

MASARYKOVA UNIVERZITA

FILOZOFICKÁ FAKULTA

ÚSTAV FILMU A AUDIOVIZUÁLNÍ KULTURY

ZÁVĚREČNÁ ZPRÁVA STUDENTSKÉHO KINA

kiněma 
musica

BARBORA ŠTENCLOVÁ A TÝM
Zimní semestr / Leden 2017



FAV

**ÚSTAV FILMU
A AUDIOVIZUÁLNÍ
KULTURY**

**Scala
univerzitní
kino**



OBSAH

1. ÚVOD	3
1.1. CÍL PROJEKTU	4
1.2. CÍLOVÁ SKUPINA	4
1.3. KOMERČNÍ POTENCIÁL	4
2. REALIZAČNÍ TÝM	5
2.1. SLOŽENÍ TÝMU	5
3. DRAMATURGIE A ROZPIS FILMOVÝCH PROJEKČÍ	7
3.1. HUDEBNÍ DRAMATURGIE	7
3.2. HUDEBNÍ PRODUKCE – PRŮBĚH PROJEKČÍ	7
3.1.1. <i>Zhodnocení hudebního dramaturga Lucie Kubátové:</i>	8
3.1.2. <i>Zpětná vazba hudebníků:</i>	8
3.1.3. <i>Zpětná vazba zvukaře Martina Berky:</i>	10
3.3. ZMĚNY	10
3.4. DOPROVODNÝ PROGRAM	16
3.4.1. <i>Technický vývoj filmového zvuku</i>	16
3.4.2. <i>Hudba ve filmu (styly a historie)</i>	16
3.4.3. <i>Mezitulky v němém filmu</i>	17
4. PROPAGAČNÍ PLATFORMY	21
4.1. TISK	21
4.2. ONLINE NÁSTROJE	21
4.3. FOTOGRAFIE	25
4.4. MERCHANDISING PROJEKTU	25
4.5. MEDIÁLNÍ PROPAGACE	25
4.6. DOPROVODNÁ PROPAGAČNÍ KAMPAŇ	25
5. SPONZORING	27
5.1. ZPĚTNÉ VAZBY SPONZORŮ KE SPOLUPRÁCI:	27
5.1.1. <i>Vinotéka Vínovín s.r.o.:</i>	27
5.1.2. <i>Papírna s.r.o.:</i>	27
5.1.3. <i>Minipivovar Hauskrecht:</i>	28
5.1.4. <i>Biskupské gymnázium Brno:</i>	28
6. EKONOMICKÁ STRÁNKA PROJEKTU	29
6.1. FINANČNÍ BILANCE PROJEKTU	29
6.2. VÝNOSY	30
6.3. NÁKLADY	31
6.4. HODNOCENÍ EKONOMKY PROJEKTU LUCIE SOMMEROVÉ	33
7. VIZUÁLNÍ STRÁNKA PROJEKTU	34
8. ZÁVĚR	37

1. ÚVOD

Naším záměrem bylo publiku prezentovat němý film s živým hudebním doprovodem. Projekce jsme obohatili o edukativní hodnotu ve formě přednášek, které se konaly vždy po projekci. Výjimkou byla druhá projekce s promítaným snímkem *Metropolis*, na níž jsme z důvodu délky filmu přednášku vypustili.

Dramaturgický koncept byl kombinací žánrových filmů z období němé kinematografie, které byly finančně a teritoriálně dostupné. Realizovaly se projekce dvou českých filmů, dvou německých a jednoho amerického. Americký snímek *Podivný případ doktora Jekylla a pana Hyde* jsme získali díky partnerství s Americkým centrem vedeným pod U.S. Embassy., které nám poskytlo licenci.

Projekt se ukázal jako realizovatelný, se širokým spektrem diváků, s neočekávanými čísly návštěvnosti. Nicméně přednášky po projekci, které začínaly nejdříve po 22. hodině, se ukázaly jako zbytečné, minimálně navštěvované, s nedostatečným dopadem na diváka.

kiněma 
musica

1.1. Cíl projektu

Cílem projektu bylo divákovi zprostředkovat dobovou filmovou atmosféru s živým hudebním doprovodem a představit mu tak českou, respektive brněnskou hudební scénu. Na pódiu se vystřídali jak studenti, tak absolventi či vyučující Janáčkovy akademie múzických umění, se kterou projekt úzce spolupracoval. Cílem bylo také propojit oborové studenty z MUNI (Teorie filmu a audiovizuální kultury, Uměnovědná studia, atd.) a JAMU. Všechny hlavní cíle projektu jsme naplnili. Došlo k propojení diváků, muzikantů, studentů i organizátorů cyklu kiněma musica.

1.2. Cílová skupina

V počátečním záměru se primárně projekt zaměřil na cílovou skupinu fanoušků filmu a hudby, kterou si organizátoři, vzhledem ke strategickému umístění projektu v Brně, kde jsou studenti JAMU a MUNI (zejména obory v rámci Ústavu filmu, obory Management v kultuře, Mediální studia), vytyčili jako největší a nejaktivnější. Nicméně tento fakt jsme vyvrátili již po druhé projekci. Po revizi zakoupených vstupenek během celého projektu se potvrdilo, že projekce navštěvovala pouze 1/3 až 1/2 studentů, tedy číslo oproti předpokladu malé.

Sekundární skupinou byli dle záměru i mladší diváci ve věku 10 až 20 let, kteří se díky projektu mohli seznámit se styly hudby a filmu. V rámci práce na síti kontaktů jsme oslovili střední odborné školy, zaměřené na hudbu i film. Nicméně zpětná vazba či reálná návštěvnost studentů z těchto konzervatoří a středních škol se neobjevila.

Terciální, nejvíce početnou cílovou skupinou, byli označeni ti, kteří se zajímají o kulturu, zejména pak o film nebo hudbu. Tito lidé v Brně představují širokou skupinu, která se nakonec stala nejpočetnější skupinou reálných návštěvníků.

Celkově projekce navštívilo 670 platících diváků (94 zdarma / 19 na představení), z toho studentské vstupné 271, plné vstupné 399.

1.3. Komerční potenciál

Předpokládaný komerční potenciál byl poměrně vysoký. Nejednalo se totiž o jeden obor (kinematografie), ale o dva (film a hudba), tudíž jsme počítali s mnohem širší cílovou skupinou, než je u klasického filmového projektu/festivalu. Dalším faktorem je lokálnost, kdy jsme obsadili nejen místní umělce, ale spojili jsme se v rámci partnerství (Biskupské gymnázium) či sponzorství (brněnské firmy) s lokálními firmami a institucemi.

Projekt byl velmi specifický, neobvyklý a pro běžného diváka svou povahou sám o sobě zajímavý. Projekt představoval „živou projekci“, která nabízela interakci mezi médiem, živým audio doprovodem a divákem. Oproti tomu většina kin nabízí klasické projekce bez přítomnosti živého lidského faktoru. Projekce projektu kiněma musica byly proto zážitkem a událostí, při níž se divák seznámil třeba i s něčím, co neznal.

2. REALIZAČNÍ TÝM

Realizační tým byl složen z osmi členů, z čehož šest představovalo studenty Masarykovy univerzity. Obor Teorie filmu byl zastoupen třemi studentkami, Obecná jazykověda jednou členkou, dalším členem byl student Teorie interaktivních médií a šestá členka je studentkou na Fakultě ekonomie. Sedmý člen, Gabriel Ádám, zodpovědný za vizuální stránku projektu, je absolventem magisterského oboru Aplikovaná informatika se specializací Grafický design. Osmým členem je student magisterského studia na VUT, obor Audio inženýrství, Martin Berky, který na projektu spolupracoval jako technik zvuku.

2.1. Složení týmu

1. VEDOUCÍ PROJEKTU

BARBORA ŠTENCLOVÁ – 439374 (stenclova.bara@seznam.cz)

1. ročník Mgr. studia Teorie filmu a audiovizuální kultury, FF, MUNI

Vedoucí projektu, dramaturgie, jednání s distributory, komunikace s médii, komunikace s kinem Scala.

2. DRAMATURG PROJEKTU

LUCIE KUBÁTOVÁ- 360802 (lucykubat@gmail.com)

*2. ročník Mgr. studia Teorie filmu a audiovizuální kultury, FF, MUNI
Absolventka JAMU 2016*

Hudební dramaturgie, zodpovědnost za hudební produkci/organizaci, guest service, komunikace s kinem Scala.

3. PR A PROPAGACE

MICHAELA VENCLOVÁ - 450232 (venclova.m@seznam.cz)

2. ročník Mgr. studia Obecná jazykověda, FF, MUNI

Mediální kampaně, marketing, sociální sítě – komunikace s diváky, komunikace se sponzory.

4. FINANCE A EKONOMICKÝ MANAGEMENT PROJEKTU

LUCIE SOMMEROVÁ - 418303 (luciesommerova@email.cz)

2. ročník Mgr. studia Ekonomicko-správní fakulty, Katedra veřejné ekonomie, MUNI

OSA, Integram, zodpovědnost za prodej merchandisingu, zhodnocení návštěvnosti.

5. DOPROVODNÝ PROGRAM

SLAVOMÍR GALVÁNEK - 449503 (slavo.galvanek@gmail.com)

2. ročník Bc. studia Teorie interaktivních médií, FF, MUNI

Tvorba webových stránek, úprava audiovizuálních materiálů (spot, trailery, rozhovory), správa webu a YouTube kanálu, tvorba sítě kontaktů a media listu.

6. FOTODOKUMENTACE A ADMINISTRATIVA PROJEKTU

MICHAELA KAPIČKOVÁ – 422478 (michaela.kapickova@gmail.com)

3. ročník Bc. studia Teorie filmu a audiovizuální kultury, FF, MUNI

Fotodokumentace, administrativa, správa účtů na sociálních sítích Instagram a Twitter, tvorba media listu a sítě kontaktů.

A. VIZUÁL PROJEKTU¹

GABRIEL ÁDÁM - 325018 (linkingabo@facebook.com)

Absolvent studia Aplikovaná informatika – specializace Grafický design, MUNI

Vizuální styl projektu, grafik.

B. ZVUKOVÝ TECHNIK²

MARTIN BERKY – osobní číslo VUT 162259 (berkymartin@gmail.com)

2. ročník magisterského studia na VUT, obor Audio inženýrství (N3961)

¹ Není studentem MU - projekt nebude zapsán jako předmět

² Není studentem MU - projekt nebude zapsán jako předmět

3. DRAMATURGIE A ROZPIS FILMOVÝCH PROJEKČÍ

3.1. Hudební dramaturgie

Hudební dramaturgie byla volena na základě odlišnosti hudebních žánrů, osobní znalosti interpretace jednotlivých kapel, časové a finanční dostupnosti kapel. I přesto, že komunikace s některými kapelami byla složitější a zdlouhavější, proběhlo nakonec vše bez problémů. Každá z kapel včas odevzdala technické požadavky pro zvukaře, nicméně téměř ve všech případech byl problém se získáním jakýchkoliv propagačních materiálů kapely, jako jsou fotografie, webové stránky, odkazy na videa atd. S ohledem na zajímavost projektu přistoupily některé z kapel na pro ně nestandardně nižší finanční ohodnocení. Všechny kapely pak poskytly našemu projektovému týmu rozhovor, který byl zpracován a vložen na propagační platformy projektu.

3.2. Hudební produkce – průběh projekcí

Spolupráce s kinem Scala započala již v červnu, kdy jsme začali zjišťovat technické možnosti kina. Vzhledem k tomu, že kino není vybaveno na hudební akce, bylo zapotřebí pro tento účel vše zajistit. Komunikace s provozním Scaly Janem Kárlem pak probíhala po celou dobu projektu bez obtíží, stejně tak jako s technikem Lukášem Pešákem.

Na začátku projektu byl největší problém sehnat zvukaře, jenž by nám ozvučil projekce za přijatelnou cenu, která byla v našem případě stanovena velmi nízko. Hledali jsme proto mezi studenty, kteří by projekt mohli považovat jako dobrou praktickou zkušenost pro jejich budoucí kariéru, podobně jako ostatní členové týmu. Zajištění zvukové aparatury a její přesun pak s sebou přinášelo další nesnáze. Vše bylo nakonec vyřešeno díky studentovi VUT Martinu Berkovi, kterého se nám podařilo oslovit pomocí dříve vytvořených kontaktů. Náš projekt se mu líbil a dohodli jsme se na spolupráci. Díky zvukaři se vyřešil i problém s aparaturou, která byla na každou projekci zapůjčena od Janáčkovy akademie múzických umění, kde byl náš zvukař zaměstnancem.

Dalším velkým problémem byla absence pianina ve vybavení Scaly. Vzhledem k tomu, že jsme měli za cíl imitovat dobové projekce, pianino jsme shledali jako nedílnou součástí projektu. Největším problémem bylo převzetí zodpovědnosti za zapůjčení pianina. Problém byl vyřešen zapůjčením na vlastní zodpovědnost hudebního dramaturga projektu, který si na něj uzavřel speciální pojištění na celou dobu zápůjčky. Pianino bylo zapůjčeno od Hudebního fondu, který nám jej poskytl za velmi výhodnou sponzorskou cenu. Stěhování bylo zajištěno přes stěhovací firmu Tame, která nám poskytla slevu na zpáteční stěhování. Další komplikací pak byla nutnost stěhování pianina na pódium a zpět před každou projekcí (kromě 4. projekce, která prezentovala pouze elektronické nástroje), což jsme řešili vždy před zvukovou zkouškou. Mimo jiné bylo nutné zajistit ladění pianina, které jsme nakonec realizovali pouze před 3. a 5. projekcí (před 1. bylo naladěno již Hudebním fondem).

Na každou projekci byl vypracovaný technical rider, dle kterého se řídili členové týmu studentského kina, technik a provozní kina Scala a hudebníci. Nejnáročnější byla první a poslední projekce. První projekce z důvodu premiéry organizace (hudební i celého večera), která se teprve zabíhala v praxi. Přestože jsme měli vše řádně připravené, překvapil nás výpadek pojistek těsně před projekcí, který nám neumožnil ozvučit kapelu. Naštěstí na této projekci byla kapela s akustickými nástroji, které nutně nepotřebovaly být ozvučeny. Všechny ostatní projekce pak již probíhaly bez problémů. Pátá projekce obsahovala závěrečný večírek, který vyžadoval rozsáhlejší organizaci. Mimo to zde nebyl prostor pro řádnou zvukovou zkoušku, která sice byla plánována, avšak v den projekce nám bylo oznámeno, že pianino může být přesunuto na pódium až těsně před projekcí. To v podstatě znamenalo odklad zvukové zkoušky a stěhování pianina až těsně před projekcí. Vzhledem k dobré organizaci se nakonec i toto podařilo zvládnout.

3.1.1. Zhodnocení hudebního dramaturga Lucie Kubátové:

„Každá z projekcí byla odlišná nejen svým filmovým, ale i hudebním žánrem. Z recenzí diváků vzešlo několik zajímavých poznatků jako například: odlišné pocity z jednotlivých projekcí a ztotožnění se s odlišným hudebním doprovodem. Nejzajímavější bylo srovnávání projekcí a pozorování měnících se pocitů diváků v průběhu představení, přičemž ne všichni byli ztotožnění s hudebním doprovodem již od začátku projekce, ale byli doprovodem často pohlceni až v průběhu projekce.

Z hudebního hlediska hodnotím projekt jako přínosný, protože ukázal, že různá hudba dokáže přetvořit audiovizuální dílo jiným směrem, filmového diváka tím překvapit, a pak i mile přesvědčit o správnosti tohoto směru.

Náš projekt kiněma musica ukázal, že k filmu může fungovat i několik druhů hudby. Vše závisí pouze na interpretovi, jakým způsobem se rozhodne film divákům podat. Pro mě jako diváka bylo velice zajímavé tento fakt pozorovat.“

3.1.2. Zpětná vazba hudebníků:

1. projekce – kapela Next Phase

„Avantgardní jednotka Next Phase se stala součástí mezioborového projektu, z iniciativy sdružení kiněma musica. Jednalo se o hudební doprovod německého filmu – veselohry s Vlastou Burianem v hlavní roli. Dle našeho názoru je tato aktivita, která rozšiřuje dialog mezi uměleckými obory, přínosná. Taktéž je to počin organizačně odvážný, touto cestou bychom rádi organizátory pochválili za bezproblémový průběh. Pro Next Phase tato příležitost znamenala další práci s dílčím omezením, kdy čistá improvizace a dirigování v reálném čase hudební plochy byla do jisté míry usměrňovaná scénářem filmu, jenž jsme chtěli adekvátně – filmově – doprovodit. Ne však ve smyslu napodobování starých, deskriptivních způsobů známých z éry němých filmů. Z podstaty existence Next Phase jsme se úkolu chtěli zhostit právě tak, aby byla v produkci zachována její avantgardně-jazzová esence. A tomu bylo třeba věnovat soustředěnou přípravu. Poměrně početné publikum bylo, myslím, velmi dobře naladěné a celou záležitost přijalo velmi pozitivně. Překvapivě dobře fungovala též přirozená akustika prostoru kina Scala, představení jsme si náležitě užili.

Next Phase vřele děkuje za pozvání k účasti na tomto projektu celému týmu kiněma musica a přeje, aby celý tento cyklus promítání s hudbou nebyl poslední.“

Pavel Zlámal

„Hrát k němému filmu bylo pro mne velmi zajímavé. Zatím jsem tuto možnost vyzkoušel teprve podruhé v životě. Poprvé 2010 v Londýně, kde jsme hráli s Pavlem Fajtem ke starému českému filmu *Kreutzerova sonáta* z roku 1925. Toto mi připadlo poněkud náročnější, neboť při koncertech Next Phase jsem zvyklý veškerou pozornost věnovat zvuku (často hraji se zavřenýma očima). Musel jsem tedy pozornost neustále přepínat. Ale hrálo se mi dobře a věřím, že i mým spoluhráčům.

Festival byl velmi dobře organizačně zajištěn i divácky navštíven. Přál bych si, aby se stal pravidelnou událostí brněnského kulturního života.“

Peter Graham (stálý host kapely)

2. projekce – Hana Foss & Sacha Mikula

„Spolupráce s týmem kiněma musica byla velmi příjemná. Ani ve snu by mě nenapadlo, že dostaneme na půdě Scaly ke ztvárnění tak famózní snímek, jako byl *Metropolis* Fritze Langa. Doprovodit takovýto film hudbou je pro hudebníka čest a věřím, že si z toho večera diváci mnoho odnesli.“

Hana Foss

3. projekce - Ensemble Marijan

"Projekt měl skvělou dramaturgii - výběr rozdílných filmů i docela kontrastních hudebních doprovodů. Překvapila mě vysoká návštěvnost, zřejmě byla výborná propagace. Nevím, jaká byla odezva publika, měla jsem z našeho hraní smíšené pocity. Ale super, že jste to uspořádali, určitě pokračujte!"

Lucie Páchová

4. projekce – Pierre Richard Core

„Projekt je super, zaujme lidi. Hrálo se nám příjemně, což bylo i filmem, který nám sedl a hlavně nebyl moc dlouhý, takže nás nebolely ruce. A když bude za hraní příště větší odměna, tak si zase rádi zahrajeme.“

Martin (kytara)

"Všecko perfektní, rádi si zahrajeme kdykoliv znovu. Nadšení pořadatelů bylo tak nakažlivé, že jsem měl na chvíli dojem, jako bych něco opravdového a důležitého opravdu uměl.“

Petr (kytara)

"Živý doprovod k němému filmu je dobrý nápad, navíc pro nás to byla už druhá zkušenost. Myslím, že se nám podařilo hudebně celkem korespondovat s dějem, o což nám šlo především.“

Roman (bicí)

"Pro kapelu je to skvělá výzva, zkusit se hudebně vejít do daného děje filmu. Tak snad jsme divákům filmový zážitek nezkazili! Nám se hrálo dobře a děkujeme za příležitost. Je to skvělý projekt a moc mu fandíme! Díky."

Libor (basa)

5. projekce - Mravenci

„Rád chodím na filmy do Scaly, o to víc jsem si užil aktivní účast na projekci. Akusticky je to velice příjemný prostor. Improvizace k filmu mě přinutila zamyslet se nad takovými prvky ve vlastní hudbě jako je úspornost, délka ploch, umění vyčkat, zvládnout dlouhý časový formát.“

Radim Hanousek

„... je výborné, že se podařilo dosáhnout toho, že představení byla hojně navštěvována, včetně toho našeho. Je zajímavé koutkem oka sledovat, jak velký rozdíl je způsoben hraním před živým obecenstvem a to i přesto, že pozornost diváků, i naše, byla upřena na promítaný film. Pro mě by bylo lákavé hrát nejen k filmům němým, ale i k filmovému materiálu "oněmělému" - vytrženému z původního kontextu a moci sledovat, kolik mnohoznačnosti by to způsobilo.“

Edgar Mojdl

3.1.3. Zpětná vazba zvukaře Martina Berky:

„Projekt kiněma musica byl jedinečný a zajímavý od začátku až do konce. Psáno samozřejmě s odstupem, jelikož někdy byl i hektický a náročný, ovšem takové jsou výzvy a my jsme je zdolali. Zajímavý byl díky získání nových zkušeností a jedinečný pro svoji pestrost. Měl jsem možnost pracovat s profesionálními hudebníky anebo s lidmi již zkušenými v podobných projektech. Každý z večerů přinesl rozličné hudební nástroje, a proto byl každý večer odlišný a neopakovatelný. Každý večer s sebou také nesl logicky jiný hudební žánr, což nebyla náhoda, ale záměr týmu a podle mě to byla jedna z nejsilnějších stránek projektu, odlišné filmové a hudební žánry. Pro mě to znamenalo pestrou práci, protože jsem „nezvučil“ koncert kapely v klubu, ale vlastně zvuk k filmu. Z mého pohledu – levý bok s výhledem na hudebníky, film a diváky, mám hezké vzpomínky.“

3.3. Změny

Již před začátkem cyklu nebylo jasné, jaký film bude promítán na poslední projekci. V jednání byl současný snímek natočený ve stylu němých filmů *The Artist* z roku 2011, který byl cenově dostupný, nicméně nesplňoval technickou kvalitu (dostupný pouze na DVD – pro kino nevhodné) a ani kvalitativní požadavky dramaturga programu (film byl promítán celorepublikově v kinech). Žánrově by ale doplňoval spektrum snímků, které byly do programu zařazeny. Již v projektové fázi studentského kina proběhla komunikace s U.S. Embassy, která poskytla licenci na filmy z velkého množství studií.

Problémem tedy již nebyl nedostatek financí, ale nedostupnost filmového nosiče. Ve finále byl promítnut film *Podivuhodný případ doktora Jekylla a pana Hyde* na nosiči Blu-ray, který jsme si nechali zaslat z USA. Druhá změna v dramaturgii nastala v oblasti hudební produkce, kdy onemocněl Martin Švec, hudebník doprovázející film *Metropolis*. První variantou bylo, že koncert k filmu odehraje Hana Foss sama, nakonec s ní na pódiu vystoupil francouzský umělec Sacha Mikula. Poslední změnou bylo zajištění přednášejícího k tématu *Mezitulky v němém filmu*, kterým se stal profesor Petr Mareš.

Tabulka 1: Program projekce

PROJEKCE	FILM (nosič)	DĚLKA FILMU	KAPELA	TÉMA	HOST	ÚVOD ČLENA TÝMU	ZVUKOVÝ TECHNIK
11. 10. ÚTERÝ	Milenky starého kriminálního (DCP)	106min	Next Phase (Pavel Zlámal, Juraj Valenčík, Vladimír Třebický, Peter Graham)	Technická stránka zvuku (hudba&zvuk)	Mgr. Martin Mazánek, Ph.D.	Michaela Venclová, Lucie Kubátová	Bc. Martin Berky
18. 10. ÚTERÝ	Metropolis (DCP)	148min	Hana Mlnaříková, doprovod Sacha Mikula	x	z důvodu délky snímku není přednáška zařazena	Barbora Štenclová, Lucie Sommerová	Bc. Martin Berky
25. 10. ÚTERÝ	Upír Nosferatu (DCP)	95min	Ensemble Marijan	Historie hudby u filmu	doc. MgA. Jaroslav Šťastný, Ph.D.	Martin Berky, Slavo Galvánek	Bc. Martin Berky
8. 11. ÚTERÝ	Erotikon (DCP)	85min	Pierre Richard Core (Klára Vrbíková, Martin Jaroš, Petr Bauer, Libor Ťdanský, Roman Stoklasa)	Mezitulky v němém filmu	Prof. Petr Mareš	Michaela Kapičková, Michaela Venclová	Bc. Martin Berky
6. 12. ÚTERÝ	<i>Podivuhodný případ doktora Jekylla a pana Hyde</i> (Blu-ray)	67min	Lucie Kubátová, Radim Hanousek, Edgar Mojdl	Herectví v němém filmu	Mgr. Andrea Faltýnková	Barbora Štenclová, Lucie Kubátová	Bc. Martin Berky

3.4. Doprovodný program

Po projekci filmů následovala krátká přednáška na dané téma v délce zhruba 15 až 30 minut s diskuzí. Diskuze se pro nezáměr publika nekonaly. Zpětně hodnotíme přednášky po projekci jako nezajímavý a zbytečný element, který zabere spoustu práce, financí i času, nehledě na minimální dopad na diváka, pro kterého je primárně určen.

Zpětné vazby od lektorů přednášek:

3.4.1. *Technický vývoj filmového zvuku*

host: *Mgr. Martin Mazánek, Ph.D.*

„Festival kiněma musica měl neuvěřitelné kouzlo, ať už v podobě vdechnutí atmosféry starých němých filmů s živým hudebním doprovodem, tak také po stránce organizační. Přátelský kolektiv mladých lidí a výborná organizace zprostředkovala lidem nezapomenutelný zážitek. Velká škoda, že takových festivalů není víc.“

Martin Mazánek

3.4.2. *Hudba ve filmu (styly a historie)*

host: *doc. MgA. Jaroslav Šťastný, Ph.D.*

„I když jsem viděl z Vašeho festivalu velmi málo, troufám si říci, že je velmi podnětný. Zejména tím, jak konfrontuje historický filmový materiál se současným živým zvukem, kde dochází k vzájemnému propojení obou rovin (té historické i současné) a filmové představení přestává být pouze dobovým dokumentem, neboť současná živá hudba je posouvá do nadčasového vyznění. Při sledování filmu si uvědomuji, že díky současnému zvukovému doprovodu z něj více vystupují obecné principy, konflikty charakterů, vášní a "věčná témata". Ať už je hudební doprovod zamýšlen a postaven jakkoliv, momentální pohled na film, naše vnímání toho, co ze starého filmového sdělení dokážeme vyčíst. Na druhé straně jsem byl překvapen, jak i v těchto starých filmech je už využito poměrně moderních filmových prostředků - režie, kamera, střih leckde překonávají současnou produkci. Je možné, že tyto prvky více vyniknou právě díky hudbě, která neodpovídá dobovému stylu?“

Jaroslav Šťastný (Peter Graham)

3.4.3. Mezititulky v němém filmu

host: *prof. Petr Mareš*

„Měl jsem jen omezenou možnost projekt sledovat (šlo pouze o večer, na němž jsem se podílel). Celkově mi ovšem projekt připadá jako užitečný a zajímavý vzhledem k tomu, že podporuje znalost historických proměn kinematografie a zároveň volbou hudebního doprovodu vytváří konfrontaci se současností. Přednášky ovšem nutně jsou v porovnání s projekcí filmu a s hudbou málo atraktivní. Stálo by tak za úvahu, jakým způsobem je do celku zakomponovat – spojovat je jako dosud s představeními, nebo vytvořit samostatný blok pro zájemce, Nebo ještě jinak?“

Petr Mareš

4. PROPAGAČNÍ PLATFORMY

Soustředili jsme se především na online platformy, které jsme vyhodnotili jako nejúčinnější z hlediska naší cílové skupiny diváků. Využívali jsme nejvíce propagaci na sociálních sítích Facebook, Instagram a YouTube, zároveň jsme zřídili webové stránky projektu.

4.1. Tisk

a) Plakát (jeden na celý cyklus)

Celkem se vytisklo 100 kusů barevných plakátů velikosti A3, které se roznesly a vylepily v centru města Brna. Plakáty byly umístěny v brněnských univerzitních budovách, menzách, vysokoškolských kolejích, knihovnách, kavárnách, obchodech.

b) Brožura

Brožury byly vytvářeny ke každé projekci a byly rozdávány divákům na pokladně k zakoupené vstupence. Ke každé projekci bylo k dispozici 100ks výtisků. V brožurě se mohli diváci dočíst informace a zajímavosti o filmu, kapele a programu přednášky, která následovala po projekci. Na zadní straně brožury byla vždy pozvánka na další projekci a loga sponzorů.

c) Propagační listy

Na sloupech v kině Scala byla vyvěšená loga projektu, loga sociálních sítí pro sdílení a informace o soutěžích.

d) Vánoční přání

Od společnosti Papírna jsme dostali sponzorským darem obálky, do kterých jsme vložili vlastní přání, která jsme rozeslali všem sponzorům a partnerům projektu.

4.2. Online nástroje

a) Webové stránky

Na webových stránkách (www.kinemamusica.cz) sa nachádzali hlavné informácie o projekte, o jednotlivých projekciách, hosťoch a o kapelách. Stejně tak představila všechny členy projektu. Súčasťou webu bola aj fotogaléria z jednotlivých projekcií, ktorá je totožná s fotogalériou na facebookovej stránke projektu. Webová stránka neobsahovala denné aktuality o projekte, na to slúžili výhradne sociálne siete.

Webová stránka bola spustená 6. októbra 2016, čo znamená šesť dní pred prvou projekciou. Stránku sme propagovali na sociálnych sieťach, no bolo možné ju dohľadať aj cez internetové vyhľadávače po zadaní kľúčových slov súvisiacich s projektom. Adresa webovej stránky sa taktiež nachádzala aj na všetkých propagačných materiáloch projektu.

Technickú stránku a fungovanie webu zabezpečoval člen tímu Slavomír Galvánek, pričom na obsahu, revíziách a štruktúre webu sa podieľali aj ostatní členovia. Design webu sme sa snažili dosiahnuť čo najjednoduchší, minimalistický, intuitívny, bez zbytočných rušivých prvkov. Webová stránka bola optimalizovaná aj pre mobilné zariadenia a krátko po spustení samotnej stránky bola pridaná aj možnosť prepnúť ju do anglického jazyka.

Web obsahoval 8 základných položiek:

- „**O projekte**“ – predstavenie projektu, základné informácie a jednotlivé termíny
- „**Program**“ – program jednotlivých projekcií s možnosťou rozkliknutia konkrétnej projekcie, po ktorom sa zobrazili podrobnejšie informácie
- „**Kdo jsme**“ – predstavenie jednotlivých členov tímu kinéma musica
- „**Partneri**“ – zoznam partnerov a sponzorov projektu
- „**Fotogalerie**“ – fotodokumentácia jednotlivých projekcií
- „**Média**“ – rozdelené na dve podstránky: „Napsali o nás“ obsahuje linky na články v médiách, v ktorých sa objavila zmienka o našom projekte, „Ke stažení“ obsahuje tlačovú správu a grafické podklady k projektu.
- „**Kontakt**“ – kontaktné informácie, odkazy na profily na sociálnych sieťach, adresa kina Scala
- „**Prepínanie jazyka**“ – ikona slúžiaca na prepínanie medzi českou a anglickou verzou stránky

Stránku odo dňa spustenia až do dňa poslednej projekcie navštívilo celkovo 816 návštevníkov, pričom celkový počet návštev jednotlivých článkov na webstránke bol 6991. Najčastejšie ľudia navštevovali webovú stránku práve z odkazov na sociálnej sieti Facebook, na druhom mieste bol vyhľadávač Google, čo potvrdzuje možnosť vyhľadať naše stránky prostredníctvom internetových vyhľadávačov.

b) Direct mailing

Využili jsme direct mailingu, v jehož rámci jsme oslovovali kulturní instituce z našeho vytvořeného mailing listu, jednalo se o oslovování institucí zaměřených na hudební a filmovou sféru. Bohužel se nám tento způsob oslovování neosvědčil, zpětnou vazbu jsme získali pouze od dvou oslovených institucí.

c) Facebook

Facebooková stránka byla založena 6. září 2016, tedy měsíc před první projekcí, která proběhla 11. října 2016. Facebooková propagace probíhala každý den, zveřejňovali jsme informace o projektu, přidávali fotky z příprav a následně z průběhu jednotlivých projekcí, publikovali jsme zajímavosti o jednotlivých filmech a přidávali jsme námi vytvořené trailery k jednotlivým filmům a rozhovory s hudebníky. Četnost příspěvků čítala minimálně 2 příspěvky v pravidelné denní době 18 a 20 hodin. Sledovanost a oblíbenost příspěvků byla různá, v průměru 6 „Like“ k 1 příspěvku.

Ke každé projekci byla vytvořena událost, kde byly zveřejňovány informace o projekci. Z události jsme mohli zároveň odhadovat, kolik lidí se dle počtu přihlášených uživatelů k události projekce zúčastní.

Na Facebooku jsme využili i placené reklamy, konkrétně placenou propagaci facebookové stránky kiněma musica za celkovou sumu 1000,- Kč. Placenou reklamu jsme spustili týden před první projekcí, konkrétně 5. 10. 2016, za částku 700,- Kč. Tato reklama nám získala značné množství nových fanoušků stránky. Druhé spuštění placené týdenní facebookové propagace nastalo týden před poslední projekcí 29. 11. 2016, za částku 300,- Kč. Celkově nám kampaň přinesla nárůst oblíbenosti stránky o 85 uživatelů – v první etapě 55 uživatelů a v druhé etapě 30. Viz graf z Facebook Analytics.

Obrázek 1: Nárůst oblíbenosti facebookové stránky projektu



d) Instagram

Kromě Facebooku jsme založili i účet na Instagramu. Instagram se jako platforma vcelku osvědčil. Sledovalo nás 28 lidí a za dobu realizace projektu, tedy od 11. 10. do 6. 12. 2016 jsme přidali 45 příspěvků. Výhodné bylo propojení mezi účtem na Instagramu a na Facebooku. Díky příspěvkům, které jsme vložili na Facebook přes Instagram jsme upozornili uživatele, kteří mají instagramový účet, že nás mohou sledovat i tam.

e) Twitter

Twitter jako online propagační nástroj se ovšem moc neosvědčil. Sledovali nás pouze 3 lidé a nezpozorovali jsme žádné kladné odezvy. Myslíme si, že důvodem je fakt, že twitterový účet u nás nevyužívá moc lidí a jako sociální platforma u nás není zatím tak populární jako v zahraničí.

f) YouTube kanál

Projekt kinéma musica mal vlastný kanál na webových stránkach <https://www.youtube.com/channel/UC3cTb3OhLRVsd7IzERrlboQ/>, ktorý slúžil na uverejňovanie videí. Všetky videá, ktoré vznikli počas projektu boli umiestené na Youtube kanál projektu. Linky na tieto videá sme následne zdieľali na sociálnych sieťach a webových stránkach.

- Celkom 141 zhliadnutí všetkých rozhovorov (4 videá), z čoho mal najviac zhliadnutí rozhovor s hudobníkmi k filmu Metropolis (Hana Foss&Sacha Mikula), a to 53
- Celkom 375 zhliadnutí trailerov všetkých premietaných filmov (5 videí), z toho mal najviac zhliadnutí zostrih k filmu Upír Nosferatu, a to 101
- Spot celého cyklu získal na YouTube kanáli 58 zhliadnutí, bol však premietaný vždy pred projekciou študentského kina

Spot

Súčasťou projektu a jedným z hlavných propagačných materiálov bol aj 30 sekundový spot podľa technických požiadaviek zo strany kina Scala. Spot obsahoval zábery zo všetkých premietaných filmov, vrátane dátumu a času projekcie. Obsahoval aj zoznam partnerov a sponzorov. Celkovo pôsobil spot mierne chaoticky, čo bolo spôsobené zložitou propagáciou celého projektu počas 30 sekúnd. Celkovo však na spot boli pozitívne ohlasy. V pozadí spotu hrala skladba *Fun in a Bottle* od interpreta Kevina MacLeoda, ktorá je chránená licenciou „CC BY 3.0“. Tá umožňuje dané dielo používať bezplatne aj na komerčné účely.

Videotrailery

Každá projekcia mala svoj vlastný videotrailer, ktorý bol použitý na propagáciu. Trailer byl umiestnen na webové stránky projektu, webové stránky kina Scala a sociálna sieť študentského kina. V jednotlivých traileroch sa vždy nachádzal názov filmu, názov kapely, ktorá ho bude doprevádzať, čas a dátum projekcie, zoznam sponzorov a partnerov. Na pozadí hrala hudba od konkrétnej kapely, ktorá k filmu reálne hrala v kině Scala.

Videorozhovory

Po projekciách sme sa snažili robiť rozhovory s kapelou, ktorá v daný večer hudobne doprevádzala film. Rozhovory prebehli a následne boli zostrihané a uverejnené na Facebooku. Uverejňovanie videí prebiehalo nepravidelne z dôvodu zlého načasovania natáčania rozhovorov a následného strihania. Pôvodne bolo zámerom mať videá pripravené na všetky projekcie už pred začiatkom celého projektu, teda do 11.10.2016. Zámer však nevyšiel a tak sa videá vytvárali až v priebehu cyklu a to po skončení danej projekcie. Rozhovor s poslednou a prvou kapelou prebehol ešte pred projekciou, avšak rozhovor s prvou kapelou nebol uverejnený kvôli technickým problémom so zvukom. Všetky videá boli vytvorené prostredníctvom softvéru Sony Vegas 13.

4.3. Fotografie

Na rozdíl od předchozích projektů jsme publikovali fotografie z hudební produkce, a to z příprav jak ve zkušebnách, tak na pódiu v kinosále. Kapely zkoušely již delší dobu před projekcí. Díky tomu vznikaly fotografie ze zkoušek v jejich prostorách. Hudebníci byli foceni i v den projekce, a to na zvukové zkoušce, která probíhala vždy před projekcí. Ostatní fotografie byly již většinou reportážního charakteru, který je typický pro fotodokumentaci průběhu kulturních akcí.

Michaela Kapičková jako člen týmu fotila vždy přípravy před projekcí, kapelu, návštěvníky v průběhu celého večera a poté případný doprovodný program. Součástí bylo i fotografování celého organizačního týmu. Fotky jsme použili na sociální sítě a webové stránky, abychom se představili našim návštěvníkům, takže jsme k tomuto základu přidali ještě stylizované fotky týmu v kině.

Největší složitosti s focením nastaly kvůli nedostatečnému osvětlení v samotném kinosálu. Díky tomu mají snímky z kinosálu nejhorší kvalitu a sloužily tedy spíše k přiblížení atmosféry a ilustraci celé akce. Žádné jiné problémy však nastaly.

4.4. Merchandising projektu

Dárkové upomínkové předměty s logem projektu bylo možné během projekcí zakoupit v šatně, kde byly vždy všechny vystaveny. Bohužel o jejich koupi nebyl příliš velký zájem.

a) plátěné batohy – 20 kusů, prodáno pár kusů, nakonec sloužily jako upomínkový dar pro umělce a členy týmu

b) placky – 100ks, prodáno minimum, rozdáno při poslední projekci divákům a členům týmu, hudebníkům a sponzorům

4.5. Mediální propagace

Snažili jsme se spolupracovat s médii, v září jsme rozeslali tiskovou zprávu o projektu všem médiím z námi vytvořeného medialistu, avšak nepodařilo se nám získat přílišný mediální ohlas ani žádné mediální partnerství. Z tištěných médií jsme spolupracovali s měsíčníkem Šalina, který publikoval jeden článek v říjnovém čísle před zahájením projekcí v rubrice Kudy a kam. Dále o nás napsali články na svých internetových portálech Generace21.cz, Jestevetsikritik.cz, Filmovyprehled.cz a Online.muni.cz. Všechny články si můžete přečíst na našich webových stránkách v záložce „Napsali o nás“ (<http://kinemamusica.cz/cs/napsali-o-nas/>).

4.6. Doprovodná propagační kampaň

a) Soutěže

Před každou projekcí měli návštěvníci možnost soutěžit o balíček od našeho sponzora Papírna. Jednalo se vždy o tematickou soutěž k danému večeru, která byla vyhlášena při úvodu projekce členy našeho týmu.

b) Dress code

Členové týmu, kteří před začátkem projekce na pódiu uváděli filmovou projekci a hudebníky, byli vždy dobově oblečení a propagovali tak dobu, v níž byl film natočen.

c) Ochutnávka vína

K projekci *Upíra Nosferatu* jsme tematicky uspořádali jako doprovodný program ochutnávku červeného vína, hustého jako krev od Vinotéky Vínovín. Ochutnávka vína měla do kina přilákat více diváků a měla zároveň diváky potěšit, navodit zážitek, vyvolat emocionální podměty, které podpoří image našich projekcí.

d) Rozdání kondomů

Před projekcí filmu *Erotikon* jsme rozdávali divákům jako tematický dárek kondomy od společnosti Pepino. Cílem bylo opět potěšit a pobavit diváky a nalákat je tak na naše další projekce.



5. SPONZORING

Abychom snížili náklady na odměny vystupujícím hudebníkům, na merchandising, na propagaci a též na doprovodné akce, které měly nalákat více diváků do kina, využili jsme sponzoringu. Konkrétně jsme získali sponzory na tisk plakátů (Happy fish), prodejní reklamní předměty - plátěné batohy a placky (T-shock), na konzumaci nápojů a občerstvení pro hudebníky formou poukázek (Super Panda Cirkus, Bar který neexistuje, Hauskrecht), na doprovodnou akci rozlévání vína při projekci Upír Nosferatu (Vinotéka Vínovín), na doprovodnou akci rozdávání erotických předmětů k filmu Erotikon (Pepino) a také na odměny a dárky pro soutěžící diváky (Papírna). Dále se nám podařilo zařídit překlad textů pro webové stránky do angličtiny zdarma díky Biskupskému gymnáziu Brno. Vyjednali jsme též snížení nákladů na vypůjčení piana od Českého hudebního fondu, který nám dal na pronájem piana slevu.

Za podporu projektu byly sponzorům nabídnuty 2 lístky zdarma na každou projekci. Též byla sjednána pro některé sponzory prezentace jejich firmy přímo ve foyer kina Scala, jednalo se o vyvěšený banner T-shock a Hauskrecht a rozdávání letáčků pro T-shock a Vínovín. Zároveň byl před každou projekcí na plátně promítnut slide s logy všech sponzorů.

5.1. Zpětné vazby sponzorů ke spolupráci:

5.1.1. *Vinotéka Vínovín s.r.o.:*

„Dobrý den slečno Venclová,

děkuji za profesionální spolupráci! Opravdu mi bylo potěšením. Fotoreport super! Spousta lidí a "firem" se na nás obrací a chtějí něco zadarmo a přitom nejsou ochotni nebo schopni nabídnout adekvátní protiváhu, o profesionálním přístupu nemluvě. Vy jste profíci, jste dobří.

*Mějte se pěkně,
Petr Fila“*

5.1.2. *Papírna s.r.o.:*

*„paráda!!!!
Báro, taky děkujeme!
Kdykoli cokoli do budoucna.“*

*Papírna Stationery s.r.o.
- eco design solutions –*

5.1.3. Minipivovar Hauskrecht:

„Slečno Štenclová, díky,

tentokrát to klaplo skvěle.

Moc se mi tato forma prezentace líbí - ozvěte se s dalšími projekty - jistě můžeme touto formou spolupracovat i v budoucnu.

*Zdraví a úspěšný start do roku 2017 přeje,
Kamil Krakeš“*

5.1.4. Biskupské gymnázium Brno:

„Dobrý den slečno Venclová,

je úžasné sledovat, s jakou pečlivostí k projektu přistupujete - všechny vychytávky a detaily, které vymýšlíte, komunikace, profesionalita, mám z celého týmu opravdu radost. Doufám, že si toho všímají i jiní lidé a nabídky ke spolupráci se Vám jen hrnou, protože spolupracovat s takovými lidmi je opravdu moc příjemné.

*S přátelským pozdravem,
Jana Šimíčková“*

kiněma
musica

6. EKONOMICKÁ STRÁNKA PROJEKTU

6.1. Finanční bilance projektu v Kč

Tabulka 2: Finanční bilance

FINANČNÍ BILANCE								
Zdroj	Náklady	Předpoklad	skutečnost	Rozdíl (+ -)	Výnosy	Předpokládané výnosy	Reálné výnosy	Rozdíl (+ -)
Scala	provoz kina	12 500	12 500	0				
	distribuční práva (vč. DPH 21 %)	30 746	22 308	+ 8 438				
				0				
	odvod ze vstupného (DPH 15%, Státní fond české kinematografie 1%, OSA 0,8 %)	7 007	10 550	- 3 543				
	DPH 21 % z prodeje reklamních předmětů	1 523	77	+ 1 446	šatna	0	144	144
	Občerstvení - večírek	0	6 059	- 6 059	prodej reklamních předmětů	8 775	590	- 8 185
				0	vstupné (hrubá tržba)	48 000	72 270	24 270
CELKEM Scala		51 776	51 494	+ 282		56 775	73 004	16 229
grant MU	Hudebníci, zvukař, piano + ladění	33 300	29 600	+ 3 700				
	občerstvení pro účastníky, raut apod.	2 000	0	+ 2 000				
	marketing (merchandising, FB reklama, propagační materiál apod.)	10 683	0	+10 683				
	stipendia	12 000	19 467	- 7 467				
	kancelářský materiál, výzdoba	2 000	0	+ 2 000				
	Grafik	2000	2 430	- 430	FR MU	50 000	52 120	2 117
	technické zázemí projektu	0	1 050	- 1 050	sponzoring, dary	9 715	0	- 9 715
CELKEM Grant MU		61 983	52 547	+ 9 437		59 715	52 120	- 7 595
CELKEM		113 760	104 041	+ 9 719		116 490	125 124	+ 8 634

Celkové náklady kina Scala činily 51 494 Kč, oproti plánovaným nákladům jsou o 282 Kč nižší. Jednotlivé nákladové položky zahrnovaly: Režijní náklady na provoz kina ve výši 12 500 Kč (do kterých jsou zahrnuty mzdy, režie, služby a nájem kina), odvod ze vstupného (15 % DPH, OSA a Fond kinematografie) 22 308 Kč, 21% DPH za prodej reklamních předmětů 77 Kč a v neposlední řadě náklady na vánoční večírek, které činily 6 059 Kč.

Celkové výnosy kina Scala se skládají z výnosů ze vstupného, prodeje propagačního materiálu a z dobrovolného poplatku za šatnu, tyto výnosy představují částku 73 004 Kč. Oproti plánovaným výnosům se liší o 16 229 Kč.

Náklady hrazené prostřednictvím grantu MU, byly ve výsledku sníženy díky získání

určitých položek nákladů jako sponzorské dary. Náklady byly realizovány ve výši 52 547 Kč, tato částka přesahuje o 427 Kč částku odpovídající výši čerpání z fondu MU, jenž byl díky předchozímu projektu navýšen o 2 120 Kč. Tato částka byla pokryta z rozpočtu Ústavu filmu a audiovizuální kultury MU. Ve výsledku se celkové náklady pokryté fondem MU snížily oproti plánovaným o částku 9 437 Kč. Celkové náklady hrazené grantem MU se skládají z nákladů na hosty a jednotlivé účastníky ve výši 29 600 Kč, další položkou jsou stipendia účastníkům projektu ve výši 19 467, náklady za grafiku projektu ve výši 2 430 Kč a poslední položkou jsou náklady na technické zázemí projektu ve výši 1 050 Kč (kde jsou zahrnuty náklady na klikače titulek a filmový nosič). Celkové náklady na straně grantu MU by výsledně tvořily částku 69 707 Kč, avšak díky sponzorským darům ve výši 17 590, které pokrývaly náklady hrazené fondem MU, jsou celkové náklady ve výši 52 547 Kč.

Celkové náklady projektu kiněma musica byly realizovány ve výši 104 041 Kč oproti výnosům ve výši 125 124 Kč. **Projekt kiněma musica tedy vykázal zisk 21 083 Kč.**

6.2. Výnosy

Výnosy projektu KM se skládaly z pěti druhů výnosů. Jedním z nich byl grant MU ve výši 52 117 Kč, jenž byl proti předpokládané výši 50 000 Kč navýšen o částku, která byla přebytkem z projektů v minulých letech.

Druhým zdrojem byl příjem ze vstupného. Plánovaná výše byla odhadována na částku 48 000 Kč. Ve skutečnosti kino Scala na vstupném vybralo 72 270 Kč, což je o 24 270 Kč víc, než bylo původně plánováno. V tomto ohledu můžeme projekt kiněma musica považovat za úspěšný, jelikož výnosy ze vstupného převýšily výnosy plánované.

Výše příjmů z jednotlivých představení jsou vyčísleny v následující tabulce.

Tabulka 3: Příjmy ze vstupného

Vstupné	průměrná návštěvnost				Předpokládaná návštěvnost		Hrubá tržba		ROZDÍL
	základní vstupné	ZV - skutečnost	snížené vstupné	SV - skutečnost	Předpoklad	Skutečnost	Předpoklad	Skutečnost	
1. večer	20%	36%	80%	46%	90	92	8 640 Kč	7 740 Kč	- 900 Kč
2. večer	20%	50%	80%	42%	80	180	7 680 Kč	17 550 Kč	9 870 Kč
3. večer	20%	55%	80%	32%	130	197	12 480 Kč	18 840 Kč	6 360 Kč
4. večer	20%	57%	80%	31%	90	150	8 640 Kč	14 340 Kč	5 700 Kč
5. večer	20%	57%	80%	30%	110	145	10 560 Kč	13 800 Kč	3 240 Kč
CELKEM					500	764	48 000 Kč	72 270 Kč	

Z tabulky můžeme vyčíst, že majoritní skupinou diváků nebyli studenti, jako bylo původně předpokládáno, ale především diváci platící základní výši vstupného. Za jeden z nejuspěšnějších večerů můžeme označit třetí filmový večer, kdy projekt kiněma musica navštívilo celkem 197 diváků. První filmový večer převýšil předpokládanou

návštěvnost, avšak díky volně vydaným lístkům byly celkové výnosy o 900 Kč nižší než výnosy předpokládané. Celkový počet návštěvníků projektu byl 764, což je o 263 diváků více, než bylo předpokládáno. Závěrem, co se týče návštěvnosti, považujeme projekt za velice úspěšný, jelikož celkový zisk ze vstupného projektu činil 72 270 Kč, což představuje o 24 270 Kč více, než bylo plánováno.

Třetí zdroj příjmů představoval zisk z prodeje reklamních předmětů projektu. Avšak tento výnos nepřestavoval majoritní podíl ve výnosech. Původně bylo předpokládáno, že zisk z prodeje těchto předmětů se bude pohybovat na částce 8 775 Kč. Reálný výnos z prodeje reklamních předmětů byl pouze 590 Kč, což představuje částku o 8 185 Kč nižší, než činil předpoklad.

Další položkou byl zisk z dobrovolného příspěvku na šatnu v kině Scala. Tento zdroj příjmů nebyl původně plánován, avšak ve výsledku činil 144 Kč.

Poslední položkou výnosů projektu kiněma musica byly finanční dary od sponzorů, které nakonec nebyly realizovány. Sponzorské dary byly získány pouze jako nepeněžní položky, které byly použity na marketing projektu, k pohoštění pro účastníky či jako dary ve formě filmu a snížené ceny pianina.

Plánované celkové výnosy byly odhadnuty na 116 490 Kč, avšak reálně projekt získal 125 124 Kč, což je o 8 634 Kč více.

6.3. Náklady

Mezi hlavní položky nákladů projektu patřily provozní náklady kina Scala. Výše těchto nákladů na jeden večer činila 2 500 Kč, v celkové částce provozní náklady představovaly částku 12 500 Kč. Další významnou položku nákladů činily náklady na distribuční práva jednotlivých filmů v celkové výši 22 308 Kč. Díky sponzorskému daru/spolupráci s americkou ambasádou jsme získali distribuční práva na film *Podivný případ Dr. Jekylla a pana Hyda* zdarma. Náklady na distribuční práva se tak snížily přibližně o částku 20 000 Kč (cena odvozena od distribučních práv amerických titulů pod zahraniční distribuční firmou - např. Park Circus, Londýn). Jako přehled nákladů na jednotlivé filmy slouží níže uvedená tabulka.

Tabulka 4: Distribuční práva filmů

Náklady na filmová distribuční práva					
Datum	Film	Distribuční práva	Doprava	Cena bez DPH	Cena s DPH
11.X	Svatopluk Innemann: Milenky starého kriminálního (1927, 106 min)	1 500 Kč	70 Kč	1 570 Kč	1 900 Kč
18.X	Fritz Lang: Metropolis	7 160 Kč	2 297 Kč		9 457 Kč
25.X	Friedrich Wilhelm Murnau: Upír Nosferatu (1922, 94 min)	6 755 Kč	2 297 Kč		9 052 Kč
8.XI	Gustav Machatý: Erotikon (1929, 85 min)	1 500 Kč	70 Kč	1 570 Kč	1 900 Kč
6.XII	Podivný případ Dr. Jekylla a pana Hyda	0 Kč	0 Kč	0 Kč	0 Kč
CELKEM				3 140 Kč	22 308 Kč

Kino Scala muselo nadále odvést ze vstupného na jednotlivé večery 15 % DPH, poplatky do Státního fondu kinematografie ve výši 1 % a OSA, která činila 0,8 %.

Celkem tyto částky tvořily:

DPH 15% - 9 424 Kč

Státní fond Kinematografie – 628 Kč

OSA – 498 Kč

Plánované odvody byly vyčísleny ve výši 7 007 Kč, což je oproti reálným odvodům, které představovaly částku 10 550 Kč, o 3 543 Kč méně. Rozdíl v plánovaných a reálných nákladech této položky způsobil rozdíl mezi příjmy ze vstupného.

Pokud se jedná o nákladové položky hrazené z hrantu MU, jako první položka se zde nachází náklady na hudebníky, hosty projekcí, přednášející, zvukaře a piana. Tato částka byla vyčíslena na konečnou výši 29 600 Kč, tudíž i díky sponzorským darům v těchto nákladech byla o 3 700 Kč nižší, než bylo původně předpokládáno. Podrobnější přehled dílčích nákladů poskytuje níže uvedená tabulka.

Tabulka 5: Náklady na hudební zázemí projektu a účastníky

Hudebníci/ doprovodný program	cena za vystoupení (Kč)
<i>Hana Foss</i>	5 000 Kč
<i>Next Phase</i>	6 000 Kč
<i>Lucie Kubátová a spol.</i>	4 000 Kč
<i>soubor Marijan</i>	5 000 Kč
<i>Pierre Richard Core</i>	2 000 Kč
<i>host 25. 10. 2016</i>	500 Kč
<i>host 6. 12. 2016</i>	500 Kč
ladič nástrojů*	700 Kč
zvukař**	2 500 Kč
Transport piana	3 400 Kč
CELKEM	29 600 Kč
* Celková cena za 2 ladění.	
** Celková částka za 5 projekcí	

Dále byly navýšeny i náklady na stipendia členům projektu, v tomto případě se ovšem jednalo o rozdíl způsobený předběžnou kalkulací částky v návrhové části rozpočtu projektu, která v daný okamžik byla odvozena pouze orientačně.

Jelikož k projektu kinéma musica byl přizván grafik, který byl součástí našeho týmu, avšak působil zde jako externista, další nákladová položka je věnována nákladům na jeho odvedenou práci.

Poslední položkou rozpočtu jsou náklady vydané na technické zázemí projektu, zde se především jedná o výdaje na klikače titulků, kteří v návrhové části nebyli uvažováni, avšak pro lepší kvalitu filmu a umožnění dvojazyčného vysílání byly zde tyto náklady vynaloženy.

Zbylé položky, jako je marketing projektu, reklamy, tisk propagačních materiálů, občerstvení pro účastníky či kancelářský materiál a materiál na tematické výzdoby

projekcí, byly zaštitěny prostřednictvím nefinančních sponzorských darů, díky kterým se celkové náklady projektu patřičně snížily. Předběžné celkové náklady na projekt byly vyčísleny na částku 113 760 Kč, konečné realizované náklady byly ovšem o 9 719 Kč nižší, tudíž celková suma za náklady činila 104 041 Kč.

6.4. Hodnocení ekonomky projektu Lucie Sommerové

„Z ekonomického hlediska hodnotím projekt jako velice úspěšný. Podařilo se nám pokrýt veškeré náklady v rámci grantu MU bez přečerpání limitu. Podstatnou část nákladů nám snížily sponzorské dary, díky kterým jsme mohli odměnit jak účastníky, tak i naši diváci si mohli odnést vzpomínku na naše projekce. I přesto, že naše projekce nebyly co do počtu bohaté, podařilo se jich uspořádat pouze pět, především díky vyšším nákladům na jednotlivé večery než na projekty z minulých let, dokázal projekt vygenerovat zisk 21 083 Kč. Což při takto technicky a organizačně náročném projektu považuji za velký úspěch.

Projekt překonal i mé očekávání co do skladby diváků. V počátcích projektu bylo cíleno především na studenty do 26 let, avšak výsledná čísla skladby diváků na jednotlivých večerech byla při každé projekci vyšší u diváků platících základní vstupné. I přesto, že jde o velice specifický projekt a nadšenců této tematiky jistě značně ubývá, průměrná návštěvnost jednoho filmového večera se pohybovala okolo 153 diváků, což je velice příznivý výsledek.

V závěru bych chtěla poděkovat celému týmu i všem, kteří se na projektu podíleli a odvedli neskutečně velký kus práce, bez nich by nemohl být projekt realizován.“

7. VIZUÁLNI STRÁNKA PROJEKTU

Vizuál projektu kiněma musica bol postavený na jednoduchosti foriem a farieb dizajnu. Samotné logo odzrkadľuje základnú myšlienku celého projektu, čím vlastne je kombinácia a súhra starých čiernobielych filmov so živou orchestrálnou hudbou. Voľne dostupné serifové písmo, [Sail](#), ktoré sa po drobnej zmene použilo pre logo, už samo o sebe vytvára zaujímavú atmosféru. Písmo so svojou prirodzenou eleganciou sa perfektne hodí k ohláseniu pompéznych udalostí, akým boli naše muzikálne kino večery, a preto sa pred každým premietaním objavilo logo aj na plátne.

Obrázek 2: Logo



kiněma musica

Pevným základom vizuálu bolo už zmienené logo a jeho dve ďalšie varianty, ktoré sa viac vyskytovali na korešpondenčných materiáloch a propagačných predmetoch. Propagácia filmových večerov a samotného študentského kina sa robilo rôznymi spôsobmi. Okrem plagátov, ktoré dostatočne vopred uvádzali program kina na verejných miestach, sa vytvárali brožúrky, ktoré boli k dispozícii pre divákov len pár hodín pred premietaním v priestoroch univerzitného kina Scala. Placky a plátene tašky, ktoré si mohli zakúpiť a tým vlastne šíriť chýru nášho kina. Online propagácia bola zaistená pomocou platených reklám na FB stránku projektu, kde sa takisto po každom premietaní objavil nový obrázok s pozvánkou na nasledujúce predstavenie.

Obrázek 3: Placky



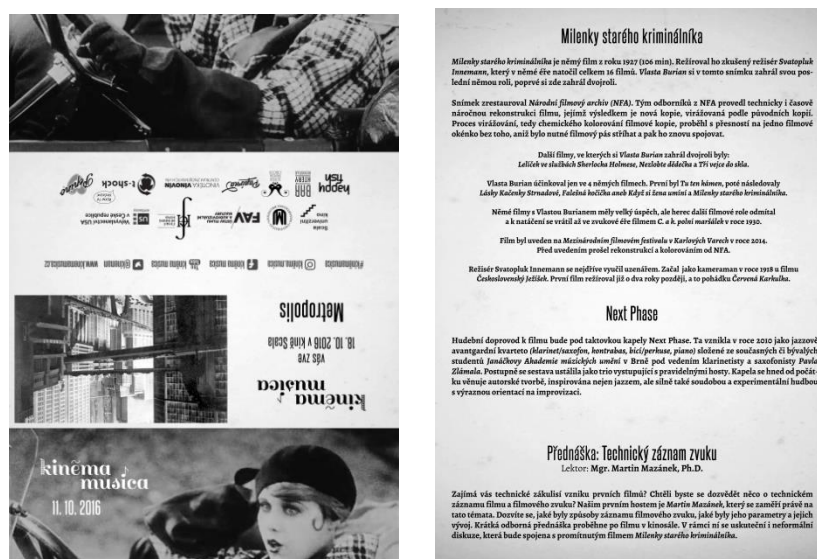
Jednotlivé propagačné predmety mali jednotný vizuálny štýl, a ich spájajúcim prvkom okrem loga bola jednoduchosť foriem grafických prvkov a vo väčšine čiernobiela realizácia. Tlačoviny ako plagáty a brožúrky boli samozrejme zdarma vystavované a rozdávané ľuďom, ale ostatné predmety sa predávali na jednotlivých premietacích večeroch.

Obrázek 4: Plakát



Brožúrky si diváci mohli vyzdvihnúť buď v stánku, kde sa predávali propagačné materiály, alebo už pri zakúpení lístku na jednotlivé predstavenia, pretože sa prikladali k lístku. Celkom sa ich vyrobilo 5 rôznych návrhov vo formáte A4. Vonkajšia strana brožúrky obsahovala veľký obrázok z filmu, privítanie na ďalšie predstavenie a logá sponzorov a partnerov projektu. Vnútorňa strana zas informácie a zaujímavosti o aktuálnom filme, krátke predstavenie hudobnej skupiny, ktorá sprevádzala film, a pár viet o odbornej prednáške, ktorá nasledovala po premietaní.

Obrázek 5: Brožura



Posledným kúskom vizuálu projektu bolo PF, ktoré sa poslalo poštou jednotlivým partnerom a sponzorom projektu. Bol to jednoduchý typografický vianočný stromček, ktorý bol postavený z viacerých kúskov loga kinéma musica v rôznych veľkostiach, a tvoril tak prednú stranu pohľadnice.

Obrázek 6: Vánoční přání



8. ZÁVĚR

Celkově hodnotíme projekt jako úspěšný, a to jak po stránce finanční, tak i divácké. Projekt byl velkým přínosem pro všechny členy týmu. Naučili jsme se, jak organizovat svoji práci a úkoly, stejně tak jak komunikovat mezi sebou. Důležitým faktorem bylo velké množství nasmlouvaných sponzorů, partnerů a „podporovatelů“, díky nimž jsme získali dary a upomínkové předměty na propagaci, což projektu hodně pomohlo. kiněma musica byla specifická svou hudební produkcí a spoluprací s JAMU. Celkově koncept studentského kina posunula stejně jako předchozí projekty zase dál.

