

Univerzita Hradec Králové
Pedagogická fakulta
Katedra ruského jazyka a literatury

Filmový turismus

Bakalářská práce

Autor: Kateřina Řehořová
Studijní program: B7310 Filologie
Studijní obor: Cizí jazyky pro cestovní ruch –
německý jazyk/anglický jazyk
Vedoucí práce: Ing. Daniela Mandřáková
Oponent: Mgr. Jaroslav Sommer



Zadání bakalářské práce

Autor:	Kateřina Řehořová
Studium:	P18P0959
Studijní program:	B7310 Filologie
Studijní obor:	Cizí jazyky pro cestovní ruch - anglický jazyk, Cizí jazyky pro cestovní ruch - německý jazyk
Název bakalářské práce:	Filmový turismus
Název bakalářské práce AJ:	Film Tourism

Cíl, metody, literatura, předpoklady:

Tato práce se bude zabývat filmovým turismem - jeho historií, světovými lokacemi a možnostmi rozvoje. Práce dále bude navrhovat zájezd po filmových lokacích v Čechách, s vytvořenou mapou s místy, kde bylo realizováno filmové natáčení.

ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. Výkladový slovník cestovního ruchu. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012, 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

ORIEŠKA, Ján. Služby v cestovním ruchu. V Praze: Idea servis, 2010, 405 s. ISBN 978-80-85970-68-5.

Garantující pracoviště: Katedra ruského jazyka a literatury,
Pedagogická fakulta

Vedoucí práce: Ing. Daniela Mand'áková

Oponent: Mgr. Jaroslav Sommer

Datum zadání závěrečné práce: 19.12.2019

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto bakalářskou práci (Filmový turismus) vypracovala (pod vedením vedoucí bakalářské práce) samostatně a uvedla jsem všechny použité prameny a literaturu.

V Hradci Králové dne 26. 4. 2021

.....

Kateřina Řehořová

Anotace

ŘEHOŘOVÁ, Kateřina. *Filmový turismus*. Hradec Králové: Pedagogická fakulta Univerzity Hradec Králové, 2021. 64 s. Bakalářská práce.

Tato práce se bude zabývat filmovým turismem-jeho historií, světovými lokacemi a možnostmi rozvoje. Práce dále bude navrhopvat zájezd po filmových lokacích v Čechách, s vytvořenou mapou s místy, kde bylo realizováno filmové natáčení.

Klíčová slova: film, lokace, turismus, natáčení, produkce

Annotation

ŘEHOŘOVÁ, Kateřina. *Film Tourism*. Hradec Králové: Faculty of Education, University of Hradec Králové, 2021. 64 pp. Diploma Bachelor Degree Thesis.

This thesis will deal with the theme of Film Tourism – it's history, world famous locations and the possibilities of development. It will later propose a sight seeing tour among Czech places where filming took place.

Keywords: film, location, tourism, filming, production

Obsah

Úvod	8
1. Teorie.....	9
1.1 Definice filmového turismu	9
1.2 Historie filmového turismu	9
1.3 Nabídka a poptávka.....	12
1.4 Důležité faktory	13
1.5 Účast destinace samotné	14
1.6 Motivace filmového turisty	16
1.7 Pozitivní dopady filmového turismu.....	16
1.8 Negativní dopady filmového turismu	17
2. Světové filmové lokace	18
3. Filmový turismus v ČR.....	25
4.Česká natáčecí místa	27
4.1 Nepochopovaná natáčecí místa	27
4.2 Propagovaná natáčecí místa.....	28
4.3 Světově známá natáčecí místa u nás	30
5. Návrh zájezdu s filmovou tematikou v ČR.....	33
5.1 Program zájezdu	33
5.2 Itinerář zájezdu.....	34
5.3 Kalkulace zájezdu	35
5.4 Nepřímé náklady	35
6. Dotazníkové šetření.....	38
6.1 Závěr šetření	49
7. Závěr.....	51
8. Seznam literatury	53
9. Seznam příloh	62
10. Přílohy	63

Seznam použitých zkratk, značek, termínů a jiného označení

ČR	Česká republika
WTO	Světová organizace cestovního ruchu
MMR	Ministerstvo pro místní rozvoj
Blockbustery	Filmy vzbuzující masový zájem populace
Anime	Japonské animované filmy a seriály
Otaku	Fanoušek anime či mangy
Escape rooms	Únik z místnosti za pomoci nápověd

Úvod

Tato bakalářská práce se bude zabývat tematikou filmového turismu, jeho historií, rozmachem a případnou budoucností s možnostmi dalšího rozvoje, a na příkladech ze světových filmových lokací ukáže různé možnosti tohoto způsobu propagace. Hlavním cílem této práce bude prozkoumání dostupných filmových lokací v České republice, které by mohly přilákat více návštěvníků a ukázat, že je možné cestovat a navštěvovat místa i z jiných důvodů, například ochutnat atmosféru místa, kde se natáčel jistý oblíbený film či seriál, ať už ze světové produkce, nebo té české.

Dále bude navrhovat zájezd s filmovou nebo seriálovou tematikou, který by mohl v turistech vyvolat zájem o právě tento typ turistiky. Za tímto návrhem bude následovat průzkum poptávky u široké veřejnosti.

Jelikož spousta světových destinací rozšiřuje svůj potenciál právě nabídkou zájezdů a cest spojených s určitým filmovým či seriálovým fenoménem, myslím si, že by nebylo od věci, aby se tímto směrem vydala i Česká republika. Častokrát ani občané České republiky neví, kolik světových natáčení se u nás vlastně uskutečnilo, a nějaká taková informace by mohla v lidech vzbudit ještě větší zájem o cestování v jejich vlastní domovině.

Toto by mohla být jedna z dalších možností, jak by naše turistické destinace mohly zvyšovat jejich turistický potenciál. Dát návštěvníkům možnost vžít se na krátkou chvíli do jejich oblíbené seriálové postavy. Pokud by šlo o světové filmové lokace, které se u nás také nacházejí, nalákaly by určitě i zahraniční turisty, a to by napomohlo celkovému rozvoji cestovního ruchu v ČR.

Lákat by se ale nemuseli pouze rekreační návštěvníci, ale i samotní filmaři a filmové produkce. Ti by mohli shledat jak interiéry, tak exteriéry v ČR atraktivními při zvýšené spolupráci s filmovými kanceláři v jednotlivých krajích. Tímto typem spolupráce by začal celý nový koloběh filmového turismu.

1. Teorie

1.1 Definice filmového turismu

Termín filmový turismus může být definován jako cestování turistů za účelem navštívení nějakého místa či atrakce, která byla zaznamenána sérií pohyblivých obrázků, dále nazývaných jako film. Může se jednat o televizní či DVD film, seriál, ale klidně i hudební videoklip. I když je tento termín nejčastěji spojován s filmem jako takovým, můžou být do této kategorie zařazeny i různé cesty za filmovými hvězdami (jejich bydliště, oblíbená místa), na předávání cen nebo na lokální či světové filmové festivaly.

Filmový turismus můžeme zařadit pod tzv. kulturní turismus, ve kterém jsou návštěvníci připraveni se zabavit různými kulturními požitky, vzdělávat se, a dozvědět se něco nového o místní komunitě a tradicích. World Tourism Organization, u nás známá jako Světová organizace cestovního ruchu (WTO) definuje kulturní cestovní ruch jako *„pohyb osob především z kulturních důvodů: jako jsou studijní cesta, umělecké představení, kulturní zájezd, cestování na festival a další akce, návštěva památek a sídel, cesta za poznáváním přírody, folklórem, uměním či poutěmi.“* (MMR, 2008, s.9)¹

Dříve turistické destinace, památky a atrakce filmového turismu vůbec nevyužívaly a nezařazovaly ho do svých marketingových strategií, ovšem s postupem času a s fakty a výsledky různých výzkumů musely uznat, že filmový turismus je budoucnost cestovního ruchu vůbec.²

1.2 Historie filmového turismu

Dalo by se říct, že se filmový turismus vyvíjel již od vzniku filmu samotného, protože, když máte diváky, kteří film konzumují, vždycky se najde někdo, kdo bude mít pro film větší nadšení než jiní, a pokud bude mít dotyčný potřebné prostředky, nic mu nebrání v tom, vydat se na cestu za místem z filmu.

¹ Citace: *Ministerstvo pro místní rozvoj*, Management kulturního cestovního ruchu In: *Mmr.cz* [online]. Ministerstvo pro místní rozvoj, ČR, Praha, 2008, s. 9 [cit. 1.11. 2020]. Dostupné z: https://www.mmr.cz/getmedia/efcd9671-4737-427b-bab5-1b6be507e800/getfile10_1.pdf<http://www.martincuff.com/introduction-to-film-tourism/>

² Parafráze: CUFF, Martin, FILM TOURISM In: *Martincuff.com* [online]. MartinCuff.com, 2021 [cit. 1.11. 2020]. Dostupné z: <http://www.martincuff.com/introduction-to-film-tourism/>

Věří se, že první film, Roundhay Garden Scene, byl natočen roku 1888 a trval pouhé dvě sekundy, samozřejmě byl černobílý a němý. Je jasné, že v té době to bylo něco neuvěřitelného a nového, ale zájem to vyvolávalo z čistě jiných důvodů než z těch cestovatelských.³

Filmy také byly přístupné spíše bohaté smetánce, pracující třída si musela na přístupnost filmů pro širokou veřejnost ještě pár let počkat. Filmy pokračovaly ve svém vývoji, postupně se prodlužovaly, přidal se zvuk a barva, a dá se říct, že jsme se dočkali filmů, jak je známe dnes.

Již v 70. letech 20. století se začala kina plnit obyčejnými lidmi a začaly vznikat první tzv. blockbustery, filmy, které vzbuzují masový zájem populace. Jedním z prvních byly Čelisti (1975), dnes již legendárního režiséra Stevena Spielberga. Pokud si někdo tento krvavý trháček opravdu užil, už v té době mohl navštívit jeho natáčecí místo, tím byla pláž na ostrově Martha's Vineyard ve státě Massachusetts. Následoval třeba oscarový trháček osmdesátých let, který musí znát snad každý, a to Rocky (1976) se Sylvestrem Stallonem v hlavní roli. Na dnes již legendárních schodech Filadelfského muzea umění můžete vidět i bronzovou sochu slavného herce a město Filadelfie nabízí i další turné po místech z tohoto kulturního fenoménu.

Následovaly další filmy, které trhaly rekordy, jako např. Alien Ridleyho Scotta, E.T, Lovci duchů, Návrat do budoucnosti, Top Gun, Batman nebo pro všechny známý, Indiana Jones. Po vydání Indiana Jones začaly být populární natáčecí místa na ostrově Srí Lanka, všem známý Lanový most nebo třeba posvátné místo vesničanů odkud zmizel drahý kámen. Dalších pár míst můžeme najít i v Čínské lidové republice, přesněji ve městě Macao, kde najdeme třeba místo předání diamantu, Bar Obi Wan.

Rozhodně největší rozmach zažil filmový turismus po premiéře filmové trilogie Pán prstenů (2001-2003). Tato sága spisovatele J.R.R Tolkiena, zfilmovaná Peterem Jacksonem měla již v té době spoustu fanoušků, ale když se tato popularita spojila i s nádhernými exteriéry Nového Zélandu, zájem o cestování právě tam rapidně stoupal. Nový Zéland rozhodně nezhálel a využil tohoto zájmu, jak nejlépe mohl.

I když se generace mění, stále přichází na scénu nové trháčky, díky kterým chtějí mladí lidé cestovat. Magické uličky Londýna lákají fanoušky Harryho Pottera (2002–

³ Parafráze: *Heads Up – Scout Life, What Was the First Movie Ever Made?* In: *HeadsupScoutlife.org* [online]. © 2021, Boy Scouts of America. [cit. 1.11. 2020]. Dostupné z: <https://headsup.scoutlife.org/what-was-the-first-movie-ever-made/>

2011), milovníci upírů zase míří do celkem nezajímavého města dříve známého jako Quillayute, dnes už jako Forks, město, kde se odehrává slavná sága Stmívání (2008-2012).

Ale ani dnes filmový turismus neupadá, spíše naopak, a turistické destinace se již záměrně propagují skrz slavný film či seriál. V tomto případě musíme zmínit kultovní Hru o Trůny (2011–2019), díky které exponenciálně vzrostla návštěvnost např. v Severním Irsku nebo Chorvatsku a Španělsku. Zmínit také můžeme třeba seriál Cizinka (2014–2020), díky které bezpočet nadšenců vyhledává poznávací zájezdy po Skotsku.

V dnešní době lidé už nevyhledávají pouze filmy a seriály z americké produkce. S dnes pro všechny přístupnými streamovacími aplikacemi a stránkami, jako je Netflix, HBO, Hulu, či Disney + jsou pro všechny přístupné filmy a seriály z různých koutů světa. Velký zájem začal být třeba o španělskou produkci, který navýšil již tak relativně vysokou návštěvnost Španělska. Nejznámější španělskou tvorbou posledních let musí být seriály Money Heist (2017–2021) nebo středoškolské drama Elite (2018–2021).

Zájem ovšem narůstá i o asijskou tvorbu, ať už jde o korejský pop, japonské anime či čínská dramata, svět se stále více globalizuje a na nás je pouze si vybrat to, co nás zajímá nejvíce. Dnes už i hudební videoklipy mají produkci jako menší film, takže není divu, že za místy z hudebních videoklipů se lidé vydávají i přes půl oceánu. Příkladem mohou být právě k-pop idolové, kteří ukazují slavná korejská místa ve svých videoklipech. Každý rok inspiruje právě k-pop více než 700 tisíc lidí k návštěvě právě Jižní Koreje.

I v anime se najdou reálné destinace, který chce navštívit každý správný otaku. V sousedství Yotsuya v Tokiu najdete třeba slavné schody z anime filmu Kimi no Na wa (Your Name) (2016).

A i když se může Čína zdát jako samostatná entita i její popkultura se postupně stává přístupnou pro zbytek světa. Jedním z posledních projektů, kterému se dostalo ohromné mezinárodní podpory bylo třeba fantasy drama The Untamed (2019), které nasbíralo více než osm miliard shlédnutí (50 epizod). Untamed zase láká až přímo kouzelnými lokacemi, ale i různými čínskými tradicemi a zvyky.

Z toho vyplývá, že filmový turismus již dá se říct nemá hranice, a pokud se vám líbí jakékoli místo ve vaší televizi a máte-li dostatek prostředků, nic vám nebrání v tom ho navštívit.

1.3 Nabídka a poptávka

Poptávka od potenciálních návštěvníků může obsahovat např.:

- 1) Návštěvy filmových destinací, ať už reálných či uměle vytvořených: Může se jednat o celá města, vesnice, přírodní atraktivity či určitý typ ubytovacího nebo stravovacího zařízení. Např.: The Stanley Hotel z Osvícení, městečko Forks – Stmívání, Bali – Jíst, meditovat, milovat
- 2) Prohlídka filmového studia, většinou uměle vytvořených kulis, rekvizit atd., nejlépe s vyškoleným a znalým průvodcem: Barrandov studia, Warner Bros studia – Harry Potter, Sony Pictures studia – Wizard of Oz, Spider-man
- 3) Návštěvy zábavních parků s filmovou tematikou, ať už horské dráhy, strašidelné domy nebo i nový způsob zábavy – tzv. escape rooms (únikové hry: Universal Studios, Disneyland, Qvesterland – Praha
- 4) Návštěva skutečného natáčení, které stále ještě probíhá např. se jedná o velmi očekávaný film, nebo je v obsazení nějaký světoznámý herec/herečka: zvýšená návštěvnost Prahy, když se zde v roce 2018 natáčel film Spider – Man: Homecoming – lidé doufali ve spatření Toma Hollanda nebo Zendayi, 2018 se u nás natáčel také seriál Carnival Row s Orlandem Bloomem a Carou Delevigne – zvýšená koncentrace turistů se ukázala třeba na zámcích Sychrov nebo Kačina, kde se také natáčelo.
- 5) Návštěva lokace, kde se údajně film natáčel/nebo by se tam měl natáčet, může také jít o přesné místo, kde se odehrála nějaká historická událost, která byla ukázaná ve filmu, ovšem natáčení proběhlo např. ve studiu, na jiném místě nebo byla vytvořena umělá lokace. Jde o to, že i přes to, že tam film natáčen nebyl, divák si ho i tak s tímto místem spojí a vyrazí tam. Jako příklad můžeme uvést film s Leonardem DiCapriem, Romeo + Julie. Film se z větší části natáčel v Miami, ale diváci ho stejně mají spojený s italskou Veronou, kde se tento původní příběh měl odehrávat.

- 6) Účast na organizovaných prohlídkách filmové destinace, ať už pod záštitou destinace samotné, nebo filmového štábu: organizované prohlídky pozůstalých setů z Pána prstenů na Novém Zélandu⁴
- 7) Cesty za filmovými festivaly, lokálními i světovými, jednodenními i déle trvajících: Zlín Film Festival v roce 2019 navštívilo 115 000 návštěvníků, Berlínský festival, Berlinale až kolem 500 000 nadšenců
- 8) Cesty za filmovými premiérami, se šancí vidět film s hlavními hvězdami nebo pouze za účelem spatření oblíbených herců: Avengers: Endgame 2019 premiéra v LA přilákala tisíce fanoušků⁵

1.4 Důležité faktory

Pro úspěch místa jakožto filmové destinace je důležitých několik faktorů. Nejdůležitější je úspěch filmu jako takového. O čím větší trhák se jedná, tím větší množství návštěvníků bude ono místo lákat. Pomoci také může, když má film pro člověka větší hodnotu, a nevádí mu tedy koukat na něj několikrát, nebo pravidelně po určité době. I toto opakování může v divákovi vyvolat pocit, že by chtěl místa na obrazovce vidět i naživo.

Úspěch filmu může být také použit jako předvídací médium nárůstu filmového turismu. Hlavně tedy filmové produkce operující mimo Americký kontinent se snaží zaujmout americké publikum, protože právě tímto způsobem mohou nalákat jinak v oblasti cestování dost konzervativní Američany na dovolenou mimo jejich domovinu např. do Afriky, Asie či Evropy.⁶

⁴ Parafráze: CONNEL Joanne, Tourism Management In: *Media.bizwebmedia.net* [online]. ELSEVIER LTD, 2012, s.1010 [cit. 1.11. 2020]. Dostupné z:

http://media.bizwebmedia.net/sites/146527/upload/documents/21-film-tourism_evolution_progress.pdf

⁵ Parafráze: CONNEL Joanne, Tourism Management In: *Media.bizwebmedia.net* [online]. ELSEVIER LTD, 2012, s.1010 [cit. 1.11. 2020]. Dostupné z:

http://media.bizwebmedia.net/sites/146527/upload/documents/21-film-tourism_evolution_progress.pdf

⁶ Parafráze: HUDSON Simon, RITCHIE Brent J.R, Journal of Vacation Marketing, In: *Citeseerx.ist.edu* [online]. London, SAGE, 2006, s. 257 [cit. 8.11. 2020]. Dostupné z:

<https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.829.2546&rep=rep1&type=pdf>

Zda je lokace ve filmu rozpoznatelná a dostatečně viditelná, pokud není, může třeba daná lokace sama něco investovat do propagace a snažit se přitáhnout turisty sama. Důležité je také aby bylo dané místo přístupné pro veřejnost, popřípadě zda přírodní podmínky umožňují se na místo bezpečně dostat.

Jestli je místo nějak relevantně spojené s filmem, má-li nějakou emocionální, historickou či estetickou hodnotu pro diváka i postavy samotné. I způsob, jakým je místo ukázané nese velkou váhu, pokud půjde o místo, kde se odehrála masová vražda, asi se turistů moc neukáže, ale najdou se i výjimky, které se naopak v tomto typu míst najdou.

Množství času, jak dlouho je místo ukázané na obrazovce má také vysokou hodnotu. V paměti nám utkví spíše místa, která se několikrát opakují a vidíme je vícekrát než ta, která během vteřiny zmizí. Ale i nádherné místo, viděné třeba jen jednou, např. na konci filmu může zanechat v divákovi určitý dojem.⁷

Nejlépe na diváka působí místo, které třeba nikdy v životě neviděl, neví, kde se nachází, ani kam by ho měl zařadit. I z toho důvodu hledají filmoví producenti neotřelá místa ve všech koutech světa.

Důležité ale třeba je i zda má film postavu, se kterou se diváci mohou snadno ztotožnit a mohou se v ní vidět.

1.5 Účast destinace samotné

Pro turistické destinace je velmi výhodné, když jsou ukázány na velkém plátně a toho si samozřejmě začaly všimnout a postupem času začaly přidávat i vlastní iniciativu. Ukázat se ve filmu, který bude konzumován velkými masami lidí je asi nejlepší forma propagace. Proč by tedy destinace čekaly, až jim nějaká taková příležitost spadne do klína, zmobilizovaly místní filmové kanceláře a začaly se propagovat různými produkcemi z celého světa. Nejvýhodnější pro ně je získání produkce např. z druhého konce světa, z místa, kde o dotyčné destinaci třeba vůbec neslyšeli, nebo nikdy nepřemýšleli nad tím, jet právě tam na dovolenou. Výhodou třeba může být i pokud produkce je ze státu s hodně obyvateli, je tam pak větší šance, že film uvidí více lidí.

⁷ Parafráze: HUDSON Simon, RITCHIE Brent J.R, Journal of Vacation Marketing, In: *Citeseerx.ist.edu* [online]. London, SAGE, 2006, s. 257 [cit. 8.11. 2020]. Dostupné z: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.829.2546&rep=rep1&type=pdf>

Příkladem může být například práce VisitBritain, která se čím dál více snaží nalákat filmové produkce z Indie, věří totiž, že unikátní atmosféra Velké Británie by v Bollywoodských filmech vyvolala zájem právě o cesty do Británie. Podobný nápad převzala i The Swiss Tourist Board, která usiluje o to samé.⁸

Ve spoustě případech se začne destinace spojovat s filmem, ještě dlouho předtím než je vydán. Zde samozřejmě jde o to, jak moc je film očekávaný.

Není neslýchané ani to, že samotná destinace do filmu investuje. Pokud jsou si jistí úspěchem onoho filmu, snaží si tak třeba zajistit nejvyšší možnou stopáž, na jakou bude ve filmu ukázaná.

Perfektní pro marketing jsou i tzv. filmové mapy, mapy s označenými místy, kde se určité filmy natáčely. První s tímto nápadem přišla právě VisitBritain, a další samozřejmě následovaly např. Austrálie, New York nebo Mississippi. Jak již bylo zmíněno, může jít o spousty různých filmů na jedné mapě nebo se mohou tisknout specifické mapy pouze k jednomu filmu, který se třeba natáčel a více místech v jednom městě nebo státě.⁹

Tímto způsobem mohou přijít k zisku i různá stravovací nebo ubytovací zařízení, která třeba budou do mapy zařazena.

Člověk také spíše vyrazí na místo, kde na něj čeká nějaký vyškolený personál, který mu může říct něco více o dané destinaci nebo filmu samotném. I z tohoto důvodu začali destinace přidávat různé komentované prohlídky nebo průvodce, kteří jsou vždy k dispozici. Prohlídky, kterých se každým rokem zúčastní nejvíce turistů jsou samozřejmě ty londýnské s tématem Harryho Pottera, nebo ty na Novém Zélandu, které nabízí nezapomenutelný zážitek ze světa Pána prstenů.

⁸ Parafráze: HUDSON Simon, RITCHIE Brent J.R, Journal of Vacation Marketing, In: *Citeseerx.ist.edu* [online]. London, SAGE, 2006, s. 259 [cit. 8.11. 2020]. Dostupné z:

<https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.829.2546&rep=rep1&type=pdf>

⁹ Parafráze: HUDSON Simon, RITCHIE Brent J.R, Journal of Vacation Marketing, In: *Citeseerx.ist.edu* [online]. London, SAGE, 2006, s. 259 [cit. 8.11. 2020]. Dostupné z:

<https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.829.2546&rep=rep1&type=pdf>

1.6 Motivace filmového turisty

Existuje několik důvodů, proč člověka přitahuje filmová lokace. Jeden z hlavních je samozřejmě lokace samotná, může být krásná, ale třeba i naprosto unikátní, nikdy dříve neviděná, a proto právě přitahuje turisty.

Někdy stačí i když příběh samotný zanechá v člověku hluboký dojem, člověk má pak potřebu prožít určitý příběh na vlastní kůži, na stejném místě jako hlavní postavy z filmu.

Pokud nejde o příběh ani o krajinu, turista se třeba může identifikovat s jednou z postav. I z tohoto důvodu ho může nějaké místo lákat. Chce si třeba vyzkoušet, jak by jeho život mohl vypadat. Tímto způsobem by si mohl vyzkoušet jiný životní styl než na jaký je normálně zvyklý.

Ve většině případů je ale důvod návštěvy docela jednoduchý, jelikož pro většinu lidí jsou filmy jakýmsi způsobem útěku, je pro ně myšlenka, že část jejich fantazie opravdu existuje velmi přitažlivá. Člověk může hledat trochu fantazie, romantiky, ale třeba také nostalgie.

1.7 Pozitivní dopady filmového turismu

Samozřejmě, že jedním z největších pozitivních dopadů je ekonomický zisk dané lokace. Nejde ale pouze o lokaci samotnou, ve většině případů z určité filmové turistické atrakce těží celá oblast, ať už jde o město nebo i celý stát. Celkový nárůst návštěvníků pocítí ubytovací zařízení, restaurační podniky, ale třeba i dopravní podniky a firmy.

Peníze, které tímto způsobem začnou proudit do oblasti se dále dají investovat a mohou zajistit ještě větší úspěch a prestiž oblasti. Důležité památky a atrakce se mohou restaurovat a zachovávat, to platí například i pro místní nehmotné tradice, o které začne být větší zájem. Může se pracovat i na zlepšení infrastruktury pro snazší dopravu do oblasti.

Budou zde vznikat i nové kariérní příležitosti a pracovní místa, tímto způsobem se oblast může stát pro spoustu lidí i trvalým bydlištěm, a populace bude růst.

1.8 Negativní dopady filmového turismu

S nárůstem návštěvníků přichází ale i spousta negativních dopadů. Popularita určité oblasti může dojít až do fáze přelidnění, což nebude příjemné jak pro ostatní turisty, tak pro místní obyvatele.

Více lidí také znamená větší šance na ničení oblasti. Tímto způsobem se mohou opotřebovat důležité cesty a okolní příroda bude chřadnout. Více lidí, také znamená více smetí, které ne vždy skončí tam kde má. Je možné, že bude zapotřebí zvýšit počet parkovacích míst nebo množství ubytovacích zařízení, takto bude opět příroda upozaděna a do popředí přijde opět možný zisk.

Budou také stoupat ceny, protože ve většině případů jsou turisté bohatší než místní populace.

2. Světové filmové lokace

1) Nový Zéland (Pán prstenů/Hobit)

Státem, který rozhodně získal nejvíce popularity díky filmovému turismu za poslední desetiletí musí být Nový Zéland. Když se v prosinci 2001 v novozélandských kinech znovu rozsvítilo, a lidé začali odcházet domů, ještě netušili, jak moc jim tato trilogie změní život.

Trilogie Pána prstenů byla pro Nový Zéland asi nejlepší reklama, a po zhlédnutí těchto filmů už lidé nedokázali ignorovat krásu, kterou tato země nabízí. Po vydání filmů hlásil Nový Zéland až 50% nárůst v návštěvnosti.

A i když pouze 1 % turistů sdělilo, že jejich jediný důvod návštěvy byla právě tato trilogie, i to znamená pro Nový Zéland cca 27 milionů dolarů zisku ročně. Přibližně 6 % procent turistů uvedli Pána prstenů jako jeden z důvodů návštěvy, ale nejdůležitější je že 80 % návštěvníků zná Nový Zéland jako místo, kde se tato trilogie natáčela.¹⁰

Po úspěchu těchto filmů se cestovní ruch dostal na druhé místo v nejnákladnějších hospodářských odvětvích, hned za mlékařským průmyslem. V současnosti cestovní ruch na Novém Zélandu zaměstnává jednoho ze sedmi Novozélandců.

Nový Zéland se rozhodně této popularity chytil a již skoro 20 let s ní dále pracuje. Na tomto ostrově začala operovat spousta společností, která nabízí různé prohlídky natáčecích míst, ať už s průvodcem, bez průvodce, několikadenní, jednodenní, tematické, obyčejné, dražší i levnější. Pokud člověku nestačí prohlídka, nabízejí se i celé zájezdy se středozezemní tematikou. Najdete třeba sedmidenní zážitkové zájezdy, ale možné jsou třeba až šestnáctidenní plnohodnotné dovolené.

Nejvyhledávanějším natáčecím místem je rozhodně vesnička Hobitín v Kraji, která se transformovala v plnohodnotnou památku. Z původních 39 hobitích děr zde zůstalo 17, které teď slouží k prohlídkovým účelům. Konají se zde i vánoční, sklizňové a pivní festivaly, ale od věci ani není pořádat zde soukromou svatbu, večírek či banket.

¹⁰ Parafráze: PINCHEFSKY Carol, The Impact (Economic and Otherwise) of Lord of the Rings/The Hobbit on New Zealand In: *Forbes.com* [online]. Forbes.com, 14.12. 2012 [cit. 8.11. 2020]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/carolpinchefskey/2012/12/14/the-impact-economic-and-otherwise-of-lord-of-the-ringthe-hobbit-on-new-zealand/?sh=77d6aa1d31b6>

Obyvatelé Nového Zélandu berou tento úspěch jako jejich kolektivní úsilí a již kompletně přijali tuto „Středozevní“ identitu.

Když na Nový Zéland letíte, nebo z něj odlétáte, je dost možné, že poletíte letadlem ozdobeným výjev z filmu nebo „Air Middle Earth“. Bezpečnost na palubě vám ve videu ukážou trpaslíci, a po přeletu dostanete do pasu razítko „Welcome to Middle Earth“ zatímco na vás bude shlížet 13 metrů vysoká socha Gluma. Když budete posílat pohled, známky na poště také budou s postavami z tohoto fenoménu. Při vydání filmu *Hobbit* mohli třeba občané slyšet i předpověď počasí v Elfsině.¹¹

Samozřejmě, že s tímto vším přichází výhody i nevýhody. Výhodou je třeba vznik nových pracovních míst. Nevýhoda zase přelidnění, malá města s počtem obyvatel kolem 20 tisíc z ničeho nic vítali až 55 tisíc návštěvníků denně. Nastaly dopravní zácpy, turisté se neměli kde ubytovat a na některých přírodních památkách se tento nával začal nemile podepisovat. Musela být vystavěna nová parkoviště, stavěly se nové hotely a na některých místech musel být omezený počet turistů na den.

I když od vydání těchto filmů uběhly skoro dvě dekády, Nový Zéland stále pracuje na nových projektech pro cestovní ruch. Nejnovějším z nich by byla výstavba muzea Pána prstenů, kde by bylo k vidění na 40 tisíc filmových rekvizit.

Novozélandané často říkají, že se nesnaží prodat ten film jako takový, ale že se snaží přimět lidi vidět, že na Novém Zélandu je toho k vidění ještě mnohem víc.¹²

2) Filadelfie (Rocky/Creed)

Městem, kterému filmový turismus navždy změnil chod je i Filadelfie. Tato změna nastala již v roce 1976, kdy ctižádostivý boxer Rocky Balboa, hraný Sylvestrem Stallonem, poprvé vyběhl schody k Filadelfskému muzeu umění. Dnes jsou spíše známé jako „Rocky schody“, a tisíce lidí ročně přijíždí zopakovat tuto ikonickou scénu z oscarového filmu *Rocky 1*.

¹¹ Parafráze: PINCHEFSKY Carol, The Impact (Economic and Otherwise) of Lord of the Rings/The Hobbit on New Zealand In: Forbes.com [online]. *Forbes.com*, 14.12. 2012 [cit. 8.11. 2020]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/carolpinchefskey/2012/12/14/the-impact-economic-and-otherwise-of-lord-of-the-ringsthe-hobbit-on-new-zealand/?sh=77d6aa1d31b6>

¹² Parafráze: PINCHEFSKY Carol, The Impact (Economic and Otherwise) of Lord of the Rings/The Hobbit on New Zealand In: Forbes.com [online]. *Forbes.com*, 14.12. 2012 [cit. 8.11. 2020]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/carolpinchefskey/2012/12/14/the-impact-economic-and-otherwise-of-lord-of-the-ringsthe-hobbit-on-new-zealand/?sh=77d6aa1d31b6>

A i když od původního Rockyho uběhlo více než čtyřicet let, tato filmová série rozhodně ví, jak udržet pozornost fanoušků. Rocky, jak ho zná většina z nás se totiž dočkal ještě čtyř dílů, což z něj udělalo pentalogii ukončenou v roce 1990. Ale i to bylo stále málo, a po dalších šestnácti letech se Rocky Balboa opět vrací na jeho asi poslední zápas. Ale ani na dalších pár let se obyvatelé Filadelfie nemusí bát nedostatku turistů, jelikož v roce 2015 začala nová filmová sága, tentokrát s Rocky Balboou jako trenérem nazvaná Creed, ta už má na kontě dva velmi úspěšné díly a další fanoušky čeká již v roce 2022.

Na pár let město Filadelfie kompletně akceptovalo svou image jako město Rockyho, a přijalo od Stalloneho bronzovou sochu, která byla umístěna na vrchol těchto slavných schodů. A rychle se stala památkou, na kterou se lidé nejvíce ptají, hned po tzv. Liberty Bell, který je jedním ze symbolů americké nezávislosti. Bohužel o pár let později musela být socha přesunuta, protože se lidem nelíbilo, že právě taková socha stojí před muzeem umění.¹³

Návštěvníci města si mohou zakoupit mapy ukazující všechna důležitá místa z Rockyho, a projít si je na vlastní pěst, nebo zde již operuje bezpočet organizovaných prohlídek, ať už pěších nebo autobusových. K zastávkám na takových prohlídkách patří třeba italský market, slavné Espositovo řeznictví nebo Patino království steaků. Je důležité také zmínit, že většina těchto míst se od roku 1976 nezměnila a ponechala si tak jejich autentický vzhled.

A i když se najdou tací, kteří s nálepkou „Rockyho město“ nejsou spokojeni, nelze popřít, že tato filmová série pomohla tomuto městu získat ekonomickou stabilitu a možnost dalšího rozvoje.

Dalším pozitivním dopadem těchto filmů je také fakt, že spousta mladistvých začíná sportovat, nejčastěji samozřejmě boxovat.

3) Skotsko (Outlander)

Dalším perfektním příkladem filmového turismu a jeho efektu je seriál Outlander a jeho natáčecí místa ve Skotsku. Po prvním vysílání tohoto seriálu hlásilo Skotsko až

¹³ Parafráze: URBAIN Thomas, 'Rocky' effect put Philadelphia on world map In: *BusinessInsider.com* [online]. © 2021 Insider, 25. 11. 2015, [cit. 20. 12. 2020]. Dostupné z: <https://www.businessinsider.com/afp-rocky-effect-put-philadelphia-on-world-map-2015-11>

200procentní nárůst v počtu návštěvníků. V roce 2013 např. počet návštěvníků na hradu Doune vzrostl z 38 tisíc na 142 tisíc. A po dalších čtyřech letech se tento nárůst držel na 45 procentech.¹⁴

Menší podnikatelé tento nárůst samozřejmě uvítali, a i když sem tam musí Outlander nadšencům ukazovat cestu nebo vysvětlovat jaká místa skutečně existují, a která naopak ne, nemůžou si stěžovat. Objevila se zde i řada nových společností nabízející prohlídky po všech důležitých filmových lokacích, které jsou výhodné pro turisty, kteří se ještě necítí na cestování na vlastní pěst. Tyto prohlídky zahrnují místa jako hrad Doune, Blackness Castle, palác Holyroodhouse nebo Hopetoun House.

Tento boom má ale i svou stinnou stránku, spousta cest a stezek takováto vysoká čísla návštěvníků nezvládají a velmi rychle chátrají, a je dost možné, že se v budoucnu budou muset návštěvníci regulovat. Nejednou musela být asi nejnavštěvovanější památka těchto míst uzavřena, a to tzv. Fraserův kámen, který je připomínkou válečníků Fraserova klanu, kteří padli v bitvě u Cullodenu. Kamenem úrazu jsou také lidé, kteří zde hledají suvenýry, které si mohou odvézt, ať už jde o kamínky, rostliny nebo kousky zdiva. Spousta lidí si totiž neuvědomuje, že nejde o pouhé kulisy ze seriálu, ale o skutečná místa, kde lidé v minulosti umírali např. v bitvě u Cullodenu.

Autorka knižní předlohy Diana Gabaldon, která je původem z Phoenixu také v roce 2019 získala cenu za pozvednutí skotského turismu skrz její fantasy ságu, potom co internetová stránka VisitScotland informovala o tom, jak moc její fanoušci začali navštěvovat tuto stránku. Na VisitScotland od té doby najdete několik různých naplánovaných itinerářů pro fanouška Outlandera.

Autorka sama doporučuje navštívení těchto míst, ale nabádá k tomu, aby se návštěvníci chovali něžně, a připomíná, že nejde o filmové sety, ale o skutečná místa, která si zaslouží respekt.¹⁵

¹⁴ Parafráze: *BBC News*, Outlander tourism effect a 'double edged sword' In: *bbcnews.com* [online], © 2021 BBC 15. 2. 2020 [cit. 8.11. 2020]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/uk-scotland-highlands-islands-51488784>

¹⁵ Parafráze: *BBC News*, Outlander tourism effect a 'double edged sword' In: *bbcnews.com* [online], © 2021 BBC 15. 2. 2020 [cit. 8.11. 2020]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/uk-scotland-highlands-islands-51488784>

4) Forks/ Quillayute (Stmívání)

Město, které se díky filmovému turismu změnilo asi nejvíc, není žádné jiné než Forks, známé jako místo, kde se odehrává celá upíří sága autorky Stephanie Meyerové, Stmívání, a stejně tak i její pětidílná filmová adaptace.

Ještě před tímto filmovým boomem mělo toto město pouze kolem tří tisíc obyvatel a jmenovalo se Quillayute, většina obyvatel zde pracovala v dřevním průmyslu nebo jako rybáři. To vše se ovšem změnilo již po vydání první knihy v roce 2005 a v ještě větší míře po vydání prvního filmu v roce 2008. V roce 2010 tohle město s třemi tisíci obyvatel navštívilo přes 72 tisíc turistů, a obyvatelé poznali, že se věci musí změnit.

Menší obchody museli většinu jejich zboží vyměnit za Twilight fanouškovské zboží. Před návštěvnickým centrem stojí staré červené Volvo, velmi podobné tomu z filmů. Restaurace začaly přidávat do menu jídla inspirovaná touto ságou, jako např. Bella Burger. Místní šerif začal dávat autogramy pod pseudonymem „Belly táta“. Místní obyvatelé postupem času vytvořili prohlídku z míst, která odpovídala popisům v knize a scénám z filmů. Z domu, kde slavní upíří „žijí“ je teď velmi úspěšný hotel.¹⁶

I s fanoušky, kteří hledali upířího doktora Cullena přímo v nemocnici si ve Forks poradili, označili jeho parkovací místo, aby se fanoušci měli kde vyfotit a nevyrušovali uvnitř nemocnice.

A i když počty návštěvníků postupem času klesají, obyvatelé vědí, že alespoň jednou za rok tu budou mít opět spoustu fanoušků, a to díky každoročnímu festivalu, který se koná kolem 13.září. Sjedou se sem fanoušci z celého světa, kteří se mohou zúčastnit soutěže v kostýmech, mohou se naučit vařit jako Bella, setkat se s herci z filmů, nebo navštívit muzeum plné kostýmů a rekvizit z filmů. A rok od roku se také ukáže i slavná autorka Stephanie Meyerová.

V roce 2020 mohli obyvatelé opět slavit a trochu si oddychnout od dopadů koronavirové krize. Stephanie totiž překvapila její fanoušky novým přírůstkem do Twilight ságy, a to knihou napsanou z pohledu upíra Edwarda. Forks tedy opět čeká alespoň částečný nárůst v počtu turistů, ale i tak doufají, že si zde lidé najdou i něco jiného

¹⁶ Parafráze: MITCHELL, Kerrie, Twilight Tourism: How Forks, Wash., Is Still Enjoying a Vampire Boom, In: Yahoo!entertainment [online]. yahoo.com, 9. 9. 2016 [cit. 12. 11. 2020]. Dostupné z: <https://www.yahoo.com/entertainment/twilight-tourism-how-forks-wash-is-still-enjoying-a-vampire-boom-145018029>

než jen honbu za upíry, ale oblíbí si třeba i dechberoucí přírodu, za kterou by se mohli vrátet.

5) Velká Británie/USA/Japonsko (Harry Potter)

Jedním z největších filmových fenoménů 21. století je bezpochyby osmidílná sága o mladém kouzelníkovi s jizvou ve tvaru blesku, Harrym Potterovi. Již velmi úspěšná knižní série lákala návštěvníky směrem do Velké Británie, ale dechberoucí vizuály těchto filmů nakonec přivedly, jak menší, tak větší fanoušky, a cestovní ruch i studia Warner Bros. toho samozřejmě využily.

Největším lákadlem nejdříve byly reálné filmové lokace, kde si fanoušci mohli připomenout ikonické scény z těchto filmů, ale i pro místní rezidenty dostala místa, která znají celý svůj život úplně jiné a nové kouzlo. Mezi taková místa patří např. nádraží Kings Cross, Christ Church v Oxfordu nebo i Millenium Bridge, jehož kolaps do Temže můžeme vidět na začátku šestého filmu.

Potenciálu těchto filmů bylo využito opravdu naplno. V Londýně můžeme navštívit velmi žádanou prohlídku Warner Bros. studií, kde jsou k vidění kostýmy, rekvizity, ale i celé filmové sety. Existuje i spousta poznávacích zájezdů do Londýna, kde je hlavní atrakcí právě tato prohlídka.

Od jejího otevření v roce 2012 ji navštívilo více než 14 milionů návštěvníků.¹⁷ Také o ubytování nemají fanoušci nouzi, Georgian House Hotel v Londýně totiž nabízí autentické pokoje s kamennými zdmi, vitrážovými okny a drobnými detaily jako jsou lektvary nebo knihy kouzel.¹⁸

I když celá tato sága pochází z Velké Británie, rozhodně se svou atraktivitou rozšířila po celém světě. Pokud člověk neměl šanci navštívit původní výstavu a prohlídku v Londýně, je dost možné, že na ni narazil v nějakém jiném větším evropském městě, jelikož existuje i tzv. „cestovní výstava“.

Když už pouhá výstava nestačila, rozhodly se Warner Bros. studia vystavět celý Harry Potter svět, a to hned na třech místech, v Los Angeles, na Floridě, i v Japonsku.

¹⁷ Parafráze: *BBC NEWS*, Can Harry Potter Magic Tourists Back to Japan? In: *BbcNews.com* [online]. bbc.com, 19.8. 2020 [cit. 10.1. 2021]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/business-53830843>

¹⁸ Parafráze: GILMORE, Robin. 25 Harry Potter Destinations You Can Visit In Real Life In: *RoadAffair.com* [online]. roadaffair.com, 31.10. 2020 [cit. 10.1. 2021]. Dostupné z: <https://www.roadaffair.com/harry-potter-destinations/>

Zde si člověk může užít více té komerční zábavy plné horských drah, kolotočů a obchodů se suvenýry. Universal Studios Hollywood, kde se svět Harryho Pottera otevřel v roce 2016 viděly až 14% nárůst v návštěvnosti, která hned následující rok stoupla na 8 milionů návštěvníků.

Můžeme jen spekulovat, zda se něčeho podobného dočkáme i v Anglii, ale možná bude lepší, když si Londýn ponechá ještě trochu té tajemné atmosféry.

3. Filmový turismus v ČR

I když by se mohlo zdát, že filmový turismus u nás není velmi propagovaným odvětvím cestovního ruchu, i u nás zaštiťuje tuto turistiku hned několik organizací. Nejvíce podporuje filmový turismus agentura CzechTourism, která má na starost např. udržovat přehled o veškerých filmech natočených u nás a mít přehled o tom, které lokality jsou nejvíce využívány filmovými štáby.

Dále je filmový turismus pod záštitou České filmové komise, Národního filmového archivu a regionálních filmových kanceláří. Česká filmová komise má za úkol podporovat regionální filmové kanceláře, které předávají informace filmovým štábům, které by měly zájem natáčet v určitém regionu. Filmaři zde získávají důležité informace o místním prostředí a zajímavých památkách.¹⁹

Momentálně v České republice operuje jedenáct filmových kanceláří: brněnská, východočeská (pro Pardubický a Královehradecký kraj), karlovarská, olomoucká, ústecká, liberecká, moravskoslezská, plzeňská, středočeská, vysočínská a zlínská.

V současné době podporuje filmovou tvorbu v České republice šest fondů. V Moravskoslezském kraji jde o program Podpora natáčení audiovizuálních děl v Moravskoslezském kraji 2019–2021. V roce 2019 bylo podpořeno 10 projektů ve výši 5 milionů korun. Nadační fond Praha ve filmu Prague Film Fund v roce 2020 podpořil 6 projektů v hodnotě 4,7 milionů korun. Program na podporu audiovizuální tvorby ve Zlínském kraji věnoval 6 milionů korun pěti projektům. Filmový fond statutárního města Zlín podpořil 11 projektů 950 tisíci korun. Jihomoravský filmový nadační fond je stále ve fázi vybírání projektů a bude rozdělovat 500 tisíc korun. A Podpora kinematografie v turistických regionech Jeseníky a Střední Morava rozděluje 800 tisíc korun.²⁰

Jak již bylo zmíněno, každý z těchto fondů přijímá po určitou dobu žádosti filmařů, načež probíhá výběrové řízení s posuzováním každého projektu. Každý tento fond má totiž kritéria, která musí každý projekt splňovat. Jde např. o to, aby veškeré

¹⁹ CZECH FILM COMMISSION, Filmové kanceláře In: *Filmcommission.cz*, [online]. © 2021 Státní fond kinematografie, [cit. 15.1. 2021]. Dostupné z: <https://filmcommission.cz/cs/regions/regional-film-offices/>

²⁰ Parafráze: CZECH FILM COMMISSION, Granty a fondy In: *Filmcommission.cz*, [online]. © 2021 Státní fond kinematografie, [cit. 15.1. 2021]. Dostupné z: <https://filmcommission.cz/cs/regions/funding/>

dotace byly utraceny v daném kraji či městě, o zapojení místních filmařů a využití místních služeb, zapojení určité známé osobnosti nebo o zahraniční propagaci.

Česká filmová komise také společně s Českou lokační unií a agenturou CzechTourism každoročně uděluje cenu Film Friendly. Kterýkoli subjekt se sídlem v České republice se může přihlásit, ať jde o kraje, města, obce nebo svazky obcí. Musí samozřejmě jít o ty, které nějakým způsobem spolupracují s filmovými štáby, hlavně ty, které aktivně předávají informace o zajímavých filmových lokacích.²¹

Celkově se hodnotí celoroční aktivity daného subjektu, kvalita jeho komunikace s filmaři i širokou veřejností a schopnost asistovat filmovým štábům.

Největší cenou pro vítěze je veškerá pozornost, která se danému místu dostane, ať už jde o pozornost mediální, filmařskou nebo o pozornost potenciálních návštěvníků. Pro filmaře je tato cena indikátorem místa, kde se dočkají vlídné pomoci a spolupráce, a dané místo má takto šanci získat finanční prostředky a další propagaci.

I když se u nás filmový turismus přímo nepropaguje, fungují u nás dvě webové stránky, které by měly pomoci každému filmovému nadšenci, který by se chtěl vydat na výlet.

Jednou z těchto stránek je zemefilmu.cz, která je součástí agentury CzechTourism. Na této stránce najdeme dopodrobna naplánované výlety, každý zaměřený na jiný film. Výlety to mohou být pěší, cyklistické i vlakové. Je zde možnost i samostatně vyhledávat přesná místa, která nás zajímají, a k vidění je zde i mapa s vyznačenými lokacemi.

Stránkou, kde najdeme asi všechny informace o filmových místech v ČR je vhodně nazvaná stránka filmovamista.cz, kde se nachází interaktivní mapa míst, články o plánovaných natáčeních, různá doporučení i recenze filmů a jejich natáčecích míst.

²¹ CZECH FILM COMMISSION, Cena Film Friendly In: *Filmcommission.cz*, [online]. © 2021 Státní fond kinematografie, [cit. 15.1. 2021]. Dostupné z: <https://filmcommission.cz/cs/regions/film-friendly/>

4. Česká natáčecí místa

V České republice je bezpočet slavných natáčecích míst, ta, která znají všichni i ta, pro které musíte být opravdový filmový znalec abyste je znali. Bohužel u nás stále není běžné propagovat určité místo skrz filmový turismus, ve většině případů je propagací pouze film, který divákovi buď utkví v paměti nebo ne.

4.1 Nepropagovaná natáčecí místa

1) Srdce Prahy (Amadeus)

Tento snímek, který získal osm Oscarů se nenatáčel nikde jinde než ve staré Praze. Dalo by se říct, že režisér, Miloš Forman, neměl ani jinou možnost než natáčet právě v Praze, protože právě v našem Stavovském divadle měli diváci poprvé šanci zhlédnout Mozartovu operu Don Giovanni. V kostele svatého Jiljí si Mozart vzal za ženu Constance a také tu odešel na jeho poslední odpočinek. A např. ve Valdštejnském paláci hrál Mozart jako malý nikomu jinému než Papeži.

2) Karlovy Vary (Vrchní, Prchní)

Jedním z asi nejvíc ikonických filmových míst není žádné jiné místo než Tržní kolonáda na Mlýnském nábřeží, právě tady se falešný vrchní Josef Abrhám naháněl s velmi našťvanými vrchními z celých Karlových Varů.

3) Křivoklát (Jak se budí princezny, Anděl Páně, Sůl nad zlato, Tři veteráni)

Křivoklát je místem pro každého milovníka tradičních českých pohádek, ať už pro ty dětské tak pro ty dospělé. Růženka se tu píchla o kolovrátek, Maruška zde prohlásila, že má jejího otce ráda jako sůl a král Pikola se zde snaží provdat jeho dceru Bosanu třem veteránům.

4) Zámek Blatná (Šíleně smutná princezna)

Právě v parku tohoto zámku zpíval Václav Neckář, Heleně Vondráčkové při projíždce na loďce. Není divu, že filmaře toto místo okouzilo, jde totiž o jedno z nejzachovalejších vodních sídel v Čechách.²²

Jde o nádherný zámecký park plný přírodních krás a divoké zvěře.

5) České Švýcarsko (Pyšná princezna)

Největším lákadlem této pohádky je rozhodně zvláštní čedičový útvar připomínající varhany, který se nazývá Panská skála a najdeme ho poblíž Kamenického Šenova.²³

Při cestě přes Jetřichovice se dostanete až k Dolskému mlýnu, který je teď už bohužel pouze zřícenina, ale při natáčení to bylo ještě místo, kde princ s princeznou mleli mouku.

4.2 Propagovaná natáčecí místa

1) Jeseníky (Alois Nebel)

I když jde o velmi jedinečný film, Jeseníky nezapoměly, a místní sdružení pro cestovní ruch přišlo s jedinečnou vlakovou cestou. Na této cestě turisté projedou všechny zastávky z filmu až do Zlatých hor. Vlak projede celkem po devíti zastávkách. Znalci možná budou zklamaní, protože všemi známá zastávka Bílý Potok bohužel neexistuje, ta filmová se natáčela na zastávce Malá Morávka právě v Jeseníkách.

2) Dalešice (Postřižiny)

Nejedná se sice o původní pivovar z Hrabalova dětství, ale právě tady se režisér Jiří Menzel rozhodnul natočit slavné Postřižiny. A právě díky tomuto slavnému filmu

²² Parafraze: ZEMĚ FILMU, Za smutnou princeznou In: *Zemefilmu.cz* [online], © 2015 CzechTourism, [cit. 3. 2. 2021]. Dostupné z: <https://www.zemefilmu.cz/cz/filmove-vylety/9-za-smutnou-princeznou/>

²³ Parafraze: ZEMĚ FILMU, Krajem Pyšné Princezny In: *Zemefilmu.cz* [online], © 2015 CzechTourism, [cit. 3. 2. 2021]. Dostupné z: <https://www.zemefilmu.cz/cz/filmove-vylety/6-krajem-pysne-princezny/>

vznikla tak významná turistická zastávka, jinak byl totiž tento pivovar odsouzen ke zbourání.

Přímo v pivovaru si člověk může vybírat ze tří různých prohlídkových okruhů, prvním je samotné Muzeum rakousko-uherského pivovarnictví, kde si návštěvník může prohlédnout i nějaké kulisy právě z Postřizín, druhý okruh se zaměřuje spíše na nový, moderní provoz, no a u třetího okruhu se člověk dočká i nějakého toho ochutnávání.

Dalešický pivovar momentálně vaří čtyři druhy piva, Dalešickou 11°, Jazový ležák Kouřící králík 12°, Májový ležák 13° a tzv. Fledermaus 13°.

Pokud si návštěvníci chtějí užít atmosféru starého pivovaru až do posledního detailu, mohou se ubytovat v tematicky zařízeném hotelu, který je také součástí Postřizínského turistického a kulturního centra.

3) Hoštice (Slunce, seno ...)

Kdo by neznal slavnou českou komediální trilogii Zdeňka Trošky, Slunce, seno ..., právě tato trilogie proslavila malou vesnici v okrese Strakonice zvanou Hoštice. Turisté zde mohou vidět všechna dnes už legendární místa, od domu s jelenem přes JZD Dobrá Voda až po samotný slavný kravín. Ten, kdo dojde i o něco dál může vidět také slavnou vlakovou zastávku, nebo „strašidelný mlýn“, u kterého je i možnost rekreačního koupání a dalších vodních sportů.

Během celé návštěvy můžete vidět i známé postavy z filmu samotného, ať už v oknech nebo na budovách samotných, v roce 2012 zde byla vztyčena i socha Marie Škopkové, další postavy z filmu. Jsou zde k vidění i některé rekvizity z filmu, největším hitem je asi ona pojízdná postel.

Ani tam ale Hoštice jako turistické centrum nekončí, každoročně se zde koná lidová Veselice s herci a se Zdeňkem Troškou a později v roce i Dožínky s živou lidovou hudbou. Rok od roku počet návštěvníků stoupá, a čím dál více lidí chce zažít něco nového a neotřelého právě ve stylu obyčejné lidové zábavy ve stylu Slunce, seno.

4) Most (Most!)

I turisticky dá se říct neatraktivní město Most dokázal vyzdvihnout právě seriálový turismus. Právě dosti kontroverzní seriál Most! oživil cestovní ruch pro toto město.

Propagace nejdříve začala prodejem různých suvenýrů, které se v mosteckém informačním centru daly sehnat levněji než na oficiální stránkách ČT1.

Ještě před samotným koncem seriálu už do Mostu přijížděli návštěvníci ze všech koutů jak České republiky, tak i té Slovenské. Přijížděli hlavně kvůli restauraci Severka, která si přisun turistů nemůže vynachválit, ale navštěvovali například i hrad Hněvín nebo kostel Nanebevzetí Panny Marie.²⁴

Už v té době volali fanoušci po naplánovaném výletě od jakékoli cestovní kanceláře, a jejich přání se splnilo. Martin Beneš, který je odborníkem na regionální turismus a také pořádá zážitkové výlety s Offroadsafari přišel s originálním výletem právě s tematikou seriálu Most!.²⁵

Cesta začíná právě na Hněvíně, kde je krásný výhled na celý Most, dále projíždí sídlištěm Chanov, míjí i slavný přesunutý kostel, a samozřejmě nechybí ani návštěva slavných natáčecích míst se zakončením v samotné restauraci Severka. Pan Beneš zdůrazňuje, že tento výlet není pouze pro fanoušky tohoto seriálu, ale i pro ty, kteří chtějí poznat poněkud drsnější prostředí severozápadních Čech.

4.3 Světově známá natáčecí místa u nás

I pro filmové fanoušky, kteří ovšem českou kinematografii nevyhledávají se v Čechách nachází spousta natáčecích míst i světového kalibru.

1) Praha (Mission Impossible, Agent bez minulosti, Hellboy, Spider-man: Daleko od domova)

Většina občanů České republiky už Prahu navštívila, ovšem ne každý ví, že Praha stověžatá se stala kulisou ne jednoho hollywoodského blockbustera. Tímto se stává Praha více atraktivní i pro turisty z celého světa.

²⁴ Parafráze: BENEŠ, Edvard D., Cestovka přichystala exkurzi po stopách seriálu Most! In: Mostecky.denik.cz, [online]. 9.3. 2019, © VLTAVA LABE MEDIA a.s [cit. 3.2. 2021]. Dostupné z: https://mostecky.denik.cz/zpravy_region/cestovka-prichystala-exkurzi-po-stopach-serialu-most-20190309.html

²⁵ Parafráze: VOKURKA, Martin, Seriál Most! oživuje cestovní ruch, turisté přijeli za komedií až z Moravy In: Denik.cz, [online]. 9.2. 2019, © VLTAVA LABE MEDIA a.s [cit. 3.2. 2021]. Dostupné z: <https://www.denik.cz/film-a-televize/serial-most-ozivuje-cestovni-ruch-turiste-prijeli-za-komedii-az-z-moravy-20190209.html>

Ve snímku *Mission Impossible* mohli fanoušci vidět Toma Cruise například na Karlově mostě, u Národního muzea nebo před hotelem Evropa. Národní divadlo, pražská Kampa a ulice Politických vězňů se zase objevily v dalším akčním filmu, *Agent bez minulosti*. V Praze se nachází i velmi důležité místo z filmu *Hellboy*, Úřad pro výzkum paranormálních jevů, ten nebyl natáčen nikde jinde než u Národního památníku na Vítkově.²⁶

Poslední velký blockbuster, který se v Praze natáčel byl u dětí velmi oblíbený *Spider – Man: Daleko od domova*. Tento film přilákal spoustu návštěvníků již při jeho natáčení, když se fanoušci snažili spatřit dvě hlavní hvězdy tohoto filmu, Zendayu a Toma Hollanda. Film byl natáčen v Divadle na Vinohradech, v Rudolfinu nebo na Karlově mostě.

2) Karlovy Vary (Casino Royal-Agent 007)

Grandhotel Pupp je jedním z nejprestižnějších hotelů u nás, jedním z důvodů, proč tomu tak je, je i fakt, že právě Grandhotel Pupp na sebe převzal podobu legendárního Casina Royale.

I když ve filmu samotném se toto kasino nachází v Černé Hoře, návštěvníci z celého světa vědí, kam se mají vydat. Už během natáčení byl o pobyt v Puppě ohromný zájem, protože spousta lidí chtěla zahlédnout hlavní hvězdu filmu, Daniela Craiga na vlastní oči.²⁷

Grandhotel Pupp využil tohoto zájmu o film a začal nabízet balíček, který nesl název *Po stopách agenta 007*. Tento balíček s trefnou cenou 7 777 korun obsahoval dvě noci v hotelu, výlet na karlovarskou střelnici, menu ve stylu 007, žetony do kasina a také uvítací koktejl *Vesper*.²⁸

²⁶ Parafraze: *POROVNEJ24*, Po stopách Hollywoodu: Objevte místa v ČR, která znáte z filmových trháků In: *Porovnej24.cz* [online], @ 1996–2021 Porovnej24.cz, 21.7. 2020, [cit. 10.2. 2021]. Dostupné z: <https://www.porovnej24.cz/clanky/stopach-hollywoodu-objevte-mista-cr-ktera-znate-filmovych-trhaku>

²⁷ SOTONA, Jiří, James Bond nechal stopy i v Česku In: *Novinky.cz*, [online], novinky.cz, 28. 12. 2015, © 2019-2021 Seznam.cz a.s. [cit. 10.2. 2021]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/zena/styl/clanek/james-bond-nechal-stopy-i-v-cesku-332585>

²⁸ TOMAN, Petr, Netradiční dárky: dvě noci jako agent 007 i vlastnoručně vyrobená kytara In: *Idnes.cz*, [online], idnes.cz, 19. 12. 2015, © 1999–2021 MAFRA, a. s. [cit. 10.2. 2021]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/karlovy-vary/zpravy/darky-pod-stromecek-z-karlovarskeho-kraje.A151217_2213017_vary-zpravy_ba

3) Tiské stěny, Adršpašské skály, Neznabohy (Letopisy Narnie 1, 2)

I filmovému štábu, který stál za populární trilogií, Letopisy Narnie, se zalíbilo prostředí České republiky, obzvláště její přírodní krásy.

Tento fantasmagorický příběh o čtyřech dětech, které musí zachránit magickou zemi před ledovou královnou se u nás natáčel v Tiských stěnách, Adršpašských skalách, ale i u malé vesničky Neznabohy.

První díl této trilogie byl natáčen například u lokality zvané Medvědí doupe v Tiských stěnách, které se stalo první scénou, kterou diváci viděli ze světa ze skříně. Jedním z dalších úkazů, který byl ve filmu ukázán byl skalní pilíř zvaný Jánusova hlava. Gotická brána, kterou tyto čtyři děti prochází pochází z Adršpašských skal, kde filmaři také využili velmi úzké pukliny zvané Myší díra. Velmi důležitou roli si v tomto filmu zahrála i Pravčická brána, po které se proháněla i sama zlá čarodějnice.²⁹

I když se druhý díl natáčel převážně v ateliérech na Barrandově, přeci jen u nás filmaři využili i jednu reálnou lokaci, tou byla louka u obce Neznabohy, kde se na konci tohoto filmu odehrává rozhodující bitva.³⁰

²⁹ LUPEN, Tomáš, Za osud Narnie se bojovalo i na české In: *Filmovamista.cz*, [online], filmovamista.cz, 2006 - 2021, [cit. 11.2. 2021]. Dostupné z: <https://www.filmovamista.cz/clanek/105-Za-osud-Narnie-se-bojovalo-i-na-ceske-pude>

³⁰ LUPEN, Tomáš, Za osud Narnie se bojovalo i na české In: *Filmovamista.cz*, [online], filmovamista.cz, 2006 - 2021, [cit. 11.2. 2021]. Dostupné z: <https://www.filmovamista.cz/clanek/105-Za-osud-Narnie-se-bojovalo-i-na-ceske-pude>

5. Návrh zájezdu s filmovou tematikou v ČR

Tento zájezd bude s tematikou britského seriálu Mušketýři, který byl vysílán na stanici TV Prima od roku 2015. I když se jedná o převyprávění všemi známého příběhu odehrávajícího se ve Francii, tento seriál se stal reklamou na české hrady a zámky, jelikož jeho filmový štáb využil více než 13 našich lokací. Tento seriál od BBC se stal velmi atraktivní adaptací tohoto příběhu, ať už díky hlavním hercům, vzhledu kostýmů nebo velmi povedeným akčním scénám, ale český divák si mohl užít i pohled na některé z našich nejkrásnějších památek jako je zámek Hluboká, hrad Zvířetice nebo klášter v Chotěšově. První díl tohoto seriálu sledovalo téměř 550 tis. diváků, díky čemuž byly podíly na sledovanosti vyšší, než je průměr kanálu Prima.

Jelikož je téma Tři Mušketýřů celkem široké, poptávka by nebyla pouze u fanoušků tohoto seriálu, ale i spousty filmů, které na toto téma vyšly, knih Andre Dumase nebo čistě středověké tematiky. Také by tento zájezd byl vhodný i pro člověka, který chce blíže poznat naše krásné památky jen se zajímavým tématem. Všechny věkové kategorie by byly na tomto zájezdu vítány, od dětí, přes dospělé až po seniory.

Šlo by o dvoudenní autobusový zájezd s odjezdem z Prahy s přenocováním v hotelu se snídaní. Celkově by tento zájezd měl čtyři historické zastávky, klášter Doksany, hrad Křivoklát, Beroun a hrad Točnick. Doksany, hrad Křivoklát a hrad Točnick jsou všechno filmové lokace Mušketýřů a o jejich využití v seriálu by byl průvodce důkladně informován. Prohlídka Berouna je přidána pro využití času. Také by se odehrála zastávka na oběd v tematické restauraci Stará Sladovna, kde by útrata byla na každém z turistů. Zájezd by se odehrál ve dnech 5.7–6.7, protože právě v tomto období se na hradě Točnick koná každoroční akce, Gladius na Točnicku, což je šermířská a divadelní akce, jejíž návštěva by také byla součástí itineráře. Vstupné 150 Kč by bylo zahrnuto do ceny zájezdu, stejně jako vstupné 100 Kč na Křivoklátu.

5.1 Program zájezdu

1.den: Odjezd z Prahy autobusem v ranních hodinách s průvodcem v dobovém oblečení. Přibližně 45minutový přesun do Doksan, na zámek s klášterem, který se pro tento seriál stal jakousi základnou, na které filmaři pobývali tři roky. Prohlídka

zámeckého areálu a kláštera s kryptou s odkazy na natáčecí místa. Kolem poledne rozchod na oběd dle uvážení každého klienta. Kolem 13:00 přibližně hodinový přesun na další historickou zastávku, hrad Křivoklát. Asi 2hodinová prohlídka celého hradu s návštěvou Stříbrnice, vězení, Královského sálu nebo hradního fürstenberského muzea. V seriálu zde například v Královském sále probíhalo souzení za čarodějnictví. Přibližně hodinový rozchod pro nákup suvenýrů či drobného občerstvení. Půlhodinový přesun do Hotelu Alex v blízkosti centra Berouna, kam bude možnost jít na večeři s doprovodem průvodce. Po ubytování, odchod na večeři nebo volná zábava.

2.den: Snídaně, která je v ceně nocování. Po snídani (9:00) sraz na asi 2hodinovou procházku centrem Berouna (Husovo náměstí, Plzeňská brána, kostel sv. Jakuba, městské hradby). Poté hodinový přesun do dobové restaurace Stará Sladovna na oběd, kde bude útrata opět na každém z klientů. Po obědě 40minutový přesun na poslední zastávku zájezdu, hrad Točnick a jeho akci, Gladius na Točniku, kde si klienti budou moci vychutnat dobovou hudbu a hned několik divadelních vystoupení se šermem. Bude zde možnost rozdělení na dvě skupiny, tu, která si bude chtít projít hrad samotný, a tu, která bude chtít zůstat pouze ve víru festivalu. Na tomto hradě proběhla v seriálu velká bitva, kdy mušketýři bránili život královny Anny. Po skončení festivalu kolem 19:00, sraz u autobusu a návrat do Prahy, která bude trvat kolem 40 minut.

5.2 Itinerář zájezdu

První den

KM	PRŮB. KM	MÍSTO	ODJEZD	PŘÍJEZD	ČEKÁNÍ	POZNÁMKA
		Praha	8:00			Odjezd
54	54	Doksany	13:00	9:00	4 h	Prohlídka zámeckého areálu a kláštera s kryptou, oběd
76	130	Křivoklát	17:00	14:00	3 h	Prohlídka celého hradu, suvenýry, občerstvení
25	155	Hotel Alex		17:30		Ubytování, večeře, volná zábava

Druhý den

KM	PRŮB. KM	MÍSTO	ODJEZD	PŘÍJEZD	ČEKÁNÍ	POZNÁMKA
		Hotel Alex	11:00		3 h	Odjezd
60	215	Stará Sladovna	13:00	12:00	1 h	Oběd
50	265	Točnick	19:00	14:00	3 h	Prohlídka hradu, festival
60	325	Praha		20:00		Návrat

5.3 Kalkulace zájezdu

Autobus 49 + 1 + 1	29 Kč/km
Počet ujetých kilometrů	325 km
Čekání	260 Kč/hod
Odměna průvodci	1 250 Kč/den
Ubytování se snídaní v Hotelu Alex	800 Kč
Diety pro průvodce/řidiče	250 Kč/den
Vstupné Křivoklát	100 Kč/osoba
Vstupné Točnick	150 Kč/osoba
Odměna pro průvodce celkem	2 500 Kč
Diety pro průvodce/řidiče celkem	1 000 Kč
Pojištění účastníků na den	50 Kč
Povinné pojištění cestovních kanceláře	3 920 Kč
Riziko neobsazenosti	20 %

5.4 Nepřímé náklady

Doprava

Doprava = 325 km samostatná cesta + 30 km přistavné = 355 km + objížďky (5 %) 35 km = 390 km * 29 Kč = 11 310,- Kč bez DPH, 13 685,- Kč včetně DPH
 Čekání – 14 h * 260 Kč = 3 640,- Kč bez DPH, 4 404,- Kč včetně DPH
 Dopravné celkem – 18 089,- Kč

Řidič

Ubytování se snídaní = 800,- Kč

Diety = 250 Kč/den – celkem = 500 Kč

Řidič celkem – 1 300,- Kč

Průvodce

Ubytování se snídaní = 800,- Kč

Diety = 250 Kč/den – celkem = 500 Kč

Vstupné = 150 + 100 = 250,- Kč

Odměna průvodci – 2* 1 250 = 2 500,- Kč

Za průvodce celkem – 3 550,- Kč

Pojištění proti krachu

Povinné pojištění cestovní kanceláře proti krachu = 49 * 70 = 3 430,- Kč

Pojištění proti krachu celkem – 3 430,- Kč

Nepřímé náklady celkem – 26 369,- Kč

Riziko neobsazenosti = 20 %

Riziko neobsazenosti zájezdu = 20 % ze 49 účastníků = 10 účastníků

Nepřímé náklady celkem, přepočítané na jednu osobu s rizikem neobsazenosti 20 % =

26 369,- Kč / 39 = 677 Kč (zaokrouhleno)

Přímé náklady

Pojištění na jednoho účastníka = 2*50 = 100,- Kč

Vstupné na jednoho účastníka = 100 + 150 = 250,- Kč

Ubytování se snídaní = 800,- Kč

Přímé náklady na jednoho účastníka = 100 + 250 + 800 = 1 150,- Kč

Přímé náklady na jednoho účastníka celkem = 1 150,- Kč

Výpočet konečné ceny zájezdu

Přímé + nepřímé náklady na jednoho účastníka = 677 + 1 150 = 1 827,- Kč

Přirážka CK 30 % 1 827,- Kč = 548,- Kč

Konečná cena zájezdu pro jednoho účastníka po zaokrouhlení = 2 375,- Kč

Poznámka ke kalkulaci

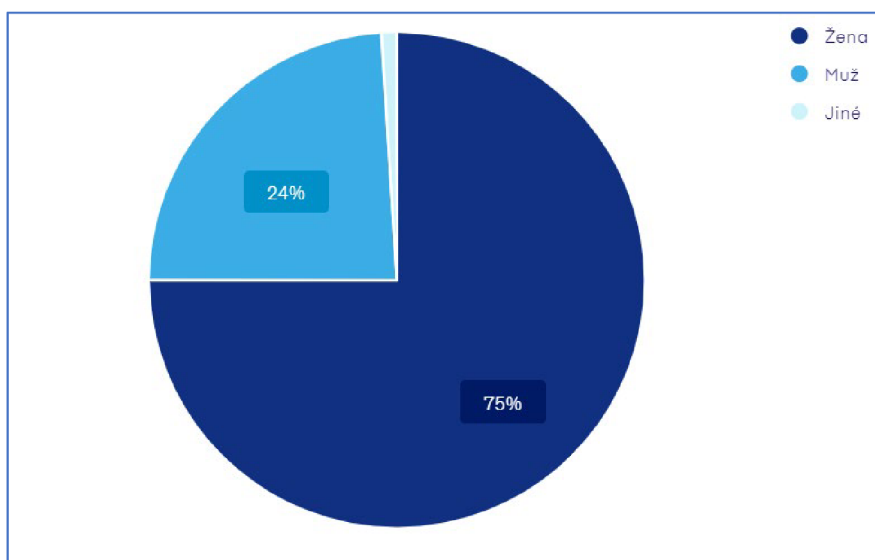
Cena zájezdu obsahuje pojištění CK proti krachu, kompletní dopravu, ubytování se snídaní a všechny vstupy. Cena je vypočítaná s rizikem neobsazenosti 20 %.

6. Dotazníkové šetření

Pro průzkum znalosti široké veřejnosti o tomto odvětví cestovního ruchu a také poptávky po zájezdech tohoto typu byl využit online dotazník vytvořený přes portál survio.com. Tento dotazník se dal najít přes odkaz <https://www.survio.com/survey/d/D7S2R7O5N8Y8Z9D2M> a běžel od 7. 3 2021 do 14.3, a za tuto dobu nasbíral 100 odpovědí od respondentů.

Dotazník obsahoval 20 otázek, které byly jak s otevřenými, tak s uzavřenými odpověďmi.

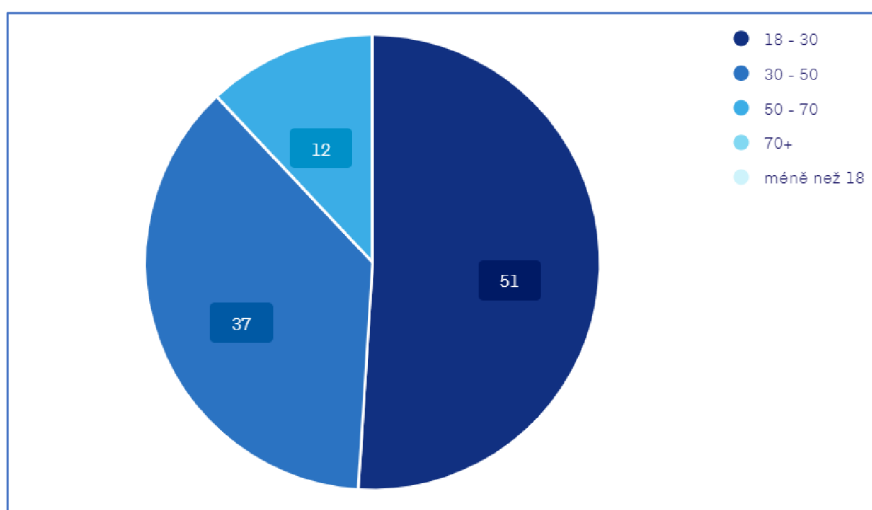
1) Pohlaví *



Graf č.1 – Pohlaví respondentů

Na dotazník odpovědělo mnohem více žen než mužů. Z toho by se dalo vyčíst, že ženy jsou pravděpodobně více ochotné vyplňovat online dotazníky, nebo tráví na internetu více času než muži, ovšem tento rozdíl našemu šetření nevadil.

2) Věk*



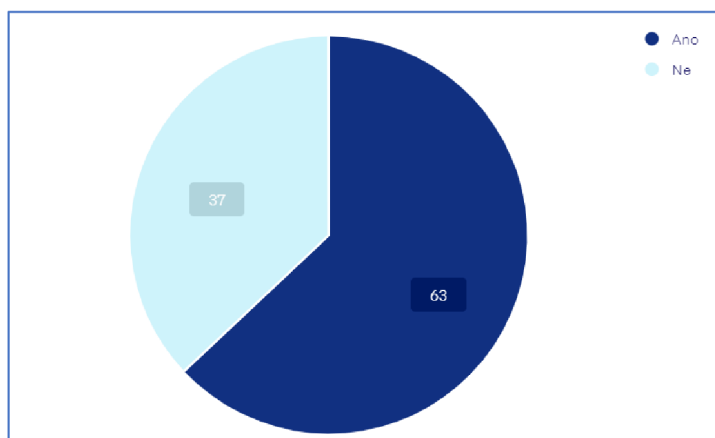
Graf č. 2 – Věk respondentů

Pokud jde o věk respondentů, největší část tvořila věková kategorie 18–30 let s 51 %, za ní následovala kategorie 30–50 let s 37 %, a posledních 12 % tvořili lidé mezi 50–70 lety. Bohužel se dotazníku nezúčastnil nikdo mladší 18 let ani starší 70 let. Dalo by se spekulovat, že pro většinu lidí mladších 18 let, dovolené stále zařizují rodiče a lidé nad 70 let zaprvé – netráví příliš času na internetu, a také cestují méně než mladší generace, jak můžeme vidět ze zbytku grafu.

3) Co si představíte pod pojmem filmový turismus?

Tato otázka byla otevřená, takže se respondenti mohli svobodně vyjádřit. Na další straně byla připravená definice, aby se respondenti mohli s tímto pojmem seznámit. Definice zněla takto: *Filmový turismus znamená navštěvování míst z filmů či seriálů, cesty za spatřením filmových hvězd, na filmové premiéry či předávání filmových cen, nebo na filmové festivaly.* Celkově 72 respondentů odpověděli v rámci této definice, i když spousta z nich měla toto odvětví spojené hlavně s cestováním za filmovými festivaly. Nejčastější odpověď zněla přibližně jako: „Cestování za místem z filmu.“. Dalo by se tedy říct, že většina lidí je s tímto odvětvím alespoň okrajově obeznámena, nebo s ním mají vlastní zkušenosti. U zbylých 28 odpovědí si lidé mysleli, že nějakým způsobem cestují skrze televizi, a pouze dva lidé odpověděli, že nemají tušení, co tento pojem znamená.

4) Cestovali jste někdy na místo z filmu nebo seriálu?



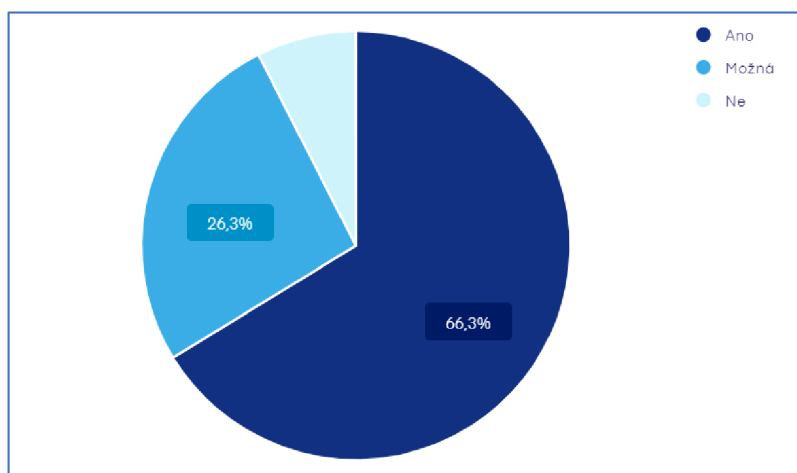
Graf č. 3 – Cestování za místem z filmu/seriálu

Ze 100 respondentů již 63 někdy navštívilo místo z filmu nebo seriálu. Dalo by se tedy říct, že tento způsob cestování není pro Čechy takovou novinkou, a že jeho popularita stále stoupá.

5) Pokud ano, kam jste se vydali?

Pro respondenty, kteří již na filmová místa cestovali zde byla i doplňující otevřená otázka, jejíž odpovědi mě velmi překvapily. Vedle běžných lokalit z Čech, jako jsou třeba Hoštice, které byly zmíněné nejvíce, nebo české hrady a zámky z pohádek jako je Křivoklát se zde vyskytla i spousta světových filmových míst. Ze světových lokalit byl zmíněný třeba New York pro seriály jako Přátelé, Sex ve městě, Jak jsem poznal vaši matku nebo Super drbna, Londýn pro Sherlocka, Harryho Pottera nebo Doctora Who, do Paříže se lidé zase vydali kvůli Moulin Rouge nebo Šifře mistra Leonarda. V odpovědích se vyskytly i mnou výše zmíněné lokality jako Madrid pro španělský seriál La Casa de Papel (Money Heist), skotský Inverness pro seriál Outlander nebo Chorvatsko pro Hru o Trůny. Nejbizarnější místa zde byla Jordánsko pro film Marťan nebo Kambodža pro film Tomb Raider. Toto naznačuje, že Češi jsou ochotní cestovat i přes oceány jen aby viděli místo z jejich oblíbeného filmu.

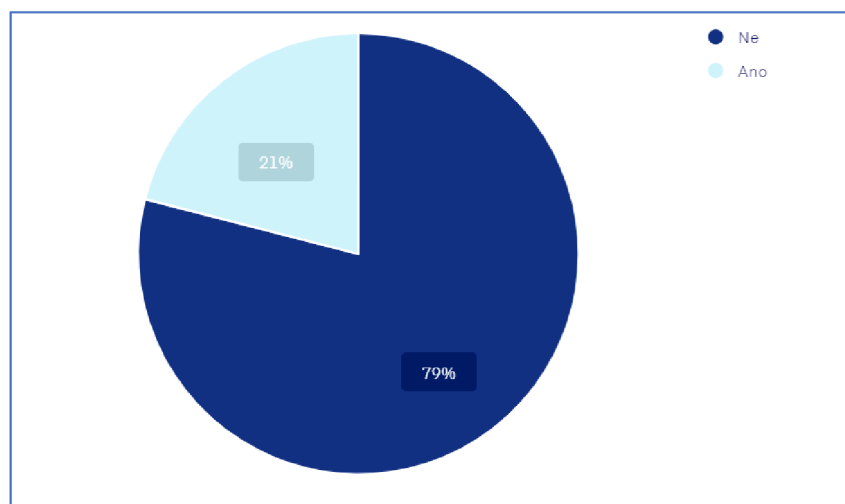
6) Pokud ne, chtěli byste nějaké takové místo navštívit?



Graf č. 4 – Poptávka po návštěvnosti filmových míst

Pro zbytek respondentů, kteří nikdy místo z filmu nebo seriálu nenavštívili zde byla doplňující otázka, zda by je nějaká taková cesta zajímala. Více než 66 % odpovědělo pozitivně, 26 % odpovědělo možná a pouhých 7,5 % odpovědělo, že by o takovou cestu neměli zájem. Z těchto čísel se dá vyčíst, že poptávka po cestách tohoto druhu u Čechů existuje, a rozhodně není malá.

7) Cestovali jste někdy za cílem spatření filmové hvězdy?



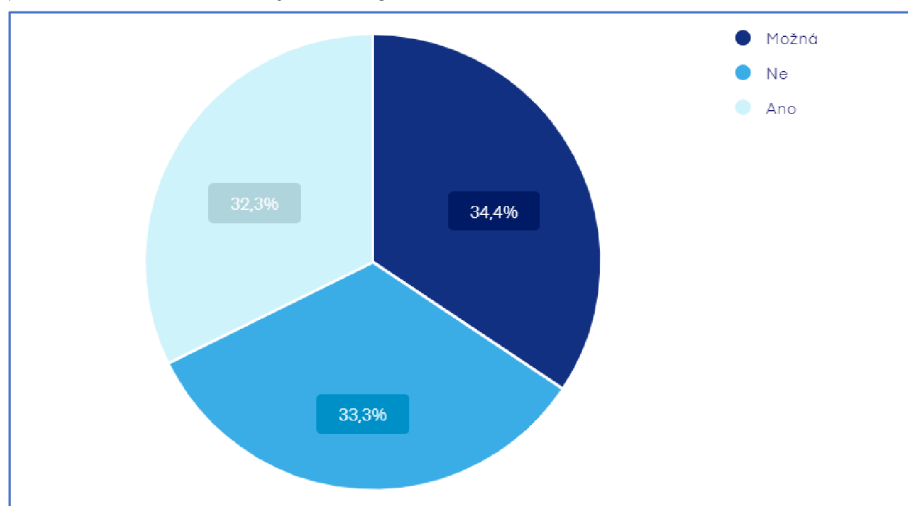
Graf č. 5 – Cestování za filmovými hvězdami

Další otázka se týkala cestování za filmovými hvězdami, zde 79 % odpovědělo, že se nikdy takové cesty nezúčastnili, a pouhých 21 % mělo takové ambice. Dalo by se tedy předpokládat, že cesty za celebritami nejsou pro Čechy atraktivní a že u případných zájezdů by bylo lepší soustředit se na filmové místo samotné.

8) Pokud ano, za jakou celebritou a kam?

Pro odvážlivce, kteří se vydali za celebritami byla připravena i doplňující, otevřená otázka, za jako celebritou a kam se vydali. Většina z nich cestovala za celebritami na KVIFF, kde je pro Čechy asi největší šance spatřit celebritu. V odpovědích se vyskytla jména jako Jeremy Renner nebo Jiří Bartoška. Lidé se i vydávali za Tomem Hollandem do Liberce, kde natáčel film Spiderman: Daleko od domova. Toto naznačuje, že by Češi nejraději potkali celebritu na místě již s filmem spojeným, takže nejčastěji na filmovém festivalu nebo na filmovém natáčení. Čekání na celebritu u jejich domu pro Čechy atraktivní není.

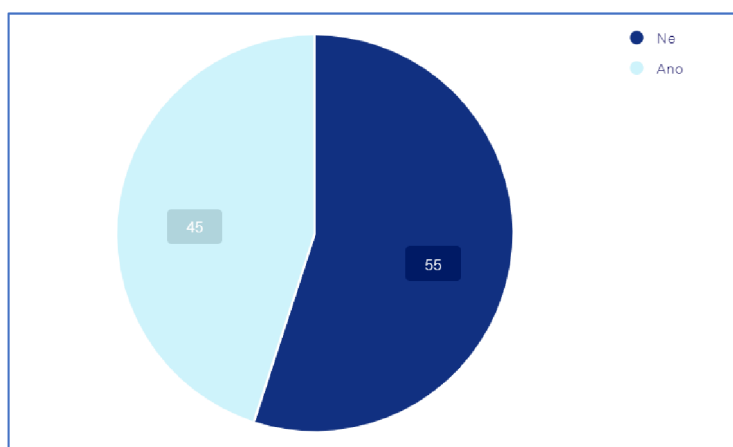
9) Pokud ne, lákala by vás nějaká taková cesta za celebritou?



Graf č. 6 – Poptávka po cestách za celebritami

Na otázku, zda by se člověk chtěl zúčastnit cesty za celebritou byly odpovědi asi nejvíce rozporuplné, i když nejvíce respondentů odpovědělo možná s 34,4 %, odpovědi ano i ne byly na velmi podobné úrovni – 32,3 % pro ano a 33,3 % pro ne. Toto naznačuje, že u cest tohoto typu záleží asi nejvíce na osobnosti člověka, a jestli by mu taková cesta byla příjemná.

10) Cestovali jste někdy na filmovou premiéru, předávání filmových cen nebo filmový festival?



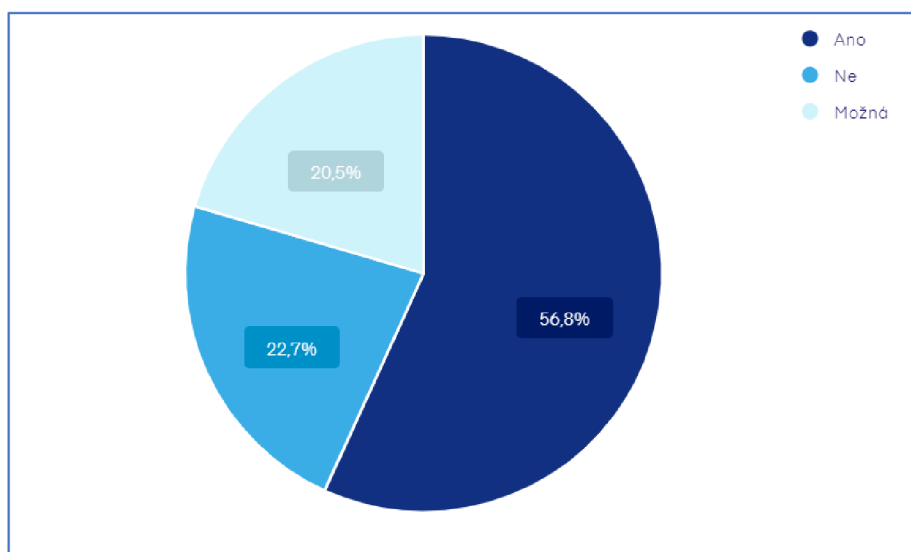
Graf č. 7 – Cestování na film. festivaly/premiéry

Na otázku, zda lidé cestovali na filmovou premiéru, předávání filmových cen nebo na filmový festival 55 lidí odpovědělo ne a 45 lidí odpovědělo ano. Tato čísla mě velmi překvapila, protože jsem počítala s tím, že většina Čechů se už někdy vydala na KVIFF. Je možné, že lidé, kteří žádnou takovou událost nenavštívili tráví jejich čas jinak, nezajímají se tolik o film jako takový nebo třeba neholdují velkým masám lidí.

11) Pokud ano, na jakou událost a kam jste cestovali?

V doplňující otevřené otázce lidé nejčastěji odpovídali právě KVIFF, ale objevil se tam třeba i Filmový festival v Uherském Hradišti nebo ve Zlíně. Na filmové premiéry potom lidé nejčastěji míří do Prahy, ve většině případů na filmové blockbustery jako jsou Avengers nebo Star Wars.

12) Pokud ne, lákal by Vás podobný výlet?



Graf č. 8 – Poptávka po cestách na film. festival/premiéru

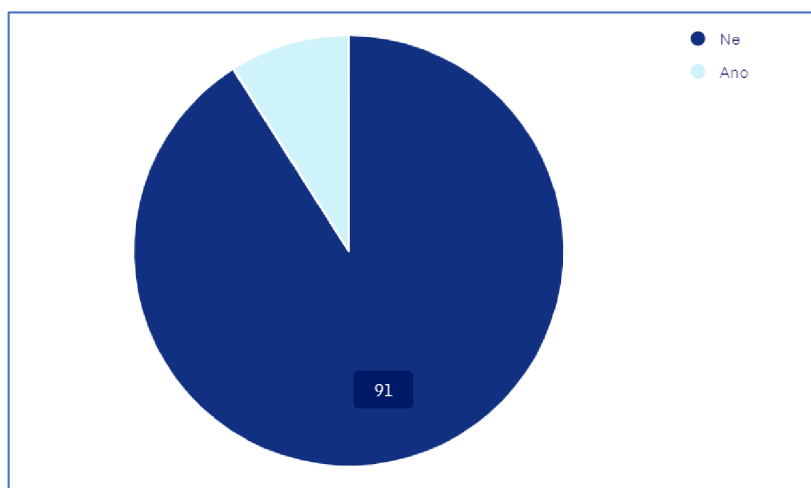
Ze zbylých respondentů by více než 56 % mělo o takovou cestu zájem, víc než 20 % by takovou cestu zvažovalo a 22,7 % by nemělo zájem. Tato čísla opět naznačují, že i hromadné cesty na filmové premiéry či festivaly by se daly zařadit do běžného cestovního ruchu.

13) Znáte nějaké světové filmy, které se u nás natáčely?

Tato otázka byla spíše na znalost širší veřejnosti o filmových aktivitách v ČR. Na žádný film si nevzpomnělo pouze 28 dotázaných, ostatní odpověděli jedním až čtyřmi filmy. Nejčastěji se objevil Spiderman: Daleko od domova, což je jeden z posledních velkých úspěchů českých filmových lokalit. Hodně lidé odpovídali také Mission Impossible, Casino Royal nebo Letopisy Narnie. Překvapení pro mě byl film XxX, který se v odpovědích vyskytl hned 11x, jde totiž o film s ne příliš dobrým hodnocením, ovšem lidem asi utkvěl v paměti, protože se natáčel právě u nás. Znalost filmových aktivit tedy není až tak omezená, jak bych čekala navzdory ne příliš velké propagaci filmových natáčení u nás.

14) Věděli jste, že Grandhotel Pupp v Karlových Varech začal po místním natáčení Agenta 007 nabízet balíček „Po stopách Agenta 007“?

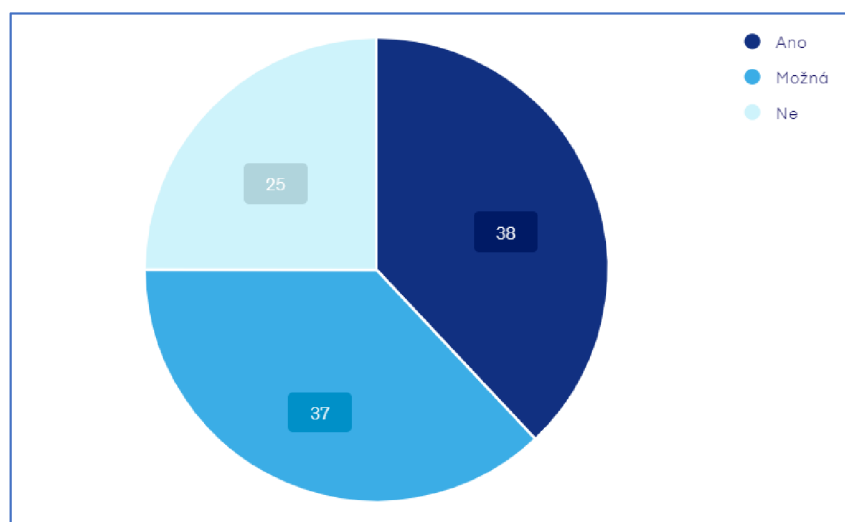
Jako poznámka u této otázky bylo, co vše tento balíček obsahoval: „Tento balíček zahrnoval: dvě noci v hotelu, výlet na karlovarskou střelnici, menu ve stylu 007, žetony do kasina a také uvítací koktejl Vesper.“



Graf č. 9 – Zájem o balíček v Grandhotelu Pupp

Mně tento balíček přišel jako ojedinělý a jedinečný, bohužel stejně jako já o něm nevědělo i dalších 91 dotázaných. Jediné řešení, které by v tomto případě pomohlo je zvýšit propagaci takových produktů.

15) Přišel by Vám takový balíček atraktivní?

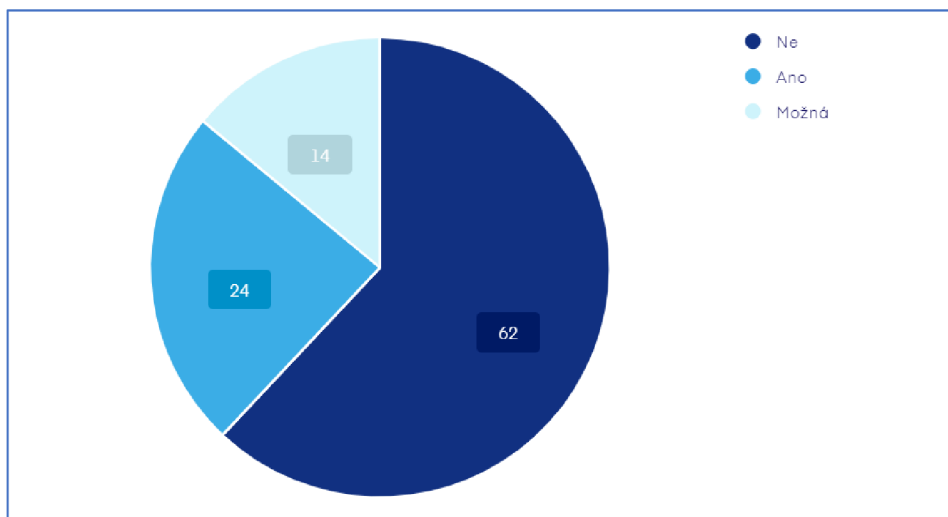


Graf č. 10 – Poptávka po balíčku Hotelu Pupp

Tento balíček by přišel atraktivní 38 respondentům, zatímco 37 by takový balíček zvažovalo, pouhých 25 respondentů by tento balíček odmítlo. Nebylo by tedy od věci

přicházet s více podobnými nápady. Balíčky s určitým konceptem by mohly být důvodem, proč by lidé více zvažovali dovolenou v ČR, třeba i v poměrně blízkém městě od jejich domova.

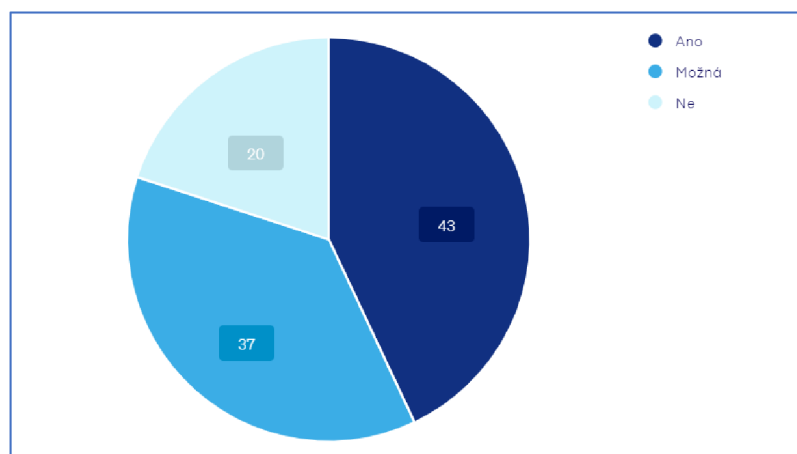
16) Po velmi úspěšném seriálu ČT1, MOST!, se v Mostě začaly konat organizované výlety po místech z tohoto seriálu. Zúčastnili byste se takového výletu?



Graf č. 11 – Poptávka po výletech – Most!

I když se po odvysílání tohoto seriálu poptávka po městě Most rapidně zvýšila, v dotazníku by 62 respondentů o takový výlet zájem nemělo, 14 by ho zvažovalo a 24 by se ho zúčastnilo. Tento seriál má velmi specifické publikum, a rozhodně není pro každého, proto mě tato čísla příliš nepřekvapila. Je také možné, že jeden z faktorů, který ovlivnil tuto otázku, byl, že já sama pocházím ze severních Čech, přesně z Chomutova, tudíž pokud většina respondentů byla odsud, nebude pro ně Most nijak atraktivní, a to ani díky seriálu. V jiné části ČR by mohl být zájem o tento zájezd větší.

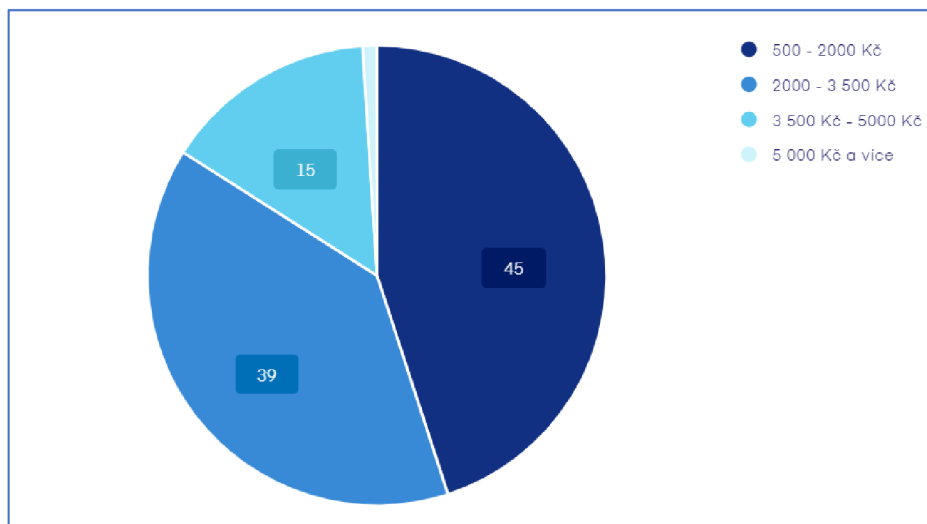
17) Zúčastnili byste se zájezdu v ČR s jinou filmovou či seriálovou tematikou, která by pro Vás byla atraktivní?



Graf č. 12 – Poptávka po filmových zájezdech

Ze 100 respondentů by mělo o jiný zájezd s filmovou či seriálovou tematikou zájem 43 z nich, 37 by takový zájezd zvažovalo a pouhých 20 by se ho nechtělo zúčastnit. Dalo by se tedy hovořit o zájmu již dostatečně velkém pro budoucí tvorbu takovýchto zájezdů a další rozvoj filmového turismu.

18) Kolik byste byli ochotni za takový dvoudenní zájezd v ČR (vstupy, ubytování se snídaní a pojištění v ceně) s filmovou/seriálovou tematikou utratit (Kč/osobu)?

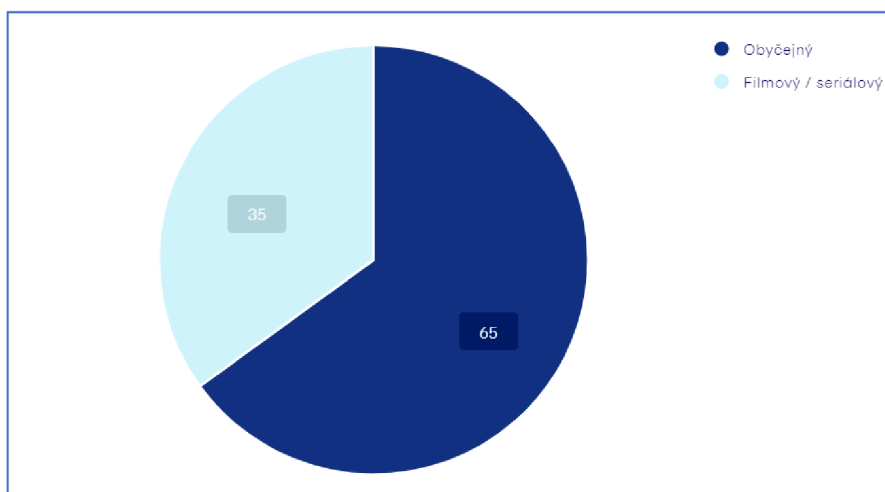


Graf č. 13 – Cena dvoudenního zájezdu

Tato otázka byla přímo spojená se mnou vytvořeným dvoudenním zájezdem, a jak ukázaly odpovědi u většiny respondentů by má cena (2 375,- Kč) obstála. Češi stále nejsou připraveni utrácet velké částky za dovolenou v jejich domovině, jelikož 45

respondentů by utratilo za dvoudenní zájezd pouze mezi 500–2000 Kč, 39 by bylo schopno utratit 2000–3500 Kč, 15 by zaplatilo 3500–5000 Kč a pouze jeden by zaplatil 5000 a více Kč.

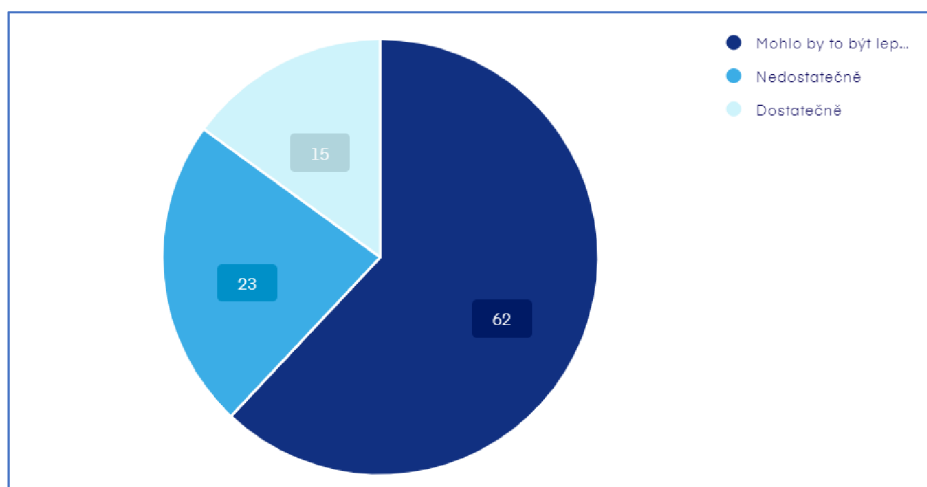
19) Jeli byste raději na zájezd s filmovou/seriálovou tematikou nebo na zájezd obyčejný?



Graf č. 14 – Filmový zájezd vs. obyčejný

Odpovědi u této otázky mě překvapily asi nejvíce, 65 respondentů by se rozhodlo raději pro obyčejný zájezd a jen 35 by jelo spíše na ten filmový/seriálový. Já jsem osobně brala nějakou takovou tematiku jako ozvláštnění běžných zájezdů, a myslela jsem si, že spousta lidí by chtěla něco takového vyzkoušet, ale opak je pravdou. Řekla bych, že dva faktory tuto otázku ovlivnily nejvíce, jedním z nich je především věk. Dalo by se očekávat, že něco nového budou chtít vyzkoušet hlavně mladší lidé, a ti starší budou počítat spíše s jistotou a něčím co už znají. Druhý faktor je i celkový zájem člověka o filmový průmysl, ne pro každého bývá film koníčkem.

20) Myslíte si, že ČR dostatečně propaguje filmová natáčecí místa u nás?



Graf č. 15 – Propagace filmových míst u nás

Poslední otázka se týkala propagace filmových míst v ČR, která dle mého názoru není dostačující. Většina respondentů se mnou souhlasila, a to 62, kteří si myslí, že by propagace mohla být lepší a 23, kteří ji považují za nedostatečnou. Pouze 15 ji považuje za dostatečnou. Myslím si, že toto je jeden z faktorů, na kterém by mohl cestovní ruch u nás zapracovat, přeci jen jde o odvětví něčím nové a atraktivní a mohlo by spoustu Čechů přimět cestovat i po jejich domovině, což po koronavirové krizi bude potřeba.

6.1 Závěr šetření

Tento dotazník ukázal, že znalost široké veřejnosti o filmovém turismu není až tak omezená, jen si většina lidí neuvědomuje, že i toto odvětví je součástí cestovního ruchu a co všechno zahrnuje.

Zájezdy s filmovou či seriálovou tematikou, případné hromadné cesty na filmové festivaly, ale i různé filmové hotelové balíčky mají u nás budoucnost a většina lidí je shledává atraktivní. Doporučovala bych tedy začít vymýšlet kreativní a originální nabídky, které klienta zaujmou jejich neotřelostí. Náklady na takové zájezdy by ovšem měly být co nejmenší, jelikož Češi stále nejsou připraveni utrácet v Čechách. Jak bylo vidět, Češi jsou ochotní letět i přes moře, aby navštívili jejich oblíbené místo z filmů, chtělo by jim ukázat, že se tato místa nacházejí i u nás. Máme tu bezpočet filmových lokalit, ať už českých filmů, tak těch světových. Myslím si, že každý by si tu něco našel.

Největším problémem je, že i když nějaká taková nabídka existuje, potenciální turisté nejsou dostatečně informováni, ve většině případů, pokud člověk cíleně nehledá

nabídky tohoto typu, nenarazí na ně. Nebylo by od věci tyto nabídky dávat více do popředí, aby se dostaly do podvědomí zákazníků. V dnešní době moderních technologií už je poměrně snadné vytvořit online reklamu. Propagaci bych ovšem soustředila spíše na mladší lidi a také na filmové fanoušky. Neváhala bych reklamy na podobné zájezdy dávat třeba i na sociální sítě, kde většina mladších lidí tráví většinu času. Filmová fóra, jako je např. internetová stránka csfd.cz, by také bylo perfektní místo na propagaci, jelikož se tam nachází spousta fanoušků filmů, kteří určitě také někde budou chtít strávit dovolenou.

Domnívám se, že filmový turismus je jedna z cest rozvoje cestovního ruchu, kterým by se ČR mohla vydat. Ve světě jsou celá města i státy, které se změnily k nepoznání jen díky filmovým turistům, a i když tento potenciál má i ČR příliš se ho nevyužívá. Obzvláště při zotavování z koronavirové krize bude potřeba přimět české turisty zůstat v Čechách, filmový turismus by mohl být jednou z případných možností.

7. Závěr

Cílem této bakalářské práce bylo celkově představit filmový turismus jako odvětví cestovního ruchu, prozkoumat filmové lokality v Čechách, navrhnout možný filmový zájezd a pomocí dotazníku zjistit, zda má toto odvětví v ČR nějakou budoucnost.

Nejdříve jsem poukázala na rozvoj filmového turismu v průběhu času a představila obecné faktory a pravidla pro jeho funkci. Na příkladech ze světa jsem upozornila na pozitivní i negativní dopady, které může filmový turismus mít na celá města i státy, ale také na způsoby, jakými filmové lokality za mořem byly schopné využít tohoto turismu k ohromným ziskům.

Dále už jsem se soustředila na ČR a její potenciál jako lokalita pro filmový turismus. Ukázalo se, že v ČR již funguje určitý systém organizací a spolků, který tento turismus řídí, jen si myslím, že by nebylo od věci zapojovat více i širokou veřejnost do záležitostí filmových lokalit. V České republice se nachází bezpočet filmových lokalit, ať už těch českých nebo světových, bohužel jen opravdu malý zlomek z nich využívá filmu k jejich další propagaci. Nalezla jsem ovšem i pár velmi originálních nápadů, které ovšem nezískaly příliš pozornosti, opět kvůli nedostatečné reklamě.

Na mém návrhu zájezdu jsem chtěla ukázat, jak by potenciální filmový zájezd mohl vypadat, a to ještě za přijatelnou cenu. Myslím si, že přidáním určité tematiky je možné přilákat lidi i na místa, která by pro ně jinak atraktivní nebyla. Pro tento návrh jsem čerpala hlavně z vlastních zkušeností s filmovým turismem.

Poslední část práce se zabývala širokou veřejností, a jak se cítí ohledně tohoto odvětví. I když informovanost nebyla příliš malá, byla poměrně dost omezená, což je opět spojeno s nedostatečnou propagací. Z výsledků dotazníkového šetření bych řekla, že filmový turismus má u nás budoucnost, pouze pokud se bude více dostávat do podvědomí lidí a pokud se do něj vloží určité úsilí a originalita.

V dnešní době, kdy cestovní ruch dá se říct, stagnuje, je potřeba využít všech divokých karet, které by mohly přimět českého občana strávit jeho dovolenou v Čechách, filmový turismus by mohla být jednou z nich. A i když půjde třeba o kratší zájezdy o délce pár dnů, člověku nic nebrání v tom, zúčastnit se rovnou několika, nejdůležitější je, aby peníze, které Čech utratí za dovolenou zůstaly v co nejvíce případech u nás.

Toto téma mi bylo velmi blízké i z osobních důvodů, ale čím více jsem se jím zabývala, tím více jsem viděla, že možná právě tady leží budoucnost cestovního ruchu, již spousta světových lokalit dokázala filmu využít v jejich prospěch a možná je na čase, aby Česká republika udělala to samé.

8. Seznam literatury

Knížní:

ORIEŠKA, Ján. Služby v cestovním ruchu. V Praze: Idea servis, 2010, 405 s. ISBN 978-80-85970-68-5.

ZELENKA, Josef a Martina PÁSKOVÁ. Výkladový slovník cestovního ruchu. Kompletně přeprac. a dopl. 2. vyd. Praha: Linde Praha, 2012, 768 s. ISBN 978-80-7201-880-2.

Internetová:

ANDRES, Jiří. Filmová turistika v Česku kvete In: *Ttg.cz*, [online]. ttg.cz, 27.10. 2013, [cit. 10.1. 2021]. Dostupné z: <https://www.ttg.cz/filmova-turistika-v-cesku-kvete/>

ARNOLD, Naomi, MORE THAN MIDDLE – EARTH: HOW FILM TOURISM CHANGED NEW ZEALAND, In: *Discovery.cathaypacific.com*, [online], © Cathay Pacific Airways Limited, 8.7. 2019 [cit. 8. 11. 2020]. Dostupné z: <https://discovery.cathaypacific.com/middle-earth-film-tourism-changed-new-zealand/>

As We Travel, Movies That Created Tourism Boom, In: *Aswetravel.com*, [online], aswetravel.com, 17. 9. 2010, [cit. 1.11. 2020], Dostupné z: <https://www.aswetravel.com/movies-that-created-tourism-boom/>

BBC Bitesize Guides KS3, Tourism, In: *Bbc.co.uk*, [online], © 2021 BBC [cit. 8. 11. 2020]. Dostupné z: <https://www.bbc.co.uk/bitesize/guides/zqk7hyc/revision/3>

BBC News, Outlander author gets award for boost to Scottish tourism In: *bbcnews.com* [online], © 2021 BBC 14. 3. 2019 [cit. 8.11. 2020]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/uk-scotland-47557894>

BBC News, Outlander tourism effect a 'double edged sword' In: *bbcnews.com* [online], © 2021 BBC 15. 2. 2020 [cit. 8.11. 2020]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/uk-scotland-highlands-islands-51488784>

BBC NEWS. Can Harry Potter Magic Tourists Back to Japan? In: *BbcNews.com* [online]. *bbc.com*, 19.8. 2020 [cit. 10.1. 2021]. Dostupné z: <https://www.bbc.com/news/business-53830843>

BECK, Lena, The Twilight Tour: A Guide to Visiting Forks, In: *Seattlemag.com*, 19. 9. 2019, [cit. 12. 11. 2020]. Dostupné z: <https://www.seattlemag.com/road-trips/twilight-tour-guide-visiting-forks>

BELL, Amanda, 15 Movies And TV Shows That Created A Tourism Boom, In: *Screenrant.com*, [online], © 2021 screenrant.com, 13.7. 2016, [cit. 1.11. 2020] Dostupné z: <https://screenrant.com/movies-tv-shows-create-tourism-booms/>

BENEŠ, Edvard D., Cestovka přichystala exkurzi po stopách seriálu Most! In: *Mostecky.denik.cz*, [online]. 9.3. 2019, © VLTAVA LABE MEDIA a.s [cit. 3.2. 2021]. Dostupné z: https://mostecky.denik.cz/zpravy_region/cestovka-prichystala-exkurzi-po-stopach-serialu-most-20190309.html

Busfrape In: *Busfrape.com*, [online], © autobusová doprava BUSFRAPE.CZ [cit. 12.2. 2020]. Dostupné z: <http://www.busfrape.cz/orientacni-cenik>

CONNEL Joanne, *Tourism Management* In: *Media.bizwebmedia.net* [online]. ELSEVIER LTD, 2012, [cit. 1.11. 2020]. Dostupné z: http://media.bizwebmedia.net/sites/146527/upload/documents/21-film-tourism_evolution_progress.pdf

CUFF, Martin, FILM TOURISM In: *Martincuff.com* [online]. MartinCuff.com, 2021 [cit. 1.11 2020]. Dostupné z: <http://www.martincuff.com/introduction-to-film-tourism/>

CZECH FILM COMMISSION. In: *Filmcommission.cz*, [online]. © 2021 Státní fond kinematografie, [cit. 15.1. 2021]. Dostupné z: <https://filmcommission.cz/cs/>

E-CHALUPY, Hoštice – Jižní Čechy, kam v okolí? In: *E-chalupy.cz*, [online]. © 2021 [cit. 3.2. 2021]. Dostupné z: https://www.e-chalupy.cz/jizni_cechy/vylety-turistika-sport/hostice/

Edna, The Musketeers, In: *Edna.cz*, [online]. © 2008–2021 design kreatura.cz [cit. 3.2. 2021]. Dostupné z: <https://www.edna.cz/the-musketeers/>

EL – MAHMOUD, Sarah, After Twilight's Midnight Sun Was Released, Forks Is Looking For A Tourism Boost, In: *Cinemablend.com*, [online], cinemablend.com 11. 8. 2020, [cit. 12.11. 2020]. Dostupné z: <https://www.cinemablend.com/news/2552312/after-twilights-midnight-sun-was-released-forks-is-looking-for-a-tourism-boost>

EU peníze školám-CZ.1.07/1.5.00/34.0229, In: *Soss.cz*, [online] 15.3. 2013 [cit. 12.2. 2020] Dostupné z: http://www.soss.cz/website/mainmenu/about-us/webpage%5B2%5D/webpage%5B3%5D/webpage%5B3%5D/vy_32_inovace_168-26.3.-2013-cvicna-kalkulace-ii..pdf/_showFile.php?fileId=547

Filmová místa, In: *filmovamista.cz* [online], Filmová místa.cz 2006 - 2021, [cit. 1.11. 2020] Dostupné z: <https://www.filmovamista.cz/>

Finance.cz, Výše sazeb tuzemského stravného 2021 In: *Finance.cz*, [online]. Copyright 2021 Internet Info, s.r.o [cit. 12.2. 2021]. Dostupné z: <https://www.finance.cz/dane-a-mzda/mzda/cestovni-nahrady/tuzemske-stravne/>

Free Tours By Foot, Which Hollywood Studio Tours Are the Best? In: *Freetoursbyfoot.com*, [online], © 2021 Free Tours by Foot, [cit. 1.11. 2020], Dostupné z: <https://freetoursbyfoot.com/los-angeles-studio-tours/>

GILMORE, Robin. 25 Harry Potter Destinations You Can Visit In Real Life In: *RoadAffair.com* [online]. roadaffair.com, 31.10. 2020 [cit. 10.1. 2021]. Dostupné z: <https://www.roadaffair.com/harry-potter-destinations/>

Heads Up – Scout Life, What Was the First Movie Ever Made? In: *HeadsupScoutlife.org* [online]. © 2021, Boy Scouts of America. [cit. 1.11. 2020]. Dostupné z: <https://headsup.scoutlife.org/what-was-the-first-movie-ever-made/>

HENNETMAIROVÁ, Iveta, Cenotvorba-Výukový materiál zpracován v rámci projektu *Hobbitontours*, In: *Hobbitontours.com*, [online], © 2016 Hobbiton™ Movie Set Tours [cit. 8. 11. 2020]. Dostupné z: <https://www.hobbitontours.com/>

Hotel Alex, In: *Alexhotel.cz*, [online]. © 2021 www.AlexHotel.cz [cit. 12.2. 2021]. Dostupné z: <https://www.alexhotel.cz/>

HUDSON Simon, RITCHIE Brent J.R, *Journal of Travel Research*, Vol. 44, May 2006, DOI: 10.1177/0047287506286720, © 2006 Sage Publication, [cit. 8.11. 2020], Dostupné z: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0047287506286720>

HUDSON Simon, RITCHIE Brent J.R, *Journal of Vacation Marketing* [online]. In: *Citeseerx.ist.edu*, London, SAGE, 2006, [cit. 8.11 2020]. Dostupné z: <https://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.829.2546&rep=rep1&type=pdf>

Kláster sester premonstrátek - Doksany, In: *Klasterdoksany.cz*, [online]. © 2006 Klášter premonstrátek Doksany [cit. 12.2. 2021]. Dostupné z: <http://www.klasterdoksany.cz/>

KLOIDOP, Britští Mušketýři jsou reklamou na Českou republiku. Podívejte se, kde všude se natáčeli In: *Prima.iprima.cz*, [online]. 28.6. 2015, © FTV Prima spol. s.r.o. a.s [cit. 12.2. 2021]. Dostupné z: <https://prima.iprima.cz/novinky/britsti-musketyri-jsou-reklamou-na-ceskou-republiku-podivejte-se-kde-vsude-se-nataceli>

Křivoklát, In: *Hrad-krivoklat.cz*, [online]. 2021 Národní památkový ústav [cit. 12.2. 2021]. Dostupné z: <https://www.hrad-krivoklat.cz/cs>

KUDY Z NUDY, In: *Kudyznudy.cz*, [online]. © 2021 CzechTourism, [cit. 3.2. 2021]. Dostupné z: <https://www.kudyznudy.cz/>

LIDOVKY, Na Primě startují ‚čeští‘ Tři mušketýři. Podívejte se, kde se natáčel seriál In: *Lidovky.cz*, [online]. 28.6. 2015, © 2021 MAFRA, a.s [cit. 12.2. 2021]. Dostupné z: https://www.lidovky.cz/kultura/na-prime-startuji-cesti-tri-musketyri-podivejte-se-kde-se-natacel-serial-bbc.A150626_125654_In_kultura_hep

LUPEN, Tomáš, Za osud Narnie se bojovalo i na české In: *Filmovamista.cz*, [online], filmovamista.cz, 2006 - 2021, [cit. 11.2. 2021]. Dostupné z: <https://www.filmovamista.cz/clanek/105-Za-osud-Narnie-se-bojovalo-i-na-ceske-pude>

MARTÍN, Hugo. Harry Potter boosts Universal Studios attendance ; Disneyland visits slip, In: *Latimes.com*, [online]. latimes.com, 1. 6. 2017, [cit. 10.1. 2021]. Dostupné z: <https://www.latimes.com/business/la-fi-universal-attendance-20170601-story.html>

MediaGuru, Tři mušketýři dosáhli poprvé téměř na 550 tisíc In: *Mediaguru.cz*, [online], 30. 6. 2015, © 2021 PHD, a.s [cit. 12.2. 2021]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2015/06/tri-musketyri-dosahli-poprve-temer-na-550-tisic/>

Město Beroun, In: *Město-berounl.cz*, [online]. © 2021 Provozovatel Galileo Corporation s.r.o. [cit. 12.2. 2021]. Dostupné z: <https://www.mesto-beroun.cz/pro-turisty/pamatky/>

Ministerstvo pro místní rozvoj, Management kulturního cestovního ruchu In: *Mmr.cz* [online]. Ministerstvo pro místní rozvoj, ČR, Praha, 2008, [cit. 2020-11-1]. Dostupné z:

https://www.mmr.cz/getmedia/efcd9671-4737-427b-bab5-1b6be507e800/getfile10_1.pdf<http://www.martincuff.com/introduction-to-film-tourism/>
MITCHELL, Kerrie, Twilight Tourism: How Forks, Wash., Is Still Enjoying a Vampire Boom, In: *Yahoo!entertainment* [online]. yahoo.com, 9. 9. 2016 [cit. 12. 11. 2020].
Dostupné z: https://www.yahoo.com/entertainment/twilight-tourism-how-forks-wash-is-still-enjoying-a-vampire-boom-145018029.html?guccounter=1&guce_referrer=aHR0cHM6Ly93d3cuZ29vZ2xlLmNvbS8&guce_referrer_sig=AQAAAClYgejppqRo_QaNxbufwdlWbDbwHJw8YPFbelKq0wdfSqwrIid-PC7nWVO15ebiAz2iryKkebonboKwKryRfkxbl-nOA0nMrLfWjtjKh7mV1d3RKMY-gXhbf0BloxpAcAAGn7aXTJbqx5CJ1V_O1w4rR4yIbFytFuCsRhKz7_uUc

MRVÍKOVÁ, Kristýna Bc., Pojištění cestovní kanceláře proti úpadku, In: *Theses.cz* České Budějovice: Jihočeská univerzita v Českých Budějovicích, Ekonomická fakulta Diplomová práce, 2014, [cit. 12.2. 2021]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/wqzwsk/11585764>

OLGA, Procestuj všechna místa, kde se natáčí Game of Thrones, In: *Potkamesevecklaku.wordpress.com* [online], *potkamesevecklaku.wordpress.com* 17.7. 2017 [cit. 25. 10. 2020], Dostupné na: <https://potkamesevecklaku.wordpress.com/2017/07/17/procestuj-mista-kde-se-nataci-game-of-thrones/>

PINCHEFSKY Carol, The Impact (Economic and Otherwise) of Lord of the Rings/The Hobbit on New Zealand In: *Forbes.com* [online]. Forbes.com, 14.12. 2012 [cit. 8.11. 2020]. Dostupné z: <https://www.forbes.com/sites/carolpinchefskey/2012/12/14/the-impact-economic-and-otherwise-of-lord-of-the-ringsthe-hobbit-on-new-zealand/?sh=77d6aa1d31b6>

POROVNEJ24, Po stopách Hollywoodu: Objevte místa v ČR, která znáte z filmových trháků In: *Porovnej24.cz* [online], @ 1996–2021 Porovnej24.cz, 21.7. 2020, [cit. 10.2.

2021]. Dostupné z: <https://www.porovnej24.cz/clanky/stopach-hollywoodu-objevte-mista-cr-ktera-znate-filmovych-trhaku>

RESTU, Restaurace Stará sladovna Plzeň In: *Restu.cz*, [online]. © 2021 RESTU s.r.o. [cit. 12.2. 2021]. Dostupné z: <https://www.restu.cz/stara-sladovna/>

ROMANO, Aja, The Untamed, streaming on Netflix, ripped my heart out and fed it to me. I can't get enough., In: *Vox.com*, [online], © 2021 Vox Media, LLC, 27. 5. 2020, [cit. 1.11. 2020], Dostupné z: <https://www.vox.com/2020/3/27/21192718/the-untamed-netflix-review-rec-mdzs-cql>

SEDLÁK, Václav, Natačení Tří mušketýrů na zámku po třech letech skončilo In: *Denik.cz*, [online]. 10.12. 2015, © VLTAVA LABE MEDIA a.s [cit.12.2. 2021]. Dostupné z: <https://www.denik.cz/film-a-televize/foto-nataceni-tri-musketyru-na-zamku-po-trech-letech-skoncilo-20151209-3ws7.html>

SHADOW, Wandering, The “BTS Effect” on South Korea’s Economy, Industry and Culture, In: *Shadow-twts.medium.com*, [online] Wandering Shadow, 30.5. 2019, [cit. 1.11. 2020] Dostupné z: <https://shadow-twts.medium.com/the-bts-effect-on-south-koreas-economy-industry-and-culture-975e8933da56>

Solve Prague, Questerland, In: *Solveprague.cz*, [online], © 2021 [cit. 1.11. 2020], Dostupné z: <https://solveprague.cz/questerland/>

SOTONA, Jiří, James Bond nechal stopy i v Česku In: *Novinky.cz*, [online], novinky.cz, 28. 12. 2015, © 2019-2021 Seznam.cz a.s. [cit. 10.2. 2021]. Dostupné z: <https://www.novinky.cz/zena/styl/clanek/james-bond-nechal-stopy-i-v-cesku-332585>

STOLL, Julia, Number of theater visits at the Berlin International Film Festival 2010-2020, In: *Statista.com*, [online], statista.com, 12. 1. 2021 [cit. 15. 1. 2021]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/705110/berlinale-number-of-visits/>

Točník, In: *Hrad-tocnik.cz*, [online]. 2021 Národní památkový ústav [cit. 12.2. 2021].
Dostupné z: <https://www.hrad-tocnik.cz/cs>

TOH, Alfred, What is Anime Pilgrimage and Anime Tourism? In: *Mipon.org*, [online],
Mipon, your Anime Tour Guide © 2021, 31. 5 2020, [cit. 1.11 2020], Dostupné z:
<https://mipon.org/what-is-anime-pilgrimage-and-anime-tourism/>

TOMAN, Petr, Netradiční dárky: dvě noci jako agent 007 i vlastnoručně vyrobená
kytara In: *Idnes.cz*, [online], idnes.cz, 19. 12. 2015, © 1999–2021 MAFRA, a. s. [cit.
10.2. 2021]. Dostupné z: https://www.idnes.cz/karlovy-vary/zpravy/darky-pod-stromecek-z-karlovarskeho-kraje.A151217_2213017_vary-zpravy_ba

Travel 2 Latam, The boom of film fans tourism moves 80 million travelers In:
Es.travel2latam.com, [online], © 2021. Travel2latam.com, 31.7. 2018, [cit. 1.11. 2020],
Dostupné z: <https://es.travel2latam.com/nota/50682-reports-the-boom-of-film-fans-tourism-moves-80-million-travelers.html>

URBAIN Thomas, 'Rocky' effect put Philadelphia on world map In:
BusinessInsider.com [online]. © 2021 Insider, 25. 11. 2015, [cit. 20. 12. 2020].
Dostupné z: <https://www.businessinsider.com/afp-rocky-effect-put-philadelphia-on-world-map-2015-11>

VEN KAŽDÝ DEN, Hoštice (okr. Strakonice) In: *Venkazdyden.cz*, [online]. © 2021 [cit.
3. 2. 2021]. Dostupné z: <https://www.venkazdyden.cz/tip-na-vylet/hostice/352>

VisitPhilly, Quintessential Rocky & Creed Tour of Philadelphia, In: *Visitphilly.com*,
[online], ©1998-2021 Visit Philadelphia®, [cit. 20. 12. 2020]. Dostupné z:
<https://www.visitphilly.com/articles/philadelphia/quintessential-rocky-tour-of-philadelphia/#rocky-run>

VisitScotland, Tour Scotland With Outlander In: *Visitscotland.com*, [online], © 2021 VisitScotland, [cit. 8.11.2020]. Dostupné z: <https://www.visitscotland.com/see-do/attractions/tv-film/outlander/itinerary/>

VOKURKA, Martin, Seriál Most! oživuje cestovní ruch, turisté přijeli za komedií až z Moravy In: *Denik.cz*, [online]. 9.2. 2019, © VLTAVA LABE MEDIA a.s [cit. 3.2. 2021]. Dostupné z: <https://www.denik.cz/film-a-televize/serial-most-ozivuje-cestovni-ruch-turiste-prijeli-za-komedii-az-z-moravy-20190209.html>

WOLF, Petr, Plat a zaručená mzda průvodce (cestovní ruch) In: *Kupnisila.cz* [online]. © 2014-2021 Občanům s.r.o., 7.1. 2021 [cit. 12.2. 2021]. Dostupné z: <https://www.kupnisila.cz/mzdy-pruvodce-cestovni-ruch/>

ZEMĚ FILMU, In: *Zemefilmu.cz*, [online]. 2015 CzechTourism, [cit. 15.1. 2021]. Dostupné z: <https://www.zemefilmu.cz/cz/filmove-vylety/>

9. Seznam příloh

Obrázek č. 1: Vytvořená mapa lokací pro navržený zájezd s tematikou Mušketýřů³¹

Obrázek č. 2: Vytvořená mapa různých lokací v ČR³²

³¹ Použité obrázky: Kurzycz, ČR – mapy, In: *Regiony.kurzy.cz* [online]. Regiony.kurzy.cz, © 2000-2020 [cit. 7.4. 2021]. Dostupné z: https://regiony.kurzy.cz/ct/mapy/?fbclid=IwAR2_28WR7M068TMvDVoRyWz9zggY9NEGu3Bai3pbiV9CeFEDsGYt7SUYKHg

ČSFD, Tři Mušketýři, In: *Čsfd.cz* [online]. Photo © BBC 2014 [cit. 7.4. 2021]. Dostupné z:

<https://www.csfd.cz/film/348913-tri-musketyri/galerie/?type=1>

Turistika.cz, Klášter a zámek Doksany, In: *Turistika.cz* [online]. © 2007-2021 Turistika.cz s.r.o [cit. 7.4. 2021].

Dostupné z: https://www.turistika.cz/mista/klaster-a-zamek-doksany--1/detail?fbclid=IwAR3U_VC68dIpk2fLFml2wrwGy03fJkYj3MbvcMwkCEe8833IS21DXnMf9rA

JIROUŠEK, Jirka, Hrad Točnick, In: *Nebeske.cz*, [online]. © 2021 JIRKA JIROUŠEK [cit. 7.4. 2021]. Dostupné z:

<https://www.nebeske.cz/gallery/hrad-tocnik-3/?fbclid=IwAR2g6eN1Ai8wReP6nU1j3FINk5koXk5xez4a9o1546dIRuFPq-Ojp519dRI>

KROČKOVÁ, Taťána, Kdo byl vězněm na hradě Krivoklátě? Císař Karel IV. nebo alchymista Edward Kelley! In:

jenprocestovatele.cz, [online]. Copyright 2021 CzechNetMedia s.r.o. [cit. 7.4. 2021]. Dostupné z:

https://www.jenprocestovatele.cz/kdo-by-l-veznen-na-hrade-krivoklate-cisar-karel-iv-nebo-alchymista-edward-kelley/?fbclid=IwAR3Dd8G0NGqbZdJyBthBsbaOXPjxP6U5wIzubdrtS7sc3yWjFQmLG_I2WE8

³² Použité obrázky: Kurzycz, ČR – mapy, In: *Regiony.kurzy.cz* [online]. Regiony.kurzy.cz, © 2000-2020 [cit. 7.4. 2021]. Dostupné z:

https://regiony.kurzy.cz/ct/mapy/?fbclid=IwAR2_28WR7M068TMvDVoRyWz9zggY9NEGu3Bai3pbiV9CeFEDsGYt7SUYKHg

ČSFD, Casino Royale, In: *Čsfd.cz* [online]. Photo © United Artists Films / Metro-Goldwyn-Mayer (MGM) 2006 [cit. 7.4. 2021]. Dostupné z: <https://www.csfd.cz/film/208033-casino-royale/galerie/?type=1>

ČSFD, MOST!, In: *Čsfd.cz* [online]. Photo © Česká televize 2019 [cit. 7.4. 2021]. Dostupné z:

<https://www.csfd.cz/film/431912-most/galerie/?type=1>

ČSFD, Spider-Man: Daleko od domova In: *Čsfd.cz* [online]. Photo © Sony Pictures 2019 [cit. 7.4. 2021]. Dostupné z:

<https://www.csfd.cz/film/508445-spider-man-daleko-od-domova/galerie/?type=1>

ČSFD, Letopisy Narnie: Lev, čarodějnice a skříň In: *Čsfd.cz* [online]. Photo © Walt Disney Pictures 2005 [cit. 7.4. 2021]. Dostupné z:

<https://www.csfd.cz/film/130148-letopisy-narnie-lev-carodejnice-a-skrin/galerie/?type=1>

ČSFD, Alois Nebel In: *Čsfd.cz* [online]. Photo © Aerofilms 2011 [cit. 7.4. 2021]. Dostupné z:

<https://www.csfd.cz/film/242734-alois-nebel/galerie/?type=1>

ČSFD, Postřižiny In: *Čsfd.cz* [online]. Photo © Filmové Studio Barrandov 1980 [cit. 7.4. 2021]. Dostupné z:

<https://www.csfd.cz/film/6665-postriziny/galerie/?type=1>

ČSFD, Pyšná princezna In: *Čsfd.cz* [online]. Photo © Československý státní film 1952 [cit. 7.4. 2021]. Dostupné z:

<https://www.csfd.cz/film/10094-pysna-princezna/galerie/?type=1>

ČSFD, Slunce, seno, jahody In: *Čsfd.cz* [online]. Photo © Filmové studio Barrandov 1983 [cit. 7.4. 2021]. Dostupné z:

<https://www.csfd.cz/film/9070-slunce-seno-jahody/galerie/?type=1>

ČSFD, Šíleně smutná princezna In: *Čsfd.cz* [online]. Photo © Filmové studio Barrandov 1968 [cit. 7.4. 2021]. Dostupné z:

<https://www.csfd.cz/film/10096-silene-smutna-princezna/galerie/?type=1>

ČSFD, Anděl Páně In: *Čsfd.cz* [online]. Photo © Česká televize / Jiří Červený 2005 [cit. 7.4. 2021]. Dostupné z:

<https://www.csfd.cz/film/215414-andel-pane/galerie/?type=1>

ČSFD, Amadeus In: *Čsfd.cz* [online]. Photo © 2002 Warner Bros. [cit. 7.4. 2021]. Dostupné z:

<https://www.csfd.cz/film/2971-amadeus/galerie/?type=1>

10. Přílohy

1.



2.

