

MASARYKOVA UNIVERZITA
FILOZOFICKÁ FAKULTA
ÚSTAV FILMU A AUDIOVIZUÁLNÍ KULTURY



**PROJEKT STUDENTSKÉHO KINA
JS // 2016**

Závěrečná zpráva k předmětu FAV266 Provoz kina

Petra Fujdlová a tým

Brno
květen 2016

Obsah

Úvod	3
Dramaturgie	4
Přehled uskutečněných projekcí	6
Změny	7
Distribuce	8
Doprovodný program	9
Zhodnocení průběhu realizace z pohledu spolupráce s kinem Scala	12
Návštěvnost a publikum	14
Realizační tým	16
Propagace	18
Propagace v médiích	18
Sociální sítě	21
Webové stránky	22
Vizuální styl	22
Tištěná propagace	25
Ekonomická stránka projektu	27
Výnosy	30
Náklady	33
Závěr	38

Úvod

V období jarního semestru 2016 zaplnil úterní okno v kině Scala svým programem projekt studentského kina Obzory, konkrétně se jednalo o interval od 23. února (úvodní projekce) do 26. dubna (závěrečná projekce).

S podtitulem "Film, jak jste ho ještě neviděli" jsme si kladli za cíl představit různé aspekty kinematografie, kterými se jako studenti filmové vědy zabýváme a které běžný divák pravděpodobně přehlíží nevěda, že přichází o potenciálně obohacující zkušenost. Podle číselných údajů zaznamenaných v ekonomické části závěrečné zprávy byl tento projekt z finančního hlediska úspěšným studentským kinem. Co se týče hlavního cíle vycházejícího z dramaturgického konceptu, tedy popularizace filmové vědy a alternativního pohledu na film a filmový průmysl, nejsme bohužel schopni objektivně posoudit, do jaké míry byl náš projekt úspěšný.

Původně plánovaným cílovým publikem byli diváci z řad studentů a potenciálních zájemců o studium filmové vědy. Toto zaměření se projevovalo hlavně výběrem sociální sítě Facebook jako hlavního nástroje propagace a distribuce plakátů na filmy

na místech shromažďování vysokoškolských studentů (jednotlivé budovy Masarykovy univerzity, "krmítka", kavárny v okolí fakult). Přestože se nám nepodařilo získat mnoho údajů o našem publiku, čísla z prodaných vstupenek napovídají, že nejčastějšími návštěvníky byli naopak dospělí, kteří na vstupném neuplatňovali studentskou slevu.

Dramaturgie

Dramaturgie celého projektu byla koncipována do schématu tematicky propojených dvojic. Jedním z prvních kroků, které jsme učinili, když byl tento koncept přijat jako klíč při přípravě programu, bylo snížení počtu projekcí z původně plánovaných třinácti na deset. Jedním důvodem byla potřeba sudého počtu večerů, abychom se mohli držet schématu dvojic, druhým byla finanční náročnost tohoto modelu (téměř na každý večer jsme měli naplánovaného hosta, což výrazně zvyšovalo náklady projektu). Měli jsme ale stále v záloze ještě jednu tematickou dvojici s provizorním názvem “Filmový rám”. Ta však zůstala pouze ve fázi plánu, nepřikročili jsme ani k zajišťování konkrétních filmových titulů, ani jsme neoslovili potenciální hosty.

Pořadí, ve kterém jsme dvojice a jednotlivé večery sestavili, se odvíjelo od dostupnosti hostů (Peter Krämer byl schopen přislíbit pouze pondělí 4. 4., Pavel Strnad byl až do dubna pracovní vyčerpán, Šárka Gmíterková byla během velké části projektu na

zahraniční stáži) a od volných termínů ve Scale (kvůli již delší dobu domluvenému festivalu outdoorových sportů jsme museli přesunout projekci ze dne 22. 3., ale protože se jednalo pouze o posun o jeden den, neměla tato drobná komplikace velký vliv na sestavování programu).

Geneze programu se z velké části odvíjela od našich vlastních zkušeností s prezentací některých témat filmové vědy a průmyslu před našimi přáteli či známými, pracovali jsme tedy s potenciální atraktivností daných témat (příkladem takto programovaného večera je například projekce s tématem hvězdného systému a filmové produkce). Naším cílem tedy nebylo promítnout v kině film, který se do kin jen tak nedostane, ale oslovit a získat diváka, který se do kina jen tak nevydá. Z tohoto důvodu jsou v našem programu převážně známé, atraktivní tituly, které měly nalákat diváka na jedinečný zážitek jejich uvedení na velkém plátně. Je tak možné říci, že projekt částečně stavěl na principu eventů. (Tato strategie fungovala například u večerů s filmy *Casablanca* a *Matrix*.)

Přehled původně plánovaných projekcí

Termín	Téma	Film	Host
únor/březen	od autora k divákovi	Mechanický pomeranč	-
		Cizinec (O.Welles)	Milan Hain
březen	žánr	Matrix	Jakub Macek
		96 hodin	Richard Nowell
březen	filmový příběh	Jeden musí z kola ven	Radomír D. Kokeš
		Fish Tank	Štěpán Hulík
duben	filmové hvězdy	Čaroděj ze země Oz	Šárka Gmitterková
		Mlčení jehňátek	Peter Krämer
duben	produkce	Alois Nebel	Petr Szczepanik, Pavel Strnad
		Gottland	Tomáš Hrubý

Přehled uskutečněných projekcí

Termín	Téma	Film	Host
23. února	tvůrce a divák	Mechanický pomeranč	(Veronika Lengálová)
1. března		Casablanca	Milan Hain
8. března	žánr	Matrix	Jakub Macek (jen lektorský úvod)
15. března		96 hodin	(Lucia Brutovská, Veronika Lengálová)
21. března (pondělí)	filmový příběh	Fish Tank	Štěpán Hulík
29. března		Jeden musí z kola ven	Radomír D. Kokeš
4. dubna (pondělí)	filmové hvězdy	Mlčení jehňátek	Peter Krämer
12. dubna		Čaroděj ze země Oz	Šárka Gmitterková
19. dubna	produkce	Alois Nebel	Eva Pjajčíková, Marek Loskot
26. dubna		Gottland	Tomáš Hrubý

Změny

I) Změny filmu

Od původně plánovaného programu se realizované projekce liší pouze v jedné položce, kterou se stal druhý večer. Původně jsme plánovali film *Cizinec* od Orsona Wellese, který měl být doprovázen přednáškou tematicky zaměřenou na autorský přístup k filmu. Od Jana Jílka z Asociace českých filmových klubů nám bylo doporučeno, ať kontaktujeme distribuční společnost Park Circus z Glasgow, konkrétně Marka Truesdalea. Komunikace probíhala bez problému a film byl dostupný ve formátu DCP. Nicméně cena za jednu projekci byla vyčíslena na 750 USD, což nás přinutilo sáhnout k české společnosti Digsen a jinému titulu z období klasického Hollywoodu. Nejprve se ukázalo, že společnost má k dispozici k zapůjčení film *Občan Kane*, což stále přibližně odpovídalo dramaturgickému plánu a přednášce hosta Milana Haina. Bohužel však po dvou dnech přišel od Digsenu e-mail s omluvou a opravou, protože film k dispozici ve skutečnosti neměli. Nakonec jsme tedy zvolili snímek *Casablanca*, ke kterému svolil jako k náhradnímu programu i náš host. Svoji přednášku tak upravil na téma problematizace chápání autorství v klasickém Hollywoodu na příkladu režiséra Michaela Curtize.

II) Změny programu

Během realizace projektu došlo také k několika změnám v programu, které se odvíjely od změn souvisejících s hosty:

- Jakub Macek - Hrozilo zrušení hostování kvůli pracovnímu vytížení, nakonec měl host jen lektorský úvod, bez programu po filmu.
- Pavel Strnad + Petr Szczepanik - Pracovní vytížení a nemoc zkomplikovaly předposlední večer, na poslední chvíli se ale podařilo získat pro projekt náhradní hosty, Evu Pjajčíkovou a Marka Loskota (došlo tak k posunu tématu večera od filmové produkce hraných filmů k fungování financování české kinematografie skrz Státní fond kinematografie).

Distribuce

Pro distribuci filmů jsme vycházeli pouze z českých distribučních společností. I přes značně omezenou nabídku filmů, co se týče kvality i kvantity, se nám podařilo zajistit deset filmů za velmi příznivé ceny.

Nejúspěšnější byla spolupráce se společností Digsen, kdy jsme díky Haně Vinšové získali celkem čtyři filmy – *Mechanický pomeranč* (23. února 2016), *Casablanca* (1. března 2016), *Matrix* (8. března 2016) a *Čaroděj ze země Oz* (12. dubna 2016). Cena u všech byla nastavena na 1400 Kč bez DPH a kopie s výjimkou *Mechanického pomeranče*, jenž došel na DVD, byly promítány z formátu BD. Komunikace s Hanou Vinšovou byla na výborné úrovni. Všechny kopie od ní přišly včas, a ještě se ujišťovala, zda je vše v pořádku. Digsen byla jediná společnost, se kterou nemělo kino Scala licenční smlouvu. Tu jsme proto uzavřeli do konce kalendářního roku 2016.

Dva filmy – *Fish Tank* (21. března 2016) a *Mlčení jehňátek* (4. dubna 2016) jsme získali od společnosti AČFK. Komunikace probíhala především s Davidem Huspeninou a Janem Jílkem, díky kterému jsme měli možnost v předpremiéře promítnout film *Mlčení jehňátek* (v široké distribuci jej Projekt 100 uvedl až 21. dubna). Cena za *Fish Tank* byla 1500 Kč bez DPH plus 200 Kč za

dopravu, protože kopie byla zaslána ve formátu 35mm. *Mlčení jehňátek* bylo vzhledem k předpremiéře dražší a cena byla Janem Jílkem stanovena na 6000 Kč bez DPH.

Společnost Aerofilms nám poskytla filmy *Jeden musí z kola ven* (29. března 2016) a *Alois Nebel* (19. dubna 2016). Cena nebyla jednotná, neboť Aerofilms si účtuje 50% odvod z tržeb. Obě kopie byly zaslány ve formátu DCP.

Po jednom filmu nám poskytl Bioscope – *96 hodin* (15. března 2016) a Nutprodukce – *Gottland* (26. dubna 2016). U společnosti Bioscope se vyskytla chyba v podobě zaslání špatného formátu, kdy namísto očekávaného BD přišlo DVD. Cena byla 1000 Kč bez DPH. *Gottland* byl z Nutprodukce zaslán ve formátu H.264 za cenu 1500 Kč bez DPH.

Doprovodný program

I) Hosté

Jádrem doprovodného programu byli hosté. Ti byli vybíráni tak, aby se projevila snaha pracovat s dvojicemi večerů jako se dvěma různými pohledy na danou problematiku (hvězdný systém v klasickém hollywoodském systému vs. hvězdný systém v novém Hollywoodu; filmové vyprávění z pohledu scenáristy vs. z analytického pohledu teoretika; produkce celovečerní hrané tvorby vs. produkce dokumentární tvorby). Ve většině případů platilo, že se pro již domluveného hosta do programu teprve dosazoval film (hosté se tak mohli k výběru sami vyjádřit). Pro velkou část projekcí také platil původní formát lektorského úvodu (hosta nebo členů týmu), projekce a následné besedy s hostem. Tohoto schématu jsme se nedrželi úvodní večer, protože po filmu následoval zahajovací večírek. Vzhledem k délce filmu *Matrix* a z důvodu vytíženosti hosta jsme zrušili program po projekci také třetí večer.

II) Výzdoba sálu

Kromě odborného doprovodného programu, který byl navázán na téma večera, se důležitou součástí projektu stala výzdoba předsálí kina Scala v různém rozsahu, jež byla propojena s

promítaným filmem. Například při promítání filmu *Matrix* tak měli diváci možnost výběru mezi modrou a červenou pilulkou v podobě barevných bonbónů a na film *Čaroděj ze země Oz* se dostali do kinosálu po žluté cestě, kterou jsme pomocí žlutých kříd a lepících pásky označili od vchodu do Scaly až ke dveřím sálu. Tento doplňkový program měl spíše krátkodobější charakter, pokud jde o jeho přípravu, neboť jeho vymyšlení, příprava a výroba probíhaly během týdne mezi daným večerem a předchozí projekcí.

III) Videá

Sedm z deseti projekcí bylo také uvozeno krátkým videem vytvořeným členy týmu (o náměty a postprodukci se starala Veronika Lengálová), které mělo krátce nastínit téma večera (anketový formát).

Sloužit měla především k uvození tématu přímo před projekcí, ke zhlédnutí jsou i na našem Youtube kanálu:

https://www.youtube.com/channel/UCV96k3x4St8mfOFZ_ODWI
[Q](#)

IV) Délka besed

Jeden z problematických aspektů samotného konceptu, na který jsme byli upozorňováni již v průběhu přípravné fáze, byla délka a samotná existence programu po filmu. V sedmi

případech z deseti projekcí čekal naše diváky kvůli besedám po filmu skutečně dlouhý večer. Projekce filmu začínaly (po 10 minutách reklamního bloku kina Scala, naší znělce, krátkém představení projektu a cca 15 minutovém lektorském úvodu) ve 21 hodin. Program potom končil okolo 23. hodiny, v některých případech až před půlnocí. To bylo vysilující jednak pro diváky, ale i pro organizační tým samotný.

Délka besed po filmu se pohybovala od 30 minut (*Čaroděj ze země Oz*) do jedné hodiny (*Mlčení jehňátek*). Účastnilo se jich, tedy po projekci v sále zůstalo na další program, vždy minimálně 20 diváků.

Projekce a samotný doprovodný program považujeme za vydařené a odpovídající původním plánům. Nutno ovšem podotknout, že by jistě mohl proběhnout za větší aktivity publika, kdyby vyhrazený časový blok byl v dřívější čas, například kolem 18. hodiny. V případě, že musí projekce začínat ve 20.30, je možnost obohacení o doprovodný program značně limitovaná a vyžaduje mnohem vyšší míru přípravy (přesně dané téma, kterého je třeba se kvůli úsporám času držet, může ještě více odrazovat diváky od případných dotazů).

Za nejvíce vydařené můžeme označit besedu po filmu *Fish Tank*, která přes menší počet diváků v publiku trvala celou jednu hodinu, dále doprovodný program k filmu *96 hodin*. K největší aktivitě ze strany publika podnítil film *Jeden musí z kola ven* a beseda s Radomírem Kokešem, a diskuze na téma financování českého filmu se zástupci Státního fondu kinematografie po projekci filmu *Alois Nebel*.

V) Zahajovací večer a závěrečný večírek

Nejvýraznější doprovodný program nesl zahajovací a závěrečný večer.

Přestože jsme původně měli v plánu doprovodit večírkem pouze slavnostní zahájení, v komornější podobě jsme doprovodný program zopakovali i na zakončení. Hlavní součástí byl hudební doprovod, občerstvení a výzdoba předsálí kina.

Občerstvení na zahajovací raut jsme obstarali z části na vlastní náklady, část nám zajistila společnost Bonderit Invest, část byla pokryta sponzorským darem od mlékárny Lacrum a prodejny Rynek. Mlékárnu jsme oslovili záměrně pro mléko ve spojitosti s filmem *Mechanický pomeranč*, nakonec byl jejich sponzorský dar o poznání štedřejší. Podle jejich kalkulací nám věnovali občerstvení v hodnotě 5 000 Kč. Za tento sponzorský dar měli

umístěné logo na webových stránkách, na slidu v kině Scala i samostatný slide a banner s letáčky před každou naší projekcí.

Ke změně došlo v případě hudebního doprovodu. Přestože jsme s DJ (Jáma Ráma) byli před zahajovacím večerem v kontaktu, nakonec jsme se z důvodu finanční úspory na začátku projektu a z vyšších než očekávaných výdajů rozhodli DJ zrušit. Místo něj se o hudební doprovod postaral Jaromír Franta společně s členem týmu Janem Churým. Mládenci se nakonec zasloužili o výživnou hudební složku úvodního i závěrečného večera. Svůj značně eklektický DJ set pojali jako průřez hudební historií, kdy čerpali především z hudby 70. a 80. let (Pink Floyd, David Bowie, New Order) a hudby současné, kdy sáhli k elektronicky laděným projektům (John Talabot, Darkside). Jejich hudební zpestření večerů se dočkalo pozitivních reakcí, což kluky velmi potěšilo

Zhodnocení průběhu realizace z pohledu spolupráce s kinem Scala

Spolupráce s kinem Scala začala již před zahájením projektu studentského kina, tedy ještě v době, kdy se konaly schůzky realizačního týmu s vedením katedry. Na Radka Pernicu, ředitele kina Scala, jsme kladli mnohé dotazy týkající se jak ekonomického hlediska, tak i pomoci s distributory (například u polských distributorů, se kterými má kino Scala zkušenost, nám pomáhal s vážnoucí komunikací), ale také různých dalších organizačních záležitostí, abychom věděli, co nám bude umožněno, a co ne. Domluvy probíhaly prostřednictvím osobních konzultací, menší problémy pak byly řešeny pouze e-mailem. Radek Pernica vždy projevil ochotu i čas naše záležitosti velmi rychle vyřešit, a pokud to bylo možné, vyšel nám vstříc. Pokud se naše dotazy netýkaly přímo jeho, odkázal nás v technických záležitostech na Jana Kárla, provozního kina Scala, či v záležitostech spojenými s barem (půjčování nádobí na rauty, objednání vína) na Filipa Pšeju, provozního baru. S oběma probíhala komunikace velmi dobře.

S Radkem Pernicou bylo třeba dále domluvit termíny jednotlivých projekcí tak, aby se nepřekrývaly s již domluvenými

festivally či univerzitními akcemi. K posunutí projekce studentského kina došlo z tohoto důvodu pouze jednou (21. 3.).

Jedinou věcí, kterou lze hodnotit negativně, byl večer s filmem *Matrix*, kdy předcházející film končil těsně před začátkem naší projekce. Vzhledem k tomu, že se jednalo o film s největší návštěvností, nebylo příliš příjemné, nechat takové množství návštěvníků čekat, tedy i trhání lístků probíhalo velice narychlo, což by se nestalo, kdyby je bylo možné do sálu pouštět postupně, ve větším časovém rozmezí. Kvůli nahromaděným lidem v předsálí také částečně zanikla naše výzdoba, jako i dvě z nás, sedící v prostřed u stolečku a nabízející tematicky červené či modré pilulky (bonbóny). Tento problém jsme s Radkem Pernicou také probrali s tím, že ne vždy lze časový harmonogram ovlivnit.

Dalším narušením našich plánů byl festival *Jeden svět*, který se odehrával v kině Scala a měl též velmi bohatou výzdobu i doprovodný program. Například při promítání filmu *Jeden musí z kola ven* jsme dole v předsálí podávali čaj a sušenky, nicméně hned vedle ještě stály slečny z *Jednoho světa* a snažily se prodat vlastní čaj a další produkty, což zasahovalo do našich plánů a náš "stánek" v tomto zanikl. Na další týden jsme se však se slečnami domluvili a ty skutečně vše sklídily včas, tudíž k dalším konfrontacím nedošlo.

Příprava na jednotlivé večery probíhala pomocí technických scénářů, které jsme vždy týden před danou projekcí posílali promítačům kina Scala. Konkrétní technické záležitosti (osvětlení různými reflektory, spouštění prezentací, pořadí videí a reklam) byly domlouvány až přímo na místě před projekcemi. Náš tým docházel vždy s dostatečným předstihem, aby se vše řádně stihlo přichystat.

Návštěvnost a publikum

Průměrná návštěvnost projektu byla 114,3 diváků na jednu projekci, respektive 107,9 diváků (platících), jak podrobněji rozvede kapitola Ekonomická stránka projektu.

V původních odhadech jsme předpokládali průměrně 50 diváků na představení s výjimkou tří populárnějších titulů - ty nakonec ve dvou případech dokonce předčily naše očekávání. Pokud porovnáme, že průměrná návštěvnost kina Scala je 80 diváků, českých kin obecně 45 diváků (údaje pro rok 2014), lze návštěvnost považovat za nadprůměrnou. Nutno ovšem dodat, že návštěvnost byla velice proměnlivá.

K nejúspěšnějším z hlediska návštěvnosti patřily první tři projekce s vrcholem na filmu *Matrix*, na který přišlo 313 diváků. Hned po něm ale následoval propad – a dva snímky, na které přišlo kolem 30 diváků. Z pohledu návštěvnosti patřily k nejslabším večery *96 hodin*, *Fish Tank*, *Alois Nebel* a *Gottland*. Za jednu z příčin nízké návštěvnosti filmu *Fish Tank* (a nižší než očekávané návštěvnosti u filmu *Mlčení jehňátek*) můžeme považovat také přesunutí večera na pondělí a nedostatečné upozornění diváků na toto vybočení ze schématu.

Z ekonomického hlediska se tedy jako dobrý tah ukázalo zařadit na začátek projektu takto úspěšné tituly (ačkoliv to nebylo naší

primární motivací při sestavování programu), protože ještě před polovinou projektu jsme věděli, že po finanční stránce se nemusíme obávat červených čísel v rozpočtu - a naopak případně i zvážit větší investice do doprovodného programu.

Co se týká návštěvnosti, zajímavé je uvést fakt, že jsme uváděli filmy, které diváci znali a měli před lety možnost vidět buď v kinech, nebo na jiných platformách. V úvodech jsme se často dotazovali, kdo přišel na snímek, i když jej již viděl, a většina publika opravdu patřila k opakovaným návštěvníkům.

Kdo byli naši nejčastější návštěvníci a jak to odpovídalo našim předpokladům v plánovaném projektu, můžeme porovnávat jedině ze dvou typů dat.

Zatímco podle údajů zjistitelných z facebookových stránek tvořily naše fanoušky z větší části ženy ve věku 18 až 24 let. Do téhle skupiny samozřejmě patří jenom fanoušci, kteří tráví čas na sociálních sítích - podrobněji se jim budeme věnovat v části Propagace - Sociální sítě.

Jak můžeme soudit z počtu prodaných vstupenek, většinu našich diváků tvořili - oproti původnímu očekávání - dospělí diváci bez nároku na studentskou slevu na vstupném. Více o počtu návštěvníků viz následující tabulka. Nadpoloviční většinu diváků

tvořili "nestudenti" u filmů *Casablanca* a *Matrix*. Výrazněji převažovali také u filmu *Jeden musí z kola ven* a u českých snímků *Alois Nebel* a *Gottland*. Naopak za projekce, které se dočkaly největšího ohlasu u studentů, můžeme považovat

Mechanický pomeranč spojený se zahajovacím večírkem studentského kina a filmy *Čaroděj ze země Oz*, *Fish Tank* a *96 hodin*.

Datum	Film	Počet diváků - studentů	Počet diváků - dospělých	Počet diváků - celkem (včetně neplatících)
23. 2.	Mechanický pomeranč	107	87	197
1. 3.	Casablanca	100	137	237
8. 3.	Matrix	120	181	313
15. 3.	96 hodin	23	10	35
21. 3.	Fish Tank	21	6	33
29. 3.	Jeden musí z kola ven	28	37	75
4. 4.	Mlčení jehňátek	53	51	117
12. 4.	Čaroděj ze země Oz	44	10	58
19. 4.	Alois Nebel	11	18	34
26. 4.	Gottland	13	20	44



Realizační tým

Pozice v rámci týmu byly rozděleny do sedmi funkcí:

- **Petra Fujdlová** - vedoucí projektu, moderování večerů
- **Jan Churý** - objednávání filmů a komunikace s distributory
- **Kamila Andresová** - organizace večerů a komunikace s kinem Scala
- **Petr Karčmař** - ekonom
- **Lucia Bratovská** - propagace a komunikace s médii, moderování večerů
- **Veronika Lengálová** - program a komunikace s hosty, moderování večerů
- **Varvara Šatunova** - tištěná propagace, grafik, fotograf

Rozdělení jednotlivých pozic a úkolů, za které měl daný člen zodpovědnost, proběhlo již na začátku projektu poměrně bezproblémově, protože každý člen měl představu, které oblasti se chce věnovat a ve které má případně již nějaké předchozí zkušenosti.

I přes vymezené pozice probíhala řada rozhodnutí a organizace skupinově, ať už na schůzkách (především v přípravné fázi), nebo diskuzí v uzavřené skupině na Facebooku, ať už se

zapojením všech členů, nebo diskuzí v užší skupině. V některých případech (moderování hostů, organizace večerů) se také kompetence překrývaly a střídaly mezi členy.

Na dramaturgii se zpočátku podíleli všichni členové na hromadných schůzkách, postupně se ale z praktického důvodu snazší komunikace dramaturgický tým zúžil. Ve finální podobě se jednotlivé večery odehrávaly v režii iniciátorů programu, kteří jednak koordinovali hosta a podobu jeho přednášky v

návaznosti na film a téma dvojice, jednak moderovali samotného hosta a průběh večera (*Mlčení jehňátek* s Peterem Krámerem a *Jeden musí z kola ven* s Radomírem Kokešem měla na starosti Lucia, *Casablancu* s Milanem Hainem Petra, zbývající projekce Veronika, a film *96 hodin* Lucia s Veronikou).

Co se týká samotné organizace práce, snažili jsme se v realizační fázi zavést systém pravidelných schůzek. Po konzultaci s profesionálkou v oblasti projektového řízení jsme se pokusili zavést model schůzek, ve kterých každý člen dostane pětiminutový prostor ke slovu a shrne svoji dosavadní práci, plánované aktivity a případné problémy a přednese výzvu k pomoci. Přestože dvě uskutečněné schůzky v tomto duchu lze považovat za přínosné a výrazně zvyšující efektivitu komunikace, především z časové vyřízenosti a zaplnění časových rozvrhů všech členů, kdy jen domluva společného termínu zabrala více času než schůzka samotná, jsme od schůzek upustili a rozhodování zúžili na komunikaci na sociálních sítích, případně přímo na projekci. Potřeba těchto schůzek se navíc snižovala s každou další projekcí, neboť jsme se během realizace projektu postupně doučovali, jak vést kino, a tím se osamostatňovali. Kromě akutních problémů (které bylo nejefektivnější řešit v menším počtu lidí přes sociální sítě) již nebylo, co na schůzkách řešit.

Dalším aspektem rozdělení práce, který nám byl doporučen vedoucí předchozího studentského kina (3x3 Scala), bylo rozdělení zodpovědnosti za večer. Střídala se mezi všemi členy, aby každý (s výjimkou ekonoma) zodpovídal alespoň za jeden večer. Hlavním cílem měla být příležitost soustředit se na nejen hladký průběh večera, ale i na oživení programu s větším časovým předstihem, než by bylo jinak nutně jen rozmezí jednoho týdne mezi jednotlivými projekcemi.

Ve finále ale funkce spočívala především v sestavení technického scénáře, o koordinaci průběhu a komunikaci s promítačem se zpravidla staral moderátor hosta, případně člen, který měl na starosti lektorský úvod (tzn. 5 x Veronika, 2 x Lucia, 1 x Lucia a Veronika, 1 x Petra).

Jednotlivých večerů se vždy účastnil celý tým, organizaci by pravděpodobně prospělo, kdyby byly přesněji stanoveny úkoly.

Propagace

Propagace v médiích

Před začátkem projektu jsme si dali za cíl sepsat tiskovou zprávu informující o podstatě celého projektu. Kromě toho jsme chtěli pravidelně zvát lokální brněnská média na jednotlivé akce. Mediální komunikace proběhla uspokojivě, a to z velké části díky kontaktům na studenty žurnalistiky na Fakultě sociálních studií Masarykovy univerzity.

Ještě před začátkem projektu jsme si zajistili mediální sponzory, kteří o našem projektu informovali prostřednictvím článků, reportáží a sdílením na sociálních sítích. K těmto partnerům se postupem času přidali další, které projekt zaujal v jeho průběhu. Nejlepší spolupráci jsme navázali se studentskými médii. Jakožto studentské kino jsme si tak mohli vyzkoušet mediální komunikaci na "zkušební" úrovni. Také jsme oslovili všechna lokální brněnská média zajímající se o kulturní dění.

Mediální partneři projektu:

Časopis Halas

Muni TV

Kulturio

Rádio R

LeMUR

InfoDnes.cz

Tiskové zprávy jsme napsali a rozeslali tři – před začátkem projektu informující o konceptu, v půlce projektu jako lákadlo na další filmy a hosty a po ukončení projektu jako stručnou bilanci a sumarizaci. Všechny byly uveřejněny. Média jsme také oslovovali každý týden, posílali pozvánky na události, informovali o hostech, kteří přijdou. Značné části projekcí se některá média zúčastnila. Hodně nás potěšila spolupráce s Muni TV, která nám točila a zveřejňovala upoutávky na každý následující týden. Za úspěch také považujeme představení projektu v Brněnské televizi. Celkově se nám podařilo získat přibližně 30 mediálních ohlasů. Ohlasy společně s tiskovými zprávami mohou zájemci najít v záložce **PRESS** na našem webu (<http://obzory.kinoscala.cz/press/medialni-ohlasy/>).

Vybrané zmínky o projektu v médiích:

<http://kulturio.cz/pozvanka-obzory/>

„Díváte se rádi na filmy? A díváte se pozorně?“ tak zní otázka pro všechny zájemce o nový cyklus filmových projekcí s názvem Obzory, který míří tohle jaro do kina Scala. Jeho organizátoři

chtějí divákům otevřít oči dokořán. Postupně jim představí témata autorství a diváctví, žánru, scénáře, filmových hvězd či produkce."

<http://lemur.mu/scala-uvadi-obzory-film-jak-jste-ho-jeste-nevideli/>

"V úterý 23. února v půl deváté večer odstartuje ve Scale nový projekt studentů Masarykovy univerzity. Pod názvem Obzory. Film, jak jste ho ještě neviděli, představí divákům během deseti úterních večerů klasiky českého i světového filmu v nových souvislostech."

<https://www.youtube.com/watch?v=9bc-LRkhJ3k>

"Študentské kino Obzory zahájilo cyklus desiatich projekcií filmom Mechanický pomaranč a pripravený bol aj večierok s tématickým rautom. Obzory sľubujú otváranie nových pohľadov na film každý utorok o 20:30 v kine Scala."

<http://www.radio-r.cz/zahajeni-obzoru-ve-scale/>

"Nejen vyhlášení Oscarů je velkou filmovou událostí tohoto týdne. V úterý 23. února ve Scale tým studentů filmové vědy totiž představil svůj projekt Obzory, který nám do kina přinese notoricky známé filmové klasiky, a my je tak budeme mít možnost sledovat znova na velkém plátně. Prvním promítnutým

snímkem byl Mechanický pomaranč, který je znám především díky svému výraznému antihrdinovi. Cílem organizátorů bylo však tentokrát zaměřit divákovu pozornost na myšlenku režiséra Stanleyho Kubricka, který věřil, že sledování filmu má na diváka bezprostřední účinek."

<http://casopishalas.cz/clanek/zobrazit/2099>

"Jen velmi tenká je hranice mezi genialitou a šílenstvím. I takový námět nesl zahajovací večer cyklu filmových projekcí s názvem Obzory. Na úterní akci ve Scale diváky nalákal dnes již kultovní snímek, obscenní kritika společnosti, anarchistická odysea Mechanický pomaranč."

<https://www.online.muni.cz/student/7265-kultovni-filmy-z-nove-perspektivy>

"Študentské kino ve Scale si v rámci cyklu Obzory vzalo za cíl přiblížit filmovou vědu širšímu publiku za pomoci snímků, které jsou známé a u veřejnosti oblíbené. Nabídne k nim diskusi s odborníky."

<http://munimedia.cz/prispevek/divaci-se-muzou-ve-scale-tesit-na-zname-filmy-9876/>

"Projekt Obzory začal od minulého úterý pravidelně promítat v kině Scala. Příjemnou atmosféru kina částečně navozuje i bar

nad sálem. Diváci si můžou vzít pivo k filmu, jako by byli doma. Rozmazané vidění však v záruce vstupenky není. Součástí projekce jsou i přednášky s informacemi, které divák na Česko-slovenské filmové databázi zpravidla nenajde."

<http://munimedia.cz/prispevek/v-cechach-je-pomerne-tezke-ziskat-nektere-filmy-na-rozdil-od-polska-rika-organizatorka-obzoru-lucia-brutovska-9940/>

"Studentský projekt Obzory za sebou má už třetí promítací večer. Tentokrát na téma kyberpunk v podobě kultovního filmu Matrix. Jak těžké vlastně je uspořádat filmové projekce a kolik to zabere času? Na to odpověděla jedna z organizátorek a studentka filmu a audiovizuálních studií Lucia Brutovská."

<http://lemur.mu/obzory-oslavily-mezinarodni-den-zen-kyberpunkovym-filmem-matrix/>

"Studentský projekt Obzory vybral pro Mezinárodní den žen promítání filmového snímku Matrix. Tato projekce patřila do tematického okruhu Žánr, který v úvodu představil sociolog médií Jakub Macek z Fakulty sociálních studií. Promítání se uskutečnilo v kině Scala ve středu 9. března."

<http://www.brnenskodnes.cz/zpravy/1677-cyklus-obzory-predstavuje-zname-filmy-z-nove-perspektivy>

"Známý český producent, hvězda brněnské filmové teorie, či uznávaný profesor z Velké Británie. Ti všichni se představí jako hosté cyklu projekcí s názvem Obzory v kině Scala do konce dubna. Za pomoci pěti tematických dvojic v něm organizátoři rozšiřují divácké obzory."

<http://www.teraz.sk/magazin/vysoke-skoly-socialne-siete-propagacia/189691-clanok.html>

"Aj študenti si môžu na univerzite vyskúšať túto formu marketingu, ktorá ich nič nestojí. Pri mediálnych odboroch sa navyše stáva praktickou formou štúdia. „S našim projektom Obzory si navzájom zdieľame udalosti s inými lokálnymi akciami. Mediálny sponzoring napríklad zahrňuje aj vzájomné zdieľanie našich stránok, čím sa podporuje prílev fanúšikov," povedala pre TASR vedúca projektu študentského kina na MU Petra Furdlová."

<http://www.b-tv.cz/videogallery/vlna-1126-d/>

"Cyklus úspěšných filmových děl domácích i zahraniční kinematografie Obzory vám pomůže otevřít oči dokořán. Znamé klasiky, které pro vás promítneme na velké plátno, ale i méně známé, zato o nic méně kvalitní pecky doplníme úvody k filmům, zajímavými přednáškami i tematickými diskuzemi s filmovými tvůrci i teoretiky..."

<http://munimedia.cz/prispevek/studentske-kino-obzory-vedlo-film-mlceni-jehnatek-10295/>

"Filmová lahůdka se po pětadvaceti letech vrátila na plátna kin. Tým studentského kina Obzory uvedl legendární film Mlčení jehňátek v Univerzitním kině Scala."

<http://www.brnskodnes.cz/zpravy/1970-filmove-obzory-mely-uspech-divaci-chteji-pridanou-hodnotu>

"V pořadí šestý projekt studentského kina s názvem Obzory představil divákům v uplynulých měsících pět filmových tematických dvojic. Pomocí známých děl světové i domácí kinematografie chtěli organizátoři divákům poodkrýt taje filmové produkce, výstavby filmového příběhu nebo nechat nahlédnout za hvězdný herecký systém. Filmy uváděli hosté jako známý britský teoretik Peter Krämer, scenárista Štěpán Hulík, či producent Tomáš Hrubý."

<http://www.radio-r.cz/obzory-gottland/>

"Pohyb je život, nehybnost smrt. Jedině sebeupálení dovede společnost k zamyšlení nad svými hodnotami. A jak je možné, že se z odbojáře stane člen StB? Poslední projekce studentského filmového festivalu Obzory v kině Scala nabídla dokument

Gottland, který sonduje hodnoty a chování Čechů ve významných meznících 20. století."

Sociální sítě

Jelikož tvořili většinu naší cílové skupiny vysokoškolští studenti, byl nejefektivnějším marketingovým kanálem profil našeho projektu na Facebooku. Účet jsme měli založen také na Twitteru, ten ale v českém prostředí není tak oblíbeným kanálem jako jinde. Facebook tedy představoval hlavní kanál oslovování fanoušků, také místo interakcí s diváky a jediný způsob zjišťování zpětné vazby pomocí "recenzí" projektu. Pro získání fanoušků jsme využili mediální partnery, jiné fakulty Masarykovy univerzity a v neposlední řadě také předchozí projekty studentského kina. Další fanoušci pak přibývali vlivem úspěchu projekcí - zejména prvních tří.

Obsah Facebooku byl hodně hravý a interaktivní. Podstatnou součástí byly události, která jsme vytvářeli vždy na týden až dva dopředu - po tematických dvojicích. Na stránkách Facebooku jsme informovali jak o filmech, tak o hostech, kteří byli k filmu domluveni. Pořádali jsme také několik soutěží o lístky. Zveřejňovali jsme fotky z jednotlivých večerů, kde se lidé mohli najít a označit, což nám pomohlo získávat nové fanoušky.

Webové stránky

Pro lepší orientaci v projektu jsme vytvořili webové stránky <http://obzory.kinoscala.cz/>, které obsahovaly obecné informace o projektu studentského kina Obzory a jeho náplni. Konkrétně obsah webu tvořily následující položky:

- Text, jenž ve zkratce charakterizoval celý projekt i jeho zaměření a program
- Kompletně rozepsaný program projekcí
- Medailonky členů týmu
- Veškeré mediální ohlasy na studentské kino Obzory
- Tiskové zprávy ke stažení pro média
- Seznam sponzorů
- Kontakt
- Odkazy na jednotlivé sociální sítě (Facebook, Twitter, YouTube kanál)

Na tvorbě webu spolupracovali Varvara Šatunova (grafická podoba webu) a student informatiky Tomáš Lengál (funkční stránka webových stránek). Tomáš Lengál jakožto externí spolupracovník projektu (VUT) byl následně za svou práci odměněn pěti volnými vstupy na libovolnou projekci v kině Scala.

Předpokládáme, že přehledné webové stránky svému čistě informačnímu účelu dobře posloužily. Navíc si myslíme, že samotná existence webových stránek, v jejichž názvu se objevoval i název spolupracujícího kina, dodávala celému projektu na větší oficiálnosti.

Kvůli zpožděné komunikaci na straně zprostředkovatelů webového serveru bohužel došlo ke zpoždění zpřístupnění webových stránek, takže jsme na ně mohli naše diváky odkazovat až v relativně pokročilé fázi realizace projektu. Jejich existenci tak zastřínila naše výrazná aktivita na Facebooku.

Vizuální styl

Vizuální styl projektu Obzory vznikl tak, aby odrážel originální koncept projektu, jenž se řídil myšlenkou "rozšiřování diváckých obzorů" a heslem "Film, jak jste ho ještě neviděli". Takovým způsobem vzniklo oficiální logo studentského kina, které svým tvarem představuje oko a jehož finální grafickou podobu vytvořila grafička projektu Varvara Šatunova. Po několika společných konzultacích jsme se v týmu shodli na tom, že by samotné logo mělo zůstat černobílé a co možná nejjednodušší.



OBZORY

Film, jak jste ho ještě neviděli

Následně jsme došli ke společné shodě v otázce tvorby plakátů k jednotlivým večerům. Základním předpokladem bylo vytvoření samostatného vizuálního stylu ke každému promítanému filmu.

Koncept plakátů měl tedy splňovat hned několik podmínek:

- 1) Reprezentovat konkrétní film, jenž se bude promítat v kině.
- 2) Reprezentovat samotný projekt a jeho jedinečnost.
- 3) Zaujmut kolemdoucího natolik, aby na danou projekci přišel.
- 4) Vytvořit maximálně jednotný vizuál.

Syntézou těchto tří aspektů pak vznikl barevně velmi výrazný koncept, který se stal určitým poznávacím znakem projektu Obzory. Varvara přiřadila každému filmu z programu svou vlastní charakteristickou výraznou barvu a následně vytvořila deset

výtvarně sjednocených filmových plakátů. Jako dalšího spojujícího grafického prvku pak použila samotného loga projektu, jež umístila vždy do horní části tiskovin.

Danou grafiku jsme pak používali nejen v rámci samotné tištěné propagace, ale i na sociálních sítích, webových stránkách a v neposlední řadě i na velkém plátně kina Scala. Výsledné výtvarné řešení se ukázalo být poměrně úspěšným v tom smyslu, že bylo dostatečně výrazné a snadno identifikovatelné na veřejných prostranstvích. Dostalo se k nám hned několik ohlasů ze strany diváků, kteří si našeho projektu všimli jak prostřednictvím účinné propagace na sociálních sítích, tak i díky poutavé tištěné propagaci.

A CLOCKWORK ORANGE
Mechanický pomeranč
film Stanleyho Kubricka

23. 2. 2016
v kině Scala

Díkům LOCAL STORY radio halas! FAV

1. 3. 2016
v kině Scala

Casablanca
film Michaela Curtize

Díkům LOCAL STORY radio halas! FAV

8. 3. 2016
v kině Scala

THE MATRIX
režie: Lana Wachowski
Andy Wachowski

Díkům LOCAL STORY radio halas! FAV

96 HODIN
film Pierra Morela

15. 3. 2016
v kině Scala

Díkům LOCAL STORY radio halas! FAV

fish tank
režie: Andrea Arnold

21. 3. 2016
v kině Scala

Díkům LOCAL STORY radio halas! FAV

**TINKER
TAILOR
SOLDIER
SPY**
Jeden musí z kola ven
film Tomase Alfredsona

29. 3. 2016
v kině Scala

Díkům LOCAL STORY radio halas! FAV

4. 4. 2016
v kině Scala

**THE SILENCE
OF
THE LAMBS**
Mčenií Jeháátek
režie: Jonathan Demme

Díkům LOCAL STORY radio halas! FAV

12. 4. 2016
v kině Scala

The Wizard of Oz
Čaroděj ze země Oz
režie: Victor Fleming

Díkům LOCAL STORY radio halas! FAV

19. 4. 2016
v kině Scala

ALOIS NEBEL
režie: Tomáš Luňák

Díkům LOCAL STORY radio halas! FAV

26. 4. 2016
v kině Scala

GOTTLAND
režie: Viera Cakanyová
Petr Hájek
Rozaře Káhoulová
Lukáš Kokeš
Klára Tachovská

Díkům LOCAL STORY radio halas! FAV

Jako dodatečný prvek k celkovému vizuálu vytvořila Varvara i oficiální animovanou znělku projektu, kterou jsme promítali před každým zahájením večerního programu. Znělka tak pomohla vytvořit rám, v němž mohl projekt studentského kina samostatně fungovat, a oddělila jej od běžného programu kina Scala.

Oficiální znělka projektu Obzory ke zhlédnutí zde:

<https://www.youtube.com/watch?v=7F4UzNZU-ew>

Tištěná propagace

Již ze začátku jsme se shodli na tom, že bude neekonomičtější řešením vytvořit pevný dramaturgický koncept ihned v počátku projektu a nechat veškeré propagační materiály vytisknout najednou. Ačkoli se jednalo o poměrně nebezpečný postup, u něhož jsme měli obavy, že dojde k neočekávané změně programu, a my pak nebudeme moci z finančních důvodů vytisknout plakáty nové, dané riziko jsme i přesto podstoupili. Tato strategie se nám nakonec vyplatila jak ze stránky finanční, tak i ze stránky časové - díky hotovým tištěným materiálům jsme najednou měli o jednu starost méně a mohli se plně věnovat náplni doprovodného programu a dohledu nad hladkým průběhem projekcí.

Samotný proces tisku jsme však byli nuceni kvůli závěrečným dramaturgickým úpravám rozdělit na dvě části. Místo původně zamýšleného tisku všech deseti druhů plakátů a letáků najednou jsme nejdříve vytiskli prvních sedm hotových mutací (týden před první projekcí projektu Obzory) a tři zbývající pak o týden později (tedy těsně po první projekci). Kompletní sadu tištěných materiálů jsme tak dostali ne přímo před začátkem celého projektu, jak jsme původně zamýšleli, ale s menším zpožděním. Kvůli daným dramaturgickým úpravám nakonec došlo k prodražení celkového tisku přibližně o 8 000 Kč (viz Ekonomická stránka projektu).

Otázku samotného tisku jsme řešili přibližně s pěti různými tiskárnami, u nichž jsme zohledňovali poměr cena/kvalita tisku. Nejlepším kandidátem se ukázala Tiskárna Didot, která navíc souhlasila, že náš projekt částečně podpoří, a nabídla nám 5% slevu na veškerý tisk výměnou za uvedení jejich vlastního loga na tiskovinách a na oficiálních webových stránkách projektu.

Další otázkou v rámci tištěné propagace bylo, kolik kusů plakátů a letáků necháme vůbec vytisknout. Nejprve došlo v týmu ke společné shodě, že chceme tyto tiskoviny rozmístit nejen v kině Scala, ale i na jednotlivých univerzitních fakultách a na veřejných místech, ve kterých se vyskytuje větší množství lidí

(např. kavárny, knihovny). Následně jsme si stanovili, že necháme vytisknout plakáty v množství 50 ks a letáky v množství 400 ks ke každé projekci (ceny nákladů za celkový tisk viz Ekonomická stránka projektu). Po dohodě s kinem Scala jsme pak přenechali roznoš letáků v jejich režii a roznoš plakátů jsme

organizovali samostatně. Protože se nám však nezdálo, že by roznoš ze strany kina dostatečně pokrýval veřejné prostory a vyčerpával počet natištěných kusů, na několika posledních projekcích jsme si rozdělili i roznoš části letáků.

Ekonomická stránka projektu

Na následujících řádcích bude podrobně rozebrána finanční realizace projektu Obzory a vše, co s ní souvisí. Budou srovnány plánované náklady a výnosy s těmi skutečnými a vysvětleny rozdíly mezi nimi. Vše bude přehledně shrnuto do příslušných tabulek.

V následující tabulce je zobrazena závěrečná finanční bilance našeho projektu. Níže pak budou rozebrány jednotlivé položky.

FINANČNÍ BILANCE							
zdroj	náklady (v Kč)	plánované	realizované	výnosy (v Kč)	plánované	realizované	rozdíl (realiz.)
Scala	distribuční práva (vč. DPH 21 %) + doprava	33.517	22.441,62				
	provoz kina	25.000	25.000				
	odvod ze vstupného (DPH 15 %, Fond kinematografie 1 %, OSA 0,8 %)	12.218,8	16.581,4				
	doprovodný program (raut)	7.000	4.200				
	DPH 21 % z prodeje rekl.	2.572,5	63				

	předmětů						
	marketing (tisk)	0	8.008,50	vstupné (hrubá tržba)	83.700	113.640	
	hosté (honorář)	0	500	prodej rekl. předmětů	12.250	300	
	celkem	<u>80.308,3</u>	<u>76.784,52</u>		<u>95.950</u>	<u>113.940</u>	37.155,48
grant MU	hosté	16.645	12.599				
	marketing	21.399,5	21.462,34				
	placky	980	0				
	tašky	2.740	2.717				
	tisk	17.679,5	18.045,34				
	fotograf	0	700				
	stipendia	14.000	14.000				
	kanc. materiál	2.000	0	Sponzorské dary	0	2.000	
	doprovodný program	1.000	1.819	FR MU	50.000	50.000	

	(materiál + DJ a raut – úvodní a závěrečný večer)						
	celkem	<u>55.044,5</u>	<u>49.880,34</u>		<u>50.000</u>	<u>52.000</u>	<u>2.119,66</u>
jiné	doprovodný program (raut)	<u>0</u>	<u>1.500</u>		<u>0</u>	<u>0</u>	<u>-1.500</u>
	celkem	<u>135.352,8</u>	<u>128.164,86</u>		<u>145.950</u>	<u>165.940</u>	<u>37.775,14</u>

Než přejdeme k jednotlivým položkám, dovolujeme si krátce shrnout obsah tabulky. Celkové náklady kina Scala byly **76 784,52 Kč**. Oproti plánovaným jsou nižší o 3 523,78 Kč. Jednotlivé položky jsou následující: náklady na distribuční práva ve výši 22 441,62 Kč (tato částka obsahuje i dopravu filmů do kina Scala), provoz kina Scala ve výši 25 000 Kč (do kterých jsou zahrnuty náklady na mzdy, režii, služby a nájem), povinné odvody ve výši 16 581,4 Kč (DPH 15 %, Fond kinematografie, OSA), náklady na doprovodný program v podobě občerstvení na úvodním večeru ve výši 4 200 Kč, DPH 21 % z prodeje tašek ve výši 63 Kč, tisk propagačních materiálů ve výši 8 008,5 Kč a honorář pro hosta ve výši 500 Kč.

Celkové výnosy kina Scala sestávají ze vstupného a prodeje reklamních předmětů a to ve výši **113 940 Kč**. Oproti plánovaným se liší o +17 990 Kč.

Náklady kryté z grantu FR MU musely být sníženy z důvodu zákazu přečerpat fond přes 50 000 Kč. Skutečné náklady hrazené z grantu MU, tak byly realizovány ve výši **47 880,34 Kč**, což odpovídá částce vyčerpané z fondu FR MU. Jedná se o 1 164,16 Kč méně, než bylo plánováno. Část těchto nákladů byla přesunuta na kino Scala, některé byly kryty ze sponzorských darů a 1 500 Kč bylo kryto z mimorozpočtové položky katedry. Celkové náklady hrazené z grantu FR MU se skládají z nákladů na hosty a to ve výši 12 599 Kč (zahrnující honoráře, dopravu, diety

a ubytování), marketing ve výši 21 462,34 Kč (zahrnující náklady na výrobu tašek, tisk a fotografa), stipendia ve výši 14 000 Kč a doprovodný program ve výši 1 819 Kč. Celkové výdaje na straně grantu tak činí 49 880,34 Kč. 2 000 Kč z této částky bylo pokryto sponzorskými dary našemu projektu. Ve fondu tak zůstalo k vyčerpání 2 119,66 Kč.

Poslední položka v tabulce, tedy částka 1 500 Kč na doprovodný program v podobě rautu, byl pokryt z mimorozpočtové položky katedry. K této netypické realizaci došlo z důvodu rozhodnutí ekonomického oddělení neumožnit proplatit „zajištění pohoštění“ z grantu FR MU, ovšem až poté, co tak již bylo učiněno a před tím schváleno ekonomickým oddělením. Z tohoto důvodu byla tato částka hrazena touto cestou.

Celkové náklady projektu tak byly realizovány ve výši **128 164,86 Kč** oproti výnosům **165 940 Kč**. Náš projekt tak vykázal přebytek ve výši **37 775,14 Kč**.

Výnosy

V této kapitole se zaměříme na výnosy našeho projektu. V rámci projektu jsme počítali se třemi druhy finančních výnosů. V první řadě to byl grant MU ve výši **50 000 Kč**, ze kterého jsme vyčerpali **47 880,34 Kč**.

Druhým zdrojem byl příjem ze vstupného. Plánovaný příjem ze vstupného byl odhadován na 83 700 Kč. Ve skutečnosti kino Scala na vstupném vybralo **113 640 Kč**, tedy o 29 940 Kč více než bylo plánováno. Z tohoto pohledu lze již nyní nahlížet na náš projekt jako na úspěšný, neboť výrazně překonal výtěžek ze vstupného, který si naplánoval. Bližší seznámení s příjmy ze vstupného krátce shrne tabulka níže.

Film	Příjmy ze vstupného				
	plánované	realizované			rozdíl
			90 Kč	120 Kč	
Mechanický pomeranč (zahajovací večer)	27 900 Kč	20 070 Kč	107	87	-7 830 Kč
Casablanca	4 650 Kč	25 440 Kč	100	137	20 790 Kč
Matrix	4 650 Kč	32 520 Kč	120	181	27 870 Kč
96 hodin	4 650 Kč	3 270 Kč	23	10	-1 380 Kč
Fish Tank	4 650 Kč	2 610 Kč	21	6	-2 040 Kč
Jeden musí z kola ven	4 650 Kč	6 960 Kč	28	37	2 310 Kč
Mlčení jehňátek (předpremiéra)	18 600 Kč	10 890 Kč	53	51	-7 710 Kč
Čaroděj ze země Oz	4 650 Kč	5 160 Kč	44	10	510 Kč
Alois Nebel	4 650 Kč	3 150 Kč	11	18	-1 500 Kč
Gottland	4 650 Kč	3 570 Kč	13	20	-1 080 Kč
CELKEM	83 700 Kč	113 640 Kč	520	557	29 940 Kč

Z tabulky lze lehce odvodit, které filmy byly nejúspěšnější. Filmy *Casablanca* a *Matrix* vysoce překonaly plánovanou návštěvnost a staly se divácky nejúspěšnějšími filmy našeho projektu. Spolu s nimi se vysoké návštěvnosti těšily také filmy *Mechanický pomeranč* a *Mlčení jehňátek*, které ale bohužel ani tak nenaplnily naše očekávání. Naopak za divácky slabší filmy musíme označit *96 hodin*, *Fish Tank*, *Alois Nebel* a *Gottland*.

Průměrná návštěvnost našeho projektu byla **107,7 diváka**, celkem tedy náš projekt navštívilo **1 077 platících diváků**. Skutečné počty zahrnující i hosty nebo diváky s volnými vstupy jsou ještě o něco vyšší. Tuto návštěvnost považujeme za nadprůměrnou a i z tohoto hlediska náš projekt za velice úspěšný. Co bylo pro náš projekt zcela překvapivé, je podíl návštěvníků platících plné vstupné. V našem plánu jsme počítali s 10% podílem těchto lístků. Ve skutečnosti podíl plného vstupného je více než 51 %.

Třetím zdrojem výnosů měla být tržba z prodeje reklamních předmětů a to ve výši 12 250 Kč. Zde nebyl náš projekt tak úspěšný a celková tržba byla ve výši pouze **300 Kč**. K tomuto poklesu došlo z důvodu omezení výroby a prodeje rozsahu reklamních předmětů a zejména jejich malé prodejnosti. Z celkového hlediska byla tato ztráta dostatečně kompenzována

zvýšeným výnosem ze vstupného a díky tomu realizované celkové výnosy přesáhly plánované.

Poslední realizovanou položkou, se kterou se na začátku projektu nepočítalo, byly finanční dary. Našemu projektu se podařilo získat dva finanční dary v celkové výši **2 000 Kč**. Dar 500 Kč od Ing. Arch. Kateřiny Špidlové byl použit na částečné pokrytí nákladů na fotografa a dar ve výši 1 500 Kč od společnosti UPSALA, s.r.o. byl použit na částečné hrazení cateringu na úvodním a závěrečném večeru. Další sponzoři poskytli hmotné dary. Ke sponzorství jsme je získali zpravidla umístěním loga na tiskovinách a na slidech které běžely v kině Scala, případně umístěním banneru a letáčků v předsálí na našich projekcích.

Plánované celkové výnosy byly ve výši 145 950 Kč, skutečné ve výši **165 940 Kč**. Rozdíl +19 990 Kč.

Náklady

Nyní podrobněji rozebereme náklady našeho projektu. Hlavní položkou jsou provozní náklady kina Scala, konkrétně mzdy zaměstnanců, režie, služby a nájem. V rozpočtu bylo počítáno s částkou 25 000 Kč, tj. 2 500 Kč na jednu projekci. Skutečné provozní náklady odpovídají plánovaným, tedy **25 000 Kč**

Druhou základní položkou pro provoz kina jsou náklady na distribuční práva. Zde bylo počítáno s náklady ve výši 33 517 Kč včetně DPH. Skutečné náklady jsou shrnuty v tabulce níže.

Datum	Film	Plánováno	Skutečnost
23. 2. 2016	Mechanický pomeranč	1 400	1 400
1. 3. 2016	Casablanca	10 000	1 400
8. 3. 2016	Matrix	1 400	1 400
15. 3. 2016	96 hodin	1 500	1 000
21. 3. 2016	Fish Tank	1 500	1 500 (+ 200 doprava)
29. 3. 2016	Jeden musí z kola ven	1 500	2 972,30
4. 4. 2016	Mlčení jehňátek	6 000	4 464
12. 4. 2016	Čaroděj ze země Oz	1 400	1 400
19. 4. 2016	Alois Nebel	1 500	1 345,20

26. 4. 2016	Gottland	1 500	1 500
SUMA (bez DPH)		27 700	18 581,5
SUMA (včetně DPH 21 %)		33 517	22 441,62

Rozdíl oproti plánované částce vznikl především u v pořadí druhého filmu, kdy místo plánovaného filmu *Cizinec*, jehož práva měla stát přibližně 10 000 Kč, byl zařazen film *Casablanca* s cenou za práva 1 400 Kč. Tento krok se ukázal být správnou volbou nejen na straně nákladů, ale i výnosů, neboť film *Casablanca* byl druhým divácky nejúspěšnějším filmem našeho projektu. Menší rozdíly pak způsobily filmy *Jeden musí z kola ven* a *Alois Nebel*, kdy společnost Aerofilms trvala na 50% odvodu ze zisku, nikoli na paušální platbě jako v případě ostatních filmů. V konečné částce je pak také započítána částka 200 Kč za dopravu filmu *Fish Tank* ve formátu 35 mm. Celková částka za distribuční práva a dopravu filmu činí **22 441,62 Kč**, tedy o 11 085,38 Kč méně než bylo plánováno.

Kino Scala bylo dále povinno odvést ze vstupného DPH 15 % a poplatky do Státního fondu kinematografie (1 %) a OSA (0,8 %).

Jednotlivé odvody činily:

- DPH 15% - **14 818,66 Kč**,
- Státní fond kinematografie – **978,42 Kč**,
- OSA – **784,32 Kč**.

Plánované odvody byly ve výši 12 218,8 Kč. Skutečné odvody činily **16 581,4 Kč**, což bylo zapříčiněno vyššími příjmy ze vstupného.

První položkou, která byla hrazena (až na výjimku) z grantu FR MU, byly náklady na hosty našeho projektu. Těm byl vyplacen honorář za odvedenou práci, případně diety, cestovné a ubytování. Diety byly hrazeny dle platných předpisů, cestovné bylo vypláceno paušálně ve výši 300 Kč pro Olomouc, 500 Kč pro Prahu. Ubytování bylo zajištěno v hotelu Continental, za ceny sjednané ve spolupráci s Masarykovou univerzitou, tedy 1 350 Kč/noc/osoba. Plánované výdaje na hosty byly ve výši 16 645 Kč. Přehledné zpracování skutečných nákladů pro jednotlivé hosty je vypracováno v tabulce níže.

Datum	Film	Host	Ubytování	Cestovné	Diety	Honorář	Celkem
23. 2. 2016	Mechanický pomeranč	X					
1. 3. 2016	Casablanca	Milan Hain		300	80	1 000	1 380
8. 3. 2016	Matrix	Jakub Macek				500	500
15. 3. 2016	96 hodin	X					
21. 3. 2016	Fish Tank	Štěpán Hulík	1 350	500	123		1 973
29. 3. 2016	Jeden musí z kola ven	Radomír D. Kokeš					500
4. 4. 2016	Mlčení jehňátek	Peter Krämer	1 350	500	123	1 500	3 473
12. 4. 2016	Čaroděj ze země Oz	Šárka Gmitterková				500	500
19. 4. 2016	Alois Nebel	Marek Loskot, Eva Pjajčíková		1000		1 000	2000
26. 4. 2016	Gottland	Tomáš Hrubý	1 350	500	123	800	2 773
Součet			13 099				

Skutečné celkové náklady na hosty jsou tak nižší o 3 546 Kč, tedy ve výši **13 099 Kč**. Převážná část této částky byla hrazena z grantu FR MU, až na honorář Radomíra D. Kokeše, jemuž byla částka 500 Kč vyplacena přes kino Scala. 1 500 Kč z této částky bylo hrazeno skrze stipendia pro studenty MU, zbytek skrze smlouvy. Rozdílu mezi plánovanými a skutečnými náklady došlo kvůli dvěma večerům. Jakubu Mackovi byl snížen honorář o 500 Kč z důvodu snížení rozsahu jím vykonávané práce. Druhý rozdíl vznikl u předposledního večera, kdy se postupně omluvili z účasti jak pan Szczepanik, tak i pan Strnad. Na tento večer se nám pak podařilo zajistit jako hosty Marka Loskota a Evu Pjajčíkovou. Náklady na tyto hosty byly nižší, zejména díky tomu, že jim nemuselo být hrazeno ubytování.

Dalšími náklady hrazenými převážně z grantu FR MU byly náklady na marketing. Zde se jednalo o náklady na fotografa a reklamní materiály. Ostatní služby jako grafika a webové stránky projektu byly zajištěny bezplatně. Nyní podrobně rozdělíme jednotlivé položky marketingu.

Největší položkou v rámci marketingu byly náklady na tisk plakátů a letáků. Tento tisk byl zajištěn skrze Tiskárny Didot a to pro plakáty v počtu 50 kusů na jeden film (celkem 500 plakátů) a 400 ks letáků velikosti A6 na jeden film (celkem 4 000 letáků). S

tiskárnou se nám pro vysoký počet kusů podařilo domluvit slevu ve výši 5 %. Celkové náklady na tento tisk byly ve výši **26 053,84 Kč**. Tyto náklady však výrazně přesáhly plánované ve výši 17 679,5 Kč a to o 8 374,34 Kč. Toto navýšení bylo zapříčiněno nejistotou v dostupnosti a získání práv na promítání tří filmů. Z tohoto důvodu musely plakáty do tisku ve dvou várkách pro 7 a 3 druhy. Z důvodu zajištění schopnosti dalšího běhu projektu a možnosti čerpat z grantu FR MU byla částka za druhou várku tisku tří mutací ve výši 8 008,50 Kč hrazena skrze kino Scala.

V rámci našeho projektu byla k dispozici také limitovaná edice ručně šitých tašek. Druhou položkou byly tedy náklady na jejich výrobu. Konkrétně se jednalo o 2 470 Kč za látku (35m x 140 cm) a 247 Kč za barvu na potisk tašek od společnosti Creative výtvarné potřeby. Celkem tedy **2 717 Kč**. Vzhledem k nízké prodejnosti těchto tašek byla látka využita i k jiným účelům v rámci doprovodného programu.

Třetím nákladem v rámci marketingu byly náklady na fotografa (Jakub Špiřík). Ty byly ve výši **700 Kč** z čehož 500 Kč bylo hrazeno ze sponzorského daru a zbylých 200 Kč z grantu FR MU.

Posledním nákladem v marketingu je odvod DPH z prodeje tašek. Vzhledem k malé prodejnosti činí tento odvod pouze **63 Kč**, tedy o 2 509,5 Kč méně, než bylo plánováno.

Celkové náklady na marketing se tak vyšplhaly na **29 533,84 Kč**. Plánované náklady na marketing ve výši 23 972 Kč tak přesáhly o 5 561,84 Kč. Z důvodu tohoto zvýšení, zejména v oblasti tisku, byly nutné v této sekci i další změny za účelem snížení výdajů.

Další položkou byly náklady na doprovodný program. Ten byl z části hrazen z osobních zdrojů členů projektu. V plánu bylo počítáno s částkou 8 000 Kč a to 1000 Kč jako honorář pro DJ na úvodním večeru a 7000 Kč na raut na úvodním večeru. Ve skutečnosti se nám podařilo zajistit DJ bez nároku na honorář a skutečné náklady na občerstvení na úvodním i závěrečném večeru byly ve výši **7 200 Kč**. Z toho 4 200 Kč bylo hrazeno kinem Scala, catering ve výši 3 000 Kč nám zajistila společnost Bonderit Invest s.r.o. Z toho 1 500 Kč bylo kryto z mimorozpočtové položky katedry a 1 500 Kč ze sponzorského daru. Posledními náklady na doprovodný program byly náklady na tácky, pohárky, balónky apod. ve výši **319 Kč**. Skutečné náklady na doprovodný program tak byly ve výši **7 519 Kč**, tedy o 481 Kč menší než plánované.

Dále bylo vyčleněno 2 000 Kč na kancelářský materiál. Tyto náklady nebyly realizovány.

Poslední nákladovou položkou našeho rozpočtu jsou stipendia. Ta byla vyplacena členům projektu a to ve výši 2 000 Kč/člen. Celková výše tedy činí **14 000 Kč**, jak bylo plánováno.

Celkové náklady našeho projektu byly naplánovány na 135 352,8 Kč. Realizované náklady byly ve výši **128 164,86 Kč**, tedy o 7 187,94 Kč menší.

Závěr

Z ekonomického hlediska byl náš projekt více než úspěšný. Nebyli jsme nuceni přesáhnout v čerpání 50 000 Kč z grantu FR MU. Na druhou stranu jsme ho využili téměř beze zbytku. Podařilo se nám také zajistit sponzorské dary a to jak hmotné, tak finanční. Pro kino Scala náš projekt taktéž nebyl ztrátový, naopak vykazuje přebytek ve výši 37 155,48 Kč. Náš projekt tak byl jak z diváckého, tak finančního hlediska velice úspěšný a překonal i naše očekávání. Celkově náš projekt vykázal o 37 775,14 Kč vyšší výnosy než náklady.

Závěrem této části bych za sebe, jako osobu zodpovědnou za ekonomickou stránku projektu, chtěl nesmírně poděkovat sekretářce FAV MU Patrycji Twardovské. Díky její spolupráci mohl tento projekt po finanční i právní stránce fungovat zcela bezproblémově.