednictvím připomínky pozitivních zážitků z minulosti, reprezentovaných zejména vztahy s blízkými.³²⁶ Potřeba vyrovnat se s rozsáhlými společenskými změnami, jakými jsou globalizace a rychlý technický pokrok, by mohla vysvětlovat, proč se v diskurzu objevují v souvislosti s jednosálovými kiny nostalgická, ale významově mlhavá spojení jako „intimita malých sálů“ nebo „komorní rodinné prostředí“. Ke stejné interpretaci nás může dovést také teoretická koncepce melancholie, jak ji formuloval Slavoj Žižek:

[M]elancholik není primárně subjektem fixovaným na ztracený objekt, neschopným provést práci truchlení, ale spíše subjektem, který vlastní objekt, avšak ztratil k němu svou vášeň, poněvadž příčina, která

³²³ Reflexi podobných pocitů je možno zaznamenat i v jiných oblastech kultury. Fenomén taneční hudby v devadesátých letech např. dočasně oživil zájem o nepraktické a křehké gramofonové desky, které jsou ale i po odeznění této vlny předmětem zájmu sběratelů.

³²⁴ WILDSCHUT, Tim, Constantine SEDIKIDES a Clay ROUTLEDGE. Nostalgia – From Cowbells to the Meaning of Life. *The Psychologist*. 2008, roč. 21, č. 1, s. 20–23. ISSN 0952-8229, s. 21. Dostupné též z:

<http://www.thepsychologist.org.uk/archive/archive_home.cfm/volumeID_21-editionID_155-ArticleID_1292-getfile_getPDF/thepsychologist%5C0108wild.pdf>.

³²⁵ Například „intimita“ může být definována jako: „nejvyšší stupeň soukromí, atmosféra maximální sociální uzavřenosti a zároveň nejtěsnější, nejdůvěrnější sociální spojení. Intimitu lze chápat jako zvláštní druh komunikace, která probíhá v rodině, mezi přáteli a v milostných vztazích. Vzniká vzájemným pronikáním náklonností a izolací od ostatního světa.“ *Velký sociologický slovník: I. svazek. A-O*. 1. vyd. Praha: Univerzita Karlova, 1996. ISBN 80-718-4164-1, s. 450.

³²⁶ WILDSCHUT, Tim, Constantine SEDIKIDES a Clay ROUTLEDGE, ref. 324, s. 23.

*způsobovala jeho touhu po tomto objektu, ustoupila, ztratila svou účinnost.*³²⁷

Takovéto pojetí dobře vystihuje podstatu situace, v níž je vyjadřována touha po starých kinech, do nichž však lidé nechodí. Klasická kina stále existovala, ale lidé ztratili touhu je navštěvovat. „Melancholie,“ vysvětluje Žižek, je „vytříbeně postmoderní stanovisko, které nám umožňuje přežít v globální společnosti tím, že si udržíme zdání věrnosti svým ztraceným ‚kořenům‘.“³²⁸ Ať už použijeme pojem nostalgie či melancholie, v každém případě jde v nastíněném smyslu o určitou formu vyrovnání se s rozsáhlými změnami iniciovanými procesy globalizace a amerikanizace.

Pomineme-li tyto „terapeutické“ funkce nostalgie a melancholie, jeví se touha po zanikajících klasických kinech jako iracionální. Česká republika byla z hlediska kinofikace oproti západním zemím ve výjimečné – a zřejmě neudržitelné – pozici. Srovnání domácí situace se západními zeměmi ukazuje, že počet kin v České republice ještě v roce 1988 více než třikrát převyšoval počet kin v některých – co do počtu obyvatel – srovnatelných zemí, jak ukazuje tabulka č. 5.

	1988	1996	1998
Česká republika	1328	701	635
Belgie	422	440	498
Rakousko	416	421	454

Tab. č. 5. Počet filmových pláten v České republice, Belgii a Rakousku.
Zdroj: DANIELIS, Aleš, ref. 24, s. 97. ACLAND, Charles, ref. 66, s. 250.³²⁹

4.3.3 „Mrtvé zóny“ a rajčata

V průběhu roku 2001 byla často zmiňována čtyři plánovaná multikina. Výstavba multikin Village Cinemas Anděl a Ster Century Nový Smíchov byla hodnocena

³²⁷ ŽIŽEK, Slavoj. *Mluvil tu někdo o totalitarismu?*. Praha: Tranzit, 2007. ISBN 80-903-4528-X, s. 146. Dostupné též z: <http://i.nyx.cz/files/00/00/03/52/352607_2dfd5b1a86cdecf35506.pdf>.

³²⁸ ŽIŽEK, Slavoj, ref. 327, s. 140.

³²⁹ U českých kin nejsou započítávána letní kina. Acland u belgických a rakouských nezmiňuje, zda letní kina započítává, či nikoliv, v každém případě jsou čísla výrazně nižší.

spíše pozitivně, neboť měla nahrazovat „mrtvé zóny“ bývalých továrních čtvrtí.³³⁰ To však neznamená, že by se v denním tisku neobjevovaly mírně nostalgické komentáře. Oběma smíchovským multikinům zde bližší pozornost věnována nebude, neboť je podrobíme analýze v kapitole 6, a zaměříme se místo toho na dva brněnské projekty, které vyvolaly vlnu nevole, tematizované i v denním tisku. Prvním z nich bylo multikino v nákupním centru Plaza, od jehož stavby bylo nakonec upuštěno:

„Zvažujeme, že se odvoláme,“ řekl však včera Milan Štefanec ze sdružení Nesehnutí, které se zabývá sociálními a ekologickými problémy. Aktivisté odmítají výstavbu centra z více důvodů – obávají se například nárůstu automobilové dopravy, likvidace obchodů a kin v centru města či narušení přírody u Svratky. „Už současné supermarkety a hypermarkety činí z Brna město s největší obchodní plochou na jednoho obyvatele v zemi. Způsobuje to odliv obchodu a služeb z centra města – potom tam zůstávají banky, kanceláře a second handy,“ tvrdí Milan Štefanec z Nesehnutí. Upozornil, že například po otevření centra Olympia se zvýšila doprava na přilehlých silnicích až o čtyřicet procent. „Denní návštěvnost centra Plaza má být patnáct tisíc lidí. Už to naznačuje, jak se tam zvedne doprava,“ uvedl.³³¹

Zde se tedy v denním tisku opět projevuje podobný problém, o němž jsme psali v souvislosti s šířením multikin ve Velké Británii – vylidňování center měst –, a současně obavy ekologického charakteru. Avšak ani multikino, které bylo postaveno v centru Brna, se v mediálním diskurzu neseťkalo s příznivou odezvou: centrum Velký Špalíček bylo kritizováno protože, se jeho stavba odchýlila od původních záměrů. Jako kritici vystupovali v článcích zástupci Státního

³³⁰ JANOUŠKOVÁ, Jitka. Mrtvé zóny ožíví skleněné dominanty. *Blesk*. Praha. 12. 7. 2001, s. 3. ISSN 1213-8991.

³³¹ ČUŘÍK, Jaroslav. Obří centrum zábavy má odpůrce. *Mladá fronta DNES*. Jižní Morava. 24. 1. 2001, s. 1. ISSN 1210-1168.

památkového ústavu, architekti, vysokoškolští pedagogové, ale například i Ministerstvo kultury České republiky:

Zatímco záměr postavit obchodní dům s multikinem málokomu vadil, samotný vzhled budovy, která nakonec dotvořila historické centrum města, vzbudil nemálo pochybností. [...] Odborníci vyčítají stavbě především to, že nepřináší do centra kvalitní architekturu, že je příliš velká a necitlivá k okolní historické zástavbě.³³²

Naopak jedinými zastánci tohoto objektu, kteří dostali v denním tisku prostor, byli primátor Brna Petr Duchoň a starosta městské části Brno-střed:

Starosta městské části Brno-střed Josef Kameníček však patří k těm, kterým se stavba zamlouvá: „Já mohu říci, že zábavní centrum Velký špalíček se mi líbí. Když se dívám, jak vrch konstrukce řeže věže Petrova, jsem rozpačitý, ale čím jsem té stavbě blíže, tak tím víc se mi líbí,“ řekl starosta. Protesty proti stavbě označil za souboj lobbistických skupin.³³³

Na rozdíl od mlhavých nostalgických stesků po „intimní“, „komorní“ nebo „rodinné“ atmosféře starých kin, které se prolínaly celým diskurzem a týkaly se mnoha měst, kritika vůči brněnským nákupním centrům byla založena na zřetelných argumentech týkajících se buďto širší urbanistické koncepce Brna, nebo nevhodné architektury v centru města. Zatímco nákupní centrum Plaza nebylo vůbec postaveno, Velký Špalíček zahájil provoz na konci srpna roku 2001 a jeho otevření se setkalo s demonstrací občanů, kterou jeden z článků popisuje následovně:

Rajčata, pískot, výkřiky nesouhlasu „fuj“ a „hanba“ a incident s ochrankou a policií. To vše provázelo včerejší slavnostní otevření kontroverzní stavby zábavního centra Velký špalíček v historickém

³³² PAVELKOVÁ, Anna a Luděk NAVARA. Centrum se změnilo. *Mladá fronta DNES*. Jižní Morava. 28. 8. 2001, s. 2. ISSN 1210-1168.

³³³ PAVELKOVÁ, Anna a Luděk NAVARA, ref. 332.

*jádru Brna. Kromě stovky zvědavých návštěvníků na ně totiž přišlo protestovat několik desítek brněnských architektů, kulturních pracovníků a studentů, kteří se stavbou nesouhlasili.*³³⁴

Abychom si udělali komplexnější představu o tom, jak denní tisk konstruuje témata spojená s multikiny, je třeba zdůraznit, že texty, které vyjadřují kritickou perspektivu vůči nákupním a zábavním centrům, bývají umístěny na prominentnějších místech. Čím je kritika vyhocenější, tím větší je pravděpodobnost, že se umístí na předních stranách regionálních příloh. Zatímco spor architektů se zástupci veřejné správy byl ve výše citovaném článku zveřejněn na druhé straně regionální přílohy, zpráva o létajících rajčatech se dostala na stranu první. Podobný typ kritiky se však nikdy neobjevuje v celostátních rubrikách, není tedy konstruován jako problém celostátního významu.

4.3.4 „Popcorn, cola a americké trháky“

Také v roce 2001 jsou multikina v denním tisku často asociována s prodejem popcornu a coly. Návštěvníci jsou charakterizováni jako ti, „kteří milují světové filmové trháky obložené popkornem a kolou.“³³⁵ Články prezentující perspektivu provozovatelů kin zdůrazňují, že prodej občerstvení je nezbytnou součástí zisku:

Rozšířený divácký servis multikina přináší do regionu také dosud nevídaný fenomén, jímž je konzumování nejrůznějších pochutin přímo v sále. Dávno pryč jsou tedy doby, kdy zakaboněné uvaděčky „šajnovaly“ baterkou a v zhasnutém sále se snažily vypátrat centrum nadměrného šustění obalů od karamel. „Do provozu multikina zcela nekompromisně promlouvá ekonomika, a tak jsou například prodej popcornu, ale i třeba reklamní bloky před filmem dalšími zdroji financí. Kdybychom se měli uživit jen prodejem lístků, byla by při

³³⁴ PAVELKOVÁ, Anna. U Velkého špalíčku létala rajčata. *Mladá fronta DNES*. Jižní Morava. 1. 9. 2001, s. 1. ISSN 1210-1168.

³³⁵ JAC. Druhé brněnské multikino otevře na konci prázdnin. *Právo*. Region – Jihomoravský kraj, Vysočina, Zlínský kraj. 22. 8. 2001, s. 15. ISSN 1211-2119.

nezměněném trendu návštěvnosti cena vstupenky dvojnásobná,“ tvrdí výkonný ředitel společnosti CineStar Jan Bradáč. Jak dodává, někteří diváci mlsání při filmu doslova vyžadují.³³⁶

V člancích je kladen důraz na to, že prodej nevychází z iniciativy kina, ale z požadavků diváků, kteří „mlsání“ „doslova vyžadují“. Nejen, že ho podle tisku vyžadují, ale jsou ochotni si za možnost konzumace připlatit:

Technické vymoženosti multikina, americké trháky, nezbytný popcorn a cola představují komfort, za který neváhají lidé platit daleko více než v normálních kinosálech.³³⁷

Tímto způsobem se mimo jiné legitimizuje výrazná předraženost popcornu a coly v multikinech oproti jejich ceně v hypermarketech. Divák, který by se zdráhal platit vysokou částku, by byl v tomto kontextu chápán jako ochuzující se o „komfort“ a bojující proti něčemu, co je „nezbytné“. Nastíněná konstrukce filmového diváctví formuje touhy a očekávání návštěvníků. Nezbytnost popcornu a coly nemusí vycházet z přirozených lidských potřeb (v souvislosti s prací Douglase Gomeryho bylo řečeno, že oblíbenost popcornu je kulturně osvojená). Mnozí návštěvníci by se možná stejně dobře vyrovnali s chipsy a kofolou či by dali přednost pivu, které je v nabídce například pražského kina Aero. Jsou však mediálním diskurzem vedeni k tomu, aby preferovali specifické produkty, a přesvědčování, že je sami požadují. Teorie nastolování agendy (agenda setting) tvrdí, že média mají vliv na to, co lidé považují za důležité (už jen tím, že o tom referují).³³⁸ Pokud tuto teorie přijmeme, lze předpokládat, že novinové texty přispívají k chápání popcornu a coly jako důležité součásti filmové zkušenosti – zvláště pak, je-li popcorn tematizován sám o sobě:

Jednou z nových potravin, která se u nás v poslední době stále více kupuje, se stal kukuřičný popcorn. Dnes se dá dokonce říct, že se stal

³³⁶ KUČERA, Leoš. ref. 315.

³³⁷ MAREČEK, Luboš, ref. 316.

³³⁸ JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-807-3672-874, s. 166.

jedním z kulturních fenoménů. Bez jeho šustění se už pomalu neobejde žádný větší biograf, o multikinech ani nemluvě. V ČR se popcorn zpočátku prodával jen v pouličních stáncích, pak se ale jeho příprava přesunula také do domácností. Z mnoha pěstovaných druhů kukuřice puká při zahřátí pouze tzv. popcornová, již se nejlépe daří v USA. Proto odtud také pochází přes devadesát procent světové produkce popcornu. V současnosti se už ale tzv. pukavá kukuřice pěstuje úspěšně v Maďarsku, v České republice nejsou pro její produkci odpovídající vegetativní podmínky. Staří Aztékové věřili, že v každém zrnku sídlí ďáblík, a toho zahřátí rozčílí natolik, že svému obydlí utrhne střechu a uprchne. My už dnes víme, že pukání způsobuje tlak ohřívající se vodní páry pod slupkou, která při vysoké teplotě zrno roztrhne a jeho vnitřek explozivně vytlačí ven.³³⁹

V některých z předchozích citovaných úryvků jsme si mohli všimnout užití pojmu „trhák“, který se v článcích z roku 2001 objevoval v souvislosti s multikiny velmi často: „Firma [Village Cinemas] hodlá v Ostravě uvádět především klasické filmové trháky hollywoodské produkce.“³⁴⁰ Byl také často hodnocen negativně „Diváci unavení záplavou kasovních trháků v multikinech...“³⁴¹ Ač se pojem „blockbuster“ nevyskytuje v žádném z článků (a ani v článcích z roku 2011), lze předpokládat, že se slovem „trhák“ označuje právě to, co jsme si vymezili jako „blockbuster“. Mark Jancovich a Lucy Faireová v souvislosti s multikiny a blockbustery poznamenávají:

[I] když se spojování multiplexu s blockbustrem ukázalo finančně výhodné a také stimulovalo chození do kina, multiplexy i blockbustery bývají často napadány. Stížnosti směřované proti blockbustrem se

³³⁹ MÜLLEROVÁ, Eva. Kukuřičný popcorn není jen výsadou mladých. *Právo*. Test servis. 7. 9. 2001, s. 8. ISSN 1211-2119.

³⁴⁰ JANDOVÁ, Jana a Jiří MACHÁČEK. Dvě známá kina končí. *Mladá fronta DNES*. Severní Morava a Slezsko. 25. 1. 2001, s. 1. ISSN 1210-1168.

³⁴¹ BIB. Radní se snaží v obvodech udržet kina. *Mladá fronta DNES*. Praha. 10. 10. 2001, s. 3. ISSN 1210-1168.

*netýkají jen filmů samotných, ale také konkrétních způsobů konzumpce, které jsou s nimi spojovány.*³⁴²

Kritika v denním tisku se zaměřuje současně na multikina i na trháky. Spojování multikin s trháky je totiž obousměrný proces: multikino je definováno filmy, které hraje (trháky), a současně filmy jsou definovány kinem, ve kterém se hrají (trhák není denním tiskem definován jinak, než jako film, který se obvykle hraje v multikinech) a způsobem konzumpce specifickým pro multikina (pořádání popcornu a popíjení coly). Z některých předchozích citací denního tisku je také zřejmé, že spojení multikino-trhák-popcorn-cola zakládá implicitně či explicitně dělení na nižší a vyšší kulturu: „vychování“ diváci se zájmem o „kvalitní filmy“ do multikin nechodí. Ustálenost takovéto konstrukce multikin je zřejmá i z jednoho z článků, který se proti ní vymezuje:

*Dštít síru na multikina patří k základnímu souboru pseudointelektuálních klišé. Nejde však o to, jestli jsou multikina dalším příspěvkem k mcdonaldizaci světa. Samozřejmě se tam můžete cpát popcornem. V sále multikina si však především dokonale užijete toho, v čem se snaží filmaři dosáhnout dokonalosti. Co je Svěrákovi platný perfekcionismus v práci se zvukem a obrazem v Tmavomodrém světě, když film vidíte v kině s dvojicí šumících reproduktorů a špatně formátovaným plátnem? Nostalgie starých kin je krásná, filmům však dávají na frak. Než naříkat nad hloupostí lidstva, které láká do kina už jen pražená kukuřice a vedlejší supermarket, je lepší přát si v multiplexu aspoň jeden sál s klubovými filmy.*³⁴³

Takový názor byl však osamělý. Zatímco v roce 1996 se často psalo o tom, že multikina přinesou rozšířenou nabídku a uspokojí i „náročnějšího“ diváka, v roce 2001 se na multikina „dští síra“ a distinkce mezi vysokou a nízkou kulturou je zřetelně vymezována.

³⁴² JANCOVICH, Mark a Lucy FAIRE, ref. 118, s. 191.

³⁴³ GURYČA, Richard. Fellini a popcorn? *Mladá fronta DNES*. Praha. 2. 8. 2001, s. 1. ISSN 1210-1168.

Jednoznačně nejvíce textů o multikinech otiskla *Mladá fronta DNES* (58), dále *Právo* (19) a *Blesk* (11). Rozdíl mezi články ze tří deníků spočíval především v jejich četnosti, nikoliv v tematickém zaměření. Články z *Blesku* byly sice oproti zbylým dvěma deníkům – očekávatelně – útočnější (jako o tom svědčí například název článku „Do centra jen s naditou peněženkou“³⁴⁴), ale opakovaly v zásadě stejná témata.

4.4 Rok 2011

4.4.1 „Kina škoda nebude, ale sálu určitě“

Diskurz v roce 2011 je v mnoha ohledech odlišný od diskurzu z roku 2001. Konflikt mezi multikiny a zanikajícími klasickými kiny ustupuje jiným konfliktům nebo je výrazně oslaben. Místo toho se objevují konflikty nové. Distinkce je utvářena mezi sály, které jsou digitalizovány a těmi, které digitalizovány nejsou:

*Rozdělila bych to na dvě části. Kina, která digitalizací projdou, zůstanou zachována, budou mít třeba vyšší návštěvnost, vyšší tržby a podobně. Ta, která do nové technologie investovat nebudou, čeká v nejbližší době zavírání. Celkový výsledek by mohl být ten, že kin v našem kraji výrazně ubude.*³⁴⁵

O přežití již v diskurzu nebojují jednosálová kina s multikiny, ale nedigitalizovaná kina s digitalizovanými kiny. Denní tisk však referuje například i o tvrdém konkurenčním boji mezi dvěma pardubuckými multikiny. Původní konflikt se tedy v jisté míře vytrácí. Režisér Jan Hřebejk se například dle jednoho z článků vyjadřil následovně:

³⁴⁴ NOVÁ, Kateřina. Do centra jen s naditou peněženkou. *Blesk*. Praha. 9. 5. 2001, s. 3. ISSN 1213-8991.

³⁴⁵ TST. Špičkový zvuk a obraz. Jen to přitáhne více lidí *Mladá fronta DNES*. Kraj Moravskoslezský. 31. 2. 2011, s. 3. ISSN 1210-1168.

*Jednosálová menší kina mají vždycky lepší atmosféru. Zvlášť když to je kino vedené s určitou láskou a není zchátralé. Nemám nic proti multiplexům. Je to jen jiný způsob. Na jaký film půjdete, se třeba rozhodnete až na místě. Taky ta kina mají úplně jiný zvuk. Například Pupendo mělo premiéru už v éře multikin. Na jedné z nich jsem si říkal: Sakra, to je průšvih. Udělali jsme komedii a nikdo se nesměje. Pak jsem se rozhlédl kolem – a ti lidé se smáli, akorát to nebylo slyšet. V tom multiplexu je ten zvuk udělaný tak, aby diváci mohli jíst popcorn a telefonovat a nikdo je neslyšel. Ale oproti malému kinu tam zase nefunguje ten kolektivní zážitek.*³⁴⁶

Kritika multikina je částečně potlačena („nemám nic proti“), byť klasická kina určité výhody mají („atmosféra“, „kolektivní zážitek“). Atmosféra klasických kin sice není přesněji charakterizována (definuje ji pouze nižší hladina zvuku), je však zmiňována poměrně často. V roce 2011 již nejsou jednosálová kina konstruována jako nesmiřitelní nepřátelé, ale jako instituce s odlišnou atmosférou, přičemž klasická kina si mohou „pěstovat“ diváka upřednostňujícího „kvalitu“ – opět zde tedy zaznívá rozlišování vyššího a nižšího (vyšší a nižší kvalita filmové zkušenosti):

*Malá pražská kina si vzájemně vypomáhají a vlastně ani tak neválčí s velkými multikiny. „Nejde o to proti nim bojovat, ale najít si vedle nich svoje místo. Pěstovat si takového diváka, který dá přednost našim kinům a ocení atmosféru a kvalitu takového kina,“ uvádí [dramaturgyně festivalu Best Film Fest konaného ve čtyřech pražských artových kinech] Žáková.*³⁴⁷

Přestože jeden z výše citovaných textů naznačuje, že k likvidaci kolektivního charakteru zážitku dochází vlivem vyšší hladiny zvuku, můžeme v tom opět spatřovat nostalgickou/melancholickou touhu po „kolektivních“ zážitcích

³⁴⁶ TRDLA, Martin. Hřebejk: Malé fungující kino, to je radost. *Mladá fronta DNES*. Kraj Liberecký. 24. 1. 2011, s. 3. ISSN 1210-1168.

³⁴⁷ PEŠKA, Marek. Kina uvedou filmové hity, promítnou je za 69 korun. *Mladá fronta DNES*. Praha. 8. 2. 2011, s. 6. ISSN 1210-1168.

z minulosti, či „kolektiv“ spojovaný odporem vůči multikinům a zároveň charakterizovaný „kultivovaností“. Nostalgickou/melancholickou perspektivu dobře vystihuje následující úryvek z článku, kde je vyjadřován v souvislosti s klasickými kiny vztah k dávným „kolektivním“ zážitkům:

Poslední návštěvníci představení vzpomínají, na kolika filmech tady v minulosti byli a jak kino muselo přidávat další projekce, když se hrála Angelika. „Plno bylo třeba také na plesy nebo když tady zpíval Josef Zíma,“ vzpomíná důchodkyně Věra Veselá. „Kina škoda nebude, ale sálu určitě.“³⁴⁸

Na příkladu kina, které sloužilo i k jiným účelům než k promítání filmů, lze dobře demonstrovat, že podstatné není kino samo o sobě, ale vzpomínky, které se váží k určité budově a jsou společenské povahy (článek zmiňuje plesy, kde spolu lidé tančí, a společenské setkání s Josefem Zímou). Ústup kritického tónu vůči multikinům i nákupním centrům lze pozorovat například i v následujícím textu, který sice konstruuje objekt, proti němuž se v roce 2001 protestovalo, jako „nevratnou ztrátu“, lidé si na něj nicméně podle článku zvykli:

Kritikům vadil především vzhled budovy necitlivý k historické zástavbě. Magistrátní odbor památkové péče navíc nerespektoval odborné stanovisko památkářů a podmínky pro výstavbu stanovil natolik neurčitě, že vlastně investorovi pomohl spornou stavbu prosadit. Nelibost vyvolává u architektů Špalíček dodnes. Národní památkový ústav jej zase zařadil mezi „nevratné ztráty“ kvůli zdevastování lokality. Lidé se ale rychle naučili do Velkého Špalíčku chodit – na nákupy i do multiplexu.³⁴⁹

Pokud jsme u článků z roku 2001 upozorňovali na nejasnost pojmů „komorní“ a „rodinné“, které byly asociovány s klasickými kiny oproti multikinům, pak

³⁴⁸ BARTONÍČEK, Radek. Kino v Ostrohu končí, loučili se s ním diváci i promítač. *Mladá fronta DNES*. Kraj Zlínský. 7. 3. 2011, s. 3. ISSN 1210-1168.

³⁴⁹ EK. „Fuj“, volali lidé před Špalíčkem. Je to přesně 10 let. *Mladá fronta DNES*. Jižní Morava. 31. 8. 2011, s. 2. ISSN 1210-1168.

následující citace tuto mlhavost dále probhlubuje a ukazuje mimo jiné, že komornost nemusí souviset s pojmy „lokální“ a „globální“. Text upozorňuje na upadání některých částí města vlivem budování nákupních center:

[Liberecké nákupní centrum] *Forum silně ohrozilo konkurenci. Například se vylidnily kdysi prosperující ulice, jako je Pražská a Moskevská, některé obchody musely zavřít. „Je to podobné, jako když v minulosti otevřelo nákupní městečko v Babylonu. O dost zákazníků přišlo nákupní centrum Nisa,“ vzpomněl Jáč. Pražskou ulici přitom ještě nedávno obchodníci považovali za nejprestižnější adresu v Liberci. „Z otevření Fora nemáme radost, ale stálí zákazníci k nám pořád chodí. Nakupování je u nás rodinnější a komornější. Větší obchod bychom ani nechtěli,“ řekla prodavačka ze zdejší značkové prodejny Tommy Hilfinger.*³⁵⁰

Nákupní centrum je v tomto textu vnímáno jako méně rodinné a méně komorní, za příklad rodinnosti a komornosti je však uváděn značkový obchod nadnárodní korporace.

4.4.2 „Nejluxusnější sály“

Vyhrocený vztah k multikinům je nadále konstruován v jediném případě – a tím je Brno. Nelze přitom odhadnout, zda je to dáno specifickým naladěním místních obyvatel, specifickým naladěním místních novinářů, specifickou situací místních kin a nákupních center či nějakým jiným faktorem. Následující úryvek se týká kina Scala, které se vedení města rozhodlo zavřít, a kterému se denní tisk opakovaně věnoval:

Pokud Scala definitivně skončí, zůstanou v Brně jen dva malé biografy – Lucerna a Art. „Přitom ve své době bylo ve městě šestatřicet kin.

³⁵⁰ TRDLA, Martin. Obří obchodní centrum: za 2 roky 15 milionů lidí. *Mladá fronta DNES*. Kraj Liberecký. 26. 2. 2011, s. 3. ISSN 1210-1168.

Všechny je vytlačily multiplexy, které mohou najednou vysílat film třeba ve čtyřech sálech. Lidé si zvykli i na popcorn a kolu,“ soudí Luděk Havel z Ústavu filmu a audiovizuální kultury při Masarykově univerzitě. Podle něj byla Scala jedno z nejvýraznějších kin v Brně. „Patřila mezi nejluxusnější sály. Navíc to bylo premiérové kino, kde se trháky promítaly jako první. Až pak šly do ostatních kin,“ řekl Havel.³⁵¹

Multikina jsou konstruována jako agresivní: jednosálová kina „vytlačují“. Opět je zde také v jistém smyslu konstruována distinkce mezi vyšší kulturou („nejluxusnější sály“, „premiérové kino“) a nižší kulturou („popcorn a kola“, na které je implicitně shlíženo svrchu). Na druhou stranu „trháky“ jsou v tomto případě asociovány právě s tím, co bychom mohli vnímat jako vyšší kulturu. Pokud bychom chtěli konstruování rozdílů mezi vyšší a nižší kulturou demonstrovat na předchozím úryvku, museli bychom přesněji definovat pojmy vysoká a nízká kultura. Distinkcí je totiž možno v tomto smyslu vytvořit mnoho (artový film versus „trhák“, luxus versus chudoba, premiérové kino versus běžné kino). Konstruování vysoké a nízké kultury v souvislosti s klasickými kiny je v koprusu článků přítomno ještě v jiné podobě. Hned tři absolventi či badatelé v oboru filmových studií vystupovali v člancích z roku 2011 jako aktéři bojující za klasická kina a snažící se zachovat jejich provoz. V případě Brna je to již zmíněný Luděk Havel, v případě olomouckého kina Metropol jeho ředitelka Irena Chmelová a v případě semilského kina Jitřenka ředitel Ondřej Šír (absolventi olomoucké filmové vědy).

Semilské kino se snaží konkurovat multiplexům svou stavební výjimečností a díky digitální technologii může novinky promítat stejně s nimi. Kromě toho ale sází i na netradiční věci – dokumenty, operu či balet. „Když jsme pustili zprávu, že budeme v kině hrát operu, tak nám lidé říkali, to jste se zbláznili, to do kina nepatří. Ono se ukazuje,

³⁵¹ KOLÍNKOVÁ, Eliška. Legendární kino končí. Scala čeká už jen na zázrak. *Mladá fronta DNES*. Brno. 7. 3. 2011, s. 4. ISSN 1210-1168.

že ty věci jako opera a balet jsou divákovi hodně vzdálené, myslím tím geograficky, že často by lidi měli peníze na vstupenku, ale už nemají čas se tam v pohodlí dostat. Pokud jim kino dokáže zážitek zprostředkovat, tak se ukázalo, že toho využijí. Třeba na zahajovacím přenosu jsme měli 60 lidí a to tady byl souběžně Semilský paroháč,“ pochvaluje si [Ondřej Šír].³⁵²

Obhajují-li aktéři spojení s vysokokulturními institucemi v diskurzu denního tisku klasická kina, pak se zdá být jejich kulturně-symbolické spojení s vyšší kulturou velmi silné.³⁵³ Asociace multikin s nízkou kulturou je však v mnoha člancích podryvána (aniž by ovšem byla nutně podryvána i asociace klasických kin s kulturou vyšší). Česká multikina³⁵⁴ často hostí filmové festivaly, což je akce tradičně spojovaná s evropským filmem (v opozici k Hollywoodu) a s uměním (oproti masové zábavě).³⁵⁵

Za osmnáct let našeho festivalu [Febiofestu] se doba výrazně změnila. Při prvních ročnících Febiofestu jsme pomáhali kinům přežít. S nástupem multiplexů došlo nejen ke stabilizaci filmového trhu, ale i nárůstu návštěvnosti a tak dnes je i naše role už jiná – nyní spíš propagujeme dobré filmy, tříbíme divácký vkus, podporujeme návštěvnost kin a tím i další rozvoj filmu. Ta malá kina, která přežila, se dnes profilují už spíše jen na menšinovou, artovou neboli uměleckou tvorbu, zatím co Febiofest je otevřen všem typům filmů a samozřejmě i diváků. Je třeba si uvědomit, že díky multiplexům se podařilo zastavit úpadek návštěvnosti kin a tím pomoci přežití i samotné české kinematografie. Proto zcela logicky se i náš festival

³⁵² HOŘENÍ, Jaroslav. Opera v kině? Říkali nám, že jsme se zbláznili. *Mladá fronta DNES*. Kraj Liberecký. 23. 11. 2011, s. 5. ISSN 1210-1168.

³⁵³ HOŘENÍ, Jaroslav, ref. 352.

³⁵⁴ Tato situace je ovšem pravděpodobně závislá na konkrétním kulturním prostředí. Zatímco Teréz Vincze mne upozornila, že v Maďarsku by bylo spojení multikina s filmovým festivalem nemyšlitelné, Andrea Virginás mi potvrdila, že v Rumunsku toto spojení není vnímáno jako problematické.

³⁵⁵ VALCK, Marijke de. *Film Festivals: From European Geopolitics to Global Cinephilia*. Amsterdam: Amsterdam University Press, 2007, ISBN 978-905-3561-928, s. 14–15.

*octnul v multiplexech, dnes v nich už probíhá nejen v Praze, ale i dalších městech republiky.*³⁵⁶

Febiofest je konstruován jako akce, která do multikina patří a návštěvníkům „tříbí divácký vkus“. K otázkám týkajícím se distinkcí mezi vysokou a nízkou kulturou a teorií kulturní spotřeby tak nenacházíme jednoznačné a všeobecné platné odpovědi.

4.4.3 „Vícesálové kino není nepřátelské“

Jedním ze zřetelných rozdílů mezi diskurzy denního tisku z roku 2001 a 2011 je konstruování seniorů. Zřejmě vlivem konkurenčního boje mezi klasickými kiny a multikiny, multikiny s jinými multikiny a digitalizovanými a nedigitalizovanými kiny, ale i vlivem stárnutí populace³⁵⁷ byli senioři v roce 2011 konstruováni jako významná cílová skupina všech kin – tedy oproti roku 2001 i multikin:

*My [míněno budějovické multikino Cinestar] jsme diváka měnit nechtěli a ani k tomu nedošlo. Co se ale změnilo, je, že do kina chodí všechny věkové kategorie. Seniorům například ve čtvrtek dopoledne nabídneme klasiku *Kdyby tisíc klarinetů*. Díky těmto představením zjistili, že vícesálové kino není pro ně nepřátelské. Snažíme se uspokojit i náročného diváka a připravujeme pro ně filmy, které nejsou komerční. V programu máme i živé operní přenosy.*³⁵⁸

(Všimněme si dvou aspektů: Na jedné straně se zde tvrdí, že do kina chodí všechny věkové kategorie diváků, na druhé straně je patrné, že multikina tomuto trendu aktivně vycházejí vstříc organizováním specializovaných projekcí pro

³⁵⁶ MIKULIČKA, Jan. „Dřív Febiofest pomáhal kinům přežít. Teď tříbíme vkus diváků“. *Mladá fronta DNES*. Kraj Liberecký. 6. 4. 2011, s. 5. ISSN 1210-1168.

³⁵⁷ Zatímco v roce 2001 tvořila věková skupina 65 a více let 13,9 procent populace České republiky, v roce 2010 to již bylo 15,5 procenta. ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD. Česká republika od roku 1989 v číslech. [online]. [cit. 2012-08-20]. Dostupné z: < http://www.czso.cz/cz/cr_1989_ts/0101.xls>.

³⁵⁸ FALOUT, Jiří. Jihočeský divák má rád české filmy. *Právo*. Kultura. 17. 3. 2011, s. 10. ISSN 1211-2119.

seniory. Zajímavé je také to, že multikina cílí dle úryvku i na „náročného“ diváka.) Asociování multikin s mladými lidmi bylo v diskurzu nicméně stále patrné:

Chodím jenom do „malých kin“, jsem totiž z generace trochu dříve narozených, z doby, kdy nebyly televize v každé domácnosti. Bydleli jsme skoro za rohem nynějšího kina Art, myslím, že se tenkrát jmenovalo Studio, nejsem si úplně jistá. Multiplexy mě vůbec nelákají, jsou pro mladou generaci. Takže chodím do zbývajících tří malých kin, která zde v Brně zůstala.³⁵⁹

Konkurenční boj se neodehrával jen mezi kiny samotnými, ale i ve vztahu k jiným možnostem trávení volného času. Senioři byli konstruováni jako cílová skupina, o kterou je třeba bojovat:

Ale abychom jenom nechválili, jedna věc se ambicióznímu šéfovi kina nepovedla – přilákat rozšiřující se věkovou skupinu seniorů. „Já jsem zatím v Semilech nedokázal oslovit seniory na pravidelné projekce. Zkusili jsme to v září a nepřišel nikdo. Je to na zamyšlenou. Je mnohem těžší oslovit tuto cílovou skupinu než mladého člověka. Tato skupina má těžší přístup k informacím. Pokud je tedy něco mým neúspěchem, tak to je ono. Na tom ještě musíme pracovat, musíme se o to pokusit znovu a jinak,“ dodává Ondřej Šír.³⁶⁰

Pojem „trhák“ se sice objevoval v souvislosti s multikiny i v roce 2011, spojování těchto dvou konceptů však není v diskurzu tak těsné jako dříve. Díky digitalizaci byla prezentována celá řada jiných asociací, například i promítání živých přenosů operních představení – hudebního žánru, který bývá spíše chápán jako vysokokulturní:

Loňské rekordní návštěvnosti napomohl hlavně trojrozměrný hit Avatar, zájem byl ale i o české snímky Ženy v pokušení nebo Kajínek.

³⁵⁹ Fórum čtenářů. *Mladá fronta DNES*. Brno. 3. 9. 2011, s. 4. ISSN 1210-1168.

³⁶⁰ HOŘENÍ, Jaroslav, ref. 353.

Avatara i Kajínka promítalo multikino v digitální verzi, která umožňuje i 3D projekci. Klíčovou digitalizací CineStar prošel v roce 2009. Letos chce multikino pokračovat ve speciálních půlnočních projekcích, dámských filmových jízdách i přenosech z newyorské opery. V dubnu pak poprvé nabídne festival Febiofest.³⁶¹

Přestože se výše popsaná témata objevovala v novinových článcích z roku 2011 opakovaně, (technofilní) téma digitalizace a 3D projekcí v diskurzu jednoznačně dominovalo a do značné míry nahradilo nostalgické/melancholické tóny článků z roku 2001.

I v případě článků z roku 2011 platí, že deník *Právo* publikoval mnohem méně článků o multikinech než *Mladá fronta DNES* (9 oproti 79), zabýval se podobnými tématy, ovšem na menší ploše. Několik málo textů z deníku *Blesk*, které obsahovaly klíčové slovo „multikino“ nebo „multiplex“ se věnovaly multikinům jen velmi okrajově, obvykle v textech, které srovnávaly ceny různých produktů a služeb. Proto jsem s nimi při analýze nepracoval. (Za pozornost stojí pouze dva články. První popisoval velmi stručně zkušenost 3D projekce fotbalového přenosu v multikině.³⁶² Druhý upozorňoval na zvýhodněné vstupné pro seniory do multikin.³⁶³) Praktické vymizení tématu multikin z tohoto deníku ovšem můžeme považovat za příznačné: v souvislosti s multikiny již nebylo spojováno nic dramatického (kromě 3D projekce), co by mohlo být zajímavé pro deník bulvárního typu.

4.5 Multikina v diskurzu Ministerstva kultury ČR

Diskurz veřejné správy reprezentovaný *Zprávami o stavu české kinematografie* Ministerstva kultury České republiky se více zaměřuje na praktickou stránku

³⁶¹ ŠKODA, Jan. Multikino slaví 9. narozeniny. Jako první uvede Havlovo Odcházení. *Mladá fronta DNES*. Jižní Čechy. 19. 3. 2011, s. 1. ISSN 1210-1168.

³⁶² ZAL. Messi byl ve 3D. *Blesk*. Sport. 18. 4. 2011, s. 21. ISSN 1213-8991.

³⁶³ Jsem důchodce. A to se vyplatí. *Blesk*. Speciální příloha. 25. 11. 2011, s. 21. ISSN 1213-8991.

provozování kin. V letech 1996–1999 jednotlivé texty upozorňovaly zejména na to, že bez dotací ze strany obcí by kina neměla šanci přežít:

Podle Unie filmových distributorů provozují dosud asi tři čtvrtiny všech kin obce, ve městech obvykle prostřednictvím různých příspěvkových organizací. Protože je jejich provoz převážně ztrátový, obce jim musí přispívat. Ve městech se roční dotace pohybuje většinou v rozmezí 200 až 400, avšak i 600 a více tisíc korun a může tak převýšit příjmy ze vstupného. Obvykle ve veřejném prostoru dotují i soukromé nájemce, kteří se však do nevýnosného a rizikového podnikání pochopitelně nehrnou. Restituenti (mezi nimi především Sokol) tvoří jen okrajovou skupinu provozovatelů.³⁶⁴

Situace jednosálových kin byla popisována jako prakticky bezvýchodná:

Krizové postavení kin lze nejnáz vyřešit jejich likvidací. Po tomto „konečném“ řešení však představitelé obcí a měst většinou sahají až naposledy. Nouzovým receptem na snížení ztrát je omezovat hrací profil, perspektivnější je snaha o víceúčelové využití sálů a přilehlých prostor a rozšíření vedlejších příjmů.³⁶⁵

V textu se často objevuje slovo „ztráty“, dále narážíme na spojení jako „pesimistické nálady“, „špatný technický stav“, „prázdnota obecní pokladny“ apod. Klasická kina byla z perspektivy Ministerstva kultury České republiky konstruována především jako závažný problém a finanční zátěž pro obce.

Úspěch Galaxie a dalších multikin je hodnocen pozitivně, v diskurzu se však s postupným nárůstem počtu multikin začínají objevovat podobné asociace, které jsme zaznamenali v denním tisku, jak ukazuje *Zpráva o stavu české kinematografie v roce 2000*:

³⁶⁴ MINISTERSTVO KULTURY ČESKÉ REPUBLIKY. *Zpráva stavu české kinematografie v roce 1996*. Praha: Ministerstvo kultury České republiky, 1997, s. 14.

³⁶⁵ MINISTERSTVO KULTURY ČESKÉ REPUBLIKY, ref. 364, s. 15.

Multikina k nám přenesli jejich zahraniční provozovatelé jako hotové produkty globálního zábavního průmyslu, razícího nový životní styl, spjatý převážně s nákupně zábavními centry dostupnými především autem až po ten popcorn. Vrátili kinu jeho ztracenou atraktivitu a nechají si za to také zaplatit, a to i od distributorů. Přesto jsou pro ně preferovanými partnery. Multikina jsou jakousi obdobou hypermarketů – úrovní služeb, širokou nabídkou, racionalitou provozu či alespoň lákavostí novinky válčující konkurenci a udávající tón. Na rozdíl od nich však patrně mohou prosperovat jen ve třech, čtyřech největších městech, případně uprostřed aglomerací menších sídel.³⁶⁶

Vidíme tedy, že diskurz Ministerstva kultury České republiky o multikinech byl v jisté omezené míře příbuzný s diskurzem denního tisku, avšak podobné charakterizace byly spíše výjimečné. Zajímavé je, že zprávy z jednotlivých let si v některých případech protirečí (například v průběhu let opouštějí názor, že multikina nemají vliv na situaci klasických kin, a přiklánějí se k názoru, že multikina jsou přímo zodpovědná za jejich zánik). Na rozdíl od denního tisku, který se snažil prezentovat jasná stanoviska (byť mnohdy protichůdná), diskurz Ministerstva kultury České republiky upozorňuje na nepřehlednost situace:

Při současném prudkém tempu technologického pokroku se ani nedá spolehlivě předvídat další vývoj. Jisté je jen to, že kina, a to i ta nejmodernější, čeká stále úpornější zápas o přízeň diváků.³⁶⁷

Dokonce přiznává, že nad rozvojem multikin nemá (nechce mít) kontrolu: „O jejich novostavbách se obvykle dozvídáme[,] až když jsou dokončeny a zahajují provoz.“³⁶⁸

³⁶⁶ MINISTERSTVO KULTURY ČESKÉ REPUBLIKY. *Zpráva stavu české kinematografie v roce 2000*. Praha: Ministerstvo kultury České republiky, 2001, s. 22.

³⁶⁷ MINISTERSTVO KULTURY ČESKÉ REPUBLIKY. *Zpráva stavu české kinematografie v roce 2002*. Praha: Ministerstvo kultury České republiky, 2003, s. 25.

³⁶⁸ MINISTERSTVO KULTURY ČESKÉ REPUBLIKY. *Zpráva stavu české kinematografie v roce 2002*. Praha: Ministerstvo kultury České republiky, 2005, s. 25. Dostupné též online: <<http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/kinematografie/Zprava-o-ceske-kinematografii-v-roce-2004.pdf>>.

Analyzované texty obecně konstruovaly situaci klasických kin jako velmi problematickou a výhledy pesimistické. V textech však nebyla přítomná nostalgie/melancholie, ani vyhrocené názory přítomné v člancích z denního tisku. U multikin sice byly zmiňovány pozitivní i negativní vlastnosti, texty však nenaznačovaly potřebu zaujímat vůči multikinům konkrétní strategii na celostátní úrovni. Naopak se zdá, že Ministerstvo kultury České republiky nechávalo jejich výstavbě volný průběh. Ke strategii napomáhající přežít klasickým kinům přistoupilo až v souvislosti s digitalizací.

5. Diskurz o multikinech a digitalizaci

Problematiku digitalizace ve vztahu k multikinům analyzujeme samostatně. Důvodem je to, že se nabízí k dispozici širší spektrum pramenů, než v případě multikin. Zatímco provozovatelé multikin sami nepublikovali veřejně dostupné texty o jejich fungování, digitalizace byla diskutována na veřejně přístupných konferencích, někteří představitelé distribučních společností a klasických kin dokonce sami publikovali texty o tomto tématu, proto jsme se snažili tyto různé diskurzy vzájemně porovnávat. Pro účely analýzy jsme využili sbor novinových článků z *Mladé fronty DNES*, *Práva* a *Blesku* od roku, kdy bylo digitalizováno první české kino, až do posledního ročníku novin, který byl k dispozici. Jedná se tedy o roky 2008, 2009, 2010 a 2011. Vyhledávání probíhalo v databázi Newton IT dle klíčových slov ve tvaru „(multikino or multiplex) and digitalizace“, vyhledávány tak byly články, které obsahovaly slovo „digitalizace“ a jeden z pojmů „multikino“ a „multiplex“ nebo oba ve všech mluvnických pádech. Z korpusu byly vyřazeny nerelevantní texty – zejména pak texty týkající se digitalizace televize (v této problematice je shodou okolností také používán pojem multiplex, ovšem ve zcela jiném významu). Hledání vygenerovalo celkem 99 článků: 3 z roku 2008, 16 z roku 2009, 29 z roku 2010 a 51 z roku 2011.

Vzhledem k tomu, že problematice digitalizace se věnovali také aktéři z filmové praxe v řadě článků v časopise *Cinepur*, zařadili jsme do analýzy také tyto texty z let 2008–2011. Konkrétně se jednalo o Aleše Danielise³⁶⁹ z distribuční společnosti Bontonfilm, Přemysla Martinka³⁷⁰ z distribuční společnosti Artcam a

³⁶⁹ DANIELS, Aleš a Přemysl MARTINEK. Dvě ohlédnutí za distribučním rokem 2008. *Cinepur*. 2009, roč. 18, č. 62, s. 8–9. ISSN 0862-397X; DANIELS, Aleš. Rok změny / Česká filmová distribuce 2009. *Cinepur*. 2010, roč. 19, č. 68, s. 13. ISSN 0862-397X; DANIELS, Aleš. Filmová distribuce / Pod vlivem politických a technologických změn. *Cinepur*. 2010, roč. 19, č. 70, s. 2–3. ISSN 0862-397X.

³⁷⁰ MARTINEK, Přemysl. Digitalizace českých kin / Snad ještě není pozdě. *Cinepur*. 2008, roč. 17, č. 58, s. 6. ISSN 0862-397X; MARTINEK, Přemysl. V kině se mi líbí-nelíbí / Klinická smrt české kinematografie. *Cinepur*. 2009, roč. 20, č. 73, s. 13. ISSN 0862-397X; MARTINEK, Přemysl. Rok Avatara / Distribuční rok 2009. *Cinepur*. 2010, roč. 17, č. 68, s. 12. ISSN 0862-397X; MARTINEK, Přemysl. Zapomeňte na Jarmusche, jdeme na fotbal / Dnešní alternativa vůči mainstreamu. *Cinepur*. 2010, roč. 19, č. 70, s. 6–7. ISSN 0862-397X.

Petra Vítka,³⁷¹ provozovatele kina Aero. Dále jsme do korpusu zařadili materiály ze dvou konferencí o digitalizaci organizované pro provozovatele kin a distributory – *Digital Cinema 2008. Middle and East Europe D-Cinema Conference*³⁷² a *Digitalizace – zkáza i záchrana malých kin* (2011),³⁷³ kde vystoupila řada aktérů z filmové praxe (vedle distributorů a provozovatelů kin také společnosti realizující digitalizaci kin a zástupci Ministerstva kultury České republiky). Problematice digitalizace byla věnována obsáhlá pozornost jinde,³⁷⁴ zde se zaměříme pouze na diskurz vztahující se současně k problematice digitalizace a multikin.

Prvním kinem v České republice, které začalo pravidelně promítat z digitálního projektoru, bylo Káčko Dobřany, provozované Kulturním centrem Dobřany. Ke spuštění digitální projekce zde došlo 3. 12. 2008. Studie Ministerstva kultury České republiky charakterizovala digitalizaci v roce 2008 následovně:

*Digitalizace kin znamená nahrazení projektorů pro 35mm filmový pás digitálními projektory a „odhmotnění“ filmu a jeho přepravy. Kvalita digitálního promítání podle současných norem je srovnatelná s promítáním z 35mm, digitální kopie navíc nepodléhá mechanickému opotřebení a její kvalita tedy zůstává konstantní. Digitální projekce přinesou úspory zejména při výrobě kopií.*³⁷⁵

Text ukazuje, že Ministerstvo kultury České republiky si bylo v roce 2008 vědomo výhod i nevýhod tohoto procesu:

³⁷¹ VÍTEK, Petr. Digitalizace českých kin / Ještě není pozdě. *Cinepur*. 2008, roč. 17, č. 59, s. 13. ISSN 0862-397X; VÍTEK, Petr. 3D vrací úder. *Cinepur*. 2009, roč. 17, č. 60, s. 8. ISSN 0862-397X; VÍTEK, Petr. 3D realita / Technologické zázemí stereoskopie v ČR. *Cinepur*. 2009, roč. 18, č. 64, s. 4–5. ISSN 0862-397X.

³⁷² UNIE DIGITÁLNÍCH KIN, DIGITAL CINEMA GROUP CZ, XTREME CINEMAS S. R. O. *Digital Cinema 2008. Middle and East Europe D-Cinema Conference*. Praha, 30. září 1 2008.

³⁷³ MEDIA DESK ČR, PRO-DIGI O.S. A DNY EVROPSKÉHO FILMU. *Digitalizace – zkáza i záchrana malých kin*. Praha, Světozor, 7. 4. 2012. [online]. 2012 [cit. 2012-08-27]. Dostupné z: <<https://www.dropbox.com/sh/krqydwezvfs01qu/paExtRa5bp>>.

³⁷⁴ Viz např. MALÁ, Kateřina. *Digitální technologie v českých kinech*. Praha, 2010. Bakalářská práce. Fakulta podnikohospodářská Vysoké školy ekonomické v Praze. Vedoucí práce Jan Hanzlík.

³⁷⁵ RAITORALOVÁ, Olga. Digitalizace kin. Technická studie. [online]. 2008 [cit. 2012-08-03]. Dostupné z: <http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/kinematografie/Technicka_studie_2008.pdf>.

Digitální technologie umožňuje i jiné druhy projekce, než pouze filmové (alternativní obsah, sportovní a hudební události apod.), a také rozšíření celkové nabídky titulů, kina budou mít přístup k většímu množství filmů v početnějších verzích s titulky, včetně verzí pro neslyšící. Z mnohých kin se tak mohou stát víceúčelová projekční místa. Nabízí se možnost globalizovat i plán uvádění premiér filmů do kinosálů. Tyto změny by mohly přinést vyšší tržby některým provozovatelům kin. Pokud nedojde k digitalizaci kin, může být v blízké budoucnosti znemožněn přístup diváků k novým filmům, které budou distribuovány pouze na digitálním nosiči. Pokud nebudou modernizována malá „venkovská“ kina, dojde k dalšímu odlivu diváků do multiplexů a centralizaci této oblasti kultury do větších měst.³⁷⁶

Podíváme-li se na diskurz denního tisku, v roce 2008 vyšly celkem tři články, v nichž se vyskytovaly současně pojmy „multikino“ nebo „multiplex“ a „digitalizace“. Všechny se týkaly primárně jednosálových kin. Multikina byla zmiňována jako konkurence, s níž je třeba bojovat. Digitalizace byla sice vysvětlována jako finančně nákladný proces. Měla však zajistit jednosálovým kinům konkurenční výhody oproti multikinům, a to především díky přímým přenosům divadelních a sportovních představení:

Noviny ve Spojených státech to popisují jako novou uměleckou formu. V Česku o tom stále více uvažují provozovatelé tradičních jednosálových kin. Proti multiplexům chtějí bojovat prostřednictvím alternativních představení. Jedním z nich je například přímý přenos z newyorské Metropolitní opery. „Popisovali nám to na semináři věnovanému digitalizaci kin. S ní je spojený nový trend pro jednosálová kina – přímé přenosy z opery. Myslím, že to nemusí dlouho trvat a takový přenos bychom nabídli i divákům v Liberci,“

³⁷⁶ RAITORALOVÁ, Olga, ref. 375.

řekl Karel Mužák, majitel libereckých kin. „V Praze to už zkoušeli v kinu Aero. Vstupenka stojí 250 korun a je vyprodáno.“³⁷⁷

Nadšení týkající se digitalizace byla pravděpodobně důsledkem způsobu, jakým digitalizaci prezentovali na různých akcích zástupci společností, které dodávali digitální technologii do kin. Společnost XCDATA s. r. o. například uvedla na konferenci o digitálních kinech mezi výhodami svých promítacích systémů schopnost realizovat „**3D projekce** speciálně natočených filmů“, „přímé přenosy **operních** a jiných **hudebních produkcí** přes satelit v HD kvalitě“, „speciální projekce pro **seniory** s dobovými filmy“ a „pravidelné projekce **pásem pohádek** pro rodiče s dětmi (v digitální podobě je obrovský výběr)“. (zvýraznění v orig.)³⁷⁸ Digitální kino dle této prezentace přináší téměř fantastické výhody, jak ukazuje například následující citace:

Zajímavé a moderní technologie plné vysoké kvality, interaktivity a soutěživosti jsou schopné při dobré práci kvalitního manažera kina dostat dospívající mládež do organizované zábavy a jsou také schopna pomoci snížit počet drogujících dětí a jejich vzrůstající kriminalitu.³⁷⁹

Přemysl Martinek, ředitel distribuční společnosti Artcam zaměřené na distribuci artových filmů, však popisoval ve svém článku v časopise *Cinepur* výhledy digitalizace v České republice o poznání černěji:

Co bude tento přechod znamenat pro kina, která díky tomu[, že nebudou mít prostředky na digitalizaci,] nebudou mít možnost hrát hollywoodské filmy? Drtivou většinu příjmů českých kin tvoří české filmy a pak velké studiové produkce. Pokud by tedy kinař neměl přístup k hollywoodským filmům, musel by se spolehnout na českou

³⁷⁷ MIP. Filmům v kinech začnou konkurovat opery nebo fotbal. *Mladá fronta DNES*. Kraj Liberecký. 17. 9. 2008, s. 3. ISSN 1210-1168.

³⁷⁸ XCDATA, S. R. O. Základní přehled systémů digitálních kin od společnosti Xtreme Cinemas: stručný popis a vysvětlení problematiky. In: UNIE DIGITÁLNÍCH KIN, DIGITAL CINEMA GROUP CZ, XTREME CINEMAS S. R. O. *Digital Cinema 2008. Middle and East Europe D-Cinema Conference*. Praha, 30. září 1 2008, bez paginace.

³⁷⁹ XCDATA, S. R. O., ref. 378.

*produkcí doplňovanou o nezávislejší produkce, které se však celuloidu zbaví zřejmě jen o něco málo později. Možná že digitalizace kin proběhne bez problémů třeba v Praze, ale v žádném případě to neustojí kina v menších městech, včetně těch krajských.*³⁸⁰

Jak ukazuje diskuze na stránkách *Cinepuru* pod tímto článkem, budoucnost digitalizace byla dosti nejasná,³⁸¹ což dosvědčuje i text jednoho ze zakladatelů kina Aero Petra Vítka:

*Digitalizace kinematografického průmyslu ve světě běží mílovými kroky. Asi nenajdeme zemi na západ od naší hranice, kde by už nebyl nainstalován nějaký digitální projektor, nebo kde by se o digitalizaci alespoň nemluvalo, nebo nebyla v přípravné fázi. I u nás se o digitalizaci mluví, konalo se několik přednášek, staví se pár kin, ale bez jasného konceptu a většinou z iniciativ dodavatelů technologií. Jak na digitální kina zareagují distributoři s dodáním digitálních kopií, víme zatím pouze z velmi sporých, víceméně neoficiálních vyjádření. O výrobě digitálních kopií českých filmů víme ještě méně. Bohužel asi největší překážkou digitalizace v České republice není kupodivu finanční stránka věci, ale výrazná neinformovanost většiny subjektů, kterých se digitalizace týká. Kinaři počínaje, distributory a dodavateli technologií konče.*³⁸²

Vidíme zde poměrně jasnou diskrepanci mezi tím, jak digitalizaci v souvislosti s multikiny konstruoval denní tisk a komerční společnost zabývající se digitalizací kin (partnersky propojená s majors studiem Sony) na straně jedné a zástupce distribuční společnosti zaměřené na artové filmy a provozovatel jednosálového kina na straně druhé. Zatímco diskurz denního tisku konstruoval digitalizaci jako

³⁸⁰ MARTINEK, Přemysl. Digitalizace českých kin / Snad ještě není pozdě. *Cinepur*. 2008, roč. 19, č. 4, s. 6. ISSN 0862-397X. [online]. 2012 [cit. 2012-08-03]. Dostupné též z: <<http://cinepur.cz/article.php?article=1474>>.

³⁸¹ MARTINEK, Přemysl, ref. 380.

³⁸² VÍTEK, Petr. Digitalizace českých kin / Ještě není pozdě. *Cinepur*. 2008, roč. 19, č. 59, s. 13 ISSN 0862-397X.

možnost obohatit program jednosálových kin, nezávislý³⁸³ distributor a provozovatel kina vyjadřovali nejistotu či přímo obavy o jejich osud.

Ministerstvo kultury České republiky se v dalších letech stavělo k digitalizaci kin aktivně a prostřednictvím grantového systému podporovalo digitalizaci klasických kin. Texty produkované touto institucí ve vztahu k digitalizaci tvoří tedy především návody, jak digitalizovat a jak získat potřebné finanční prostředky, a soupisy udělených grantů. Digitalizace kin je v materiálech MK ČR součástí širšího diskurzu o digitalizaci, týkajícího se například digitalizace vzácných dokumentů uložených v knihovnách nebo digitalizace televizního vysílání apod., jde tedy o nezbytnou součást širší tendence v oblasti kultury. Argumentace pro i proti digitalizaci jsou pojmenovány stručně:

Digitalizace kin způsobí s největší pravděpodobností zánik některých klasických kin, na druhou stranu však přinese rozšíření programové nabídky, možnost využití alternativního obsahu a rozšíření víceúčelových projekčních zařízení.³⁸⁴

Denní tisk psal v letech 2009 a 2010 především o jednosálových kinech, která se připravují na digitalizaci. Provozovatelé kin zmiňovali mezi největšími výhodami možnost promítat filmy ve stejnou dobu jako multikina (která byla v době 35mm kopií distributory preferována, zatímco jednosálová kina musela na kopie čekat). Jeden název článku dokonce klade rovnítko mezi digitalizací a včasným nasazením filmu do programu: „Digitalizace = nebýt pozadu s premiérami filmů.“³⁸⁵ Pokud se zpočátku tvrdilo, že digitalizace rozšíří nabídku kin, v diskurzu denního tisku v letech 2009 a 2010 je patrná touha klasických kin vyrovnat se nabídkou multikinům, čímž by došlo naopak k větší unifikaci nabídky. O rozšíření nabídky svědčí časté zmínky alternativního obsahu. Ten byl dle článků zajímavý především pro klasická kina, která se díky němu měla být

³⁸³ Ve smyslu, v jakém je pojem „nezávislý“ běžně používán: tedy nezávislý na majors studiích.

³⁸⁴ MINISTERSTVO KULTURY ČESKÉ REPUBLIKY. *Sborník statí o kultuře v letech 2004–2009*. Praha: Ministerstvo kultury ČR, 2009, ISBN 80-706-8180-2, s. 105.

³⁸⁵ DAZ. Digitalizace = nebýt pozadu s premiérami filmů. *Mladá fronta DNES*. Jižní Čechy. 30. 12. 2009, s. 1. ISSN 1210-1168.

schopna dramaturgicky vymezit vůči multikinům. Multikina jsou však s tímto typem programu asociována také:

*Multiplex Palace Cinemas odpověděl na projekt MET in HD záznamy i přímými přenosy z předních evropských divadel a festivalů. Český operní divák na tomto soutěžení jasně vydělává, neboť může srovnávat.*³⁸⁶

Také podle denního tisku měla být digitalizace na jednu stranu výhodou pro malé sály a umožnit jim rozšíření nabídky, na druhou stranu je nutila investovat velké finanční prostředky do technologie a v řadě případů ukončit provoz. Diskurz novinových článků je však o poznání ambivalentnější. Možnost konkurovat multikinům alternativním obsahem je zpochybněna jednak tím, že multikina předvádějí alternativní obsah také, jednak tím, že klasické sály se v novinových článcích nejvíce těšily na možnost hrát filmy stejně rychle po premiéře, jako multikina. Přemysl Martinek tuto tezi v textech publikovaných v *Cinepuru* potvrzuje:

*S příchodem digitálního kina a především jeho 3D dimenze začala i v Česku změna, která natrvalo promění filmový průmysl. Můžeme očekávat, že přichází období, kdy se lokální kina po dlouhých letech frustrace dostanou jednodušeji k nejnovějším filmům v termínu jejich celosvětové premiéry a kdy je zaplní diváci lační 3D animovaných, rodinných a „avatarských“ filmů. Obsahově tedy začnou víceméně kopírovat multiplexy.*³⁸⁷

Aleš Danielis sice hodnotil vývoj pozitivněji, ale došel v jistém ohledu k podobným závěrům:

³⁸⁶ DRÁPELOVÁ, Věra. Opera se v kině zabydlela. Může i soupeřit. *Mladá fronta DNES*. Kultura. 8. 4. 2010, s. 6. ISSN 1210-1168.

³⁸⁷ MARTINEK, Přemysl. Rok Avatara / Distribuční rok 2009. *Cinepur*. 2010, roč. 17, č. 68, s. 12. ISSN 0862-397X. V této souvislosti nemůžeme ignorovat zjevnou tendenci textů Přemysla Martinka pohlížet na budoucí vývoj s obavami, a naopak tendenci textů Aleše Danielise pohlížet na situaci v pozitivním duchu, což může být dáno i tím, že se Martinkova společnost Artcam zaměřuje na distribuci ekonomicky rizikových filmů, zatímco propojení Bontonfilmu s majors studii je ekonomicky méně rizikové.

Možnosti alternativního obsahu jsou velmi široké a mohou pomoci rozšířit nabídku kin. Z tohoto pohledu je digitalizace velmi zajímavá i pro klasická kina v menších městech, která se obtížně prosazují vůči multikinům v regionálních centrech. Diverzifikace nabídky je sice na jedné straně výrazným trendem, nepůsobí však plošně. Při zvyšujícím se počtu premiér stále sledujeme vysokou koncentraci návštěvnosti na úzkou skupinu divácky nejatraktivnějších filmů. Přes vyšší počet premiér a rozsáhlejší nabídku programů navštívilo 20 nejúspěšnějších filmů 52 % všech diváků kin. Stejně jako úzce specifikované divácké skupiny vyhledávají „své“ filmy, „svoji“ hudbu atp., aby ji mohly sdílet, pro masové publikum každoročně získává několik filmů status „must see“. Uvedení těchto filmů pak zásadně ovlivňuje rozložení návštěvnosti kin a pozici jednotlivých filmových distributorů.³⁸⁸

Diskurz denního tisku o digitalizaci z roku 2011 pokračoval nadále ve stejných tématech, které byla nastavena diskurzem z let 2009 a 2010. Upozorňoval na zanikání nedigitalizovaných sálů („3D: když vám Shrek nepodá ruku, kino nemá šanci“³⁸⁹), na to, že digitalizované klasické sály mohou hrát film ve stejnou dobu jako multikina („Kino v Besedě nabídne filmy ve stejný čas jako multiplexy“³⁹⁰), ale i na možnosti alternativního obsahu („Opera v kině? Říkali nám, že jsme se zbláznili“³⁹¹). Pokud nástup multikin nutil klasické sály změnit dramaturgii a zaměřit se na artovou tvorbu, pak digitalizace k tomuto trendu dále přispěla. Nedigitalizované sály totiž neměly v roce 2011 příliš z čeho vybírat³⁹² a nejvíce 35mm kopií slibovala do budoucna vyrábět distribuční společnost Artcam,

³⁸⁸ DANIELS, Aleš. Rok změny / Česká filmová distribuce 2009. *Cinepur*. 2010, roč. 19, č. 68, s. 13.

³⁸⁹ 3D: když vám Shrek nepodá ruku, kino nemá šanci. *Mladá fronta DNES*. Kraj Hradecký. 15. 1. 2011, s. 2. ISSN1210-1168.

³⁹⁰ BAN. Kino v Besedě nabídne filmy ve stejný čas jako multiplexy. *Mladá fronta DNES*. Kraj Plzeňský. 29. 6. 2011, s. 3. ISSN 1210-1168.

³⁹¹ HOŘENÍ, Jaroslav, ref. 352,

³⁹² Až na problematické projekce z DVD a Blu-ray disků, které nicméně hollywoodské společnosti povolují vyrábět až po třech či čtyřech měsících od premiéry kvůli hrozbě pirátství a nelegálního šíření přes internet.

zaměřená na distribuci artových filmů. Petr Vítek na konferenci *Digitalizace – zkáza i záchrana malých kin* paradoxně poznamenal:

*Pětatřicítka opravdu razantně končí, jsou utlumeny. Pokud bude nějaké kino s denním profilem [míněno kino hrající každý den – tedy nikoliv víceúčelové sály s omezeným promítáním, pozn. JH], tak nenaprogramuje. Určitě pro nějaké typy kina, pro nějaký provizorní chod, než se rozhodne, než se seženou peníze, tak jste viděli, že někdo určitě nějaké tituly nabízí. Vaše kino se jednoznačně bude muset věnovat artu.*³⁹³

Diskurzy o nástupu multikin a nástupu digitalizace měly jedno společné téma: obě inovace slibovaly zpočátku rozšíření nabídky, které bylo později přinejmenším v jisté míře zpochybněno. Takovýto způsob konstruování multikin a digitalizace se netýkal jen České republiky. Podívejme se nejprve na multikina: Charles Acland například uvedl, že diskurz o multikinech v severoamerickém prostředí sliboval rozšíření nabídky o neobvyklé, nemainstreamové filmy, avšak články z pozdější doby ukazují, že se ve skutečnosti multikina zaměřovala především na filmy, jejichž uvedení bylo provázáno nákladnými marketingovými kampaněmi, na úkor nemainstreamových filmů.³⁹⁴ Stuart Hanson uvedl, že v roce 2002 bylo ve Velké Británii a Irsku distribuováno 467 filmů a tržby z pěti nejúspěšnějších tvořily čtvrtinový podíl celkových tržeb.³⁹⁵ Deborah Allisonová poznamenala, že v roce 2003 vstoupilo do britské distribuce 479 filmů distribuovaných 64 distribučními společnostmi, ovšem filmy šesti největších distribučních společností přinesly 91,4 procent celkových tržeb.³⁹⁶ Podobná situace existovala (před nástupem digitalizace) i v České republice: z 217 filmů, které v průběhu roku

³⁹³ VÍTEK, Petr. Panel distributorů + diskuze. Konference *Digitalizace – zkáza i záchrana malých kin*. Praha, Světozor, 7. 4. 2012. [online]. 2012 [cit. 2012-08-28]. Dostupné z: <<https://www.dropbox.com/sh/krqydwezvfs01qu/paExtRa5bp>>.

³⁹⁴ ACLAND, Charles, ref. 66, s. 103.

³⁹⁵ HANSON, Stuart, ref. 77, s. 371.

³⁹⁶ ALLISON, Deborah, ref. 77, s. 83.

2007 vstoupily do české distribuce, vyneslo nejúspěšnějších 10 filmů 49 procent celkových tržeb.³⁹⁷

Diskurz o digitalizaci v České republice zpočátku provázal stejný příslib – rozšíření nabídky kin. I tato teze byla šířena globálně: například oba uvedení autoři, Allisonová³⁹⁸ a Hanson³⁹⁹ upozorňovali v letech 2006 a 2007 na základě nejrůznějších materiálů, že by digitalizace mohla pomoci prolomit homogenní dramaturgii britských a irských kin. Přinejmenším v českém prostředí se však diskurz postupem času proměnil a digitalizace začala být konstruována jako hrozba přinášející další unifikaci programové nabídky kin. Tento vývoj není překvapivý – stojí-li za šířením multikin a digitalizace především nadnárodní korporace, je zřejmé, že prosazované inovace budou výhodné především pro ně. Přísliby demokratičtější programové nabídky vyvolávají napříč mediálním diskurzem nadšení pro zavádění technologických inovací. Všimněme si však v této souvislosti, že o rozsáhlých možnostech digitální technologie pro dramaturgii kin informovala původně společnost prodávající digitální promítací systémy, která je partnersky propojena s majors studiem, přičemž denní tisk tuto konstrukci přezval. Multikina se digitalizovala téměř okamžitě a měla-li s digitalizací nějaké problémy, v diskurzu zmiňovány nebyly. Jak se také zdá, několik málo filmů nadále dominuje trhu. Naopak problémy klasických sálů jsou v diskurzu denního tisku široce diskutovány a v textech nezávislého distributora i provozovatele kin jsme pozorovali značnou nejistotu.

Zdá se tedy, že pokud se má nabídka kin rozšířit, jde spíše o vedlejší produkt záměrů nadnárodních korporací. Charles Acland ostatně již v roce 2003⁴⁰⁰ naznačil, že vývoj digitálních promítacích technologií stimulovala potřeba dostat

³⁹⁷ Data poskytnutá tajemnicí Unie filmových distributorů Annou Černou 6. 11. 2008. Nástup multikin však přinejmenším vedl k rozvoji artových kin: „Je paradoxní, ale zákonité, že příchod multiplexů rozšiřuje nabídku alternativních programů, protože vysává z nejbližších kin diváky běžných komerčních filmů. Tím se nejen rozšířila alternativní nabídka v Praze a Brně, kde existovala i v minulosti, ale i v menších regionech.“ DANIELIS, Ales, ref. 24, s. 83.

³⁹⁸ ALLISON, Deborah, ref. 77, s. 89–90.

³⁹⁹ HANSON, Stuart, ref. 77, s. 373–376.

⁴⁰⁰ První vydání knihy je z roku 2003.

co nejvíce kopií blockbusterů co nejlevněji do co nejvíce kin současně,⁴⁰¹ nikoliv touha po rozšíření nabídky:

Příslib bohatější nabídky filmů v multiplexech a megaplexech se nenaplnil, a stejně tak může účinněji koordinovaná digitální distribuce vést k omezení kultury veřejných filmových představení.⁴⁰²

Martinek se vyjádřil k „nahodilosti“ rozšíření nabídky kin o alternativní obsah takto:

V době, kdy tento text vznikal, mohli například fanoušci ve Francii zajít do kina na 3D přenos finále národního fotbalového poháru – a podobných projektů bude jistě přibývat. Kina se tak přizpůsobují nové generaci diváků, která již neomdlévá blahem při sledování rumunských filmů, ale ráda se prostě více či méně sofistikovaně baví. Starší generaci pak láká právě opera a možnost dostat se teď a tady k tomu nejlepšímu, co svět vážné hudby nabízí; navíc ve formě společenské události nikoliv při sledování televizního přenosu doma v teplákách. Možnosti digitálních kin tak zcela přesahují původní profil, díky kterému se systémem podpory digitalizace začalo.⁴⁰³

I zde se tedy rozšíření nabídky konstruuje spíše jak vedlejší produkt jiných záměrů. Dochází k němu však na úkor „rumunských filmů“.

Analyzovaný materiál nám umožňuje činit pouze velmi opatrné závěry ohledně toho, zda je digitalizace „pravou“ revolucí, jak doufali Stuart Hanson a Deborah Allisonová, nebo „nepravou“, jak tvrdil John Belton. Systém 3D projekce byl známý i před digitalizací – ať už díky americkým projekcím v padesátých letech či díky technologii IMAX používané od osmdesátých let. Na druhou stranu nikdy nebyl natolik globálně rozšířený jako dnes – je všudypřítomný jak v českých kinech, tak v českém mediálním diskurzu. Otázkou samozřejmě zůstává, zda

⁴⁰¹ ACLAND, Charles, ref.66, s. 217.

⁴⁰² ACLAND, Charles, ref. 66, s. 222.

⁴⁰³ MARTINEK, Přemysl. Zapomeňte na Jarmusche, jdeme na fotbal / Dnešní alternativa vůči mainstreamu. *Cinepur*. 2010, roč. 19, č. 70, s. 6–7. ISSN 0862-397X.

nejde pouze o jednu z inovací, které musí být permanentně realizovány, aby přilákaly diváka. Přímé přenosy operních představení do kin jsou skutečně novinkou, ale nikoliv tak radikální, jak by se mohlo zdát. Lucie Česálková s Kateřinou Svatoňovou například upozornily, že při příležitosti *Všeobecné zemské výstavy* v roce 1891 byly představeny přímé přenosy recitace, hudby a zpěvu z Národního divadla prostřednictvím telefonních hovorů do „ochutnáváren“ na pražském Výstavišti.⁴⁰⁴ Přímé přenosy vysílané v televizi jsou dnes běžnou součástí programu, slovo revoluce zní tedy v souvislosti s přímými přenosy také příliš silně. Ač se v článcích z denního tisku i v článcích zástupců filmového průmyslu vyskytovalo běžně, některé články vyjadřovaly stejné mínění jako Beltonův text:

Kdyby se o tom tolik nepsalo, divákovi je to vlastně jedno. Chce film na plátně, a když k tomu dostane brýle, tak je to zkrátka 3D a nic víc nepotřebuje vědět. Digitalizace se týká v podstatě jen kinařů.

To je pochopitelně zjednodušení: digitalizace kin se netýká jen kinařů, ale také integrátorů, distributorů, archivářů, institucí, které ji financují, a těch, kdo financují tyto instituce. Způsob, jakým byla digitalizace konstruována v jednotlivých vystoupeních distributorů a provozovatelů kin a dalších aktérů filmového průmyslu na konferenci *Digitalizace – zkáza i záchrana malých kin* v roce 2012 ukázalo především to, že digitalizace nutí jednotlivce a instituce vytvářet provizorní hodnocení a řešení konkrétních problémů. Mezi tyto problémy patří například: čím zásobovat dosud nedigitalizované klasické sály (projekce z DVD a Blu-ray disků) a kdy vyrábět 35mm kopie (například tehdy, pokud jsou distributoři nuceni platit multikinům poplatky za Virtual Print Fee a současně s nimi mají uzavřeny v tomto nevýhodné smlouvy – avšak tím přicházejí o poslední 35mm kopie i doposud nedigitalizované sály atd.). Digitalizace je jistě revolucí v tom smyslu, že období přechodu znejišťuje aktéry filmového průmyslu a nutí vytvářet stále nové strategie.

⁴⁰⁴ ČESÁLKOVÁ, Lucie a Kateřina SVATOŇOVÁ. Mezi malbou a šálbou: I/materiální obrazy české modernity. *Illuminace*. 2008, roč. 20, č. 1, s. 83–101. ISSN 0862-397X, s. 91.

Pokud se však nabídka kin výrazně nerozšiřuje a většina kinosektoru žije nadále převážně z malého množství blockbusterů (ba dokonce počet těch, kteří z blockbusterů mohou těžit, se rozšiřuje), pak slouží pojem „revoluce“ v mediálním diskurzu především k tomu, aby stimulovala (technofilní) zájem potenciálních diváků o kina, a naplňoval tak potřebu permanentní inovace. Ostatně slibovaný pokles dětské kriminality a „drogování“ zatím pozorovat nelze: jihlavská policie například upozornila na nárůst „trestné činnosti mladistvých na úseku drog“⁴⁰⁵ během roku 2011, ač bylo jihlavské multikino v roce 2009 plně digitalizováno.

O demokratizaci prostřednictvím digitalizace se diskutuje také v souvislosti s filmovou produkcí, ani zde však, zdá se, nedochází k zásadní revoluci: „V posledních letech klesly náklady na výrobu a distribuci médií tak prudce,“ poznamenává například Alisa Perrenová, „že každý, kdo má přístup k iPhone a internetu může vyrobit a distribuovat krátký film nebo webizodu za pár dolarů“.⁴⁰⁶ Neznamena to ale, že by se v oblasti filmové výroby mohl snadno prosadit každý.: „Příležitosti těch, kteří se chtějí živit výrobou celovečerních filmů a televizních seriálů,“ píše Perrenová, „zůstávají přes marketingové přísliby a technologické možnosti v nejlepším případě nejisté.“⁴⁰⁷

⁴⁰⁵ POLICIE ČESKÉ REPUBLIKY. Kriminalita mládeže. [online]. 2011 [cit. 2012-08-25]. Dostupné: <<http://www.policie.cz/clanek/kriminalita-mladeze.aspx>>.

⁴⁰⁶ PERREN, Alisa. Producing Filmed Entertainment. In: DEUZE, Mark. *Managing Media Work*. Thousand Oaks, Calif.: SAGE, 2011, 155–164. ISBN 978-141-2971-249, s. 155.

⁴⁰⁷ PERREN, Alisa, ref. 406.

6. Diskurzivní konstrukce smíchovských multikin

Jako konkrétní příklad byla pro tuto část analýzy zvolena multikina Cinema City Nový Smíchov (původně Palace Cinemas Nový Smíchov a ještě před tím Ster Century Nový Smíchov) a Cinestar Praha – Anděl (původně Village Cinemas Anděl), obě situovaná v blízkosti centra města v Praze 5. Tato multikina jsou v několika ohledech výjimečná a slibovala zajímavý materiál. Jde o největší multikina v Praze, která spolu úspěšně koexistují v bezprostřední blízkosti již několik let a provozují je konkurenční společnosti, přičemž jedno je umístěno v nákupním centru a druhé nikoliv. Jejich výstavba v pražské čtvrti Smíchov byla součástí rozsáhlých urbanistických změn, které přinášely určité kontroverze. Bylo zde tedy možno očekávat intenzivnější reflexi výstavby potenciálně spojenou s obecnějšími úvahami o směřování současné společnosti. V tomto smyslu jde o případovou studii konkrétní lokality, která si neklade za cíl zhodnotit situaci v České republice obecně, ale podrobně popsat konkrétní případ. Protože nás nezajímá v této kapitole problematika digitalizace, zvolili jsme pro analýzu články z let 2001, kdy kina vznikla, až 2008, kdy se začala rozjíždět digitalizace a zahrnovat mediální diskurz.

Jako první zahájilo provoz multikino Palace Cinemas Nový Smíchov, 15. listopadu 2001. Se svými 2699 sedadly umístěnými ve 12 sálech je v současnosti největším českým multikinem a nachází se v nákupním centru Nový Smíchov. Původně ho provozovala jihoafrická společnost Ster Century, ta však již v roce 2002 vycouvala z českého trhu a svá multikina odprodala společnosti Palace Cinemas Czech s. r. o. patřící pod podnik Palace Cinemas Central Europe ovládaný nadnárodními investory z různých zemí. Tato společnost provozovala v České republice, na Slovensku a v Maďarsku celkem 20 multikin se 170 plátny a byla průkopníkem v oblasti digitalizace kin. V lednu 2011 izraelská společnost Cinema City Czech s.r.o. se sídlem v Nizozemsku odkoupila společnost Palace Cinemas, a stala se tak provozovatelem smíchovského multikina. Multikino

Cinestar Praha – Anděl zahájilo provoz o osm měsíců později a nabízelo ve 14 sálech celkem 2242 sedadel. Není situováno v nákupním centru. Jeho provoz zahájila 18. července 2002 společnost Village Cinemas Czech Republic s. r. o. spadající pod australskou mediálně-zábavní obchodní skupinu Village Roadshow Limited, která provozovala v té době přibližně 660 kin v různých zemích. V roce 2009 zakoupila obě pražská multikina Village Cinemas společnost CineStar, s. r. o., založená nizozemskou firmou CineStar International B.V. a Pavlem Vodičkou.⁴⁰⁸ V době, která nás zajímá, byly nicméně provozovateli smíchovských multikin společnosti Palace Cinemas a Village Cinemas. Tyto společnosti, jak je u nadnárodních řetězců kin běžné, byly vertikálně integrovány s produkčními a distribučními společnostmi. Jedním z původních investorů Palace Cinemas Central Europe byla společnost United Cinemas International založená hollywoodskými studii Paramount Pictures a Universal Studios. Palace Cinemas Czech s. r. o. provozovala distribuční divizi pod názvem Palace Pictures. Obchodní skupina Village Roadshow Limited zahrnovala filmově produkční divizi Village Roadshow Pictures Group a distribuční divizi v Austrálii, na Novém Zélandu, v Singapuru a v Řecku. V oblasti výroby a distribuce filmů spolupracovala dále se studiem Warner Bros.

6.1 Analyzovaná data

Data pro analýzu mediálního diskurzu vztahujícího se k multikinům Palace Cinemas Nový Smíchov a Village Cinemas Anděl byla získána z fulltextové mediální databáze společnosti Newton Media a.s. Vyhledávány byly články z celostátních a regionálních deníků včetně internetových. Kritéria vyhledávání byla nastavena tak, aby výsledkem vyhledávání byl soubor všech textů, které obsahovaly slovo „multikino“ nebo/a „multiplex“ v některém z pádů a dále název příslušného nákupního centra „nový smíchov“ a kina „village cinemas anděl“ v 1. pádě, tedy na základě podmínky: „(multikino or multiplex) and („nový smíchov“ or „village cinemas anděl“)“. Časový rozsah byl zvolen od 1. 1. roku 2001, v jehož průběhu multikina zahájila provoz, do 31. 12. roku 2008. Z korpusu dat

⁴⁰⁸ DANIELIS, Aleš, ref. 24, s. 82.

byly vyřazeny texty, které neobsahovaly nic jiného než programy kin či popisky k fotografiím. Stejně texty, které vyšly v různých regionálních denících vydávaných společností Vltava-Labe-Press a.s., byly zahrnuty do kategorie „Deníky Bohemia“ a počítány pouze jednou s výjimkou bulvárního deníku Šíp. Vyšel-li naprosto stejný text současně v tištěném i internetovém deníku, pak byla počítána pouze tištěná verze.

Rok	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	Celkem
Mladá fronta DNES	4	14	13	5	7	12	9	9	73
Deníky Bohemia kromě Šíp	1	9	19	6	8	3	9	5	60
Lidové noviny	1	5	11	3	7	5	6	2	40
Hospodářské noviny	3	8	8	4	2	1	2	1	29
Právo	4	2	4	6	5	3	4		28
Metro	1	7	6	1	2	2	3		22
Blesk	4	3	2	2	1			1	13
Haló noviny			1		2	2	2	4	11
24 hodin					1	5	2	1	9
Šíp					1	2	1	1	5
Metropolitní expres							4		4
Slovo	2								2
Super	1	1							2
Zpravodajské servery ČTK	2	8	7	4	11	18	18	6	74
iHNed.cz				1	8	11	10	2	32
iDNES.cz	2	4	2	2	3	2	3	2	20
novinky.cz		1	3	1	5	5	1	3	19
lidovky.cz			2		1	2	2	3	10
super.cz								6	6
neviditelnypes.cz		5							5
blesk.cz	1						1	1	3
aktualne.cz						1			1
ct24.cz								1	1
tn.cz								1	1
Celkem	26	67	78	35	64	74	77	49	470

Tab. č. 6. Zastoupení jednotlivých periodik v korpusu článků.

Zdroj: Autor.

Pokud byly texty alespoň částečně odlišné, pak byly počítány obě verze. Obdobně byly pouze jednou počítány stejné texty, které vyšly na různých zpravodajských

portálech ČTK (ceskenoviny.cz, prazskenoviny.cz a sportovninoviny.cz) a byly zahrnuty do kategorie Zpravodajské servery ČTK. Takto získaný korpus obsahoval celkem 470 článků: 26 z roku 2001, 67 z roku 2002, 78 z roku 2003, 35 z roku 2004, 64 z roku 2005, 74 z roku 2006, 77 z roku 2007 a 49 z roku 2008. Přehled zastoupení jednotlivých periodik nabízí tabulka č. 6. Diskurz veřejné správy byl v korpusu reprezentován časopisem *Pražská pětka* vydávaným Městkou částí Praha 5.

6.2 Konstruování proměny Smíchova a nástupu multikin

Analýza předestřená v této kapitole se zaměřuje především na způsob, jakým byl konstruován prostor, v němž jsou situována multikina. Robert Bargel rozpracoval distinkci mezi místy a ne-místy, kterou jsme si vymezili v návaznosti na práce Marca Augého a dalších autorů na začátku práce, na příkladu řevnického jednosálového kina v opozici vůči multikinům:

Lze říci, že řevnické kino odpovídá Augého konceptu antropologického místa. Jak tvrdí Augé, obyvatelé antropologického místa v jistém smyslu nevytvářejí historii, ale žijí v ní. Udržují historii, která již pominula, a jsou tak diváky sebe samých. Tato teze se vztahuje především na starší diváky, kteří se v řevnickém kině vracejí na základě svých vzpomínek zpět do zmizelého světa, v němž nebyly multiplexy, „nebyly takové vymoženosti jako ty popcorny“ a bylo „všecko takový jednodušší“. (kurzíva RB)⁴⁰⁹

Multikina jsou pak charakterizována jako ne-místa, Bargel nicméně dodává:

Fakt, že multikina mají v očích příznivců řevnického kina i některých diváků těchto kin [...] status ne-místa, neznamená, že je takto vnímají

⁴⁰⁹ BARGEL, Robert, ref. 19, s. 145.

*všichni. Naopak je pravděpodobné, že mezi jednotlivými multikiny existují výraznější distinkce a že vztahy k nim jsou pestřejší.*⁴¹⁰

V tomto smyslu se pokusíme na Bargelovu práci navázat a prozkoumat, jak je možno o Augého distinkci uvažovat v souvislosti s multikiny na podkladě článků v denním tisku. Zároveň se zaměříme na individualitu dvou multikin a pokusíme se zjistit, nakolik byla vůči sobě vzájemně vymezována.

6.2.1 „Sportovci, filmoví nadšenci a milovníci nákupů a zábavy“

Jak již bylo řečeno, multikina Palace Cinemas Nový Smíchov a Village Cinemas Anděl byla vybrána jako předmět výzkumu z toho důvodu, že jejich výstavba byla součástí rozsáhlých urbanistických změn Smíchova. Radnice definovala ideál přeměny Smíchova jasně. Cílem bylo:

*vybudovat, i za pomoci cizích investorů, prostor, kam se budou lidé rádi vracet, a to jak za nákupy, tak i za odpočinkem bez stresu ze všudypřítomných automobilů.*⁴¹¹

Denní tisk proměny čtvrti v mnoha člancích reflektoval: hodně článků tematizujících tento problém bylo publikováno v letech 2001 a 2002, pak se objevují spíše sporadicky a v roce 2007 opět častěji. Charakter článků se během sledovaného období výrazně proměnil. V prvních letech sice nákupní centrum Nový Smíchov zahájilo provoz, v okolí nicméně pokračovaly další stavební práce. Některé články jen popisovaly, co všechno se v dané lokalitě staví, zjevně na základě tiskových konferencí či tiskových zpráv. V jiných však najdeme konstrukci dvou perspektiv, z nichž je možno stavební práce vnímat:

*Desítkám nových obchodů, kanceláří a pracovních příležitostí mnozí tleskají. Jiní s melancholií vzpomínají na ponurý chod starého Smíchova a obávají se toho, co přinese nová podoba.*⁴¹²

⁴¹⁰ BARGEL, Robert, ref. 19, s. 145.

⁴¹¹ RŮŽIČKA, Ivan. Centrum Smíchova a doprava. *Pražská pětka*. 2000, č. 12, s. 4.

Jedna perspektiva hodnotí přeměnu čtvrti negativně, druhá pozitivně. Jak je vidět z předchozího úryvku, negativní perspektiva vůči přeměně Smíchova byla spojována s melancholií, ovšem kritičnost byla spíše ambivalentní (hodnocení staré podoby Smíchova slovy „ponurý chod“ také nevyznívá příliš pozitivně). V nejvyhrocenějším případě byly obě podoby Smíchova hodnoceny silně negativně:

„Mně to přijde celé hnusné,“ řekl před časem pro MF DNES režisér Vladimír Michálek, který na Smíchově natáčel film Anděl Exit. „I když k tomu místu nemám žádnou nostalgii, ani ta stará zástavba se mi nijak zvlášť nelíbila. Ale obchodní centrum, multiplexy, to mi nic neříká.“⁴¹³

Jindy je stará podoba čtvrti vnímána pozitivněji. Nostalgický/melancholický vztah je konstruován ve více článcích, někdy ve vztahu k individualizovaným prvkům v kontrastu s prvky zaměnitelnými:

Nejmarkantnější proměnu bezesporu prodělává křižovatka u Anděla a její bezprostřední okolí. „Kdysi to tady vypadalo úplně jinak,“ vzpomíná smíchovský starousedlík Jiří Doubrava. „Tam, kde je dnes McDonald's, býval automat U tří kominíčků, kde se dalo velmi levně najíst. Hned vedle bylo železářství U Anděla, po Rottovi druhé nejznámější v Praze. V létě se muselo vystěhovat kvůli vysokému nájmu,“ dodává Doubrava.⁴¹⁴

Jedinečný název restaurace „U tří kominíčků“ je nahrazen generickým názvem „McDonald's“, železářství „U Anděla“ je nahrazeno bezejmennými obchody v nákupním centru Nový Smíchov. V obou předchozích úryvcích se v jisté podobě objevuje téma peněz: v prvním případě pozorujeme juxtapozici

⁴¹² RAUFER, Václav. Smíchov mění svou tvář. *Večerník Praha*. Téma. 10. 7. 2001, s. 3. ISSN 1210-1117.

⁴¹³ BAROCH, Pavel. Jednu továrnu nahradila jiná, nakupovací. *Hospodářské noviny*. Z domova. 22. 7. 2005, s. 4. ISSN 1213-7693.

⁴¹⁴ BEŇOVÁ, Bibiana. Globalizace má mnoho podob. *Mladá fronta DNES*. Praha. 22. 10. 2001, s. 2. ISSN 1210-1168.

„obchodního centra“ a „multiplexů“, ve druhém případě zmizela „levná“ restaurace a „vysoký nájem“ vyhnal známé železářství. Denní tisk tak konstruuje obraz nové podoby Smíchova jako prostoru, jehož rozvoj určuje zisk.

Pozitivní hodnocení nové podoby Smíchova bylo obvykle konstruováno formou citace představitelů vedení městské části:

V těsné blízkosti nedávno otevřeného obchodně administrativního centra Zlatý Anděl vyrůstá v místě bývalých továrních hal Tatry Smíchov centrum obchodu a kultury Nový Smíchov. „Hlavním prvkem bude 200 metrů dlouhá zasklená pasáž, která naváže na bulvár se stromořadím. Lidé zde najdou nejen nové možnosti nakupů, ale i příjemného odpočinku,“ informoval o budoucnosti Smíchova mluvčí Prahy 5 Vít Drbal. Projekt počítá se 150 butiky, hypermarketem, desítkou větších obchodů. Nebudou chybět ani restaurace, kavárny ani multikino.⁴¹⁵

V podobně zaměřených člancích se často opakovalo slovo „centrum“, zejména ve spojení „centrum obchodu a kultury“. Důraz byl tedy kladen na volnočasové aktivity, zatímco dřívější „tovární čtvrť“ sugerovala především pracovní prostředí. Pojmy jako „bulvár se stromořadím“ a „příjemný odpočinek“ konstruovaly dojem klidného místa, kde nebude chybět příroda a kde lidé budou cítit ve svém volném čase dobře.

V průběhu let se konstruování proměny Smíchova měnilo, negativní hodnocení se vytrácelo. Pokud se nějaké hodnocení objevilo, bylo veskrze kladné:

Smíchov už dávno není čtvrtí továrních hal. V posledních letech se pátá městská část změnila na místo, kam se z celé Prahy sjíždějí milovníci nákupů i zábavy. Na své si tu přijdou sportovci i filmoví nadšenci. „Na Smíchově se mi poslední dobou líbí, trávím tu hodně času. Po práci vyrazím s přáteli do hospůdky nebo na nějaký film do

⁴¹⁵ JANOUŠKOVÁ, Jitka. Mrtvé zóny oživi skleněné dominanty. *Blesk*. Praha. 12. 7. 2001, s. 3. ISSN 1213-8991.

multikina. Navíc není problém tu vyřídit i všechny nákupy od jídla až po dárky pro celou rodinu. A je sem výborné spojení hromadnou dopravou,“ pochvaluje si Jan Kovář.

Pokud byl tedy na začátku Smíchov konstruován jako budoucí městské centrum, pak na konci sledovaného období vidíme, čím je „centrum“ konstituováno: je to prostor dopravně snadno dostupný, do něž se sjíždějí lidé, aby zde nakupovali, sportovali, účastnili se kulturních akcí a socializovali se u jídla či pití. Všimněme si ovšem, že v předchozím úryvku nezaznívá jediný individuální a něčím specifický prvek, všechny aktivity jsou popisovány generickými termíny spojenými s konzumováním: konzumováním jídla a pití, filmů, nákupů a dárků. Sportovní aktivity dostupné v nákupním centru Nový Smíchov zahrnují především fitness centrum, které sociolog Zygmunt Bauman asociuje s konzumerismem:

Jestliže společnost výrobců považuje zdraví za standard, který by měli její příslušníci splňovat, společnost konzumentů mává před svými příslušníky ideálem fitness (fyzické způsobilosti). [...] Na rozdíl od starosti o zdraví nemá úsilí o fitness žádný přirozený konec. [...] Jedinou věcí, kterou hledač fitness ví naprosto jistě je fakt, že stále ještě není dostatečně fit, takže se musí snažit dál. (kurzíva ZB)⁴¹⁶

Pozitivně hodnocené kvality nové podoby Smíchova lze nalézt v mnoha jiných nákupních centrech. Nejznámější či „druhé nejznámější“ železářství zde nenajdeme, obchody v nich jsou od sebe vzájemně nerozpoznatelné. Upřednostňování určité lokality nad jinou se zakládá spíše na snadné dostupnosti, než na vztahu k místu. Pokud denní tisk naznačuje, že si lze vytvořit vazbu ke globalizovanému prostředí současné podoby Smíchova, je to vazba s odlišnými kvalitami. Není to vazba k individuálnímu místu, ale vazba k pohodlné možnosti konzumovat. Výjimkou je jediný prvek: budova Zlatý Anděl navržená architektem Jeanem Nouvelem:

⁴¹⁶ BAUMAN, Zygmunt. *Tekutá modernost*. Praha: Mladá fronta, 2002, 343 s. ISBN 80-204-0966-1, s. 123–126.

Nový začátek pro Anděl a tím vlastně i celý Smíchov znamenal rok 1996. Tehdy developerská společnost ING Real Estate vykoupila od hlavního města Prahy pozemek nad stanicí metra Anděl a vybudovala tam během čtyř let moderní komerční komplex Zlatý Anděl, který navrhl věhlasný francouzský architekt Jean Nouvel.⁴¹⁷

Ta byla už od počátku symbolem proměny Smíchova a jediným diskurzivně konstruovaným individuálním prvkem jeho nové podoby. Místní radnice po otevření budovy zdůrazňovala význačnost této stavby: diskurz Městské část Prahy 5 reprezentovaný časopisem *Pražská pětka* velice pečlivě vysvětloval architektonickou koncepci budovy v kontextu místa, kde byla postavena, a podrobně charakterizoval Nouvelovu práci:

Architektura komplexu ZLATÝ ANDĚL je dílem významného francouzského architekta Jeana Nouvela a jeho pařížské kanceláře. [...] Charakter stavby plně zapadá do prostředí Smíchova a zároveň zachovává tradici místa. Komplex je členěn s ohledem na své okolí, respektuje průmyslový charakter a historii této čtvrti. [...] Nouvel těží z tradice francouzského konstrukčního racionalismu 19. a 20. století, které jsou v jeho tvorbě výrazně inspirovány výtvarným uměním, filmem, scénografií a fotografií. Dílo Jeana Nouvela je konceptuální, motivované filozofickými úvahami Michela Foucaulta.⁴¹⁸

Z denního tisku nicméně význam Nouvelovy tvorby rychle mizí a zůstávají pouze spojení jako „věhlasný architekt“, aniž by o stavbě bylo řečeno něco bližšího. Nová podoba Smíchova byla v pozdějších letech v diskurzu denního tisku hodnocena pozitivně, přičemž zdůrazňovány byly (až na Nouvelovu budovu) především generické kvality prostoru a rozsáhlé možnosti konzumování zboží a služeb. V konstrukci Smíchova nenacházíme emocionální a psychologická pouta, identitu, vztahy ani historii, které charakterizují místo oproti ne-místu, zatímco u

⁴¹⁷ BIGAS ML., Jiří. Anděl se stal dalším centrem. *Metropolitní expres*. 24. 5. 2007, s. 15. ISSN 1211-7811.

⁴¹⁸ Jean Nouvel a architektura Zlatého Anděla. *Pražská pětka*. 2000, č. 10, s. 4.

staré podoby jsme pozorovali přinejmenším náznaky identity (restaurací a obchodů). Je to nicméně relativně nový prostor a teprve budoucnost může ukázat, zde se ne-místo může stát místem.

Proměnilo-li se hodnocení přeměny Smíchova z ambivalentního na spíše pozitivní, pak stejný proces pozorujeme v diskurzu u hodnocení multikin.

Hodnocení proměny Smíchova		Hodnocení multikin	
2001	→ 2008	2001	→ 2008
pozitivní	pozitivní	pozitivní	pozitivní
negativní		negativní	

Tab. č. 7: Tendence v hodnocení proměny Smíchova a nástupu multikin.
Zdroj: autor.

Na začátku zkoumaného období se v člancích objevovala jak perspektiva, která nástup multikin odmítala, tak perspektiva, která ho vítala. Kritická perspektiva asociovala multikina často s nižší kulturou, zatímco jednosálová kina byla spojována s kulturou vyšší. Velký výběr filmů v multikině je prezentován jako nevychovný a zaznívá tu také kritika globalizace:

[Multi]kina diváka nevychovávají. [...] jsou zaměřená na diváky, kteří nechodí na určitý film, jdou prostě jen do kina. I proto mají tyto novodobé fabriky na kulturu své odpůrce. Ani někteří urbanisté nejsou přílivem multikin nadšeni. „Multikina se mi nelíbí. S nostalgií vzpomínám na malá kina, která byla osobnější a komornější. [...],“ uvedla Taťána Štědrá z Útvaru rozvoje hlavního města.⁴¹⁹

Zatímco multikina jsou zde prezentována jako „fabriky na kulturu“, tradiční jednosálová kina byla „osobnější a komornější“. I když se v člancích neobjevovaly přímo binární opozice pojmů asociovaných s malými kiny a multikiny, do jisté míry je lze odvodit, jak ukazuje tabulka č. 8.

⁴¹⁹ KLAPALOVÁ, Martina. Multikin nadále přibývá. *Slovo*. Praha a okolí. 13. 12. 2001, s. 17. ISSN 1211-6416.

malé kino	Multikino
? individuální výrobce	fabrika
komorní	? určený bezejmenným masám
osobní	? neosobní, generické

Tab. č. 8. Asociace spojované s klasickými kiny a multikiny.
Zdroj: autor.

Zde tedy zaznívá do jisté míry distinkce mezi místem a ne-místem. Malá kina mají v takovéto konstrukci svou historii. Jedinec a vazba mezi jedinci jsou důležité. Multikina jsou nová, žádnou historii nemají,⁴²⁰ lidé sjíždějící se do nákupních center ze širokého okolí se vzájemně neznají, společenské vazby nejsou osobní, důvěrné.

Na úrovni konkrétní lokality bychom však u klasických kin charakterizovaných jako místa (oproti ne-místům) očekávali zmínky konkrétních kin, konkrétních vzpomínek, konkrétních společenských vazeb. Nic z toho se v článcích z denního tisku neobjevuje. Jen ve zcela výjimečných případech jsou zmiňována konkrétní zaniklá klasická kina. Pojmy „malá kina“ nebo „klasická kina“ jsou v drtivé většině případů užívány v množném čísle, bez jakýchkoliv „individuálních“ nebo „osobních“ kvalit. Diskurz tak vlastně přesvědčuje o něčem, co sám nerealizuje. V článcích o klasických kinech a multikinech je konstruována spíše obecná nostalgie/melancholie stimulovaná rozsáhlými změnami, než jednoznačná distinkce mezi místy a ne-místy.

Pozitivní hodnocení smíchovských multikin se v jednotlivých článcích neliší od hodnocení multikin obecně, které jsme si nastínili v kapitole 4. Zaměřuje se převážně na pokročilé technologie, které zlepšují divácký zážitek, na široký výběr nabízených filmů a na možnost přijít na představení takřka kdykoliv během dne. Jako zastánci multikin v těchto textech vystupují (nikoliv překvapivě) jejich provozovatelé:

⁴²⁰ Specifická historie multikin, jak jsme si ji nastínili v kapitole 3., zaznívá v článcích jen v nejhrubších obrysech a sporadicky.

„Nabízíme pohodlí, luxus, kvalitní zvuk a rozměrné plátno. Hlediště stadionového typu umožní perfektní výhled z jakéhokoliv místa. A ať přijde divák kdykoliv, do čtvrt hodiny se dočká začátku nějakého filmu,“ uvedla Markéta Hlavicová ze společnosti Ster Century.⁴²¹

Postupem času se z denního tisku vytrácely články, které tematizovaly stavby jednotlivých multikin, a začínala převládat jiná témata (například premiéry filmů). Společně s tím ubývalo i kritického tónu vůči multikinům. Globalizovaný charakter multikin přestával být v jisté míře zdůrazňován. I když se tradiční kinosály podle tisku nadále zavíraly, některé z nich (pražské kino Aero či brněnský sál Art) díky specifické dramaturgii úspěšně přeživaly. Z tisku tedy vyplývá, že se situace v kinosektoru do jisté míry stabilizovala, kina znovu lákala k návštěvám a ne všechna klasická kina zanikla (byť byla v obtížné situaci a musela být částečně financována z veřejných zdrojů).

Nabídka pražských kin tradičně láká nejen diváky z hlavního města, ale také ze širokého okolí. Se zajímavou nabídkou je přitom neoslovují jen multiplexy, vybudované jak na předměstích, tak i na několika místech v centru Prahy (zde stojí za připomenutí zejména Slovanský dům, Nový Smíchov či Flora), ale lákadlem jsou i programy v tradičních kinosálech.⁴²²

Na konci sledovaného období tak obecně ubývalo hodnocení proměny Smíchova a (smíchovských) multikin. Pokud se objevovalo, bylo většinou pozitivní. Zaniklé vazby k místu přestaly být vzpomínány, lokalita získala v rámci diskurzu nový význam charakterizovaný tím, co lidem nabízí: už ne individualizované prostředí se specifickými prvky, ale velké příležitosti v oblasti nakupování a (filmové) zábavy, která je kdykoliv k dispozici a nabízí nejlepší výhled a zvuk.

⁴²¹ KLAPALOVÁ, Martina. ref. 419.

⁴²² Vedle multiplexů diváky lákají i tradiční pražské kinosály. *Benešovský deník*. Kulturní servis. 11. 8. 2008, s. 4. ISSN 1212-5792.

6.2.2 „V podvečer se všichni sejdou v hypermarketu“

Řada článků konstruovala ideálního návštěvníka nákupních center, který kombinuje různé druhy konzumování:

*Jaroslav si oblíbil nákupní centrum [...], dobře se mu tam parkuje, manželka chodí s dvojčaty po obchodech a on se zatím tuží ve fitness centru. Nebo naopak – on jde s dětmi do multikina a žena po nákupech. V podvečer se pak všichni sejdou v hypermarketu.*⁴²³

Předchozí úryvek demonstruje výhody nákupního a zábavního centra pro rodiny s dětmi (pomiňme, že pro ženu takováto konstrukce příliš výhodná není, neboť je to vždy ona, kdo nakupuje). Jaroslav byl charakterizován jako postava, která si daný prostor oblíbila a dokázala plně využít jeho nabídky. Článek neukazuje jen to, jak co nejlépe uspokojit potřeby rodiny, ale také to, jaké potřeby by rodina měla nebo mohla mít. Články v denním tisku zdůrazňovaly, kdo je v novém prostředí vítán, ale i to, kdo v něm vítán není:

*Ze Smíchova poslední dobou mizí sociálně nepřizpůsobiví občané. „Dnes už se nám nestává jako dřív, že by obchodník v obecných prostorách udělal statisícové dluhy na nájmu. Přibývá naopak například lékáren, stěhují se sem právníci,“ konstatuje mluvčí Prahy 5 Vít Drbal. Rozvoj Anděla se promítá i do cen bytů. Z bývalé dělnické kolonie se stává rezidenční čtvrť.*⁴²⁴

Denní tisk v tomto smyslu konstruuje proměnu prostoru z hlediska demografického. Chudí lidé, neschopní platit nájem, z dané lokality „mizí“. Nižší třídu nahrazuje střední třída, z místa se stává luxusní lokalita. Kromě toho jsou z dané lokality vylučováni žebráci, alkoholici a narkomani, tedy skupina, která je obecně vylučovaná ze všech lokalit:

⁴²³ JAROŠOVÁ, Bohdana. Nákupní horečka stoupá. *Mladá fronta DNES*. Praha. 21. 6. 2008, s. 4. ISSN 1210-1168.

⁴²⁴ BEŇOVÁ, Bibiana, ref. 414.

*Obří nákupní centrum s hypermarketem, multikinem a desítkami obchodů se dále vylepšuje, avšak lidé, přicházející za nákupy či za zábavou, si stále stěžují na osoby, které se povalují před centrem, pijí alkohol a žebrají o peníze.*⁴²⁵

Všimněme si, že tyto osoby jsou článkem situovány „před centrem“. Tento fakt naznačuje, že v kontrolovaném prostředí nákupního centra neobtěžují, a centrum tedy může být konstruováno jako bezpečný prostor. Oproti nákupním centrům situovaným na periferii však není zcela izolované, protože k Novému Smíchovu se dostanou lidé snadno i bez automobilové dopravy a mohou „obtěžovat“ před ním. Vidíme, že téma bezpečí a možnost vymezit se vůči nižší společenské třídě, které identifikovala řada autorů v britském prostředí,⁴²⁶ bylo přítomno i v diskurzu českých deníků. Konstruování ideálního návštěvníka a současně vylučování těch, kteří se nepodílejí na preferovaných aktivitách (nákupy a zábava), v jistém smyslu ukazuje, jak ekonomická a politická moc uspořádává prostor.

6.2.3 „Filmoví nadšenci chtějí vidět velkofilm jako první“

Téma proměny Smíchova a nástupu multikin z novin v průběhu let vymizelo. Místo toho se stále častěji objevovaly články o filmech, konkrétněji o filmových premiérách. Ve vybraných dvou multikinech se odehrávaly předpremiéry nebo premiéry převážně hollywoodských nebo českých filmů. Tisk zdůrazňoval přítomnost celebrit na těchto akcích, obvykle českých (např. premiéru filmu *Simpsonovi* uvedl dabér Martin Dejdar), v omezeném počtu i zahraničních (německý film *Holky to chtěj taky* přijela uvést německá herečka Diana Amftová). Novinové články předkládaly čtenářům stručné informace o promítaných filmech, nejednalo se však o recenze s hodnotícími prvky. Filmy uváděné v (před)premiéře byly prezentovány jako „dlouho očekávané“ události, přičemž daný film „dlouho

⁴²⁵ JAZ. Pasáž oživila centrum, přitahuje však žebráky. *Mladá fronta DNES*. Střední Čechy. 31. 5. 2002, s. 7.

⁴²⁶ Viz např. JANCOVICH, Mark, Lucy FAIRE a Sarah STUBBINGS, ref. 64, s. 198.

očekávají“ především lidé označovaní souhrnně jako „filmoví nadšenci“ nebo „filmoví fanoušci“:

*Filmoví nadšenci, kteří chtějí vidět dobrodružný velkofilm Piráti z Karibiku 3 jako první, mají šanci na speciální půlnoční předpremiéře ze středy na čtvrtek v multikinech Village Anděl, Palace Cinemas Slovanský dům a Palace Cinemas Nový Smíchov.*⁴²⁷

Příležitost vidět film jako první je konstruována jako velmi pozitivní zkušenost. Proto se také často mluví o celebritách v publiku, které patří v tomto ohledu mezi vyvolené:

*Politici, zpěváci, filmaři a herci patřili ve středu mimo jiné ke šťastlivcům, kteří mohli mezi prvními v republice vidět závěrečný díl filmové trilogie Pán prstenů.*⁴²⁸

Důraz na premiérová představení odpovídá tendenci zkracovat pobyt filmů v jednotlivých distribučních oknech (kino, dvd distribuce, kabelová televize, běžná televize). V současnosti se filmy promítají v jednom kině maximálně v řádu několika měsíců, pak přecházejí do dalších kin či jiných distribučních kanálů. Charles Acland soudí, že dlouhý pobyt filmu v kinech není již nezbytně známkou úspěchu a nejdůležitější jsou zisky v prvních týdnech.⁴²⁹ Úspěšnost filmů v dalších distribučních oknech je silně závislá na úspěchu v kinech a klíčové je právě období krátce po premiéře.⁴³⁰ Především v případě blockbusterů je to období nejintenzivnější marketingové kampaně, která se zřetelně odráží i v denním tisku. Články v novinách popisují kategorii „filmových nadšenců“ či „filmových fanoušků“, jejichž hlavní charakteristickou je to, že chtějí vidět film jako první. V tomto smyslu propagují určitý způsob myšlení, který je pro filmovou distribuci a provoz multikin ekonomicky nejvýhodnější.

⁴²⁷ Piráti z Karibiku – Na konci světa v předpremiéře a bez přestávky. *Pražský deník*. Kultura / Praha. 23. 5. 2007, s. 18. ISSN 1802-0569.

⁴²⁸ ČTK, Premiéru Návratu krále si nenechali ujít ani politici a umělci. *Ceskenoviny.cz*. 15. 1. 2004. ISSN 1213-5003.

⁴²⁹ ACLAND, Charles, ref. 66, s. 23.

⁴³⁰ WASKO, Janet, ref. 2, s. 104–105.

6.2.4 Večerníčky versus bonboniéry

Novinové články informovaly o vzniku nových multikin a vysvětlovaly, že multikina posílila upadající návštěvnost. Současně vyjadřovaly obavu, že jich je v Praze moc a že se neuživí. To se řešilo i v případě smíchovského Anděla:

„Nejsou dvě multikina vedle sebe příliš?“ pochybuje mladý muž zaměstnaný ve firmě, jež na rušném Smíchově sídlí. „Tato část Prahy je dostatečně velká, aby uživila dvě kina,“ říká generální ředitel Village Cinemas Petr Kouřil, které bude působit v Anděl City. Připustil, že to ale nebude jednoduché.⁴³¹

Novinové články při výstavbě prvního multikina v lokalitě Smíchova zdůrazňovaly jen „běžné“ atributy jako kvalitnější technologické vybavení a větší výběr nabízených filmů a vymezovaly ho vůči tradičním jednosálovým kinům. Druhé multikino však bylo po uvedení do provozu vymezováno v denním tisku vůči prvnímu, což svědčí o konkurenčním boji:

Dva z celkem 14 sálů jsou koncipovány jako art kina se zaměřením na kvalitní filmy ze světové nezávislé produkce. Pod názvem Gold Class se skrývají dva nadstandardně vybavené sály s nastavitelnými křesly včetně stolečku a obsluhy během filmu. Ve všech projekčních sálech jsou poprvé v České republice instalovány také dvousedadla pro zamilované. Zvukem THX Standard je ve světě vybaveno jen zhruba 2000 sálů. V Čechách tímto zařízením disponuje pouze Village Cinemas Anděl.⁴³²

Společnost Village Cinemas tedy nabídla divákům oproti Palace Cinemas „artkino“, luxusní sál za vyšší ceny, sedačky pro zamilované a kvalitnější zvuk. Vymezování těchto dvou kin vůči sobě se dále odehrávalo prostřednictvím

⁴³¹ FIALOVÁ, Lucie a Helena VACKOVÁ. Nová centra změní Prahu. *Magazín Práva*. 16. 11. 2001, s. 4. ISSN 1211-2119.

⁴³² VW. Anděl bude i pro zamilované. *Střední Čechy*. Praha. 18. 7. 2002, s. 22. ISSN 1802-0569.

speciálních akcí. Zprávy z filmových přehlídek a festivalů v těchto kinech se v celém korpusu článků objevovaly dokonce nejčastěji.

Palace Cinemas Nový Smíchov	Village Cinemas Anděl
Přehlídka nejúspěšnějších českých filmů	Festival leteckých filmů
Přehlídka filmů ze zlínského festivalu	Festival francouzského filmu
Promítání večerníčků po dobu 1 měsíce	Febiofest
Ladies Night (romantické filmy)	Made in Famu
	Bonboniéra pro 1500 zamilovaných párů na Valentýna

Tab. č. 9: Některé akce pořádané smíchovskými multikiny.

Rozlišení multikin prostřednictvím programu svědčí o tom, že globalizace neznamena nutně naprostou unifikaci. Z filmových akcí uvedených v tabulce č. 9 vyplývá, že se multikino Palace Cinemas zaměřuje zejména na mainstreamovější tvorbu a tvorbu pro děti, což ostatně potvrdil i tehdejší manažer kina David Dvořák: „Obecně se dá říci, že multikino Palace Cinemas Nový Smíchov je spíše rodinné kino a zaměření jsme tedy více na komerční tituly.“⁴³³ Village Cinemas Anděl se naopak věnovalo přehlídkám alternativnější a nekomerční tvorby, což je v souladu s tím, že dva sály byly koncipovány jako „artkina“ (později ovšem speciální sekci věnovanou méně komerční tvorbě zřídilo i kino Palace Cinemas Nový Smíchov, zřejmě v reakci na nabídku konkurence). Pořádání rozmanitých přehlídek v obou multikinech zpochybňuje diskurzivní rozlišování mezi klasickými kiny a multikiny, které čteme například ve *Zprávě o stavu české kinematografie v roce 2005*. V tomto textu se uvádí, že tradiční kinosály nabízejí oproti multikinům „rozmanitější repertoár včetně umělecky hodnotných děl a různých akcí festivalového typu.“⁴³⁴ Nelze však asociovat kino Village Cinemas Anděl s čistě nebo alespoň převážně artovou tvorbou. Na jednu stranu uvádělo v rámci programu Cinema Europa ve dvou sálech umělecké filmy, na druhou stranu

⁴³³ E-mailová korespondence s Davidem Dvořákem ze dne 24. 6. 2009. (Všimněme si neobvyklého použití slova „rodinné“ v souvislosti s multikinem.)

⁴³⁴ MINISTERSTVO KULTURY ČESKÉ REPUBLIKY. *Zpráva stavu české kinematografie v roce 2005*. Praha: Ministerstvo kultury České republiky, 2006, s. 37. Dostupné též online: <<http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/kinematografie/Zprava-o-ceske-kinematografii-v-roce-2005.pdf>>.

lákalo návštěvníky na sedačky pro zamilované a pořádalo akce, kde zamilovaným párům dávalo bonboniéru zdarma. Těžko bychom tedy mohli mezi oběma multikinými vzhledem k pořádaným akcím rozlišovat v rámci opozice vyšší a nižší kultury. Pořádání těchto akcí svědčilo spíše o snaze zaplnit mezery na trhu a nalákat lidi na základě jejich konkrétních potřeb (mladí lidé nemají dostatek prostoru pro intimní aktivity, multikino jim prostor poskytuje, artová tvorba zajímá určitý segment diváků, multikino tento segment neopomíjí).

7. Analýza programu smíchovských multikin

V předchozí kapitole jsme si všimli, že se jednotlivá multikina mohou vůči sobě vzájemně vymezovat a nemusí být chápána jako unifikované instituce. Je zřejmé, že vymezování se je součástí konkurenčního boje. Otázkou zůstává, nakolik jsou rozdíly mezi multikiny konstruovány pouze v rámci mediálního diskurzu – který tak funguje jako marketingový nástroj – a nakolik se projevují v programové nabídce. V této části textu se zaměříme na programovou skladbu obou sledovaných multikin. Nebudeme přitom sledovat speciální akce typu festivalů a přehlídek. Tam jsou rozdíly zřejmé, jak jsme si ukázali v předchozí kapitole. Zde nás bude zajímat běžný program, v němž nejsou rozdíly tak zřetelné jako u mimořádných akcí, a je třeba podrobit programy důkladnější analýze. Podobně jako v předchozí kapitole se zaměříme na smíchovská multikina, u nichž – vzhledem k jejich prostorové blízkosti a konkurenčnímu boji – předpokládáme určité rozdíly. Zajímat nás bude zejména to, jaké filmy se v nich hrály, jaká díla z nabídky distributorů se v nich naopak neobjevila, jak byl program strukturován a nakolik se skladba filmů v obou kinech lišila.

7.1 Kategorizace filmů

Při snaze popsat program kin se neobejdeme bez kategorizace filmů, která nám usnadní orientaci a umožní srovnání. Jakákoliv kategorizace se však v mnoha ohledech jeví problematická, neboť nezbytně vede k redukci rozmanitosti filmových děl. Některé kategorie se samy nabízejí, protože jsou udávány v rámci každého distribuovaného filmu. V první řadě sem patří *země původu*. Tato kategorie je do jisté míry idealizovaná, protože řada filmů vzniká v mezinárodních koprodukcích, výroba jiných je alespoň částečně podporována zahraničním investorem nebo studiem, např. americkými majors, ještě další jsou potom sice financovány kapitálem z jedné země, samotná výroba se však přesouvá do země

jiné kvůli příhodným lokacím pro natáčení, kvalitnímu vybavení lokálních studií a levnějším výrobním podmínkám.⁴³⁵ Na těchto filmech mnohdy pracuje lokální štáb a lokální kompars a kritéria pro stanovení země původu jsou v éře globalizace mlhavá. Cílem této práce není ovšem zkoumat podíl jednotlivých států na výrobě konkrétních filmů, proto se spokojíme s určitou idealizací: s údaji publikovanými v časopise *Filmový přehled* vycházejícími z údajů jednotlivých distributorů. Zaměření na zemi původu nám pomůže posoudit nabídku kin v souvislosti s amerikanizací – mimo jiné se tedy zaměříme na zastoupení amerických kin v programech.

Druhou kategorií, kterou využijeme a která se sama nabízela, protože v jistém ohledu odlišovala od sebe různé typy filmů, je *počet vyrobených distribučních kopií*. Tento počet odrážel v jisté míře ambice distributora u konkrétních filmů a na druhou stranu také jeho finanční možnosti. Vysoký počet vyrobených kopií svědčil v době hegemonie 35mm filmových projektorů o tom, že distributor počítal s úspěchem u diváků, což se samozřejmě mohlo nebo nemuselo naplnit. U úspěšných filmů bylo možné vyrobit kopie dodatečně, nejde tedy o jednoznačné kritérium a za konkrétními čísly mohly být různé ne zcela průhledné motivy.

Distribuované filmy lze dále kategorizovat podle *žánrů*. Samotný pojem žánru je problematický, různí jedinci a instituce ho vymezují různě a neexistuje žádný exaktní a obecně platný systém kritérií, jehož pomocí by bylo možné jednoznačně filmy žánrově zařazovat. Přesto je žánrová kategorizace jako určitý způsob charakterizace filmů v mnoha ohledech užitečná:

Kategorie filmových žánrů jsou na první pohled něčím velmi běžným a samozřejmým. Neobejdou se bez nich programy kin, půjčovny, recenze, encyklopedie, ani divák rozhodující se při volbě filmu, zda se chce bát, sledovat vesmírné koráby nebo prožívat příběh o přepadení

⁴³⁵ V posledních letech se jednotlivé země předhánějí ve snaze přilákat zahraniční filmaře do určité lokality. Česká republika – tradiční hostitel velkých zahraničních produkcí typu *Narnie* a bondovského filmu *Casino Royal* – se ocitla v tvrdé konkurenci poté, co vzniklo v maďarském Etyeku studio Korda a maďarská vláda zavedla výhodné daňové pobídky pro zahraniční štáby. Blíže k tomuto tématu viz např. GOLDSMITH, Ben. Když ho postavíš... Filmová studia a transformační účinky migrující výroby. *Illuminace*. 2010, roč. 22, č. 2, s. 27–46.

*dostavniku. Užitečnost i svůdnost žánrových kategorií jakožto konceptuálního nástroje je zřejmá: uspokojují touhu po klasifikaci a fungují jako mapa a prostředek komunikace a interpretace. Jejich skrytá problematičnost vyvstává až ve světle otázek: Jak je definovat? Čemu slouží? Jak psát jejich dějiny?*⁴³⁶

Pojem žánru je tedy značně problematický, ale nejrůznější diskurzy o filmu se bez něj neobejdou. Naznačené otázky, které si v souvislosti s žánrem můžeme klást, a problematika filmového žánru obecně přesahují předmět zájmu této práce. Proto se zde spokojíme s konstatováním, že nevyužíváme pregnantní a nezpochybnitelnou kategorizaci, ale pouze pomocné a provizorní vymezení určitých množin filmů, které může být zpochybněno. Využijeme zde konkrétně žánrovou kategorizaci, kterou užívá časopis *Filmový přehled* pro filmy vstupující do české distribuce. Byť je tato kategorizace značně subjektivní, může nám posloužit alespoň jako přibližné vodítko pro vyhodnocení programové nabídky. Uvedený časopis totiž zaznamenává údaje o všech distribuovaných filmech, a v tomto smyslu nabízí přinejmenším kompletní popis programů kin.

Další kategorie utvářejí samotná multikina. Obě sledovaná kina promítají některé filmy v rámci zvláštních „artových“ sekcí.⁴³⁷ Nabízí se tedy otázka, jaké filmy jsou zařazovány do těchto zvláštních programů.

Následující oddíl se snaží o popis programu kin pomocí těchto kategorií. Není-li uvedeno jinak, pocházejí veškerá data zpracovaná v tabulkách z materiálů dodaných pracovníky obou multikin, z materiálů dodaných či veřejně prezentovaných Unii filmových distributorů a z časopisu *Filmový přehled*. Přehled všech filmů promítaných v obou multikinech ve zkoumaném období s příslušnými údaji je uveden v příloze č. 9 (s výjimkou speciálních akcí pořádaných v těchto kinech).

⁴³⁶ KUČERA, Jakub. Filmový žánr. *Cinepur*. [online]. 2006 [cit. 2012-08-25]. Dostupné též z: <<http://cinepur.cz/article.php?article=942>>.

⁴³⁷ K pojmu „artový film“ viz dále.

7.2 Program smíchovských multikin v roce 2008

V roce 2008 odehrála multikina v ČR do té doby nejvíce představení, zaznamenala nejvyšší návštěvnost a dosáhla nejvyšších tržeb. Pracovníci obou multikin byli navíc ochotni poskytnout z tohoto období příslušné materiály, bylo tedy možné pracovat s primárními prameny. Z těchto důvodů byla provedena analýza programů multikin za tento rok. Zajisté tedy neodráží nástup digitalizace. Pro zjednodušení zkracujeme v této kapitole názvy obou kin – Palace Cinemas Nový Smíchov zkratkou PCNS a Village Cinemas Anděl zkratkou VCA.

Obě kina nabídla v průběhu roku 2008 dohromady 210 filmů, z nichž 168 (80 procent) se promítalo v obou. PCNS hrálo v průběhu celého roku celkem 196 filmů, týdenní nabídka se přitom pohybovala mezi 12 a 21 filmem (průměrně 15). VCA uvedlo celkem 182 filmů a nabízelo týdně mezi 15 a 20 filmy (průměrně 17). VCA sice disponovalo více plátny a v rámci týdne nabízelo větší výběr, celkově za rok však uvedlo o něco méně filmů než PCNS. Ve VCA se totiž hrálo méně filmů jen jeden či dva týdny – 49 oproti 76 v PCNS – a průměrná doba promítání v PCNS byla obecně relativně nižší (4 týdny) oproti VCA (4,9 týdne). Nejdéle se hrál film KUNG-FU PANDA (22 týdnů), a to ve VCA. Druhý nejdéle hraný snímek ve VCA a první v PCNS byl MAMMA MIA! (v obou kinech 19 týdnů). Přehled jejich projekcí ukazují tabulky č. 10 a 11.

kino\týden	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	Celkem
PCNS	24	67	68	69	21	28	26	20	6														329
VCA	22	77	77	38	35	21	14	14	14	13	9	9	16	16	15	16	16	15	16	16	17	9	495

Tab. č. 10: Počet představení filmu *Kung-fu Panda*. (Týdnem je míněn týden v roce.)

kino\týden	32	33	34	35	36	37	38	39	40	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	Celkem
PCNS	75	77	77	77	75	73	67	77	77	55	42	44	39	32	28	14	14	6	6			955
VCA	63	63	60	40	27	44	46	32	32	32	32	16	21	26	26	23	14	7	-	-	6	610

Tab. č. 11: Počet představení filmu *Mamma Mia!* (Týdnem je míněn týden v roce.)

Z tabulek vyplývá, že vyšší počet týdnů, po který byly filmy promítány, neznamenal nutně vyšší počet představení: film *Mamma Mia!* se ve VCA promítal méně týdnů než *Kung-fu Panda*, ale celkový počet představení byl téměř o šestinu vyšší. Obvykle byly nicméně filmy promítané ve více sálech a vícekrát týdně na programu déle, zejména pak hollywoodské blockbustery a některé české filmy.

Někteří autoři, jako například Thomas Guback,⁴³⁸ naznačili, že multikina nepřinesla širší nabídku filmů. Hrál se v nich totiž stejně malé množství filmů, jen ve více sálech zároveň. Tato myšlenka souvisí s předpokladem, že divácky atraktivní filmy jsou nasazovány do většího množství sálů a teprve s úpadkem diváckého zájmu se do nich dostávají i jiné filmy. Analýza programu dvou multikin ukazuje, že divácky nejúspěšnější filmy ve skutečnosti nebyly nasazovány do mnoha sálů, jak ukazuje tabulka č. 12, a nabídka byla vždy relativně široká.

Týden		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
<i>Bathory</i>	PCNS	2	3	2	2	1	-	1	1	1	1	1	1	1	1	1					
	VCA	2	2	2	2	1	1	4	1	2	1	1	1	1							
<i>Mamma Mia!</i>	PCNS	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	VCA	3	2	2	1	1	2	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-

Tab. č. 12: Počet sálů, v nichž se hrály nejúspěšnější filmy roku 2008. (Týdnem je míněn týden od nasazení filmu do programu.)

Divácky nejúspěšnější film (z hlediska návštěvnosti i tržeb) roku 2008 (*Bathory*) byl promítán maximálně ve čtyřech sálech současně – ovšem pouze v jednom týdnu z celkových třinácti, navíc v největším (čtrnáctisálovém) českém multikině a jeden z těchto čtyř sálů byl typu Golden Class, tedy s výrazně omezenou kapacitou sedadel oproti běžným sálům. Dva nejúspěšnější filmy – *Bathory* a *Mamma Mia!* – se ve valné většině týdnů promítaly v obou kinech pouze v jednom či dvou sálech.

V programech obou kin byla americká produkce zastoupena přibližně 60 procenti, což není nikterak dramatické, vezmeme-li v úvahu fakt, že např. v letech 1992 a

⁴³⁸ GUBACK, Thomas, ref. 47, s. 133.

1993, tedy před nástupem multikin, tvořil podíl amerických filmů uvedených do naší distribuce 77 procent a 69 procent.⁴³⁹ Zbylé filmy jsou z poloviny české a z poloviny pocházejí z jiných států. Relativně nejnižší zastoupení v nabídce dvou sledovaných multikin mají filmy vyrobené mimo USA a ČR. Podíváme-li se totiž jen na seznam filmů, které se hrály v obou kinech 5 a více týdnů, tvoří neamerické a nečeské snímky pouhých 5 procent.

Filmy, které se promítaly jen v jednom z kin a v druhém nikoliv, byly uváděny většinou v období jednoho, maximálně dvou týdnů. V několika případech šlo o starší úspěšné hollywoodské filmy (*Doba Ledová 2*, *Eragon*, *Garfield 2* apod.) v PCNS. Většinou se ale jednalo o neamerické filmy promítané v rámci artového programu Palace Studio a Cinema Europa (*Chaotická Anna*, *Kurz negativního myšlení*, *Kdo je tady ředitel*, *Once* apod.).

7.3 Artové filmy ve smíchovských multikinech

V době, kdy se v České republice začala prosazovat multikina, reagovala řada jednosálových kin na tvrdou konkurenci přesným vymezením své dramaturgie: začala se systematicky soustřeďovat na artovou produkci. Multikina tento segment filmového trhu spíše opomíjejí⁴⁴⁰ a v rámci mediálního diskurzu byla obvykle asociována s blockbustery (respektive „trháky“). Spojení multikin s artovou tvorbou však není tak vzácné, jak by se mohlo zdát. Ve Francii například docházelo v posledních letech k oboustranně výhodné spolupráci velkých řetězců multikin s jednosálovými artovými kiny.⁴⁴¹ Ve Velké Británii zase fungují v rámci některých multikin artové sekce,⁴⁴² přestože podle Stuarta Hansona panuje obecné přesvědčení, že nemainstreamový produkt nemůže mít dobré komerční výsledky.⁴⁴³ V České republice zpočátku příchod multikin sliboval v mediálním diskurzu rozšíření nabídky, uspokojení „náročnějšího“

⁴³⁹ Viz DANIELIS, Aleš, ref. 24, s. 68.

⁴⁴⁰ DANIELIS, Aleš, ref. 24, s. 83–84.

⁴⁴¹ GÉRARD, Chantal, ref. 74, s. 71.

⁴⁴² SMITH Justin. Cinema for Sale: The Impact of the Multiplex on Cinema-going in Britain, 1985–2000. *Journal of British cinema and television*. roč. 2, č. 2. s. 242–255. ISSN 1743-4521.

⁴⁴³ HANSON, Stuart, ref. 20, s. 181–182.

diváka a přinejmenším některá multikina se i později prezentovala jako instituce zprostředkovávající nemainstreamovou tvorbu.

Martina Kafuňková popsala hlavní důvody, proč česká multikina promítala nemainstreamové filmy na základě rozhovorů se zaměstnanci kina Village Cinemas Anděl, respektive CineStar Anděl. Patří mezi ně „snaha o odlišení se od ostatních provozovatelů multikin, projekce artových filmů jsou chápány jako konkurenční výhoda“, „reakce na poptávku i přesto, že jde o užší cílovou skupinu diváků“, „zisk publicity pro multikino skrze pořádání filmových festivalů a jiných společenských akcí“, „zisk dotace z EU, propojení se sítí mezinárodních multikin“, „období nedostatku filmových novinek, především blockbusterů, multikino programovou nabídku doplňuje i filmy artovými, aby alespoň zčásti zaplnilo sály.“⁴⁴⁴

Podívejme se blíže na to, jak jsou artové filmy konstruovány v kontextu sledovaných multikin. Jedním z aspektů, na něž se nově vzniklé multikino VCA snažilo nalákat návštěvníky, byla rozšířená nabídka filmů v programové sekci Cinema Europa, která byla realizována ve dvou sálech s méně křiklavým interiérem:

Šesté pražské multikino otevře společnost Village Cinemas již za týden na Smíchově. Ve 14 sálech pojme celkem 2300 návštěvníků. Přestože je od konkurenčního multiplexu, který zde promítá od loňského listopadu, budou dělit pouhé desítky metrů, lítého boje o diváky se provozovatel nebojí. „Věříme, že smíchovský Anděl se stane centrem zábavy, které přiláká dostatek návštěvníků. Potenciál na to má a v zahraničí to tak funguje běžně,“ tvrdí Patrik Tjokurda ze společnosti Village Cinemas. Navíc prý multikino Anděl přinese divákům nové služby, které dosud v České republice nenašli. Dva sály Gold Class nabídnou zcela novou atmosféru. Bude v nich bar s obsluhou a dvanáct dvojitých křesel pro milence se stolečky, které při sledování

⁴⁴⁴ KAFUŇKOVÁ, Martina, ref. 109, s. 32.

*filmu zajistí domácí pohodu. Náročného diváka, který tradiční multikina považuje za nutné zlo a vyhýbá se jim velkým obloukem, chce Village Cinemas Anděl přilákat art kinem Cinema Europa. Dramaturgie tohoto v českých multiplexech nevidaného projektu bude podle Petra Kouřila ze společnosti Village Cinemas zaměřena na to nejlepší z nezávislého a alternativního filmu.*⁴⁴⁵

Australské internetové stránky společnosti Village Cinemas International popisují program Cinema Europa následovně:

*Cinema Europa se zaměřuje na skutečné filmové znalce, kterým nabízí nejlepší filmy v kultivovaném prostředí. Přeneste se na vzdálená místa s příběhy sbíranými ve všech koutech světa.*⁴⁴⁶

V rámci diskurzu o programu Cinema Europa pozorujeme důraz na rozlišování vyšší a nižší kultury (program Cinema Europa je určen „znalcům“ a probíhá v „kultivovaném prostředí“) a geografickou rozmanitost filmové nabídky (podobně jako jsme viděli v případě francouzských a britských definic artových filmů). Z uvedených citací se zdá, že jedním z důsledků globalizace kinosektoru je systematické šíření artových filmů nadnárodním provozovatelem kin, byť tato kategorie nemusí být nutně zárukou hodnoty, kterou bychom od artových filmů očekávali, což ostatně vyplývá už z nejasné definice „artového“ filmu. Justin Smith ve studii britských multikin zdůraznil, že filmy promítané v britských multikinech v artových sekcích nepovažuje za artové, byť svou námitku blížeji nespecifikoval.⁴⁴⁷ Řetězec Palace Cinemas později tento sektor filmového trhu také zohlednil a zavedl obdobný program Palace Studio, který podle tehdejších internetových stránek společnosti promítal filmy pro „náročnější“ diváky.⁴⁴⁸

⁴⁴⁵ BEŇOVÁ, Bibiana. Na Smíchově se otevře nové multikino. *Idnes.cz*. Kultura / Regiony – Praha. 11. 7. 2002. ISSN 1210-1168.

⁴⁴⁶ VILLAGE CINEMAS INTERNATIONAL. Cinema Europa. [online]. 2012 [cit. 2012-08-27]. Dostupné z: <<http://villagecinemas.com.au/Cinemas/Cinema-Europa.htm>>.

⁴⁴⁷ SMITH, Justin, ref. 79, s. 248.

⁴⁴⁸ PALACE CINEMAS. Palace studio. [online]. 2009 [cit. 2009-07-10]. Dostupné z: <<http://www.palacecinemas.net/newsread.asp?id=8>>.

Rozlišování vyšší a nižší kultury je podle Barbary Wilinsky pevně svázáno s diskurzem o artových kinech,⁴⁴⁹ přičemž artovost je jednoznačně asociována s kulturou vyšší. Nakolik je možno na základě této distinkce kategorizovat multikina, zůstává otázkou. Převládající diskurzivní spojování multikin s „trháký“ odporovalo způsobu, jímž sama sebe konstruovala smíchovská multikina. Zdá se, že se touto konstrukcí snažila distinkci mezi vyšší a nižší kulturou a artovými kiny a multikiny narušit a zpochybnit postoje těch, kteří multikina ze zásady odmítají.⁴⁵⁰ Proto je v tomto smyslu zajímavé prozkoumat programy kin, které mohou posloužit jako primární zdroj informací o tom, co pojmy „artový“, „určený znalcům“ a „náročnější“ mohou v kontextu multikin znamenat.

7.4 Cinema Europa a Palace Studio

Filmy, které byly zařazeny do artových sekcí, se častěji objevily na programu pouze jednoho ze sledovaných multikin. Konkrétně byla u nich tato pravděpodobnost 2,5krát větší.⁴⁵¹ Jestliže se tedy programy obou multikin liší, pak zejména v nabídce artových děl. Tyto filmy se hrály průměrně kratší dobu, v PCNS 1,6 týdne, ve VCA 2 týdny, a měly také méně projekcí během týdne (některé se hrály jen jednou). V PCNS se nejdéle (4 týdny) promítaly filmy *Kurz negativního myšlení* a *Paříži, miluji Tě*. Ve VCA se hrál nejdéle (7 týdnů) český film *Karamazovi*. V rámci programu Palace Studios bylo v roce 2008 promítnuto celkem 30 filmů, tedy 15 procent ze všech promítaných v daném kině (průměrně 0,9 filmu týdně). V rámci projekcí Cinema Europa se hrálo 50 filmů, tedy 27 procent ze všech promítaných (průměrně 1,9 filmu týdně).⁴⁵² Z filmů promítaných

⁴⁴⁹ WILINSKY, Barbara, ref. 126, s. 95.

⁴⁵⁰ Blíže viz citovaný text Roberta Bargela.

⁴⁵¹ Celkem 11 z 30 (37 procent) filmů zařazených v PCNS do sekce Palace Studio se nehrálo ve VCA. 9 z 50 (18 procent) filmů zařazených ve VCA do sekce Cinema Europa se nehrálo v PCNS. Vezmeme-li ovšem v úvahu všechny filmy, pak je v to případě v případě PCNS jen 14,2 procent a v případě VCA jen 7,7 procent.

⁴⁵² Pro srovnání: průměrná doba promítání filmů v relativně blízkém dvousálovém artovém kině Světozor za stejné období je 2,7 týdnů (nebereme v úvahu festivaly a další speciální akce). Počet snímků uvedených v artových sekcích multikin je dále oproti nabídce Světozoru zhruba třetinový (PCNS), respektive poloviční (VCA). Multikina tedy promítají artové filmy v kratším časovém

v artových sekcích jednoho či obou multikin tvořilo celých 52 procent tvorby díla vyrobená mimo USA a ČR.

Ze všech filmů zařazených alespoň v jednom kině do artových sekcí se zhruba třetina promítala v konkurenčním kině v rámci běžných projekcí. Skladba filmů pro „náročnější“ diváky nebyla tedy nijak jasně definovaná. Dokládá to i program Cinema Europa: 31 filmů z celkových 50 promítaných v rámci této sekce (tedy více než polovina) se totiž objevilo i v běžném programu VCA. Více než tři týdny se v kině udržela právě jen ta díla ze sekce Cinema Europa, která do ní přešla z běžné neartové nabídky. Vstupenky do kina na projekce Cinema Europa byly o 30 Kč levnější než na běžné projekce (podobně jako v případě programu Palace Studio).⁴⁵³ Přesunem filmů do artové sekce tedy dané multikino lákalo do svých sálů diváky, kteří vyhledávají nižší vstupné.⁴⁵⁴ Zdá se, že „artovost“ konkrétních filmů ve velké míře slouží jako obchodní strategie mířící na úzce definovaný segment trhu. Toto rozřídění však v případě kina VCA není fixováno definitivně a stejně pružná je i kategorie „artových“ filmů.

Pokusíme-li se podívat na promítané filmy z hlediska žánrové typologie, můžeme vysledovat určité tendence při definování děl jako artových či neartových. Jak již bylo řečeno, nabízí se pro tyto účely systematický popis děl vstupujících do distribuce poskytovaný časopisem *Filmový přehled*.⁴⁵⁵ Na druhou stranu je tato žánrová kategorizace ve dvou ohledech problematická. Zaprvé se u mnoha filmů objevuje vícero žánrů, zadruhé je použitá typologie značně široká a obtížně srovnatelná (např. film animovaný, rodinný, povídkový, bondovka, kung-fu, adaptace, komiksový, životopisný,...). Proto můžeme hovořit jen o velmi obecných tendencích. Pojmy „psychologický“ a „dokument“ či „dokumentární“,

období a využívají jich také menší množství. KINO SVĚTOZOR. Program za rok 2008. [online]. 2012 [cit. 2009-07-10]. Dostupné z: <<http://www.kinosvetozor.cz/cz/stahnete-si/10/Program-kina/>>.

⁴⁵³ Vstupenky na filmy v programu Cinema Europa stály 139 Kč, běžné vstupenky pro dospělé pak 169 Kč.

⁴⁵⁴ Nejednoznačnost artového charakteru filmových děl potvrzuje i srovnání s programem artového kina Světozor. Řadu filmů promítaných v tomto kině totiž multikina nepojímala jako artová díla. Dokument *Občan Havel* byl například ve Světozoru v roce 2008 nejdéle promítaným filmem (25 týdnů), ani jedním multikinem však nebyl zařazen do artové sekce.

⁴⁵⁵ Viz *Filmový přehled* 2001–2009.

kteře bychom intuitivně očekávali spíše u artových filmů, se skutečně vyskytují častěji u filmů zařazených alespoň v jednom kině do artové sekce a ještě častěji u filmů takto zařazených oběma kiny. Naopak pojmy „komedie“ nebo „tragikomédie“ se u filmů zařazených v obou kinech do artových sekcí nevyskytovaly vůbec. Zdá se, že „komediální“ charakter filmu do jisté míry, byť ne zcela, vylučoval jeho „artovost“. Procentuální zastoupení těchto žánrů v obou multikinech ukazuje tabulka č. 13.

Žánr	Filmy zařazené v obou multikinech do artové sekce	Filmy zařazené jen v jednom multikině do artové sekce	Filmy nezařazené v žádném z multikin do artové sekce
„dokument(ární)“	20 %	8,2 %	0,7 %
„psychologický“	53 %	24,5 %	7,5 %
„komedie“	0 %	34 %	34,5 %

Tab. č. 13: Podíly vybraných žánrů v nabídce smichovských multikin.

U filmů zařazených v obou multikinech do artové sekce lze vysledovat výrazný podíl určitých žánrů. Kategorie filmů, které byly zařazeny do artové sekce jen jedním multikinem, však představuje poměrně heterogenní skupinu tvořenou českými i zahraničními filmy nejrůznějších žánrů – podobně heterogenní, jako je skupina filmu nezařazených v žádném z multikin do artové sekce.

7.5 Filmová distribuce

V roce 2008 bylo do kinodistribuce v České republice nově uvedeno celkem 195 filmů. Obě sledovaná multikina z nich hrála 79,0 procent. Celkem 8,7 procent z nově distribuovaných filmů se promítalo pouze v jednom z multikin. Ani v jednom se pak nehrálo 12,3 procent. Pro poslední dvě jmenované kategorie byl v době promítání z 35mm materiálu charakteristický nízký počet kopií, v nichž byly nasazeny do distribuce, jak ukazuje tabulka číslo 14. Že byly určité filmy vyráběny jen v nízkém počtu kopií, souviselo se dvěma aspekty jejich distribuce: 1) Výroba kopií byla drahá a, nebyla-li zaručena návratnost investic, značně riskantní. 2) Propagační kampaň byla drahá a nebylo jistě možné propagovat

všechny filmy stejně intenzivně, největší finanční prostředky na propagační kampaň byly proto investovány do těch filmů, u nichž se předpokládá úspěšnost v kinech.⁴⁵⁶ Předpokládáme, že distributoři vyráběli velký počet kopií těch filmů, které byly určené masovému publiku, a nízký počet kopií těch filmů, které byly určeny pro úzký segment trhu, což je teoreticky případ artových filmů. Z tohoto důvodu se jeví jako zajímavé prozkoumat vztah mezi programem multikin a počtem vyráběných kopií.

Hrálo se	Průměrný počet vyrobených kopií
v obou kinech	20,1
jen v jednom kině	4,6
ani v jednom z kin	1,3
v běžném programu	22,7
v artové sekci PS	2,7
v artové sekci CE	14,5
v obou artových sekcích	4,1

Tab. č. 14: Průměrné počty kopií filmů uvedených do distribuce v roce 2008.

Údaje v této tabulce ukazují, že zařazování filmů do artové sekce souviselo s počtem distribuovaných kopií. Strategie sledovaných multikin jsou ovšem v tomto ohledu odlišné. Filmy vyráběné ve velkém počtu kopií se hrály v obou multikinech v běžném programu. V artové sekci Palace Studio se hrály filmy distribuované ve velmi nízkém počtu kopií, např. *Zabriskie Point* a *Ty, který žiješ* (obojí distribuováno v jedné kopii v rámci Projektu 100). Sekce Cinema Europa ovšem nabízela vedle filmů distribuovaných v nízkém počtu kopií i řadu mainstreamových děl (např. *Mamma Mia!* a *Bathory* distribuované ve 42, respektive 38 kopiích). Způsob, jakým multikina konstruovala artovost filmů (ať už v propagačních materiálech nebo přímo svým programem) tedy nekoreluje s distinkcí mezi produktem zacíleným na masové publikum a produktem určeným

⁴⁵⁶ HANSON, Stuart. *From Silent Screen to Multi-Screen*. ref. 20, s. 182.

pro úzký segment trhu. Záleželo spíše na tom, zda dané kino chce tuto distinkci zapojit do rozhodování či nikoliv.

Vzhledem k tomu, že obě multikina byla vertikálně integrována s distribučními společnostmi – v případě Palace Cinemas distribuční divize Palace Pictures, v případě Village Cinemas propojení se studiem Warner Bros zastoupeným v České republice stejnojmennou distribuční společností –, nabízelo se alespoň letmé prozkoumání vztahů mezi těmito propojeními a dramaturgií kin. Tabulka č. 15 ukazuje přehled všech filmů uvedených do distribuce v roce 2008 jednou z uvedených distribučních společností.

Film	Distribuce	Artová Sekce	Počet týdnů PCNS	Počet týdnů VCA
Bláznovo zlato	WB		2	6
Cesta do středu země	WB		4	3
Čtvery vánoce	WB		3	3
Dokaž to!	PP		3	x
Dostaňte agenta Smarta	WB		2	5
Já, legenda	WB		6	5
Jan Saudek	PP	CE	7	3
Králova přízeň	PP		6	4
Labyrint lží	WB		4	5
Moje borůvkové noci	PP		6	2
Než si pro nás přijde	WB		6	4
Noc patří nám	PP		7	2
Noci v Rodante	WB		2	2
Oni	PP		6	3
Sex ve městě	WB		10	11
Smrt on-line	PP		6	2
Speed Racer	WB		3	4
Star Wars: Klonové války	WB		3	3
Sweeney Todd: Ďábelský holič z Fleet Street	WB		7	7
Temný rytíř	WB		13	10
Zakázané království	PP		8	x
2 dny v Paříži	PP	CE	4	2
10 000 PŘ. N. L.	WB		6	5

Tab. č. 15: Filmy v nabídce PCNS a VCA distribuované společnostmi Warner Bros (WB) a Palace Pictures (PP).

Z tabulky je zřejmé, že určité vztahy mezi vertikální integrací distributorů s kiny a programy kin pozorovat můžeme. Multikino VCA vůbec nezařadilo do programu dva filmy distribuované společností Palace Pictures. Pokud filmy od této společnosti hrálo, pak byly v jeho nabídce výrazně kratší dobu (ač celkově mělo VCA tendenci udržovat filmy na programu déle). Naopak u filmů z nabídky distribuční společnosti Warner Bros nelze vysledovat žádnou zřetelnou souvztažnost. Některé filmy se hrály déle v jednom z kin, jiné ve druhém. Byť by bylo příliš odvážné vyvozovat z analýzy programu kin definitivní závěry o vztazích mezi distributory a provozovateli kin, zdá se, že jisté vazby mezi vertikálními integracemi a programovou nabídkou pozorovat lze. Evidentně se to však netýká blockbusterů typu *Sex ve městě* či *Temný rytíř*, neboť tento typ filmů se hrál v obou multikinech řadu týdnů.

7.6 Distinkce mezi vyšší a nižší kulturou

Rozbor a srovnání programů multikina Palace Cinemas Nový Smíchov a Village Cinemas Anděl za rok 2008 (které pojmáme jako diskurz svého druhu) nám dovoluje formulovat následující závěry. Ve sledovaném období se programy obou multikin ve velké míře shodovaly. Objevila se v nich valná většina položek z nabídky filmů uvedených na trh distribučními společnostmi. Obecně byly nejčastěji promítány filmy americké, což odpovídá nastíněným předpokladům. Nelze nicméně říci, že by dvě sledovaná multikina v tomto ohledu překračovala poměr z let 1992 a 1993, tedy z doby před nástupem multikin v ČR. Nabídky kin se lišily v uvádění některých úspěšných starších hollywoodských filmů a zejména filmů v artových sekcích. S ohledem na nízký počet promítání v těchto případech však jde z celkové perspektivy o odlišnosti marginální, přestože jde o dvě konkurenční multikina provozovaná v těsném sousedství. I když je nabídka obou kin do značné míry unifikovaná, ukázalo se, že obě kina uplatňovala mírně odlišné strategie z hlediska doby uvádění filmů: VCA uvádělo filmy déle, a to jak obecně, tak i konkrétně filmy v artové sekci.

Filmy nasazované v multikinech jako artové stály v jistém smyslu mimo základní programovací strategie distributorů a provozovatelů kin: zatímco určité typy filmů si multikina nemohla dovolit nezařadit do programu – a objevovaly se proto v nabídce obou sledovaných multikin – v případě snímků, které byly uchopovány jako artové, existovala větší volnost.

Způsob zařazování filmů do programů Palace Studio a Cinema Europa ukazovalo na nejednotnost v chápání toho, co by mělo být určeno „náročnějším“ divákům. Některé filmy hrané v jednom kině v artové sekci se promítaly v druhém kině v běžném programu. Některé filmy přecházely v případě kina VCA z běžné sekce do levnější sekce artové. „Artovost“ se pojímala spíše jako jedna z možností, jak upravit specifický filmový produkt potřebám zákazníka prostřednictvím cenových relací. Filmy distribuované v nižším počtu kopií byly častěji zařazovány do artové sekce. Na druhou stranu VCA uváděla v sekci Cinema Europa i komerčně úspěšně filmy distribuované ve velkém počtu kopií. Distinkce mezi produkty zacílenými na masové publikum a mezi produkty zacílenými na úzký segment trhu tedy může, ale nemusí být určující pro artovost děl. To však neznamená, že by byl artový charakter filmům přisuzován zcela libovolně. V artových sekcích se objevoval výrazně větší počet neamerických a nečeských filmů. Můžeme také pozorovat, že do artové sekce byly častěji zařazovány filmy určitých žánrů.

V jistém smyslu je překvapivé, že vstupenky na náročnější filmy byly levnější než vstupenky na méně náročná díla. Lze si stěží představit, že by podobný princip fungoval u některých jiných aktivit, kde jsou vyžadovány určité schopnosti pro ocenění produktu – např. že by kvalitnější vína, jejichž kvalitu ocení především znalec vín, byla levnější než méně kvalitní vína. Návštěvy artových kin, jak vysvětlila Barbara Wilinsky, umožňovaly divákům zvyšovat svůj společenský status prostřednictvím kulturního kapitálu (schopností a vědomostí vztahujících se k umění), aniž by k tomu byl nezbytný finanční kapitál (který je potřebný například při návštěvách operních představení).⁴⁵⁷

⁴⁵⁷ WILINSKY, Barbara, ref. 126, s. 95.

V případě artových sekcí multikin docházelo v tomto ohledu k paradoxní praxi svědčící o tom, že konstruování artovosti filmů v ekonomickém prostředí se řídí specifickými pravidly odlišnými od jiných kulturních a společenských oblastí a uměleckých druhů. Kina ve značné míře sama určovala, co je určeno „znalcům“, a co nikoliv, a to uspořádáním programové skladby. Byť taková distinkce není zcela libovolná – neboť potom by postrádala smysl – je do značné míry manipulovatelná.

Distinkce mezi artovými (či obecněji klasickými) kiny a multikiny umožňuje návštěvníkům, aby sami sebe identifikovali jako „náročnější“, a tedy vysokokulturní. Stejná distinkce je však konstruována také *v rámci* multikin. Možnost „znalců“ vymezit se vůči skupině „neznalců“ se nerealizuje jen prostřednictvím vlastních uměleckých děl a schopnosti těmto dílům porozumět, ale i na základě volby různých prostorů, v nichž k apropiaci těchto děl dochází. Multikina nemohou být konstruována jednoznačně jako zprostředkovatelé masové mainstreamové kultury, protože nabízí i alternativu v podobě „vysokého“ umění, respektive komodifikují distinkci mezi „nízkým“ a „vysokým“ uměním. Tuto distinkci přizpůsobují svým potřebám, zároveň ji však udržují při životě, protože je využitelná pro diverzifikaci různých produktů a protože vychází vstříc potřebě diváků odlišovat se od jiné skupiny diváků. Lze tedy soudit, že multikina jsou objektem i subjektem formování distinkcí v oblasti vkusu. Jsou na základě vkusu hodnocena a sama vkus vytváří.

8. Ověření pracovních hypotéz

V návaznosti na to, co bylo řečeno, můžeme nyní vyhodnotit pracovní hypotézy stanovené v úvodu.

Hypotéza číslo 1: V programech multikin hrají ústřední roli blockbustery.

Multikina byla v diskurzu denního tisku často asociována s „trháky“, jimiž by mohlo být míněno to, co rozumíme obtížně definovatelným pojmem blockbuster. Srovnání programů dvou multikin ukazuje, že se jejich dramaturgie odlišovala především v případě těch filmů, které neměly velký divácký potenciál (soudě mimo jiné podle počtu vyrobených kopií), a které jsou v programech zastoupeny jen marginálně. Lze se tedy domnívat, že blockbustery skutečně hrají v programech multikin významnou roli. Analýza programů však také ukázala, že ani nejúspěšnější filmy „nezabíraly“ celé multikino a oproti zavedené představě se obvykle hrály maximálně ve dvou sálech, a to i v prvních týdnech po premiéře. Tato hypotéza se tedy potvrdila pouze částečně.

Hypotéza číslo 2: Vertikální integrace distribučních společností a provozovatelů multikin má vliv na jejich dramaturgii.

Tato hypotéza se na vybraném materiálu také potvrdila jen v omezené míře. Obě sledovaná multikina zařazovala ve vybraném období do své nabídky stejné, potenciálně komerčně úspěšné filmy typu *Temný rytíř* a *Sex ve městě*. Z programové nabídky nebylo možno vysledovat odlišný přístup k nasazování filmů u vertikálně integrovaných partnerů (Warner Bros a Village Cinemas) a partnerů neintegrovaných.

Distribuční divize řetězce Palace Cinemas s názvem Palace Pictures nicméně zásobovala svými filmy převážně „své“ multikino Palace Cinemas Nový Smíchov, zatímco v nabídce Village Cinemas Anděl se objevovaly po omezenou dobu nebo vůbec (přesto nelze ani v tomto případě říci, že by ke spolupráci této

distribuční společnosti s kinem Village Cinemas Anděl nedocházelo).
Přinejmenším nějaký vliv tedy vertikální integrace na dramaturgii multikin má.

Hypotéza číslo 3: Česká multikina jsou asociována s nižší kulturou, a to zejména díky jejich spojování se specifickým druhem občerstvení a zaměřením programu.

Tato hypotéza se potvrdila pouze částečně. Konstruování distinkce vyšší a nižší kultury v oblasti kin je dynamický proces. Navíc se ukázalo, že tuto distinkci je možno využít k efektivnější exploataci individuálních filmů a k sebepropagaci multikina.

Hypotéza číslo 4: Multikina jsou asociována s mladší a ekonomicky silnější vrstvou obyvatel.

Diskurz denního tisku z roku 2001 tuto hypotézu potvrdil. Diskurz denního tisku z roku 2011 však konstruoval i seniory jako významnou cílovou skupinu multikin, což lze pravděpodobně přičíst zesílení konkurenčního prostředí, případně stárnutí populace.

Protože byla předkládaná práce orientována kvalitativně a zvolené téma zkoumala převážně formou případové studie dvou vybraných multikin ve vybraných obdobích, lze výše uvedené ověření pracovních hypotéz považovat jen za provizorní a otevřené dalšímu zkoumání.

9. Závěr

Obecnějším cílem této práce bylo prozkoumat kulturní zkušenost spojenou s nástupem multikin v České republice. Pokusili jsme se popsat způsoby, jimiž byla multikina v českém prostředí konstruována, vysledovat, jaké prvky a struktury s nimi byly asociovány a v jakých kontextech o nich bylo pojednáváno. Tuto problematiku jsme zkoumali prostřednictvím různých diskurzů vztahujících se k multikinům a prostřednictvím programů dvou vybraných multikin. Hlavním cílem práce bylo prozkoumat širší kontext filmových představení v českých multikinech a zjistit, v jakých ohledech a jakým způsobem tento kontext formuje současnou podobu kulturní zkušenosti z veřejného filmového představení.

Můžeme rozlišit tři širší tematické okruhy, které byly v diskurzu o multikinech opakovaně přítomny: jedná se o 1) konstruování technických a technologických inovací v oblasti veřejného filmového představení, dále 2) konstruování distinkce vysoké a nízké kultury v souvislosti s různými formami veřejného filmového představení, a 3) konstruování různých aspektů spojených s procesy globalizace a amerikanizace.

Konstruování techn(olog)ických inovací

V období těsně po otevření prvního českého multikina se psalo o tom, že multikina přinesou kvalitní techniku a pohodlné prostředí a rozšíří stávající nabídku kin. První multikino mělo nabízet různé filmy, například pro rodiny s dětmi, „náročnější“ diváky apod. Ale v následujících letech byla multikina spojována především s „hollywoodskými trháky“ a rozšíření nabídky bylo do značné míry zpochybněno. Stejná očekávání se znovu objevila v souvislosti s nástupem digitalizace a také tato technická inovace byla diskurzivně konstruována jako příležitost k narušení hegemonie hollywoodských filmů v českých kinech. I v tomto případě bylo později naopak zdůrazňováno, že došlo v jisté míře k unifikaci programové nabídky, neboť se usnadnil přístup k filmům.

Této možnosti využila podle denního tisku i řada klasických kin k promítání hollywoodských děl a po programové stránce se tak přiblížila multikinům (ač se v kinech objevovaly i přímé přenosy kulturních a sportovních představení a 3D projekce – převážné hollywoodských – filmů).

Denní tisk konstruoval obě inovace (multikina i digitalizaci) jako revoluci, která změní podobu filmové zkušenosti, jak ji známe. V obou případech však jde o revoluci nejednoznačnou. Společně s Johnem Beltonem⁴⁵⁸ se můžeme domnívat, že ani jedna z těchto inovací nepředstavuje (pro diváka) zásadní změnu, neboť obojí bylo v té či oné formě známo z minulosti. *Konstruování* těchto inovací jako revolučních změn v denním tisku však vychází vstříc touze současné společnosti po permanentní inovaci,⁴⁵⁹ a dovoluje jejím členům vyhledávat stále nové zážitky utvářené novými technickými a technologickými prostředky.

Distinkce vysoké a nízké kultury

Bylo řečeno, že denní tisk zpočátku konstruoval multikino jako zařízení vycházející vstříc jak potřebám běžných konzumentů, tak konzumentů „náročnější“ tvorby. V dalším období však bylo multikino zřetelně asociováno s „hollywoodskými trháky“, popcornem a colou a charakterizováno jako kulturní instituce, která diváky „nevychovává“, oproti klasickým a zejména artovým kinům, která byla konstruována jako „kulturnější“. Analýza programů dvou multikin (realizovaná na velmi malém a nereprezentativní vzorku) ukázala, že nástup multikin pravděpodobně nevedl k citelné amerikanizaci programové nabídky českých kin a spojování multikin s „americkými trháky“ je spíše otázkou diskurzivní konstrukce. Procentuelní zastoupení amerických filmů v nabídce sledovaných multikin v roce 2008 bylo nižší než zastoupení amerických filmů v celkové nabídce distributorů z let 1992 a 1993, tedy několik let před nástupem multikin. Silná přítomnost amerických filmů v programech českých kinech tak

⁴⁵⁸ BELTON, John, ref. 159.

⁴⁵⁹ PETRUSEK, Miloslav, ref. 300, s. 418.

pravděpodobně odráží zájem diváků o specifický typ filmů, nikoliv snahu multikin vnucovat jim určitý typ produkce. Svědčí o tom také snaha multikin ekonomicky vytěžit různé segmenty trhu a v rámci zintenzivňujícího se konkurenčního boje oslovit dříve ignorované skupiny diváků (seniory, „filmové znalce“, matky s dětmi apod.). Podrobnější analýza také ukázala, že multikina – oproti rozšířenému názoru, že se blockbustery hrají v mnoha sálech současně – ve skutečnosti udržují svou nabídku relativně širokou. Ani nejúspěšnější filmy v drtivé většině případů nezaplňovaly více než čtvrtinu sálů dvou sledovaných multikin. Obvykle se promítaly v jednom či dvou sálech, byť se samozřejmě udržovaly v programu výrazně déle než například filmy konstruované ze strany multikin jako „artové“.

Přes zřetelnou diskurzivní konstrukci spojující česká multikina s blockbustery, popcornem a colou lze také pozorovat jistou rezistenci vůči této asociaci, respektive snahu ze strany multikin o vlastní apropiaci distinkce mezi vyšší a nižší kulturou. Multikina začala být v diskurzu denního tisku spojována s fenoménem filmových festivalů (tedy kulturních akcí, které například Marijke de Valcková asociuje s evropským filmem a s uměleckou tvorbou⁴⁶⁰). Dvě smíchovská multikina provozovala sekce určené filmovým „znalcům“ a „náročným divákům“, které se zaměřovaly ve větší míře na evropské filmy a filmy specifických žánrů, které bychom intuitivně mohli identifikovat jako vysokokulturnější. V případě multikina Village Cinemas byly pro tuto sekci dokonce vyhrazeny zvláštní sály s méně křiklavým („kultivovanějším“) prostředím.

Primárním cílem těchto programů v rámci dramaturgie multikin jistě nebylo povznášení filmové kultury, ale, jak upozornila Martina Kafuňková, cílem byly zejména „zisk publicity pro multikino“ a možnost zaplnit alespoň částečně sály v „období nedostatku filmových novinek, především blockbustery“.⁴⁶¹ Analýza programů artových sekcí obou multikin ostatně ukázala, že jejich artovost je spíše

⁴⁶⁰ VALCK, Marijke de, ref. 355.

⁴⁶¹ KAFUŇKOVÁ, Martina, ref. 109.

otázkou diskurzivní konstrukce než vyhraněné dramaturgie. Nabídka artových sekcí se totiž z větší části skládala z filmů konstruovaných v jiném kině jako běžná, ne-artová produkce. Pojmy „artový film“, „film pro náročného diváka“ či „film pro znalce“ jsou tedy nejednoznačné, diskurzivně manipulovatelné a ekonomicky využitelné a multikina s distinkcemi aktivně pracují.

Také digitalizace může pravděpodobně v budoucnu ovlivňovat konstruování distinkce vyšší a nižší kultury v oblasti předvádění audiovizuálních děl. Na jednu stranu docházelo v posledních letech k asociování klasických a artových kin s přímými přenosy operních představení (tedy vysokokulturním hudebním a divadelním žánrem⁴⁶²), což jim mělo umožnit vyrovnat se s konkurencí multikin. Ta však na druhou stranu rychle zareagovala na poptávku a zařadila přímé přenosy operních představení i do svého programu, což diskurz denního tisku reflektoval a distinkci mezi nižší a vyšší kulturou tím dále problematizoval.

Z výše uvedených poznatků lze vyvodit, že distinkce mezi vyšší a nižší kulturou v oblasti kin podléhá neustálému procesu vyjednávání, rekonfigurace a reapropriace. Způsob konstruování multikin na škále od nízkokulturnosti k vysokokulturnosti se v diskurzivní aréně denního tisku neustále proměňuje a jsou zaujímana vyhrocená stanoviska. Jak nicméně ukázaly programy dvou multikin, kompletní amerikanizace programové nabídky v multikinech ani jednoznačné zaměření na vyšší kulturu nejsou příliš pravděpodobné hypotézy.

Globalizace a amerikanizace

Třetím hojně rozšířeným tematickým okruhem, který jsme v diskurzu denního tisku v souvislosti s multikiny identifikovali, bylo konstruování různých aspektů

⁴⁶² Pomineme-li možné námitky k technické reprodukci jakožto degradaci uměleckého prožitku likvidující „auru“ uměleckého díla. Viz BENJAMIN, Walter. Umělecké dílo ve věku své technické reprodukovatelnosti. In: BENJAMIN, Walter. *Dílo a jeho zdroj*. Praha: Odeon 1979, s. 17–47.

procesu globalizace a amerikanizace. Tyto procesy byly v diskurzu přítomné na několika úrovních. Již zmíněné asociování multikin s globálně šířenou americkou filmovou produkcí, ale i se specifickým typem občerstvení amerického původu se v jednotlivých člancích vyskytovalo často. Diskurz však tematizoval také širší souvislosti: především situovanost multikin v nákupních centrech. Nákupní a zábavní centra byla charakterizována jako bezpečný prostor (ojediněle též v přímém kontrastu s klasickými kiny). Diskurz denního tisku konstruoval ideální podobu návštěvníka těchto prostor jako jedince, který kombinuje různé formy konzumování a tráví v nákupních centrech (se svými blízkými) delší čas, což odpovídá způsobu, jakým návštěvu nákupních center s multikiny charakterizovala Anne Friedbergová.⁴⁶³ Proti tomuto způsobu trávení volného času se zároveň některé články vymezovaly a zdůrazňovaly také negativní vliv nákupních center na městská centra (tedy podobný jev, který ve Velké Británii identifikovali například Phill Hubbard⁴⁶⁴ a Stuart Hanson⁴⁶⁵) a masový charakter těchto „fabrik na kulturu“.

Rozsáhlá proměna Smíchova, který nám sloužil jako příklad prostoru, kde došlo k výstavbě multikin, vedla denní tisk k ostření distinkce mezi původní podobou čtvrti s individuálními rysy a její novou podobou, která byla konstruována především jako prostor nabízející snadný přístup k různým druhům konzumování bez individuální historie a specifických rysů. Denní tisk zpočátku zdůrazňoval pozitivní i negativní aspekty této proměny. Postupem času však negativní hodnocení z novinových článků ve značné míře vymizelo.

Ke stejnému vývoji došlo v tematizaci postupného zánikání klasických kin a nástupu multikin. Zpočátku byly ve vztahu k tomuto procesu konstruovány dvě protichůdné perspektivy: jedna chválila kvalitní technické vybavení a pohodlí multikin, druhá projevovala nostalgické a melancholické (někdy explicitně a doslovně) pocity ve vztahu ke klasickým kinosálům. Ač byly klasické sály charakterizovány jako „intimnější“, „komornější“, „rodinné“ a tím i přitažlivější,

⁴⁶³ FRIEDBERG, Anne, ref. 22.

⁴⁶⁴ HUBBARD, Phil, ref. 72.

⁴⁶⁵ HANSON, Stuart, ref. 20.

jejich návštěvnost přesto dramaticky klesala. To vede k závěru, že nostalgie a melancholie v tomto případě slouží zřejmě především terapeutické funkci – připomínka příjemných zážitků z minula umožňuje vyrovnávat se s existenciální tísní a globálními změnami (revolucemi). Pakliže denní tisk systematicky referuje o permanentních inovacích a revolucích, nostalgie a melancholie svědčí o potřebě udržovat alespoň zdánlivě vazbu ke kořenům. Projevy nostalgie a melancholie však z diskurzu denního tisku postupně vymizely a společnost zřejmě multikina přijala – stejně jako přijala novou podobu Smíchova.

Multikina (a digitalizace) představují *novou* formu veřejného filmového představení převážně na úrovni kulturně-symbolických významů. I když například multikina zavedla „sedačky pro zamilované“, neznamená to, že by do kina dříve nechodili zamilovaní – pouze že je dobře známá zkušenost konstruována jako něco radikálně nového a explicitně tematizována. Pokud vyjdeme z rozlišení filmové zkušenosti a kulturní zkušenosti, které jsme nastínili v úvodu, můžeme říci, že *kulturní zkušenost* prochází dynamickým vývojem, při kterém je veřejné filmové představení konstruováno jako místo permanentní a radikální revoluce. *Filmová zkušenost* se však výrazně nemění. Lidé nadále sedí v kinech a dívají se na pohyblivé obrazy.

Přílohy

Příloha 1: Vývoj návštěvnosti kin v České republice

Rok	Počet představení	Počet diváků	Čisté tržby Kč	Průměrné vstupné
1989	540 592	51 452 520	354 404 326	6,90
1990	494 480	36 361 230	286 212 891	7,90
1991	362 614	29 897 814	323 186 510	10,80
1992	353 295	31 239 352	430 162 970	13,80
1993	301 154	21 898 200	432 904 594	19,80
1994	248 967	12 870 355	302 851 487	23,50
1995	187 369	9 253 214	254 206 096	27,50
1996	169 570	8 846 030	304 004 622	34,40
1997	168 009	9 815 024	436 960 890	44,50
1998	163 796	9 246 676	508 896 857	55,00
1999	181 291	8 370 825	496 062 893	59,30
2000	197 607	8 718 776	593 019 758	68,00
2001	252 692	10 363 336	817 681 525	78,90
2002	306 082	10 692 996	946 005 083	88,50
2003	341 332	12 139 638	1 084 009 955	89,30
2004	326 646	12 046 139	1 105 869 640	91,80
2005	318 212	9 478 632	854 485 624	90,15
2006	345 239	11 508 965	1 043 322 604	90,65
2007	353 801	12 829 513	1 200 004 225	93,53
2008	386 319	12 897 046	1 220 237 088	94,61
2009	403 198	12 469 365	1 251 065 375	100,33
2010	399 099	13 536 869	1 497 321 770	110,61
2011	408 760	10 789 760	1 209 874 087	112,13

Zdroj: Unie filmových distributorů.

Příloha 2: Přehled multikin v České republice

provozovatel	název	místo	provoz zahájen	provoz ukončen	kapacita sedadel v sále č.														celkem sedadel	celkem sálů		
					1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14				
Cinema City Czech, s.r.o. *	Olympia (Olympia Brno)	Brno-Modřice	13.10.99		111	111	109	145	151	313	357	283	413	237							2 230	10
Cinema City Czech, s.r.o. *	Park Hostivař	Praha 10	5.10.00	31.3.12	141	361	259	218	176	158	198	235									0	0
Cinema City Czech, s.r.o. *	Slovanský dům	Praha 1	7.12.00		305	333	290	165	155	134	131	117	79	123							1 832	10
CineStar, s.r.o.	CineStar Praha - Černý Most (Zábavní centrum ČM)	Praha 10	14.12.00		218	204	253	364	220	156	156	295									1 866	8
Intersonic Entertainment, s.r.o.	Ládví (bývalé kino Moskva)	Praha 8	1.5.01		456	145	51	69	51	70	-	-									0	0
Cinema City Czech, s.r.o.	Galaxie *)	Praha 4	28.6.01		131	148	296	330	80	234	194	194	122								1 729	9
Cinema City Czech, s.r.o. *	Velký Špalíček	Brno-město	31.8.01		212	309	371	86	149	164	119										1 410	7
CineStar, s.r.o.	CineStar Hradec Králové (OC Futurum)	Hr. Králové	25.10.01		150	234	266	421	124	103	103	160									1 561	8
Cinema City Czech, s.r.o. *	Nový Smíchov (OC Nový Smíchov)	Praha 5	15.11.01		332	369	290	268	219	169	143	239	139	159	179	193					2 699	12
CineStar, s.r.o.	CineStar Ostrava (OC Futurum)	Ostrava	16.11.01		188	240	240	260	260	232	341	232									1 993	8
CineStar, s.r.o.	CineStar České Budějovice (OC Čtyři Dvory)	Č. Budějovice	15.3.02		314	314	94	144	144	144	144	94									1 392	8
CineStar, s.r.o.	CineStar Praha - Anděl	Praha 5	18.7.02		152	126	130	163	96	108	108	107	289	304	302	292	24	24			2 225	14
Cinema City Czech, s.r.o. *	Letňany (OC Letňany)	Praha 9	18.10.02		196	292	160	292	475	296	160	349									2 220	8
Cinema City Czech, s.r.o.	Zličín (Metropole Zličín)	Praha 5	12.12.02		167	148	179	184	276	396	98	119	96	178							1 841	10
Cinema City Czech, s.r.o.	Flora (Palác Flora)	Praha 3	20.3.03		290	143	128	286	356	224	153	160	379 IM AX								2 119	9
CineStar, s.r.o.	CineStar Olomouc (OC Olomouc City)	Olomouc	8.12.05		106	89	132	89	106	190	262										974	7
CineStar, s.r.o.	CineStar Plzeň (OC Olympia)	Plzeň	9.2.06		215	119	94	304	141	119	94	413									1 499	8
Cinema City Czech, s.r.o.	Novodvorská (OC NovoPlaza)	Praha 4	23.3.06	3.12.08	267	199	199	96	87												0	0
CineStar, s.r.o.	CineStar Pardubice	Pardubice	7.12.06		122	122	224	101	101	89											759	6

CineStar, s.r.o.	CineStar Mladá Boleslav	Ml.Boleslav	17.1.08		229	132	94	94										549	4
Cinema City Czech, s.r.o.	Cinema City (centrum Plzeň Plaza)	Plzeň	27.3.08		362	217	180	131	58	58	248	174	160	132				1 720	10
Golden Apple Cinema, a.s.	Golden Apple Cinema (Obchodní a zábavní centrum Zlaté jablko ve Zlíně)	Zlín	15.5.08		440	122	112	95	90	90								949	6
CineStar, s.r.o.	CineStar Jihlava	Jihlava	23.10.08		221	110	85	85										501	4
CineStar, s.r.o.	CineStar Liberec (OC Nisa)	Liberec	31.10.08		80	80	135	94	168	94	216	360						1 227	8
Cinema City Czech, s.r.o.	Cinema City Pardubice	Pardubice	15.1.09		183	71	113	239	89	89	91	99						974	8
Cinema City Czech, s.r.o. *	Ústí nad Labem (OC Forum Ústí n.L.))	Ústí nad Labem	29.4.10		119	119	119	119	188									664	5
Cinema City Czech, s.r.o. *	Liberec (Forum Liberec)	Liberec	23.9.10		214	165	116	129	243									867	5
Cinema City Czech, s.r.o.	Cinema City Ostrava (OaZCentrum Forum Nová Karolína)	Ostrava	22.3.12		155	171	171	155	81	311	70	81						1 195	8
CEC Development Czech,s.r.o.	Premiere Cinemas Park Hostivař	Praha 10	24.6.12		136	359	257	216	174	156	199	233						1 730	8

Zdroj: Unie filmových distributorů.

*) Pražské multikino Galaxie vzniklo v roce 1996, ale v roce 2001 bylo otevřeno v nové budově a jeho provozovatelem se stal nadnárodní investor.

Příloha 3: Podíl multikin v České republice

		představení	diváků	tržby včetně DPH				
1999	všechna kina ČR celkem:	181 291	8 370 825	496 062 893	růst (pokles) oproti minulému roku			
	z toho multikina (3)	19 646	851 395	84 246 575				
	podíl multikin 1999	10,84%	10,17%	16,17%		představení	diváků	tržby
2000	všechna kina ČR celkem:	197 607	8 718 776	593 019 758	ve všech kinech	16 316	347 951	96 956 865
	z toho multikina (6)	45 205	1 601 026	166 035 167	v multikinech	25 559	749 631	81 788 592
	podíl multikin 2000	22,88%	18,36%	26,67%	multikina oproti min. roku	130,10%	88,05%	97,08%
2001	všechna kina ČR celkem:	252 692	10 363 336	817 681 525	ve všech kinech	55 085	1 644 560	224 661 767
	z toho multikina (10)	107 769	3 176 338	383 397 468	v multikinech	62 564	1 575 312	217 362 301
	podíl multikin 2001	42,65%	30,65%	44,66%	multikina oproti min. roku	138,40%	98,39%	130,91%
2002	všechna kina ČR celkem:	306 082	10 692 996	946 005 083	ve všech kinech	53 390	329 660	128 323 558
	z toho multikina (14)	169 887	5 133 016	591 596 934	v multikinech	62 118	1 956 678	208 199 466
	podíl multikin 2002	55,50%	48,00%	59,56%	multikina oproti min. roku	57,64%	61,60%	54,30%
2003	všechna kina ČR celkem:	341 332	12 139 638	1 084 009 955	ve všech kinech	35 250	1 446 642	138 004 872
	z toho multikina (15)	200 719	6 528 504	741 848 297	v multikinech	30 832	1 395 488	150 251 363
	podíl multikin 2003	58,80%	53,78%	65,18%	multikina oproti min. roku	18,15%	27,19%	25,40%
2004	všechna kina ČR celkem:	326 646	12 046 139	1 105 869 640	ve všech kinech	-14 686	-93 499	21 859 685
	z toho multikina (15)	197 055	6 470 096	771 963 926	v multikinech	-3 664	-58 408	30 115 629
	podíl multikin 2004	60,33%	53,71%	66,48%	multikina oproti min. roku	-1,83%	-0,89%	4,06%
2005	všechna kina ČR celkem:	318 212	9 478 632	854 485 624	ve všech kinech	-8 434	-2 567 507	-251 384 016
	z toho multikina (16)	197 961	5 210 142	607 583 889	v multikinech	906	-1 259 954	-164 380 037
	podíl multikin 2005	62,21%	54,97%	67,72%	multikina oproti min. roku	0,46%	-19,47%	-21,29%
2006	všechna kina ČR celkem:	345 239	11 508 965	1 043 322 604	ve všech kinech	27 027	2 030 333	188 836 980

	z toho multikina (19)	228 274	6 945 803	787 064 511	v multikinech	30 313	1 735 661	179 480 622
	podíl multikin 2006	66,12%	60,35%	71,85%	multikina oproti min. roku	15,31%	33,31%	29,54%
2007	všechna kina ČR celkem:	353 801	12 829 513	1 200 004 225	ve všech kinech	8 562	1 320 548	156 681 621
	z toho multikina (19)	245 254	8 185 612	941 952 201	v multikinech	16 980	1 239 809	154 887 690
	podíl multikin 2007	69,32%	63,80%	72,01%	multikina oproti min. roku	7,44%	17,85%	19,68%
2008	všechna kina ČR celkem:	386 319	12 897 046	1 220 237 088	ve všech kinech	32 518	67 533	20 232 863
	z toho multikina (25)	276 032	8 557 667	1 026 996 045	v multikinech	30 778	372 055	85 043 844
	podíl multikin 2008	71,45%	66,35%	77,21%	multikina oproti min. roku	12,55%	4,55%	9,03%
2009	všechna kina ČR celkem:	403 198	12 469 365	1 251 065 375	ve všech kinech	16 879	-427 681	30 828 287
	z toho multikina (24)	300 175	8 666 630	1 087 819 091	v multikinech	24 143	108 963	60 823 046
	podíl multikin 2009	74,45%	69,50%	79,77%	multikina oproti min. roku	8,75%	1,27%	5,92%
2010	všechna kina ČR celkem:	399 099	13 536 869	1 497 321 770	ve všech kinech	-4 099	1 067 504	246 256 395
	z toho multikina (26)	296 515	9 471 523	1 293 785 061	v multikinech	-3 660	804 893	205 965 970
	podíl multikin 2010	74,30%	69,97%	78,55%	multikina oproti min. roku	-1,22%	9,29%	18,93%
2011	všechna kina ČR celkem:	408 760	10 789 760	1 209 874 087	ve všech kinech	9 661	-2 747 109	-287 447 683
	z toho multikina (26)	308 211	7 201 249	1 002 667 941	v multikinech	11 696	-2 270 274	-291 117 120
	podíl multikin 2010	75,40%	66,74%	75,34%	multikina oproti min. roku	3,94%	-23,97%	-22,50%

Zdroj: Unie filmových distributorů.

Příloha 4: Přehled digitalizace multikin v České republice

Název kina	Město	Provozovatel kina	Počet zdigitalizovaných sálů	Počet sálů v kině celkem	Technologie projekce	Projektor
Cinema City	Ostrava	Cinema City	8	8	DLP Cinema	Barco
Cinema City	Plzeň	Cinema City	10	10	DLP Cinema	Kinoton+Barco
Cinema City	Pardubice	Cinema City	8	8	DLP Cinema	Kinoton+Christie
Cinema City Flora	Prague	Cinema City	9	9	DLP Cinema	Kinoton+Christie+IMAX
Cinema City Galaxie	Praha	Cinema City	9	9	DLP Cinema	Christie+Barco
Cinema City Zličín	Praha	Cinema City	10	10	DLP Cinema	Christie+Barco
Cinema City (Palace Cinemas) – Letňany	Praha	Cinema City (Palace Cinemas)	8	8	DLP Cinema	Barco
Cinema City (Palace Cinemas) – Liberec	Liberec	Cinema City (Palace Cinemas)	5	5	DLP Cinema	Barco
Cinema City (Palace Cinemas) – Nový Smíchov	Praha	Cinema City (Palace Cinemas)	12	12	DLP Cinema	Barco
Cinema City (Palace Cinemas) – Olympia	Brno	Cinema City (Palace Cinemas)	10	10	DLP Cinema	Barco
Cinema City (Palace Cinemas) – Slovanský Dům	Praha	Cinema City (Palace Cinemas)	10	10	DLP Cinema	Barco
Cinema City (Palace Cinemas) – Špalíček	Brno	Cinema City (Palace Cinemas)	7	7	DLP Cinema	Barco
Cinema City (Palace Cinemas) – Ústí nad Labem	Ústí nad Labem	Cinema City (Palace Cinemas)	5	5	DLP Cinema	Barco
CineStar	Hradec Králové	CineStar	8	8	DLP Cinema	Christie
CineStar	Jihlava	CineStar	4	4	DLP Cinema	Christie
CineStar	Liberec	CineStar	8	8	DLP Cinema	Christie

CineStar	Mladá Boleslav	CineStar	4	4	DLP Cinema	Christie
CineStar	Pardubice	CineStar	6	6	DLP Cinema	Christie
CineStar	Plzeň	CineStar	8	8	DLP Cinema	Christie
CineStar	Olomouc	CineStar	7	7	DLP Cinema	Christie
CineStar	České Budějovice	CineStar	8	8	DLP Cinema	Christie
CineStar	Ostrava	CineStar	8	8	DLP Cinema	Christie
CineStar Anděl	Praha	CineStar	14	14	DLP Cinema	Christie
CineStar Černý Most	Praha	CineStar	8	8	DLP Cinema	Christie
Golden Apple Cinema	Zlín	Golden Apple Cinema	6	6	DLP Cinema	Kinoton
Hotel Thermal	Karlovy Vary	Hotel Thermal + MFF K. Vary	5	5	SXRD+DLP Cinema	SONY+Barco
Premiere Cinemas – Park Hostivař	Praha	Central European Cinemas	8	8	DLP + SXRD	Christie + Sony

Zdroj: PRO – DIGI, O.S. a DIGITALNIKINO.CZ. Digitální kina dle standardu DCI v České republice k 27. srpnu 2012. [online]. 2012 [cit. 2012-08-27]. Dostupné z: <<https://spreadsheets.google.com/pub?key=tv8XaHSMS9khoyLU5hunrxA&single=true&gid=0&output=html>>.

Příloha 5: Evropská kina v roce 1992

Typ kina	Jednosálové	2 sály	3–5 sálů	6–7 sálů	8 a více sálů
Belgie	22,1	10,8	36,6	8,8	21,7
Dánsko	34,9	21,8	36,7	4	2,5
Francie	32	13,5	36	13,5	5
Německo	36,8	20,8	37,3	0,8	4,6
Řecko	99	1	-	-	-
Irsko	17,2	25,8	36,5	3,2	17,2
Itálie	96,5	2	1,5	-	1
Nizozemsko	14,9	21	59,4	4,6	-
Portugalsko	76	9,5	8,5	-	6
Španělsko	56,4	8,2	22,4	8,2	4,8
Velká Británie	18,2	12,4	33	11,4	25
Celkem	51	11,8	25,9	5,3	6,1

Údaje jsou vyjádřeny v procentech

Zdroj: LONDON ECONOMICS, BIPE CONSEIL a MEDIA SALLES. *White Book of the European Exhibition Industry*. Vol. 2 [online]. 1994. vyd. [cit. 2012-07-30]. 2nd ed. Dostupné z: <http://www.mediasalles.it/whiteboo/wb2_1_3.htm>.

Příloha 6: Služby v evropských kinech v roce 1992

Typ kina	Jednosálové	2 sály	3–5 sálů	6–7 sálů	8 a více sálů	průměr
Automaty na nápoje a jídlo	10,7	19,3	31,5	59,4	22,9	24,6
Prodej zmrzliny a nápojů v sále	34,8	65,1	79,8	82,9	66,1	62,2
Bar, prodej u pultu nebo kavárna	69,6	61,1	66,3	61,0	73,7	67,8
Restaurace	3,4	6,6	5	-	17,3	6,7
Knihkupectví	5,3	10,8	5,8	0,2	16,1	7,7
Prodej plakátů	9,7	14,7	10,1	5,4	33,0	14,5
Prodej videokazet	2,5	4,6	8,2	21,7	32,1	11,9
Jiné	6	8,3	5	1,2	30,9	10,4

Údaje jsou vyjádřeny v procentech

Zdroj: LONDON ECONOMICS, BIPE CONSEIL a MEDIA SALLES. *White Book of the European Exhibition Industry*. Vol. 2 [online]. 1994. vyd. [cit. 2012-07-30]. 2nd ed. Dostupné z: <http://www.mediasalles.it/whiteboo/wb2_1_3.htm>.

Typ kina	Jednosálové	2 sály	3–5 sálů	6–7 sálů	8 a více sálů	celkem
Poměr kin vybavených počítačovou pokladnou	7,1	30,8	50,4	62,3	90	42,5
Poměr kin s vlastním parkovištěm	12,5	23,6	11,6	27,6	40,6	19,8

Údaje jsou vyjádřeny v procentech

Zdroj: LONDON ECONOMICS, BIPE CONSEIL a MEDIA SALLES. *White Book of the European Exhibition Industry*. Vol. 2 [online]. 1994. vyd. [cit. 2012-07-30]. 2nd ed. Dostupné z: <http://www.mediasalles.it/whiteboo/wb2_1_3.htm>.

Příloha 7: Evropská multikina v roce 1999

Typ kina	8–12 sálů	13–17 sálů	18 a více
Belgie	9	5	2
Česká republika	1	-	-
Francie	54	16	3
Maďarsko	4	-	-
Německo	63	7	2
Polsko	1	-	-
Portugalsko	5	-	1
Rakousko	8	-	-
Řecko	3	-	-
Španělsko	52	4	4
Velká Británie	92	19	2

Zdroj: ACLAND, Charles R. *Screen Traffic: Movies, Multiplexes, and Global Culture*. Durham: Duke University Press, 2003. ISBN 08-223-3163-2, s. 256.

Příloha 8: Evropská multikina v roce 2007

Země \ sálů	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	Celkem
Belgie	8	-	4	2	3	1	4	-	1	1	-	-	-	-	-	-	2	-	26
Bulharsko	-	-	-	-	-	1	-	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3
Česká republika	7	2	3	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14
Dánsko	1	2	2	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	7
Estonsko	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Finsko	1	1	2	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	5
Francie	25	25	22	9	35	1	16	9	7	2	3	1	-	-	1	1	-	-	157
Chorvatsko	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Irsko	4	3	1	3	5	1	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	19
Itálie	21	26	14	14	11	6	4	-	3	-	2	-	-	-	-	-	1	-	102
Litva	1	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Lotyšsko	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Lucembursko	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Maďarsko	-	1	3	4	2	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	12
Malta	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1
Neměcko	54	38	18	7	6	3	5	-	1	-	-	1	1	-	-	-	-	-	134
Nizozemsko	7	1	2	-	-	1	2	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	13
Norsko	4	-	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	6
Polsko	12	4	9	2	4	5	2	2	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	41
Portugalsko	4	5	3	1	1	-	2	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	18
Rakousko	10	2	5	2	3	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	24
Rumunsko	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Řecko	6	1	3	2	1	-	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	15
Slovensko	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2
Slovinsko	2	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4
Španělsko	54	36	34	23	27	10	10	14	8	1	4	1	5	1	-	1	3	1	233
Švédsko	8	1	3	1	1	-	1	-	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	17
Švýcarsko	6	-	2	-	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	10
Turecko	14	8	4	1	3	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	31
Velká Británie	33	39	35	15	33	9	22	5	7	-	1	-	2	-	-	1	-	1	203
Celkem	284	198	173	89	137	43	74	33	29	7	12	3	10	2	1	3	6	2	1106

Zdroj: MEDIA SALLES. *Multiplexes in Europe*. [online] 2007 [cit. 2012-08-27]. Dostupné z: http://www.mediasalles.it/ybk07fin/tabelle/img_tabelle/tab_img_65_multi_numcomplfin.html.

Příloha 9: Filmy uvedené ve smíchovských multikinech v roce 2008

Film	Původní název	Rok vzniku	Země	Žánr	Artová Sekce	Počet týdnů PCNS	Počet týdnů VCA
... a bude hůř	... a bude hůř	2007	ČR	adaptace	PS, CE	1	2
10 000 PŘ. N. L.	10,000 B.C.	2008	USA, Nový Zéland	historický, dobrodružný		6	5
Dvanáct	12	2007	Rusko	psychologické drama		2	4
2 dny v Paříži	2 Days in Paris	2007	Francie, SRN	hořká komedie	CE	4	2
27 šatů	27 Dresses	2008	USA, Nový Zéland	romantická komedie		4	3
3:10 Vlák do Yumy	3:10 to Yuma	2007	USA	western		2	1
96 hodin	Taken	2008	Francie	akční thriller		4	3
Absurdistan	Absurdistan	2008	SRN	poetická komedie	CE	2	3
Akta X: Chci uvěřit	The X-Files: I Want to Believe	2008	USA, Kanada	fantastický, psychologický thriller		3	5
Alvin a Chipmunkové	Alvin and the Chipmunks	2007	USA	hraný, animovaná		3	9
Americký gangster	American Gangster	2007	USA	gangsterský, thriller, životopisný		6	6
Amorův úlet	Wedding Daze	2006	USA	romantická komedie		3	3
Anglické jahody	Anglické jahody	2008	ČR, SR, Ukrajina	psychologický, historický	CE	3	5
Asterix a olympijské hry	Astérix aux jeux olympiques	2008	Francie, SRN, Španělsko, Itálie	dobrodružný, fantastický, komedie		9	8
Austrálie	Australia	2008	Austrálie, USA, VB	western, válečný, milostný příběh		1	1
Až na krev	There Will Be Blood	2007	USA	psychologický, historický, adaptace	CE	4	1

Bathory	Bathory	2008	SR, ČR, VB, Maďarsko	historický, thriller	CE	14	13
Beowulf	Beowulf	2007	USA	animovaný, fantasy		x	2
Bestiář	Bestiář	2007	ČR	milostná komedie, adaptace		1	x
Bláznovo zlato	Fool's Gold	2008	USA	dobrodružný, romantická komedie		2	6
Bobule	Bobule	2008	ČR	letní komedie		11	9
Cesta do středu země	Journey to the Center of the Earth 3D	2008	USA	fantastický, dobrodružný, rodinný		4	3
Clona	Shutter	2008	USA	romantická komedie		3	4
Co my jen víme?!	What the Bleep Do We (K)now!?	2004	USA	Populárně-naučný hraný dokument	PS, CE	1	1
Control	Control	2007	Velká Británie, Japonsko, Austrálie	životopisný, hudební	PS	1	2
Česká RAPublika	Česká RAPublika	2008	ČR	dokumentární	CE	2	4
Čtvery vánoce	Four Christmases	2008	USA	komedie		3	3
Darjeeling s rušením omezeným	The Darjeeling Limited	2007	USA	komedie, road movie	PS	2	5
Dech	Soom	2007	Jižní Korea	psychologický	PS, CE	1	1
Den, kdy se zastavila země	The Day the Earth Stood Still	2008	USA	Sci-fi		3	3
Děti noci	Děti noci	2008	ČR	psychologický		6	5
Disaster movie	Disaster Movie	2008	USA	parodie		4	2
Divoké vlny	Surf's Up	2007	USA	animovaný rodinný		1	x
Doba ledová 2: Obleva	Ice Age: The Meltdown	2006	USA	animovaný rodinný		1	x
Dokaž to!	Make It Happen	2008	USA, Kanada	taneční		3	x
Dostaňte agenta Smarta	Get Smart	2008	USA	akční komedie		2	5
Eragon	Eragon	2006	USA	fantasy		1	x
Falco	Falco – Verdammt, wir leben noch!	2008	Rakousko, SRN	životopisný, hudební	CE	2	5

František je děvkař	František je děvkař	2008	ČR	hořká komedie	CE	8	7
Funny Games USA	Funny Games U.S.	2007	Francie, SRN, Itálie	psychologický thriller		2	2
Garfield 2	Garfield 2	2006	USA	kombinovaný, komedie		1	x
Grindhouse: Auto zabiják	Grindhouse	2007	USA	thriller		1	x
Gyml	Gyml	2007	ČR	hořká komedie		1	x
Halloween	Halloween	2007	USA	thriller		1	x
Hancock	Hancock	2008	USA	fantastický, akční komedie		6	7
Hank a Mike	Hank and Mike	2008	Kanada, USA	komedie	PS	2	2
Hellboy 2: Zlatá armáda	Hellboy II: The Golden Army	2008	USA, SRN	komiksový, dobrodružný, horor		6	9
Hitman	Hitman	2007	USA	akční thriller		1	2
Hlídač č. 47	Hlídač č. 47	2008	ČR	psychologický, adaptace	CE	5	5
Holka na hlídání	The Nanny Diaries	2007	USA	romantická komedie		2	x
Horton	Horton Hears a Who!	2008	USA	animovaný, rodinný		5	13
Hranice smrti	Frontière(s)	2007	Francie, Švýcarsko	thriller		2	2
Chaotická Anna	Caótica Ana	2007	Španělsko	symbolický, psychologický	PS	1	x
Chyťte doktora	Chyťte doktora	2007	ČR	situační komedie		2	3
Indiana Jones a království křišťálové lebky	Indiana Jones and the Kingdom of the Crystal Skull	2008	USA	akční, dobrodružný		11	15
Iron Man	Iron Man	2008	USA	komiksový akční		8	7
Já, legenda	I Am Legend	2007	USA	sci-fi horor		6	5
Jak ukrást nevěstu	Made of Honor	2008	USA, VB	romantická komedie		4	4
Jan Saudek: V pekle svých vášní, ráj v nedohlednu	Jan Saudek: V pekle svých vášní, ráj v nedohlednu	2007	ČR, USA	umělecký dokument	CE	7	3
Jumper	Jumper	2008	USA	dobrodružný, sci-fi,		6	5

				adaptace			
Juno	Juno	2007	USA	hořká komedie		4	5
Karamazovi	Karamazovi	2008	ČR, Polsko	psychologický, adaptace	CE	6	11
Katyň	Katyn	2007	Polsko	historický, válečný	PS, CE	3	5
Kdo je tady ředitel	Direktøren for det hele	2006	Dánsko, Švédsko, Francie, Itálie, Island, Norsko, Finsko, SRN	komedie	CE	x	2
Kdopak by se vlka bál	Kdopak by se vlka bál?	2008	ČR	rodinný		4	4
Konečně spolu	Then She Found Me	2007	USA	hořká komedie		3	5
Kopačky	Forgetting Sarah Marshall	2008	USA	romantická komedie		2	5
Kouzelná romance	Enchanted	2007	USA	hraný, animovaný, komedie		x	7
Kozí příběh – Pověsti staré Prahy	Kozí příběh – Pověsti staré Prahy	2008	ČR	animovaný, komedie		7	11
Králova přízeň	The Other Boleyn Girl	2008	USA, VB	historické drama		6	4
Královna Alžběta: Zlatý věk	Elizabeth: The Golden Age	2007	USA, SRN, VB, Francie	historický		5	2
Kronika rodu Spiderwicků	The Spiderwick Chronicles	2008	USA	dobrodružný, fantasy, rodinný, adaptace		5	5
Kuličky	Kuličky	2008	ČR	povídkový	CE	3	3
Kung Fu Panda	Kung Fu Panda	2008	USA	animovaný, rodinný, komedie		10	22
Kurz negativního myšlení	Kunsten å tenke negativt	2006	Norsko	černá komedie	PS	4	x
Labyrint lži	Body of Lies	2008	USA	akční špionážní thriller		4	5
Láska OnLine	Sandor slash Ida	2005	Švédsko	hořká komedie		x	2
Láska za časů cholery	Love in the Time of Cholera	2007	USA	adaptace, milostný příběh,		3	3
Letopisy Narnie: Lev, čarodějnice a skříň	The Chronicles of Narnia: The Lion, the Witch and the Wardrobe	2005	USA	dobrodružný, fantasy, adaptace		2	x

Letopisy Narnie: Princ Kaspian	The Chronicles of Narnia: Prince Caspian	2008	VB, USA	dobrodružný, fantasy, adaptace		8	5
Let's Dance 2: Street Dance	Step Up 2	2008	USA	taneční		8	4
Lovci draků	Chasseurs de dragons	2008	Francie, SRN, Lucembursko	animovaný, fantasy		4	7
Lovci pokladů: Kniha tajemství	National Treasure II: The Book of Secrets	2007	USA	dobrodružný, akční		6	7
Lovec draků	The Kite Runner	2007	USA, Čína	psychologický, politický, adaptace	PS, CE	2	2
Lovecká sezona 2	Open Season 2	2008	USA	animovaný, rodinný		2	2
Madagaskar	Madagascar	2005	USA	animovaný, rodinná komedie		1	x
Madagaskar 2: Útěk do Afriky	Madagascar 2	2008	USA	animovaný		7	7
Máj	Máj	2008	ČR	filmová báseň, adaptace	CE	8	10
Malé oslavy	Malé oslavy	2008	SR, ČR, Itálie	psychologický	CE	2	2
Mamma Mia!	Mamma Mia!	2008	Velká Británie, USA	muzikál	CE	19	19
Max Payne	Max Payne	2008	USA	akční thriller		3	4
Mejdan v Las Vegas	What Happens in Vegas...	2008	USA	romantická komedie		6	7
Michael Clayton	Michael Clayton	2007	USA	kriminální, psychologický		4	4
Moje borůvkové noci	My Blueberry Nights	2007	Hongkong, Francie, Čína	milostný příběh		6	2
Mongol – Čingischán	Mongol	2007	Rusko, Kazachstán, SRN, Mongolsko	historický, životopisný	CE	3	5
Monstrum	Cloverfield	2008	USA	katastrofický, horor		3	6
Mumie: Hrob dračího císaře	The Mummy: Tomb of the Dragon Emperor	200	USA, SRN, Kanada	dobrodružná hororová komedie		7	7
Muzikál ze střední 3: Maturitní ročník	High School Musical 3: Senior Year	2008	USA	muzikál		4	4

Na vlastní nebezpečí	Na vlastní nebezpečí	2007	ČR, Rumunsko	dobrodružný, thriller		6	7
Nadine	Nadine	2007	Nizozemsko, Belgie	psychologický, road movie	PS	1	x
Náměstí spasitele	Plac Zbawiciela	2006	Polsko	psychologické drama	PS	1	x
Náš vůdce	Die Welle	2008	SRN	psychologický	PS, CE	2	5
Návrat čápů	Návrat bocianov	2007	SR, ČR, SRN	psychologický, milostný		1	2
Nebezpečný cíl	Bangkok Dangerous	2008	USA	kriminální, thriller		2	2
Nejkrásnější hádanka	Nejkrásnější hádanka	2008	ČR	pohádka		2	10
Nestyda	Nestyda	2008	ČR	komedie		8	9
Neuvěřitelný Hulk	The Incredible Hulk	2008	USA	komiksový fantastický akční		3	3
Než ďábel zjistí, že seš mrtvej	Before the Devil Knows You're Dead	2007	VB, USA	kriminální	PS	2	2
Než si pro nás přijde	The Bucket List	2007	USA	tragikomedie		6	4
Noc patří nám	We Own the Night	2007	USA	policejní drama		7	2
Noc v muzeu	Night at the Museum	2006	USA	fantastická komedie		2	x
Noci v Rodante	Nights in Rodanthe	2008	USA, SRN	milostný příběh, melodramatický		2	2
O rodičích a dětech	O rodičích a dětech	2007	ČR	hořká komedie		6	4
O život	O život	2007	ČR	komedie		5	5
Občan Havel	Občan Havel	2007	ČR	dokumentární		10	8
Oko	The Eye	2008	USA	horor		3	3
Oko bere	21	2008	USA	černá komedie		3	5
Oko dravce	Eagle Eye	2008	USA, SRN	akční sci-fi thriller		5	5
Once	Once	2008	Irsko, USA	hudební	CE	x	2
Oni	The Strangers	2008	USA	thriller		6	3
P. S. Miluji Tě	P. S. I Love You	2007	USA, Irsko	milostný příběh,		6	6

				melodramatický			
Pan Včelka	Bee Movie	2007	USA	animovaný, rodinná komedie		3	18
Paris	Paris	2008	Francie	psychologický	CE	3	3
Paříži, miluji Tě	Paris, je t'aime	2006	Francie, Lichtenštejnsko, Švýcarsko	epizodový	PS, CE	4	7
Penelope	Penelope	2006	SRN, USA, VB	moderní pohádka		2	4
Perly a svině	Helmiä ja sikoja	2003	Finsko	hořká komedie	CE	x	2
Persepolis	Persepolis	2007	Francie, USA	adaptace, animovaný	CE	x	2
Piráti z Karibiku – Na konci světa	Pirates of the Caribbean: At World's End	2007	USA	historický, dobrodružný, hororová, komedie		1	x
Po svatbě	Efter brylluppet	2006	Dánsko, VB, Švédsko	psychologický	PS, CE	1	2
Pokání	Atonement	2007	USA, VB, Francie	adaptace, historický, psychologický		8	7
Pokoj 1408	1408	2007	USA	horor		2	x
Poločas rozpadu	Poločas rozpadu	2007	SR	černá komedie	CE	2	2
Poustečna, das ist Paradies	Poustečna, das ist Paradies!	2007	ČR	dokumentární	CE	x	2
Prosíme přetočte	Be Kind Rewind	2008	USA, Francie, VB	komedie	PS	1	x
Quantum of Solace	Quantum of Solace	2008	VB, USA	bondovka		8	9
Rallye smrti	Death Race	2008	USA, SRN	akční thriller		3	3
Rambo: Do pekla a zpět	Rambo	2008	USA	akční thriller		5	5
Ratatouille	Ratatouille	2007	USA	animovaný, rodinný, komedie		x	1
Rembrandtova noční hlídka	Nightwatching	2007	Velká Británie, Polsko, Kanada, Nizozemsko	životopisný, historický	PS, CE	1	2
René	René	2008	ČR	dokumentární	PS, CE	1	3

Repo: Genetická opera	Repo! The Genetic Opera	2008	USA	rocková opera		2	1
Reportér v ringu	Resurrecting the Champ	2007	USA	psychologický		2	1
Reservation road	Reservation Road	2007	USA	psychologický	PS	2	x
Rolling stones	Shine a Light	2008	USA	hudební dokument	CE	2	3
Rudý Baron	Der Rote Baron	2008	SRN	životopisný, válečný	CE	2	3
Říše hraček	Mr. Magorium's Wonder Emporium	2007	USA	pohádka		4	4
Saw 5	Saw V	2008	USA	thriller		5	4
Sestra	Sestra	2008	ČR	filmová báseň, milostný příběh	CE	2	3
Sex ve městě	Sex and the City: The Movie	2008	USA, SRN	komedie		10	11
Seznamte se s Davem	Meet Dave	2008	USA	sci-fi, rodinný, komedie		4	2
Shrek třetí	Shrek the Third	2007	USA	animovaný, pohádkový, komedie		2	x
Sirotčinec	El Orfanato	2007	Španělsko, Francie	horor		7	5
Sissi a Yetti	Lissi und der wilde Kaiser	2007	SRN	animovaná komedie	CE	2	7
Skafandr a motýl	Le Scaphandre et le papillon	2007	Francie, USA	psychologický, životopisný	PS, CE	2	2
Slepé lásky	Slepé lásky	2008	SR	dokumentární	PS, CE	1	2
Smrt on-line	Untraceable	2008	USA	kriminální thriller		6	2
Smutek paní Šnajderové	Smutek paní Šnajderové	2008	ČR, Albánie	milostný příběh	CE	2	1
Sněženky a machři po 25 letech	Sněženky a machři po 25 letech	2008	ČR	hořká komedie		2	2
Sobík Niko	Niko – Lentäjän poika	2008	Finsko, Dánsko, SRN, Irsko	animovaný, rodinný		3	3
Soudný den	Doomsday	2008	VB	akční sci-fi		3	4
Soukromá válka pana Wilsona	Charlie Wilson's War	2007	USA, SRN	politická komedie		5	5
Speed Racer	Speed Racer	2008	USA	rodinný, akční, dobrodružný		3	4

Spláchnutej	Flushed Away	2006	USA, VB	animovaná komedie		1	x
Stalo se	The Happening	2008	USA, Indie	katastrofický		4	4
Star Wars: Klonové války	Star Wars: The Clone Wars	2008	USA	animovaný, sci-fi		3	3
Stmívání	Twilight	2008	USA	horor, milostný příběh		5	5
Strach(y) ze tmy	Peur(s) du noir	2007	Francie	animovaný horor	CE	x	2
Suprhrdina	Superhero!	2008	USA	akční komedie		5	6
Svatá hora	The Holy Mountain	1973	Mexiko, USA	symbolický, surrealistický	PS	1	x
Svatba na bitevním poli	Svatba na bitevním poli	2008	ČR	komedie		4	5
Sweeney Todd: Dábelský holič z Fleet Street	Sweeney Todd	2007	USA	muzikál, thriller		7	7
Šťastné míle	Lucky Miles	2007	Austrálie	road movie, komedie	PS	1	x
Tahle země není pro starý	No Country for Old Men	2007	USA	kriminální thriller		7	8
Tajemství prstenu	Closing the Ring	2007	VB, Kanada	psychologický, milostný příběh	PS, CE	2	2
Tajnosti	Tajnosti	2007	ČR, SR	smutná komedie, psychologický	CE	x	3
Taková normální rodinka	Taková normální rodinka	2008	ČR	komedie		8	9
Temný rytíř	The Dark Knight	2008	USA	dobrodružný, akční, fantastický		13	10
Ti druzí	The Others	2001	Španělsko, USA	horor		x	1
Tobruk	Tobruk	2008	ČR, SRN, Francie	válečné drama		5	7
Touha, opatrnost	Se, jie	2007	Hongkong, USA, Čína	historický, psychologický, milostný		2	3
Tropická bouře	Tropic Thunder	2008	akční komedie parodie	akční komedie, parodie		8	9
Ty, který žiješ	Du levande	2007	Švédsko, SRN, Francie, Dánsko, Norsko, Japonsko	smutná komedie	PS	1	x

U mě dobrý	U mě dobrý	2008	ČR	komedie		9	14
Úhel pohledu	Vantage Point	2008	USA	politický thriller		4	4
Ukrutně šťastni	Frygtelig lykkelig	2008	Dánsko	psychologický	PS, CE	1	1
Umění plakát	Kunsten at grade i kor	2006	Dánsko	tragikomedie	CE	x	2
Umírající zvíře	Elegy	2008	USA	psychologický, milostný příběh	PS, CE	2	4
Útěk do divočiny	Into the Wild	2007	USA	psychologický, dobrodružný, road movie		5	7
V Bruggách	In Bruges	2008	USA, VB, SRN	kriminální černá komedie		3	4
V údolí Elah	In the Valley of Elah	2007	USA	psychologický, kriminální, thriller	CE	x	3
Václav	Václav	2007	ČR	tragikomedie	CE	13	7
Vall-I	Wall-E	2008	USA	animovaný, rodinný		11	17
Venkovský učitel	Venkovský učitel	2008	ČR, SRN, Francie	psychologický		8	7
Veřejný nepřítel č. 1	Mesrine: L'instinct de mort	2008	Francie, Kanada, Itálie	životopisný, gangsterský		3	3
Vesmírní opičáci	Space Chimps	2008	USA, Kanada, VB	rodinný, animovaný		2	10
Vetřelci vs Predátor 2	Aliens vs Predator – Requiem	2007	USA	akční horor		4	4
Vicky Cristina Barcelona	Vicky Cristina Barcelona	2008	USA, Španělsko	romantický komedie		6	6
Vratné lahve	Vratné lahve	2007	ČR, VB, Dánsko	smutná komedie	CE	1	1
Vy nám taky, šéfe!	Vy nám taky, šéfe!	2008	ČR	komedie		6	6
Východní přísliby	Eastern Promises	2007	VB, Kanada	kriminální, thriller		4	7
Wanted	Wanted	2008	USA	komiksový akční thriller		7	9
Winx Club: Výprava do ztraceného království	Winx Club: Il segreto del Regno Perduto	2007	Itálie	animovaný, rodinný		2	5
Zabriskie Point	Zabriskie Point	1970	USA	symbolický, road	PS	1	3

				movie			
Zakázané království	The Forbidden Kingdom	2008	USA, Čína	Kung-fu dobrodružný		8	x
Zapomenutý ostrov	Nim's Island	2008	USA	dobrodružný, rodinný		3	3
Zlatý kompas	The Golden Compass	2008	USA, VB	fantasy, adaptace		6	5
Zohan: Krycí jméno kadeřník	You Don't Mess with the Zohan	2008	USA	akční komedie		6	6
Zrcadla	Mirrors	2008	USA, SRN	horor		4	2
Želvy mohou létat	Lakposhtha hâ m parvaz mikonand	2004	Irák, Írán	válečné drama	PS	1	x
Ženy	The Women	1939	USA, VB	komedie		5	7

Zdroj: Sestaveno autorem za použití následujících zdrojů:

Interní materiály kin Palace Cinemas Nový Smíchov a Village Cinemas Anděl, Unie filmových distributorů, *Filmový přehled*, *Imdb.com*.

Literatura

ACLAND, Charles R. *Screen Traffic: Movies, Multiplexes, and Global Culture*. Durham: Duke University Press, 2003. ISBN 08-223-3163-2.

ALLEN, Robert C. a Douglas GOMERY. *Film History: Theory and Practice*. New York: McGraw-Hill, 1985. ISBN 978-007-5548-713.

ALLISON, Deborah. Multiplex Programming in the UK: The Economics of Homogeneity. *Screen*. 2006, roč. 47, č. 1, s. 81–90. ISSN 0036-9543.

AUGÉ, Marc. *Non-lieux: introduction à une anthropologie de la surmodernité*. Paris: Seuil, 1992. ISBN 20-201-2526-9.

AUSTIN, Langshaw John. *Jak udělat něco slovy*. Praha: Filosofia, 2000. ISBN 80-700-7133-8.

BARGEL, Robert. Etnografie divácké žité zkušenosti v prostoru maloměstského kina. *Illuminace*. 2010, roč. 22, č. 4, s. 127–149. ISSN 0862-397X.

BATISTOVÁ, Anna. Technika filmu. Technika ve filmu. Rozhovor s Francescem Casettim. *Illuminace*. 2009, roč. 21, č. 3, s. 112–117. ISSN 0862-397X.

BAUMAN, Zygmunt. *Tekutá modernost*. Praha: Mladá fronta, 2002, 343 s. ISBN 80-204-0966-1.

BAUMANN, Shyon. *Hollywood Highbrow: From Entertainment to Art*. Princeton: Princeton University Press, 2007. ISBN 06-911-2527-9.

BAUMANN, Shyon. Hranice umění: Vysoká kultura v Hollywoodu. *Illuminace*. 2010, roč. 22, č. 4, s. 73–89. ISSN 0862-397X.

BELTON, John. Digitální technologie ve filmu – nepravá revoluce. *Illuminace*. 2007, roč. 19, č. 4, s. 43–59. ISSN 0862-397X.

BENJAMIN, Walter. Umělecké dílo ve věku své technické reprodukovatelnosti. In: BENJAMIN, Walter. *Dílo a jeho zdroj*. Praha: Odeon 1979, s. 17–47.

- BERGER, Peter Ludwig a Thomas LUCKMANN. *Sociální konstrukce reality: pojednání o sociologii vědění*. 1. vyd. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury, 1999. ISBN 80-859-5946-1.
- BORSBOOM, Edward. Conclusion. In: MEDIA SALLES RESEARCH GROUP. *100 years of cinema exhibition in Europe* [online]. 1995 [cit. 2012-07-30]. Dostupné z: <<http://www.mediasalles.it/ybkcent/ybk95con.htm#eng>>
- BOURDIEU, Pierre. *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1984. ISBN 06-742-1277-0.
- BOURDIEU, Pierre. Outline of a Sociological Theory of Art Perception. [online]. [cit. 2012-08-10]. S. 3 Dostupné z webových stránek Massachusetts Institute of Technology: <web.mit.edu/allanmc/www/bourdieu3.pdf>
- BOURDIN, Virginie. Le contexte français du phénomène multiplexe. *Géographie et cultures*. 2005, č. 53, s. 79–88. ISSN 1165-0354.
- BOURDIN, Virginie, Chantal GÉRARD a Jean-François PERRUT. Introduction: Le phénomène multiplexe: de nouveaux cinémas pour de nouveaux territoires. *Géographie et cultures*. 2005, č. 53, s. 3–4. ISSN 1165-0354.
- BULÍČEK, Jaromír. *Sociální situace v kině. Kultura chování filmového diváka*. Praha: Český filmový ústav, 1970.
- BULÍČEK, Jaromír a Radko Hájek. *Současná kultura filmového diváka ČSR – Teze závěrečné zprávy*. Praha: ČSFÚ, 1981.
- BULÍČEK, Jaromír A Radko Hájek. *Současná kultura filmového diváka ČSR – Teze závěrečné zprávy*. Praha: ČSFÚ, 1978.
- CASSETTI, Francesco. Filmová zkušenost. *Illuminace*. 2011, roč. 23, č. 1, s. 67–77. ISSN 0862-397X.
- CASSETTI, Francesco. *Filmové teorie 1945–1990*. Praha: Nakladatelství Akademie múzických umění v Praze, 2004, ISBN 88-452-2037-0.

CASETTI, Francesco. Teorie, post-teorie, neo-teorie: Proměny diskurzů, proměny předmětů. In: Týž. *Filmové teorie 1945–1990*. Praha: Nakladatelství Akademie múzických umění v Praze, 2004, s. 363–372. ISBN 88-452-2037-0.

CENTRE NATIONAL DU CINÉMA, SERVICE DES ÉTUDES, DES STATISTIQUES ET DE LA PROSPECTIVE a INSTITUT FRANÇAIS DE DEMOSCOPIE. *Les spectateurs des multiplexes: Synthèse*. Paris: Centre national du cinéma. [online]. 2000. [cit. 2012-08-12]. Dostupné z: <http://prep-cncfr.seevia.com/a_presen/r4/multiplexe/fsommaire.htm>

ČADA, Karel a Jan HANZLÍK. „Jak řekl Griffith, pokrok nezastavíš“: Reflexe změn kinematografických technologií českými promítači. *Illuminace*. 2007, roč. 4, č. 19, s. 111–125. ISSN 0862-397X, s. 120. Dostupné též z: <http://www.iluminace.cz/JOOMLA/images/stories/clanky/cada_hanzlik_4_2007.pdf>.

ČÍŽEK, Tomáš. Empirická sociologie filmu v Československu do roku 1989. *Illuminace*. 2010, roč. 22, č. 4, s. 91–105. ISSN 0862-397X.

ČESÁLKOVÁ, Lucie. Kino na vícero použití: Koncepce a reflexe kinokaváren jako tzv. kombinovaného provozu. *Illuminace*. 2008, roč. 20, č. 1, s. 127–145. ISSN 0862-397X. Dostupné též z:

<http://www.iluminace.cz/JOOMLA/images/stories/clanky/cesalkova_1_2008.pdf>.

ČESÁLKOVÁ, Lucie a Kateřina SVATOŇOVÁ. Mezi malbou a šalbou: I/materiální obrazy české modernity. *Illuminace*. 2008, roč. 20, č. 1, s. 83–101. ISSN 0862-397X, s. 91.

ČVANČARA, Miroslav a Jaroslav ČVANČARA. *Zaniklý svět stříbrných pláten: Po stopách pražských biografů*. Praha: Academia, 2011, ISBN 978-802-0019-691.

DANIELIS, Aleš. Česká filmová distribuce po roce 1989. *Illuminace*. 2007, roč. 19, č. 1, s. 53–104. ISSN 0862-397X, s. 77. Dostupné též z: <http://www.iluminace.cz/JOOMLA/images/stories/obsahy/danielis_iluminace_1_2007.pdf>.

DEFFNER Alex a Christos LIOURIS. The Impact of Multiplexes in Urban Development: The Case of Ster [Ex-Europlex] Cinema In Larissa. *19th International AESOP conference The Dream of a Greater Europe*. Wien: Technische Universität Wien, 2005, s. 3. [online]. [cit. 2012-08-03]. Dostupné z: <<http://aesop2005.scix.net/data/papers/att/452.fullTextPrint.pdf>>

DVOŘÁKOVÁ, Pavla. *Proměna mediálního obrazu vysokoškolského vzdělávání v kontextu reformy vysokých škol*. Praha, 1998. Diplomová práce. Fakulta sociálních studií Masarykovy univerzity v Brně. Vedoucí práce Lucie Jarkovská. Dostupné též z <http://is.muni.cz/th/274387/fss_m/Dvorakova_DP.pdf>

EDGERTON, Gary. The Multiplex: The Modern American Motion Picture Theater as Message. In: HARK, Ina Rae. *Exhibition: the Film Reader*. New York: Routledge, 2002, s. 155–159. ISBN 978-0415235181.

ELIASHBERG, Jehoshua. The Film Exhibition Business: Critical Issues, Practice, and Research. In: MOUL, Charles C. *A Concise Handbook of Movie Industry Economics*. New York: Cambridge University Press, 2005, s. 138–162. ISBN 05-218-4384-7.

FISKE, John. *Reading the popular*. London: Routledge, 1991, ISBN 04-150-7875-X.

FOUCAULT, Michel. *Archeologie vědění*. Praha: Herrmann, 2002. ISBN 80-239-0124-9.

FRIEDBERG, Anne. Spectatorial Flanerie. In: HARK, Ina Rae. *Exhibition: the Film Reader*. New York: Routledge, 2002, s. 173–181. ISBN 978-0415235181.

FRIEDBERG, Anne. *Window Shopping: Cinema and the Postmodern*. Berkeley: University of California Press, 1993. ISBN 978-0520089242.

Géographie et cultures. Les cinémas multiplexes: de nouveaux territoires culturels? Paris: L'Harmattan, 2005, č. 53. ISSN 1165-0354.

GÉRARD, Chantal. Multiplexes et Art et essai. Un face à face d'avenir? *Géographie et cultures*. 2005, č. 53, s. 59–78. ISSN 1165-0354.

GOLDSMITH, Ben. Když ho postavíš... Filmová studia a transformační účinky migrující výroby. *Illuminace*. 2010, roč. 22, č. 2, s. 27–46.

GOMERY, Douglas. The Hollywood Blockbuster. Industrail Analysis and Practice. In: STRINGER, Julian. *Movie Blockbusters*. New York: Routledge, 2003, s. 72–83. ISBN 04-152-5609-7.

GOMERY, Douglas. The Rise of the National Theatre Chains: Balaban & Katz. In: HARK, Ina Rae. *Exhibition: the Film Reader*. New York: Routledge, 2002, s. 91–106. ISBN 978-0415235181.

GOMERY, Douglas. *Shared Pleasures: a History of Movie Presentation in the United States*. Madison: University of Wisconsin Press, 1992. ISBN 02-991-3214-5.

GREENWALD, Stephen R. a Paula LANDRY. *This Business of Film: A Practical Guide to Achieving Success in the Film Industry*. New York: Lone Eagle, 2009. ISBN 978-082-3099-894.

GUBACK, Thomas. The Evolution of the Motion Picture Theater Business in the 1980s. In: HARK, Ina Rae. *Exhibition: the Film Reader*. New York: Routledge, 2002, s. 127–136. ISBN 978-0415235181.

HAGENER, Malte. Kde je (dnes) film? Film ve věku imanence médií. *Illuminace*. 2011, č. 1, s. 79–88. ISSN 0862-397X.

HANSON, Stuart. “Celluloid or Silicon?” Digital Cinema and the Future of Specialised Film Exhibition. *Journal of British Cinema and Television*. 2007, roč. 19, č. 2, s. 370–383. ISSN 1743-4521.

HANSON, Stuart. *From Silent Screen to Multi-Screen: A History of Cinema Exhibition in Britain since 1896*. Manchester: Manchester University Press, 2007. ISBN 978-0719069451.

HANZLÍK JAN a Karel ČADA. Technické vymoženosti, americké trháky a nezbytný popcorn. Konstrukce kulturní zkušenosti z multikina v českém denním tisku. *Illuminace*. 2007, roč. 19, č. 1, s. 105–123. ISSN 0862-397X.

HANZLÍK, Jan a Zdeněk HUDEC. Ve vědě o filmu jsem usiloval o interdisciplinární přístup: Rozhovor s Ivem Pondělíčkem. *Illuminace*. 2010, roč. 22, č. 4, s. 151–159. ISSN 0862-397X.

HARK, Ina Rae. *Exhibition: the Film Reader*. New York: Routledge, 2002, ISBN 978-0415235181.

HARK, Ina Rae. The "Theatre Man" and "The Girl in the Box Office". In: HARK, Ina Rae. *Exhibition: the Film Reader*. New York: Routledge, 2002, s. 143–153. ISBN 978-0415235181.

HAVELKA, Jiří. *Filmové vavříny II*. Praha: Český filmový ústav, 1970.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace*. 2., aktualiz. vyd. Praha: Portál, 2008, ISBN 978-80-7367-485-4.

HERZOG, Charlotte. The Movie Palace and the Theatrical Sources of its Architectural Style. In: HARK, Ina Rae. *Exhibition: the Film Reader*. New York: Routledge, 2002, s. 51–65. ISBN 978-0415235181.

HILMERA, Jiří. Stavební historie pražských kinosálů: Část I – do vzniku Československé republiky. *Illuminace*. 1998, roč. 10, č. 1, s. 119–164. ISSN 0862-397X.

HILMERA, Jiří. Stavební historie pražských kinosálů: Část II – dvacátá léta. *Illuminace*. 1998, roč. 10, č. 2, s. 93–136. ISSN 0862-397X.

HILMERA, Jiří. Stavební historie pražských kinosálů: Část III – od dvacátých do sklonku třicátých let. *Illuminace*. 1998, roč. 10, č. 3, 93–12. ISSN 0862-397X.

- HILMERA, Jiří. Stavební historie pražských kinosálů: Část IV – poválečné půlstoletí. *Illuminace*. 1998, roč. 10, č. 3, 75–101. ISSN 0862-397X.
- HISTORIC SCOTLAND. *Dictionary of Scottish Architects* [online]. 2008 [cit. 2012-07-30]. Dostupné z: <http://www.scottisharchitects.org.uk/building_full.php?id=210111
- HUBBARD, Phil. Sortir, mais hors de la ville?: La clientèle des salles de cinéma multiplexes au Royaume-Uni. *Géographie et cultures*. 2005, č. 53, s. 21–38. ISSN 1165-0354.
- CHMELOVÁ, Kristýna. *Srovnávací analýza funkcionality webových stránek multikin v ČR*. Praha, 2010. Bakalářská práce. Fakulta informatiky a statistiky Vysoké školy ekonomické. Vedoucí práce Helena Kučerová.
- JANCOVICH, Mark a Lucy FAIRE. The Best Place to See a Film: The Blockbuster, the Multiplex, and the Contexts of Consumption. In: STRINGER, Julian. *Movie Blockbusters*. New York: Routledge, 2003, s. 190–201. ISBN 04-152-5609-7.
- JANCOVICH, Mark, Lucy FAIRE a Sarah STUBBINGS. *The Place of the Audience: Cultural Geographies of Film Consumption*. London: British Film Institute, 2003. ISBN 08-517-0942-7.
- JENNIFER, Jordan. Collective Memory and Locality in Global Cities. In: KRAUSE, Linda a Patrice PETRO (eds.). *Global Cities: Cinema, Architecture, and Urbanism in a Digital Age*. New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press, 2003. ISBN 0813532760.
- JIRÁK, Jan a Barbara KÖPPLOVÁ. *Média a společnost*. Vyd. 2. Praha: Portál, 2007. ISBN 978-807-3672-874.
- KAFUŇKOVÁ, Martina. *Projekce artových filmů v multikině Cinestar Anděl*. Praha, 2011. Bakalářská práce. Fakulta podnikohospodářská Vysoké školy ekonomické v Praze. Vedoucí práce Jan Hanzlík.

KAŠPAROVÁ, Barbora. *Marketingový mix multikina Cinestar v Českých Budějovicích*. Praha, 2010. Bakalářská práce. Fakulta podnikohospodářská Vysoké školy ekonomické v Praze. Vedoucí práce Jan Hanzlík.

KENDALL, Gavin a Gary WICKHAM. *Using Foucault's Methods*. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications, 1999. ISBN 07-619-5716-2.

KOTÍK, Martin. *Struktura a strategie multiplexu*. Praha, 1998. Diplomová práce. Filmová a televizní fakulta Akademie múzických umění v Praze. Vedoucí práce Aleš Danielis.

KUČERA, Jakub. Filmový žánr. *Cinepur*. [online]. 2006 [cit. 2012-08-25]. Dostupné z: <<http://cinepur.cz/article.php?article=942>>.

KRAUSE, Linda a Patrice PETRO (eds.). *Global Cities: Cinema, Architecture, and Urbanism in a Digital Age*. New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press, 2003. ISBN 08-135-3276-0.

LÁŠTICOVÁ, Barbara a Magda PETRJÁNOŠOVÁ. Analýza tlače: Významy, záujmy, sociálne praktiky. In: PETRJÁNOŠOVÁ, Magda, Radomír MASARYK a Barbara LÁŠTICOVÁ. *Kvalitatívny výskum vo verejnom priestore: Príspevky zo 7. česko-slovenskej konferencie Kvalitatívny prístup a metódy vo vedách o človeku*. Bratislava: Kabinet výskumu sociálnej a biografickej komunikácie SAV a Pedagogická fakulta Univerzity Komenského v Bratislave, 2008, s. 131–135. ISBN 978-80-900981-9-0.

LEWIS, John. Following the Money in America's Sunniest Company Town. Some Notes on the Political Economy of the Hollywood Blockbuster. In: STRINGER, Julian. *Movie Blockbusters*. New York: Routledge, 2003, s. 61–70. ISBN 04-152-5609-7.

LONDON ECONOMICS, BIPE CONSEIL a MEDIA SALLES. *White Book of the European Exhibition Industry*. Vol. 1 [online]. 1994. vyd. [cit. 2012-07-30]. 2nd ed. Dostupné z: <<http://www.mediasalles.it/whiteboo/wbvol1.htm#1>>

LONDON ECONOMICS, BIPE CONSEIL a MEDIA SALLES. *White Book of the European Exhibition Industry*. Vol. 2 [online]. 1994. vyd. [cit. 2012-07-30]. 2nd ed. Dostupné z: <<http://www.mediasalles.it/whiteboo/wbvol2.htm#1>

LYONS, James. What About the Popcorn? Food and the Film-Watching Experience. In: BOWER, Anne. *Reel Food: Essays on Food and Film*. New York: Routledge, 2004, s. 311–333. ISBN 041597111X.

MALÁ, Kateřina. *Digitální technologie v českých kinech*. Praha, 2010. Bakalářská práce. Fakulta podnikohospodářská. Vysoká školy ekonomická v Praze. Vedoucí práce Jan Hanzlík.

MCQUAIL, Denis. *Úvod do teorie masové komunikace*. Vyd. 3. Překlad Marcel Kabát. Praha: Portál, 2007, 447 s. ISBN 978-807-3673-383.

MERRITT, Russell. The Nickeloden Theater, 1905–1914: Buidling an Audience for the Movies. In: HARK, Ina Rae. *Exhibition: the Film Reader*. New York: Routledge, 2002, s. 21–29. ISBN 978-0415235181.

MISKELL, Peter. *A Social History of the Cinema in Wales, 1918–1951: Pulpits, Coal Pits and Fleapits*. Cardiff: University of Wales Press, 2006. ISBN 978-070-8318-782.

Viz např. MOORE, Carmella C. a Holly F. MATTHEWS (eds.). *The Psychology of Cultural Experience*. New York: Cambridge University Press, 2001. ISBN 0-521-00552-3.

MOUL, Charles C. *A Concise Handbook of Movie Industry Economics*. New York: Cambridge University Press, 2005. ISBN 05-218-4384-7.

MOŽNÝ, Ivo. *Proč tak snadno... Některé rodinné důvody sametové revoluce: Sociologický esej*. 3. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2009. ISBN 978-807-4190-131.

NEALE, Steve. Hollywood Blockbusters: Historical Dimensions. In: STRINGER, Julian. *Movie Blockbusters*. New York: Routledge, 2003, s. 47–60. ISBN 04-152-5609-7.

NEKVAPIL, Jiří. Úvodem k monotematickému číslu “Analýza promluv a textů, analýza diskurzu”. *Sociologický časopis*. 2006, roč. 42, č. 2, s. 263–267. ISSN 0038-0288.

PASEKOVÁ, Lucie. *Fenomén multikino*. Brno, 2011. Diplomová práce. Filozofická fakulta Masarykovy univerzity v Brně. Vedoucí práce Viktor Pantůček.

PAUL, William. The K-mart Audience at the Mall Movies. In: HARK, Ina Rae. *Exhibition: the Film Reader*. New York: Routledge, 2002, s. 77–88. ISBN 978-0415235181.

PAUL, Willilam. The K-mart Audience at the Mall Movies. In: WALLER, Gregory A. *Moviegoing in America: A Sourcebook in the History of Film Exhibition*. Malden, MA: Blackwell Publishers, 2002, s. 282–295. ISBN 06-312-2592-7.

PERREN, Alisa. Producing Filmed Entertainment. In: DEUZE, Mark. *Managing Media Work*. Thousand Oaks, Calif.: SAGE, 2011, 155–164. ISBN 978-141-2971-249.

PERRUT, Jean-François. L'implantation des multiplexes dans le territoire lorrain: Une modernisation ambiguë. *Géographie et cultures*. 2005, č. 53, s. 39–58. ISSN 1165-0354.

PETRJÁNOŠOVÁ, Magda a Barbara LÁŠTICOVÁ. Nesem vám noviny, poslouchejte: metodologické úskalí analýzy tlače. In: ŘEHAN, Vladimír a Matuš Šucha. *Kvalitativní přístup a metody ve vědách o člověku VI: Vybrané aspekty teorie a praxe*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta 2007, s. 129–139. ISBN 978-80-900981-9-0. Dostupné též online: <http://www.upol.cz/fileadmin/user_upload/Veda/AUPO/Psychologica_37-sup.pdf>

PETRUSEK, Miloslav. *Společnosti pozdní doby*. Praha: Sociologické nakladatelství (SLON), 2006. ISBN 978-808-6429-632.

- PONDĚLÍČEK, Ivo a Karel MORAVA. *Filmologický sborník V. Proměny filmového hlediště v ČSR (1966–1968)*. Praha: Český filmový ústav, 1969.
- PONDĚLÍČEK, Ivo, Jan SVOBODA a Jaromír BULÍČEK. *Filmologický sborník VIII. Film jako fenomén masové kultury*. Praha: ČFÚ, 1971.
- POTTER, Jonathan. *Representing Reality: Discourse, Rhetoric and Social Construction*. Thousand Oaks, CA: Sage, 1996. ISBN 08-039-8411-1.
- PTÁČEK, Luboš. Chronotop. *Cinepur*. 2008, roč. 12, č. 27, s. 58. ISSN 0862-397X. [online]. 2012 [cit. 2012-08-03]. Dostupné též z: <<http://cinepur.cz/article.php?article=4>>.
- RAITORALOVÁ, Olga. *Digitalizace kin. Technická studie*. Praha: MK ČR. [online]. 2008 [cit. 2012-08-03]. Dostupné z: <http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/kinematografie/Technicka_studie_2008.pdf>.
- RAITORALOVÁ, Olga. *Analyza návštěvnosti českých kin: Vývoj a prognóza*. Praha, 2007. Diplomová práce. Filmová a televizní fakulta Akademie múzických umění v Praze. Vedoucí práce Ivo Andrlé. Dostupné z: <http://www.kinosvetozor.cz/_download/MP_Analyza_navstevnosti_ceskych_kin.pdf>.
- RESTIVO, Sal a Jennifer CROISSANT. Social Constructionism in Science and Technology Studies. In: HOLSTEIN, James A. a Jaber F. GUBRIUM. *Handbook of Constructionist Research*. New York: Guilford Press, 2008, s. 213–229. ISBN 9781593853051, s. 214.
- RITZER, George. *The Globalization of Nothing*. Thousand Oaks, Calif.: Pine Forge Press, 2004. ISBN 07-619-8807-6.
- ROCKETT, Kevin a Emer ROCKETT. *Film Exhibition and Distribution in Ireland, 1909–2010*. Portland, OR: Four Courts Press, 2011. ISBN 978-184-6823-169.

ŘEHÁČKOVÁ, Dana. Konstruování maskulinity v časopisech životního stylu pro muže. *Sociologický časopis*. 2006, roč. 42, č. 2, s. 291-327. ISSN 0038-0288.

SALT, Barry. *Moving Into Pictures. More on Film History, Style, and Analysis*. London: Starword, 2006. ISBN 978-0-9509066-4-5.

SASSEN, Saskia. Reading the City in a Global Digital Age: Between Topographic Representation and Spatialized Power Projects. In: KRAUSE, Linda a Patrice PETRO (eds.). *Global Cities: Cinema, Architecture, and Urbanism in a Digital Age*. New Brunswick, N.J.: Rutgers University Press, 2003, s. 15–30. ISBN 0813532760.

SÉNÉCAL, Gilles. Les mégaplexes cinématographiques et le nouvel environnement périurbain de la région métropolitaine de Montréal. *Géographie et cultures*. 2005, č. 53, s. 5–20. ISSN 1165-0354.

SHIEL, Mark a Tony FITZMAURICE. *Cinema and the City: Film and Urban Societies in a Global Context*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd, 2001. ISBN 0-631-22244-8.

SHIEL, Mark. Cinema and the City in History and Theory. In: SHIEL, Mark a Tony FITZMAURICE. *Cinema and the City: Film and Urban Societies in a Global Context*. Oxford: Blackwell Publishers Ltd, 2001, s. 1–18. ISBN 0-631-22244-8.

SCHILLER, Suzanne I. The Relationship Between Motion Picture Distribution and Exhibition: An Analysis of the Effects of Anti-blind-bidding Legislation. In: HARK, Ina Rae. *Exhibition: the Film Reader*. New York: Routledge, 2002, s. 91–106. ISBN 978-0415235181.

SILVERMAN, David. *Interpreting Qualitative Data: Methods for Analysing Talk, Text, and Interaction*. 2nd ed. Thousand Oaks, Calif.: Sage Publications, 2003. ISBN 0761968655.

SILVERMAN, David. *Akorobiť kvalitatívny výskum: praktická príručka*. Bratislava: Ikar, 2005. Pegas (Ikar). ISBN 80-551-0904-4.

- SKOPAL, Pavel. Blockbuster: Od klasického k novému Hollywoodu. *Cinepur*. 2001, roč. 10, č. 18, s. 8–13. ISSN 1213-516x.
- SKOPAL, Pavel. Editorial. Technika a technologie v dějinách médií. *Illuminace*. 2007, roč. 19, č. 4, s. 27–28. ISSN 0862-397X.
- SKOPAL, Pavel. Globální Hollywood a domácí kino. Rozhovor s Barbarou Klingerovou. *Illuminace*. 2007, roč. 17, č. 4, s. 145–158. ISSN 0862-397X.
- SMITH Justin. Cinema for Sale: The Impact of the Multiplex on Cinema-going in Britain, 1985–2000. *Journal of British cinema and television*. roč. 2, č. 2. s. 242–255. ISSN 1743-4521.
- STRINGER, Julian. *Movie Blockbusters*. New York: Routledge, 2003. ISBN 04-152-5609-7.
- STRINGER, Julian. Introduction. In: STRINGER, Julian. *Movie Blockbusters*. New York: Routledge, 2003, s. 1–14. ISBN 04-152-5609-7.
- STRUSKOVÁ, Eva. *Vývojové tendence kina*. Praha: ČSFÚ, 1981.
- SZCZEPANIK, Petr a Jaroslav ANDĚL (eds.). *Stále kinema: antologie českého myšlení o filmu 1904–1950*. Praha: Národní filmový archiv, 2008. ISBN 978-80-7004-136-9
- SZCZEPANIK, Petr. Úvod. Nová filmová historie, kulturní dějiny a archeologie médií. In: SZCZEPANIK, Petr. *Nová filmová historie: Antologie současného myšlení o dějinách kinematografie a audiovizuální kultury*. Praha: Herrmann a synové, 2004, s. 9–41. ISBN X21118.
- ŠAFR, Jiří. *Životní styl a sociální třídy: vytváření symbolické kulturní hranice diferenciací vkusu spotřeby*. Praha: Sociologický ústav AV ČR, 2008. Sociologické disertace. ISBN 978-807-3301-545.
- TABERY, Karel. Mizející svět biografů. In: TABERY, Karel (ed.). *Kinofikace Moravy: Bruntál, Bystřice pod Hostýnem, Bzenec, Havířov, Holešov, Jihlava,*

Kroměříž, Luhačovice, Nový Jičín, Šumperk, Uherské Hradiště, Zlín. Olomouc: Univerzita Palackého, Filozofická fakulta, 2004, s. 5-7. ISBN 80-244-0820-1.

THOMPSON, Kristin. *Storytelling in the new Hollywood: understanding classical narrative technique.* Cambridge, Mass.: Harvard University Press, 1999, ISBN 06-748-3975-7.

VALCK, Marijke de. *Film Festivals: From European Geopolitics to Global Cinephilia.* Amsterdam: Amsterdam University Press, 2007, ISBN 978-905-3561-928.

VARIETY STUFF. Obituary: Albert Bert. Co-chair of Kinopolis Group. *Variety*. 23. 5. 2002. [online]. [cit. 2012-07-30]. Dostupné z: <<http://www.variety.com/article/VR1117867524>.

VÁVRA, Martin, Tomáš ČÍŽEK a Ondřej ŠPAČEK. Český filmový divák. Sociologická charakterizace na základě kvantitativních šetření. *Illuminace*. 2010, roč. 22, č. 4, s. 107–125. ISSN 0862-397X.

Velký sociologický slovník: I. svazek. A-O. 1. vyd. Praha: Univerzita Karlova, 1996. ISBN 80-718-4164-1.

WALLER, Gregory A. (ed.) *Moviegoing in America: A Sourcebook in the History of Film Exhibition.* Malden, MA: Blackwell Publishers, 2002. ISBN 06-312-2592-7.

WILDSCHUT, Tim, Constantine SEDIKIDES a Clay ROUTLEDGE. Nostalgia – From cowbells to the meaning of life. *The Psychologist*. 2008, roč. 21, č. 1, s. 20–23. ISSN 0952-8229. Dostupné též z: <http://www.thepsychologist.org.uk/archive/archive_home.cfm/volumeID_21-editionID_155-ArticleID_1292-getfile_getPDF/thepsychologist%5C0108wild.pdf>.

WILLINSKY, Barbara. Discourses on Art Houses in the 1950s. In: HARK, Ina Rae. *Exhibition: the Film Reader.* New York: Routledge, 2002, s. 51–65. ISBN 978-0415235181.

WILINSKY, Barbara. *Sure Seaters: The Emergence of Art House Cinema*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2001. ISBN 08-166-3563-3.

WASKO, Janet. *How Hollywood works*. Thousand Oaks, Calif.: SAGE, 2003, ISBN 07-619-6814-8.

ŽIŽEK, Slavoj. *Mluvil tu někdo o totalitarismu?*. Praha: Tranzit, 2007. ISBN 80-903-4528-X, s. 140 a 146. Dostupné též z:

<http://i.nyx.cz/files/00/00/03/52/352607_2dfd5b1a86cdecf35506.pdf>.

Prameny

Časopis *Filmový přehled*, ročníky 2001–2009.

Časopis *Pražská pětka*, ročníky 2001–2008.

E-mailová korespondence s Davidem Dvořákem, manažerem kina Palace Cinemas Nový Smíchov, z období 16. 9. 2008–24. 6. 2009.

E-mailová korespondence se Zuzanou Grnáčovou, office manažerkou kina Village Cinemas Anděl, z období 18. 6. 2009–30.6.2009.

International Movie Database <<http://www.imdb.com>>.

Internetové stránky Association Française des Cinémas d'Art et d'Essai <<http://www.art-et-essai.org/>>.

Internetové stránky Centre national du cinéma et de l'image animée <<http://www.cnc.fr/>>.

Internetové stránky Českého statistického úřadu <<http://www.czso.cz/>>.

Internetové stránky Ministerstva kultury české republiky <www.mkcr.cz>.

Internetové stránky kina Světozor <<http://www.kinosvetozor.cz>>.

Internetové stránky sítě kin Cinestar <<http://www.cinestar.cz>>.

Internetové stránky sítě kin Kinopolis <<http://corporate.kinopolis.com>>.

Internetové stránky sítě kin Palace Cinemas <<http://www.palacecinemas.net>>.

Internetové stránky sítě kin Village Cinemas <<http://www.villagecinemas.cz>>.

Internetové stránky obchodní skupiny Village Roadshow Limited

<<http://www.villageroadshow.com.au>>.

Internetové stránky Unie filmových distributorů. <<http://www.ufd.cz>>.

Internetové stránky Unie vydavatelů. <<http://www.unievydavatelu.cz>>.

Interní materiály Unie filmových distributorů.

Mediální databáze Newton IT.

NÁRODNÍ INFORMAČNÍ A PORADENSKÉ STŘEDISKO PRO KULTURU.
Kultura České republiky v číslech. Vybrané údaje ze statistických šetření. Praha:
NIPOS, 2011.

MINISTERSTVO KULTURY ČESKÉ REPUBLIKY. *Sborník statí o kultuře v České republice po roce 1989.* Praha: Ministerstvo kultury ČR, 1999, ISBN 80-863-1002-7.

MINISTERSTVO KULTURY ČESKÉ REPUBLIKY. *Sborník statí o kultuře v letech 1998–2003.* Praha: Ministerstvo kultury ČR, 2004, ISBN 80-706-8180-2.

MINISTERSTVO KULTURY ČESKÉ REPUBLIKY. *Sborník statí o kultuře v letech 2004–2009.* Praha: Ministerstvo kultury ČR, 2009, ISBN 80-706-8180-2.

MINISTERSTVO KULTURY ČESKÉ REPUBLIKY. *Zpráva stavu české kinematografie v roce 1996.* Praha: Ministerstvo kultury České republiky, 1997.

MINISTERSTVO KULTURY ČESKÉ REPUBLIKY. *Zpráva stavu české kinematografie v roce 1997.* Praha: Ministerstvo kultury České republiky, 1998.

MINISTERSTVO KULTURY ČESKÉ REPUBLIKY. *Zpráva stavu české kinematografie v roce 1998.* Praha: Ministerstvo kultury České republiky, 1999.

MINISTERSTVO KULTURY ČESKÉ REPUBLIKY. *Zpráva stavu české kinematografie v roce 1999.* Praha: Ministerstvo kultury České republiky, 2000.

MINISTERSTVO KULTURY ČESKÉ REPUBLIKY. *Zpráva stavu české kinematografie v roce 2000.* Praha: Ministerstvo kultury České republiky, 2001.

MINISTERSTVO KULTURY ČESKÉ REPUBLIKY. *Zpráva stavu české kinematografie v roce 2001.* Praha: Ministerstvo kultury České republiky, 2002.

MINISTERSTVO KULTURY ČESKÉ REPUBLIKY. *Zpráva stavu české kinematografie v roce 2002*. Praha: Ministerstvo kultury České republiky, 2003.

MINISTERSTVO KULTURY ČESKÉ REPUBLIKY. *Zpráva stavu české kinematografie v roce 2004*. Praha: Ministerstvo kultury České republiky, 2005.
Dostupné též online: <<http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/kinematografie/Zprava-o-ceske-kinematografii-v-roce-2004.pdf>>.

MINISTERSTVO KULTURY ČESKÉ REPUBLIKY. *Zpráva stavu české kinematografie v roce 2005*. Praha: Ministerstvo kultury České republiky, 2006.
Dostupné též online: <<http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/kinematografie/Zprava-o-ceske-kinematografii-v-roce-2005.pdf>>.

MINISTERSTVO KULTURY ČESKÉ REPUBLIKY. *Zpráva stavu české kinematografie v roce 2006*. Praha: Ministerstvo kultury České republiky, 2007.
Dostupné též online: <<http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/kinematografie/Zprava-o-ceske-kinematografii-v-roce-2006.pdf>>.

MINISTERSTVO KULTURY ČESKÉ REPUBLIKY. *Zpráva stavu české kinematografie v roce 2007*. Praha: Ministerstvo kultury České republiky, 2008.
Dostupné též online: <<http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/kinematografie/Zprava-o-ceske-kinematografii-v-roce-2007.pdf>>.

MINISTERSTVO KULTURY ČESKÉ REPUBLIKY. *Zpráva stavu české kinematografie v roce 2008*. Praha: Ministerstvo kultury České republiky, 2009.
Dostupné též online: <<http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/kinematografie/Zprava-o-ceske-kinematografii-v-roce-2008.pdf>>.

MINISTERSTVO KULTURY ČESKÉ REPUBLIKY. *Zpráva stavu české kinematografie v roce 2009*. Praha: Ministerstvo kultury České republiky, 2010.
Dostupné též online: <<http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/kinematografie/Zprava-o-ceske-kinematografii-v-roce-2009.pdf>>.

MINISTERSTVO KULTURY ČESKÉ REPUBLIKY. *Zpráva stavu české kinematografie v roce 2010*. Praha: Ministerstvo kultury České republiky, 2011.

Dostupné též online: <<http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/kinematografie/Zprava-o-ceske-kinematografii-v-roce-2010.pdf>>.

MINISTERSTVO KULTURY ČESKÉ REPUBLIKY. *Zpráva stavu české kinematografie v roce 2011*. Praha: Ministerstvo kultury České republiky, 2012.

Dostupné též online: <<http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/kinematografie/Zprava-o-ceske-kinematografii-v-roce-2011.pdf>>.

POLICIE ČESKÉ REPUBLIKY. Kriminální mládež. [online]. 2011 [cit. 2012-08-25]. Dostupné: <<http://www.policie.cz/clanek/kriminalita-mladeze.aspx>>.

PRO – DIGI, O.S. a DIGITALNIKINO.CZ. Digitální kina dle standardu DCI v České republice k 27. srpnu 2012. [online]. 2012 [cit. 2012-08-27]. Dostupné z: <<https://spreadsheets.google.com/pub?key=tv8XaHSMS9khoyLU5hunrxA&single=true&gid=0&output=html>>.

Programy kin Village Cinemas a Palace Cinemas.

Propagační materiály z konference *Digital Cinema 2008. Middle East Europe D-Cinema Conference*. Praha, Palace Cinemas Hostivař, 30. 9. 2008.

Přednášky z konference *Digitalizace – zkáza i záchrana malých kin*. Praha, Světozor, 7. 4. 2012. [online]. 2012 [cit. 2012-08-27]. Dostupné též z z: <<https://www.dropbox.com/sh/krqydwezvfs01qu/paExtRa5bp>>.

Citované články z denního tisku

3D: když vám Shrek nepodá ruku, kino nemá šanci. *Mladá fronta DNES*. Kraj Hradecký. 15. 1. 2011, s. 2. ISSN1210-1168.

BAN. Kino v Besedě nabídne filmy ve stejný čas jako multiplexy. *Mladá fronta DNES*. Kraj Plzeňský. 29. 6. 2011, s. 3. ISSN 1210-1168.

BAROCH, Pavel. Jednu továrnu nahradila jiná, nakupovací. *Hospodářské noviny*. Z domova. 22. 7. 2005, s. 4. ISSN 1213-7693.

BARTONÍČEK, Radek. Kino v Ostrohu končí, loučili se s ním diváci i promítač. *Mladá fronta DNES*. Kraj Zlínský. 7. 3. 2011, s. 3. ISSN 1210-1168.

BEŇOVÁ, Bibiana. Globalizace má mnoho podob. *Mladá fronta DNES*. Praha. 22. 10. 2001, s. 2. ISSN 1210-1168.

BEŇOVÁ, Bibiana. Na Smíchově se otevře nové multikino. *Idnes.cz*. Kultura / Regiony – Praha. 11. 7. 2002. ISSN 1210-1168.

BIGAS ML., Jiří. Anděl se stal dalším centrem. *Metropolitní expres*. 24. 5. 2007, s. 15. ISSN 1211-7811.

BURSÍKOVÁ Ivana. Proboha, ne multikina a podobné projekty. *Mladá fronta DNES*. Praha. 7. 7. 2001, s. 9. ISSN 1210-1168.

ČTK, Premiéru Návratu krále si nenechali ujít ani politici a umělci. *Ceskenoviny.cz*. 15. 1. 2004. ISSN 1213-5003.

ČUŘÍK, Jaroslav. Obří centrum zábavy má odpůrce. *Mladá fronta DNES*. Jižní Morava. 24. 1. 2001, s. 1. ISSN 1210-1168.

DAZ. Digitalizace = nebýt pozadu s premiérami filmů. *Mladá fronta DNES*. Jižní Čechy. 30. 12. 2009, s. 1. ISSN 1210-1168.

DRÁPELOVÁ, Věra. Opera se v kině zabydlela. Může i soupeřit. *Mladá fronta DNES*. Kultura. 8. 4. 2010, s. 6. ISSN 1210-1168.

EK. „Fuj“, volali lidé před Špalíčkem. Je to přesně 10 let. *Mladá fronta DNES*. Jižní Morava. 31. 8. 2011, s. 2. ISSN 1210-1168.

ERA. Z kina má být taneční sál. *Mladá fronta DNES*. Kraj Hradecký. 15. 11. 2001, s. 2. ISSN 1210-1168.

FALOUT, Jiří. Jihočeský divák má rád české filmy. *Právo*. Kultura. 17. 3. 2011, s. 10. ISSN 1211-2119.

FIALOVÁ, Lucie a Helena VACKOVÁ. Nová centra změní Prahu. *Magazín Práva*. 16. 11. 2001, s. 4. ISSN 1211-2119.

- Fórum čtenářů. *Mladá fronta DNES*. Brno. 3. 9. 2011, s. 4. ISSN 1210-1168.
- FREISLER, Eduard. Jižní Město čeká zásadní změna. *Mladá fronta DNES*. Praha. 25. 6. 2001, s. 1. ISSN 1210-1168.
- GURYČA, Richard. Fellini a popcorn? *Mladá fronta DNES*. Praha. 2. 8. 2001, s. 1. ISSN 1210-1168.
- HČK, VAC, ZDE. Jak se žije penzistům v České republice? *Právo*. Téma dne. 14. 4. 2001, s. 6. ISSN 1211-2119.
- HOŘENÍ, Jaroslav. Opera v kině? Říkali nám, že jsme se zbláznili. *Mladá fronta DNES*. Kraj Liberecký. 23. 11. 2011, s. 5. ISSN 1210-1168.
- IPD. Vidět film o mučení je dost poučné. *Mladá fronta DNES*. Region Praha. 4. 4. 2001, s. 3. ISSN 1210-1168.
- JANDOVÁ, Jana a Jiří MACHÁČEK. Dvě známá kina končí. *Mladá fronta DNES*. Severní Morava a Slezsko. 25. 1. 2001, s. 1. ISSN 1210-1168.
- JANOŠKOVÁ, Jitka. Mrtvé zóny ožíví skleněné dominanty. *Blesk*. Praha. 12. 7. 2001, s. 3. ISSN 1213-8991.
- JANOŠKOVÁ, Jitka. Mrtvé zóny ožíví skleněné dominanty. *Blesk*. Praha. 12. 7. 2001, s. 3. ISSN 1213-8991.
- JAROŠOVÁ, Bohdana. Nákupní horečka stoupá. *Mladá fronta DNES*. Praha. 21. 6. 2008, s. 4. ISSN 1210-1168.
- JAZ. Pasáž oživila centrum, přitahuje však žebráky. *Mladá fronta DNES*. Střední Čechy. 31. 5. 2002, s. 7.
- Jsem důchodce. A to se vyplatí. *Blesk*. Speciální příloha. 25. 11. 2011, s. 21. ISSN 1213-8991.
- KAJAN, Martin a Martina KLAPALOVÁ. Multikina by měla opět přilákat zájem diváků. *Mladá fronta DNES*. Praha. 18. 1. 1996, s. 1. ISSN 1210-1168.

- KLAPALOVÁ, Martina. Nově otevřené multikino se těší velkému zájmu publika. *Mladá fronta DNES*. Praha. 11. 4. 1996, s. 1. ISSN 1210-1168.
- KLAPALOVÁ, Martina. Kina budou ubývat, ale filmový fanoušek plakat nemusí. *Mladá fronta DNES*. Kultura z Prahy. 7. 11. 1996, s. 4. ISSN 1210-1168.
- KLAPALOVÁ, Martina. Multikin nadále přibývá. *Slovo*. Praha a okolí. 13. 12. 2001, s. 17. ISSN 1211-6416.
- KLAPALOVÁ, Martina. V některých částech města nebude brzy ani jedno kino. *Mladá fronta DNES*. Praha. 10. 10. 1996, s. 1. ISSN 1210-1168.
- KOLÍNKOVÁ, Eliška. Legendární kino končí. Scala čeká už jen na zázrak. *Mladá fronta DNES*. Brno. 7. 3. 2011, s. 4. ISSN 1210-1168.
- KS. Ve slovanském domě by mělo vzniknout moderní multikino. *Mladá fronta DNES*. Praha. 18. 7. 1996, s. 1. 1210-1168.
- KUČERA, Leoš. Bradáč: Máme stejné šance jako provozovatelé multikin v Praze. *Mladá fronta DNES*. Kraj Hradecký. 25. 10. 2001, s. 3. ISSN 1210-1168.
- KUČERA, Leoš. Nastupuje multikino. Přežijí malé sály? *Mladá fronta DNES*. Kraj Hradecký. 25. 10. 2001, s. 3. ISSN 1210-1168.
- MAK. Lidé neodmítají zřízení multikina. *Mladá fronta DNES*. 23. 7. 1996, s. 2. ISSN 1210-1168.
- MAREČEK, Luboš. Multiplex hýbe osudy tradičních sálů. *Mladá fronta DNES*. Kultura z jižní Moravy. 28. 8. 2001, s. 3. ISSN 1210-1168.
- MERTOVOÁ, Dana. Proč jsou filmy drahé. *Blesk*. Praha. 3. 3. 2001, s. 3. ISSN 1213-8991.
- MIKULIČKA, Jan. „Dřív Febiofest pomáhal kinům přežít. Teď tříbíme vkus diváků“. *Mladá fronta DNES*. Kraj Liberecký. 6. 4. 2011, s. 5. ISSN 1210-1168.
- MIP. Filmům v kinech začnou konkurovat opery nebo fotbal. *Mladá fronta DNES*. Kraj Liberecký. 17. 9. 2008, s. 3. ISSN 1210-1168.

MÍŠ, Multikino Galaxie je tu právě rok. *Právo. Kultura*. 24. 3. 1997, s. 10. ISSN 1211-2119.

MÍŠ. První multikino již na jaře. *Právo. Kultura*. 6. 2. 1996, s. 9. ISSN 1211-2119.

MTŠ. První český multiplex zahájil. *Právo. Kultura*. 4. 4. 1996, s. 6. ISSN 1211-2119.

MÜLLEROVÁ, Eva. Kukuřičný popcorn není jen výsadou mladých. *Právo. Test servis*. 7. 9. 2001, s. 8. ISSN 1211-2119.

NOVÁ, Kateřina. Do centra jen s naditou peněženkou. *Blesk. Praha*. 9. 5. 2001, s. 3. ISSN 1213-8991.

PAVELKOVÁ, Anna a Luděk NAVARA. Centrum se změnilo. *Mladá fronta DNES. Jižní Morava*. 28. 8. 2001, s. 2. ISSN 1210-1168.

PAVELKOVÁ, Anna. U Velkého špalíčku létala rajčata. *Mladá fronta DNES. Jižní Morava*. 1. 9. 2001, s. 1. ISSN 1210-1168.

PEŠKA, Marek. Kina uvedou filmové hity, promítnou je za 69 korun. *Mladá fronta DNES. Praha*. 8. 2. 2011, s. 6. ISSN 1210-1168.

Piráti z Karibiku – Na konci světa v předpremiéře a bez přestávky. *Pražský deník. Kultura / Praha*. 23. 5. 2007, s. 18. ISSN 1802-0569.

PKA. Bojovat s multikiny téměř nelze. *Mladá fronta DNES. Ze Severní Moravy a Slezska*. 26. 4. 2001, s. 2. ISSN 1210-1168.

RAUFER, Václav. Smíchov mění svou tvář. *Večerník Praha. Téma*. 10. 7. 2001, s. 3. ISSN 1210-1117.

SPÁČILOVÁ, Mirka. Američané učí Evropu, jak zacházet s filmy. *Mladá fronta DNES. Kultura*. 15. 8. 1996, s. 16. ISSN 1210-1168.

SPÁČILOVÁ, Mirka. Kina třetího tisíciletí slibují návrat diváků. *Mladá fronta DNES. Kultura*. 1. 4. 1996, s. 11. ISSN 1210-1168.

SPÁČILOVÁ, Mirka. První multiplex zatím čeká na následovníky. *Mladá fronta DNES*. Kultura. 22. 3. 1997, s. 18. ISSN 1210-1168.

STRAŇÁK, Vít. Multikino je velká hra na možnost výběru. *Mladá fronta DNES*. Trend. 2. 11. 1996, s. 8. ISSN 1210-1168.

ŠKODA, Jan. Multikino slaví 9. narozeniny. Jako první uvede Havlovo Odcházení. *Mladá fronta DNES*. Jižní Čechy. 19. 3. 2011, s. 1. ISSN 1210-1168.

TRDLA, Martin. Hřebejk: Malé fungující kino, to je radost. *Mladá fronta DNES*. Kraj Liberecký. 24. 1. 2011, s. 3. ISSN 1210-1168.

TRDLA, Martin. Obří obchodní centrum: za 2 roky 15 milionů lidí. *Mladá fronta DNES*. Kraj Liberecký. 26. 2. 2011, s. 3. ISSN 1210-1168.

TST. Špičkový zvuk a obraz. Jen to přitáhne více lidí *Mladá fronta DNES*. Kraj Moravskoslezský. 31. 2. 2011, s. 3. ISSN 1210-1168.

VW. Anděl bude i pro zamilované. *Střední Čechy*. Praha. 18. 7. 2002, s. 22. ISSN 1802-0569.

ZAJÍČKOVÁ, Eva. Kina se začínají obávat nového konkurenta. *Mladá fronta DNES*. Kultura – Jižní Čechy. 22. 3. 2001, s. 3. ISSN 1210-1168.

ZAL. Messi byl ve 3D. *Blesk*. Sport. 18. 4. 2011, s. 21. ISSN 1213-8991.

Citované články z časopisu *Cinepur*

DANIELS, Aleš a Přemysl MARTINEK. Dvě ohlédnutí za distribučním rokem 2008. *Cinepur*. 2009, roč. 18, č. 62, s. 8–9. ISSN 0862-397X.

DANIELS, Aleš. Filmová distribuce / Pod vlivem politických a technologických změn. *Cinepur*. 2010, roč. 19, č. 70, s. 2–3. ISSN 0862-397X.

DANIELS, Aleš. Rok změny / Česká filmová distribuce 2009. *Cinepur*. 2010, roč. 19, č. 68, s. 13. ISSN 0862-397X.

MARTINEK, Přemysl. Digitalizace českých kin / Snad ještě není pozdě. *Cinepur*. 2008, roč. 17, č. 58, s. 6. ISSN 0862-397X.

MARTINEK, Přemysl. Digitalizace českých kin / Snad ještě není pozdě. *Cinepur*. 2008, roč. 19, č. 4, s. 27–28. ISSN 0862-397X. [online]. 2012 [cit. 2012-08-03]. Dostupné též z: <<http://cinepur.cz/article.php?article=1474>>.

MARTINEK, Přemysl. Rok Avatara / Distribuční rok 2009. *Cinepur*. 2010, roč. 17, č. 68, s. 12. ISSN 0862-397X.

MARTINEK, Přemysl. V kině se mi líbí-nelíbí / Klinická smrt české kinematografie. *Cinepur*. 2009, roč. 20, č. 73, s. 13. ISSN 0862-397X.

MARTINEK, Přemysl. Zapomeňte na Jarmusche, jdeme na fotbal / Dnešní alternativa vůči mainstreamu. *Cinepur*. 2010, roč. 19, č. 70, s. 6–7. ISSN 0862-397X. [online]. 2012 [cit. 2012-08-03]. Dostupné též z: <<http://cinepur.cz/article.php?article=1900>>.

VÍTEK, Petr. 3D realita / Technologické zázemí stereoskopie v ČR. *Cinepur*. 2009, roč. 18, č. 64, s. 4–5. ISSN 0862-397X.

VÍTEK, Petr. 3D vrací úder. *Cinepur*. 2009, roč. 17, č. 60, s. 8. ISSN 0862-397X.

VÍTEK, Petr. Digitalizace českých kin / Ještě není pozdě. *Cinepur*. 2008, roč. 19, č. 59, s. 13. ISSN 0862-397X.

Citované články z časopisu *Pražská pětka*

Jean Nouvel a architektura Zlatého Anděla. *Pražská pětka*. 2000, č. 10, s. 4.

RŮŽIČKA, Ivan. Centrum Smíchova a doprava. *Pražská pětka*. 2000, č. 12, s. 4.

Citované filmy

10 000 PŘ. N. L. (10,000 B.C.)

2 dny v Paříži (2 Days in Paris, 2007)

Anděl Exit (2000)

Angelika a král (Angélique et le roy, 1966)

Avatar (2009)

Bathory (2008)

Bláznovo zlato (Fool's Gold, 2008)

Casino Royal (2006)

Cesta do středu země (Journey to the Center of the Earth 3D, 2008)

Čelisti (1975)

Čtvery vánoce (Four Christmases, 2008)

Den nezávislosti (Den nezávislosti, 1996)

Doba Ledová 2: Obleva (Ice Age: The Meltdown, 2006)

Dokaž to! (Make It Happen, 2008)

Dostaňte agenta Smarta (Get Smart, 2008)

Eragon (2006)

Garfield 2 (2006)

Holky to chtěj taky (Mädchen, Mädchen, 2001)

Chaotická Anna (Caótica Ana, 2007)

Já, legenda (I Am Legend, 2007)

Jan Saudek (Jan Saudek: V pekle svých vášní, ráj v nedohlednu, 2007)

Kájínek (2010)

Karamazovi (2008)

Kdo je tady ředitel (Direktøren for det hele, 2006)

Kdyby tisíc klarinetů (1964)

Kolja (1996)

Králova přízeň (The Other Boleyn Girl, 2008)

Kung-fu Panda (2008)

Kurz negativního myšlení (Kunsten å tenke negativt, 2006)

Labyrint lži (Body of Lies, 2008)

Letopisy Narnie: Lev, čarodějnice a skříň (The Chronicles of Narnia: The Lion, the Witch and the Wardrobe, 2005)

Mama Mia! (Mamma Mia!, 2008)

Moje borůvkové noci (My Blueberry Nights, 2007)

Než si pro nás přijde (The Bucket List, 2007)

Noc patří nám (We Own the Night, 2007)

Noci v Rodante (Nights in Rodanthe, 2008)

Občan Havel (2007)

Odcházení (2011)

Once (2008)

Oni (The Strangers, 2008)

Pán prstenů: : Společenstvo prstenu (The Lord of the Rings: The Fellowship of the Ring, 2001)

Paříži, miluji tě (Paris, je t'aime, 2006)

Piráti z Karibiku – Na konci světa (Pirates of the Caribbean: At World's End, 2007)

Pupendo (2003)

Sex ve městě (Sex and the City: The Movie, 2008)

Shrek: Zvonec a konec (Shrek Forever After, 2010)

Simpsonovi (The Simpsons Movie, 2007)

Smrt on-line (Untraceable, 2008)

Speed Racer (Speed Racer, 2008)

Star Wars: Klonové války (Star Wars: The Clone Wars, 2008)

Statečné srdce (Braveheart, 1995)

Sweeney Todd: Ďábelský holič z Fleet Street (Sweeney Todd, 2007)

Temný rytíř (The Dark Knight, 2008)

Tmavomodrý svět (2001)

Ty, který žiješ (Du levande, 2007)

UŽ (1995)

Zabriskie Point (1970)

Zakázané království (The Forbidden Kingdom, 2008)

Ženy v pokušení (2010)

Abstrakt

Název: *Kulturní zkušenost z českých multikin. Analýza diskurzu*

Tato studie se zaměřuje na proměnu kulturní zkušenosti z veřejného filmového představení vlivem nástupu multikin v České republice, a to od roku 1996, kdy vzniklo první české multikino, až do roku 2011. Metodologicky vychází z kvalitativně orientované diskurzní analýzy a navazuje především na práci Charlese Aclanda. Nejprve shrnuje literaturu k tématu multikin i k dalším tématům, která jsou s multikiny v odborné literatuře spojována (blockbuster, amerikanizace, globalizace, digitalizace apod.). Následně specifikuje pracovní metodu a uvádí multikina do zahraničního historického kontextu. Poté se zaměřuje na to, jak byla multikina konstruována v českém denním tisku, v textech produkovaných veřejnou správou a v částečně i v textech aktérů filmového průmyslu. Pozornost je věnována také programu dvou vybraných multikin. Práce dochází k závěru, že kulturní zkušenost z multikin je charakteristická důrazem na kontinuální technologické a technické inovace, asociací s procesem globalizace, ale také konstruováním distinkce mezi vysokou a nízkou kulturou v oblasti kin, která je nestabilní a kontinuálně vyjednávaná jak v mediálním diskurzu, tak v dramaturgii kin.

Klíčová slova: multikina, multiplexy, globalizace, amerikanizace, digitalizace kin

Summary

Title: *Cultural Experience of Czech Multiplex Cinemas: A Discourse Analysis*

The thesis focuses on the transformation of cultural experience related to public film screening triggered by the advent of multiplex cinemas in the Czech Republic (from 1996, when the first Czech multiplex was established, to 2011). The study is methodologically inspired by qualitative discourse analysis and particularly influenced by the work of Charles Acland. It presents an overview of literature related to multiplex cinemas, as well as to other themes commonly associated with multiplexes (e. g. blockbuster, americanization, globalization, digitization etc.). Subsequently the method of analysis is introduced as well as a brief history of multiplex cinemas in an international context. This introduction is followed by an analysis of the construction of multiplexes in the Czech daily newspapers, in texts produced by public administration and partly also in texts produced by film industry professionals. Then the study focuses on programs of two multiplexes selected for a case study. It concludes with the assertion that cultural experience of multiplexes is characteristic of the construction of permanent technological transformations, of its association to the process of globalization, but also of the construction of distinctions between high and low culture in the field of film exhibition, which is unstable and continually negotiated both in media discourse and in the programs of movie theaters.

Keywords: multi-screen cinemas, multiplexes, globalization, americanization, digitization of cinemas

Počet příloh: 9 (tabulky)

Rozsah práce: 450 549 znaků

Jazyk: česky