

Závěrečná zpráva projektu Audiovize

(předmět Provoz kina, FF:FAV 266)

realizační tým:

Ondřej Pavlík
Zdenek Tomášek
Kateřina Váchová
Jan Bílý
Martin Kos
Barbora Linková
Adam Smaza

Brno, 2014

1. Úvod

Projekt Audiovize jsme se rozhodli koncipovat okolo filmů a fenoménů, které originálním a progresivním způsobem spojují hudbu, zvuky a vizuály. Samotný název „Audiovize“ měl zřetelně odkazovat na prolínání těchto složek a dávat poněkud vyprázdněnému slovu nový význam. Dramaturgii jsme sjednocovali podle formálního klíče, který nám umožňoval kombinovat programovou soudržnost s různorodostí. Tímto konceptem jsme v jarním programu Univerzitního kina Scala chtěli vytvořit plnohodnotnou alternativu nejen ke standardní nabídce biografu, ale také k zavedeným festivalům, jež svůj jednotící princip nachází buď v národních kinematografiích (Festival francouzského filmu, Das Filmfest), nebo v tematické, společensky angažované rovině (Mezipatra, Jeden svět).

Naším primárním cílem nebylo získat co nejširší publikum, ale vybudovat a představit čitelný projekt, který by dokázal oslovit převážně diváky zajímaví se o současné trendy v audiovizuální tvorbě. Hodnotami, které jsme Audiovizí chtěli vyjadřovat, tak byly především aktuálnost, kvalita a exkluzivita. Jak dramaturgickou koncepci, tak prezentaci projektu jsme proto zakládali právě na těchto hodnotách.

Přítomná závěrečná zpráva pak shrnuje výsledky, jichž jsme v jednotlivých oblastech našeho snažení reálně dosáhli.

2. Dramaturgie

Jak bylo řečeno již v úvodu, stmelujícím dramaturgickým principem Audiovize byl originální průnik obrazů, hudby a zvuků. Filmy, které jsme na základě tohoto klíče do programu vybírali, ve většině případů zároveň reprezentovaly současné kinematografické tendence. Od začátku jsme přitom plánovali pokrýt širší spektrum novodobé tvorby, od mainstreamových, divácky vstřícnějších titulů, přes autorské umělecké snímky z nezávislé produkce až po avantgardní díla. Klasické filmové projekce jsme pak doplnili o tři komponované večery „na téma“, v nichž jsme postupně představili soběstačné audiovizuální fenomény. Jako hlavní přidanou hodnotu našeho programu jsme zvolili diskuzi s hosty z řad filmových a hudebních publicistů, akademiků a odborníků na příslušná témata. Doprovodný program jsme ale obohacovali i o jiné typy událostí, ať už napojených přímo na večerní projekce ve Scale, nebo na ně volně navazujících na jiném místě a v samostatném termínu.

Takto nakonec vypadal finální program Audiovize:

18. února: V nitru Llewyna Davise (r. Joel a Ethan Coenovi, 2014) (česká předpremiéra) + host: Radomír D. Kokeš

25. února: Decasia (r. Bill Morrison, 2002) + host: Lucie Česálková

11. března: večer Videoklipu (hosté: Karel Veselý a Jonáš Kucharský)

18. března: Velká noc (r. Petr Hátle, 2013)

25. března: Tron: Legacy (r. Joseph Kosinski, 2010) + videoherní a hudební afterparty na horním baru kina Scala

1. dubna: Upstream Color (r. Shane Carruth, 2013) (česká premiéra) + host: Ondřej Pavlík

8. dubna: Spring Breakers (r. Harmony Korine, 2012) + host: Jana Bébarová

15. dubna: večer Videoartu (hosté Marika Kupková a Matěj Nytra)

22. dubna: Koyaanisqatsi (r. Godfrey Reggio, 1982) + host: Pavel Klusák

29. dubna: Leviathan (r. Lucien-Castaing Taylor, Véréna Paravel, 2012) (česká premiéra) + host: Matěj Nytra

6. května: Audiovize naslepo – film Berberian Sound Studio (Peter Strickland, 2012)

13. května: večer VJingu (hosté: AKA47, VJ Kolouch, Petr Šprincl)

samostatný doprovodný program:

7. dubna: Večer Audiovize v UNTRu – zveřejnění druhé poloviny programu Audiovize + prezentace nové vlny plakátů

14. května: Závěrečný večírek Audiovize v Kabinetu Múz (hosté: Space Love, DJs Matyáš & Mojek, VJ fiddA, DJ Gobb, VJ Koitus, VJ Vargasz)

2.1 Zhodnocení programu

Výslednou programovou skladbu lze dále členit do několika vzájemně se prostupujících rovin. První z nich zahrnuje exkluzivní projekce snímků (Upstream Color, Leviathan), které jsme získali od zahraničních distributorů a hráli je v české premiéře. Fakt, že se nám tyto v zahraničí ceněné filmy podařilo přivést a odpromítat jako první v republice, chápeme jako největší dramaturgický úspěch našeho cyklu. Tím Audiovize alespoň částečně plnila funkci, kterou tradičně zastávají spíše zavedené filmové přehlídky s výrazně větším rozpočtem (FebioFest, KVIFF) nebo vyšším renomé (v minulosti např. Cinepur Choice).

Další z dramaturgických rovin obsahuje dokumentární snímky, které ale svým důrazem na spojení hudby a obrazů překračují to, co se běžně rozumí pod pojmem „dokument“. V případě filmů Decasia a Koyaanisqatsi lze hovořit o unikátních „audiovizuálních symfoniích“, které obě složky co nejtěsněji spojují dohromady. Český snímek Velká noc se pak v tomto ohledu neukázal být natolik radikální, ale v kontextu tuzemské kinematografie šlo přesto o počín, který jsme měli potřebu ukázat (byť v době, kdy v Brně probíhal festival Jeden svět, jenž tento film také zahrnoval do svého programu).

Tron: Legacy a Spring Breakers pak byli zástupci amerických filmů s čitelnými prvky mainstreamu, které ovšem s těmito prvky kreativně manipulují, opět v kombinaci s výrazným obrazovo-hudebním pojetím. Vzhledem k charakteru našeho projektu jsme původně chtěli získat 3D verzi filmu Tron, ale tu již distributor nevládnul a získávat ji ze zahraničí by pro nás bylo příliš nákladné.

Ve třech komponovaných večerech jsme pak představili fenomény (videoklip, videoart, VJing), jejichž vysoký vliv na současnou audiovizuální produkci jsme považovali za důležité vyzdvihnout. Dramaturgii těchto večerů jsme proto volili s ohledem na náš zastřešující koncept. Večer Videoklipu například obsahoval klipy, které se formátem přibližují krátkým narativním filmům; do večeru Videoartu jsme vybírali díla, která kromě obrazové složky zohledňují i tu hudební/zvukovou; večerem VJingu jsme přenesli tradičně klubový (koncertní) koncept do prostoru velkokapacitního kina.

V celkovém souhrnu hodnotíme pozitivně především to, že se nám navzdory určitým finančním omezením podařilo po celý cyklus udržet nastavenou dramaturgickou linii, aniž bychom se museli schylovat k výraznějším kompromisům. Takovým hrozil být například snímek Až vyjde měsíc Wese Andersona, který jsme zvažovali z důvodu jeho dobré dostupnosti a peněžní nenáročnosti. Do skupiny filmů, které jsme se neúspěšně pokoušeli získat, pak patří zejména Přežijí jen milenci (film si pro exkluzivní projekci zarezervoval FebioFest), Amer (distributor neodpověděl), Žena je žena (vysoká cena za práva) nebo

Metropolis s živým doprovodem (nepodařilo se nám získat informace o ceně filmu a jeho dostupnosti).

2.2 Zhodnocení doprovodného programu

Většinu doprovodného programu jsme pojali formou diskuze s vybraným odborníkem na daný film či téma. Tyto diskuze vždy probíhaly po skončení projekce v kinosále Scaly. V případě tematických komponovaných večerů diskuze prostupovala celé pásmo, které se tak skládalo z projekcí krátkých filmů, klipů či performancí a výkladových částí, v nichž jsme o promítaném materiálu rozmlouvali s hosty. Tímto způsobem jsme se pokoušeli naplnit vzdělávací rozměr cyklu Audiovize, poskytnout návštěvníkům kina přidanou informativní hodnotu a osvětlovat naši dramaturgickou volbu.

Převážně se nám podařilo zajistit účast fundovaných hostů, o kterých jsme uvažovali jako o první volbě. V případě snímku Velká noc jsme bohužel nedokázali žádného z oslovených hostů přivést (kromě režiséra Petra Hátleho jsme oslovili kameramana filmu, producenta Tomáše Hrubého nebo další spřízněné tvůrce a členy poroty loňského MFDF v Jihlavě – Lukáše Kokeše a Kláru Tasovskou). Doprovodný program jsme dále nenabídli v případě projekce Audiovize naslepo.

Náhradní řešení jsme zvolili v případě filmu Tron: Legacy, ke kterému se nám nepodařilo domluvit prvního plánovaného hosta Kamila Filu a poté ani Jiřího Flíglu. Kompenzace v podobě videoherně-hudební afterparty ve foyer kina Scala se ale nakonec ukázala být vítaným zpestřením, které odlehčilo jinak spíše akademický tón našeho doprovodného programu.

Ukázalo se, že sál kina Scala není vzhledem ke svým rozměrům vždy zcela vhodný pro pofilmové diskuze, zvláště v případě relativně nižší návštěvnosti. Distance publika od pódia a roztroušenost diváků v prostorném sále místy způsobovala absenci bližšího kontaktu s účinkujícími, která by ve více neformálním prostředí nebyla tak patrná. Původně uvažovaný přesun některých diskuzí do prostoru kavárny kina Scala (která se postupně stala multimediálním prostorem vhodným pro přednášky) jsme ale nakonec ani v jednom z večerů nerealizovali.

V jistém smyslu přesun diskuzního či přednáškového formátu do jiného, více komorního prostoru představoval pouze Večer Audiovize v UNTRu, kde jsme odkryli druhou polovinu našeho programu a představili novou vlnu plakátů. Nízká účast (částečně daná slabou propagací večera) ale ukázala, že o takto koncipovaný večer není v cílové skupině Audiovize zájem.

Mnohem úspěšnější se ukázal být Závěrečný večírek Audiovize pořádaný v Kabinetu Múz. Šlo nejen o tečku za programem cyklu, ale také o extenzi večera VJingu, který se o den dříve konal ve Scale. Na této závěrečné akci jsme jedinkrát za celý cyklus představili primárně hudební program, který jsme ale v prostředí klubu opět tematicky doplnili o vizuální produkci pozvaných VJů.

K úplné realizaci nedošla pouze plánovaná prezentace videomappingu (promítání vizuálů na městské budovy či jiné architektonické objekty), kterou jsme nakonec omezili na interiér Kabinetu Múz, kde jsme v přední části klubu „mapovali“ strop místnosti.

3. Distribuce

Snímky promítané k 18.2.2014 a 8.4.2014, tj. V nitru Llewyna Davise a Spring Breakers, byly objednány u distribuční společnosti Blue Sky Film Distribution. Snímek V nitru Llewyna Davise po dohodě s distributorem otevíral celý cyklus předpremiérou. Poplatek za promítání byl vypočítáván z utržených peněz za prodané vstupenky. Obě kopie dorazily v pořádku a byly promítány z nosiče DCP.

Velkou noc, promítanou k 18.3.2014, jsme zajišťovali u distribuční společnosti Nutprodukce s.r.o., která nám po vyjednávání vyšla vstříc sníženou částkou za projekci z původních 2000,- na 1200,-. Poté, co jsme byli informováni distributorem o neproplacené částce za půjčovné, jsme se snažili problém co nejrychleji vyřešit. Částka byla se zpožděním distribuční společností proplacena k 5.6.2014. Kopie dorazila v pořádku na nosiči Blu-ray.

Distribuční společnost Falcon ČR nám zapůjčila kopii filmu Tron: Legacy, promítanou k 25.3.2014. Potýkali jsme se s mírnými problémy s doručením - vzhledem k nevyhnutelným změnám v programu byla kopie původně sjednána na večer následujícího týdne. Přesto distributor po vyjednávání o problému vyšel maximálně vstříc. Kopie dorazila v pořádku a včas na nosiči Blu-ray. V původním dramaturgickém plánu jsme měli snímek zařazený v 3D, nicméně vzhledem k příliš dlouhé době od uplynutí od premiéry již distributor k 3D formátu nevlastnil promítací práva, tudíž jsme snímek promítali v 2D verzi.

Koyaanisqatsi nám zapůjčila Asociace českých filmových klubů. Kopie na DCP dorazila v pořádku a včas, vyjednávání proběhlo bez sebemenších problémů.

Snímky Decasia (25.2.2014), Upstream Color (1.4.2014) a Leviathan (29.4.2014) byly objednány ze zahraničí. Platba za promítací práva filmu Decasia byla dohodnuta přímo s režisérem snímku Billem Morrisonem, kterému jsme částku zaslali přes internetovou službu PayPal. Kopii filmu jsme zakoupili od zahraničního internetového prodejce Amazon. Upstream Color jsme přebírali od společnosti Visit Films. České titulky k filmu speciálně vyrobil dramaturg Audiovize. Snímek Leviathan nám poskytl německý distributor Arsenal Berlin. Všechny tři jmenované kopie dorazily v pořádku a včas prostřednictvím expresní dopravy DHL. Filmy Upstream Color a Decasia byly promítány z Blu-ray, snímek Leviathan z DCP.

Audiovizuální díla ke komponovaným večerům Videoklipu (11.3.2014), Videoartu (15.4.2014) a VJingu (13.5.2014) byla řešena individuálně a převážně přímo s umělci, tedy vlastníky práv. Co do vyjednávání, nejnáročnější byl z hlediska sjednávání ukázek večer Videoartu, kde bylo potřeba se dohodnout individuálně s autorem každého z filmů na podmínkách, které si sám určil. Žádný z autorů si poplatek za promítání nevyžádal, s některými byly pouze uzavřeny dohody o nešíření díla. Ukázky pro večery Videoklipu a VJingu byly zajištěny přímo hosty. Všechny audiovizuální ukázky byly promítány v HD kvalitě.

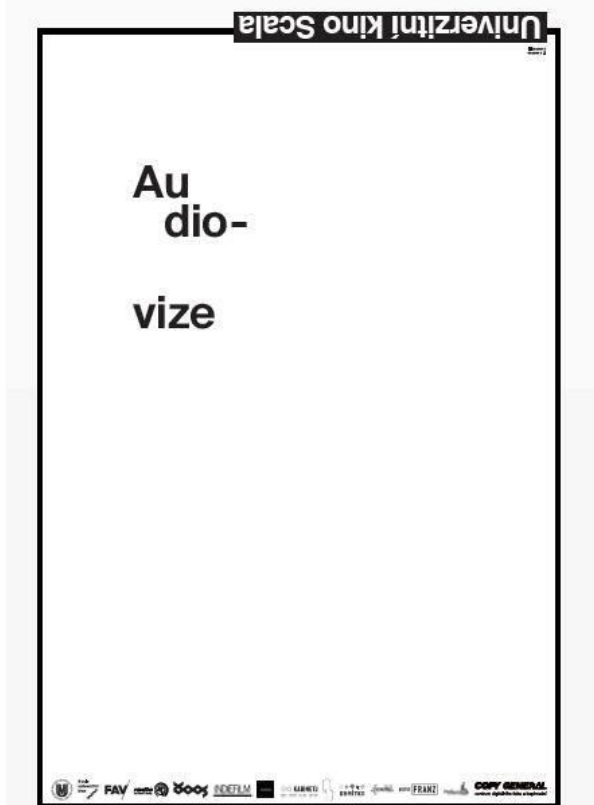
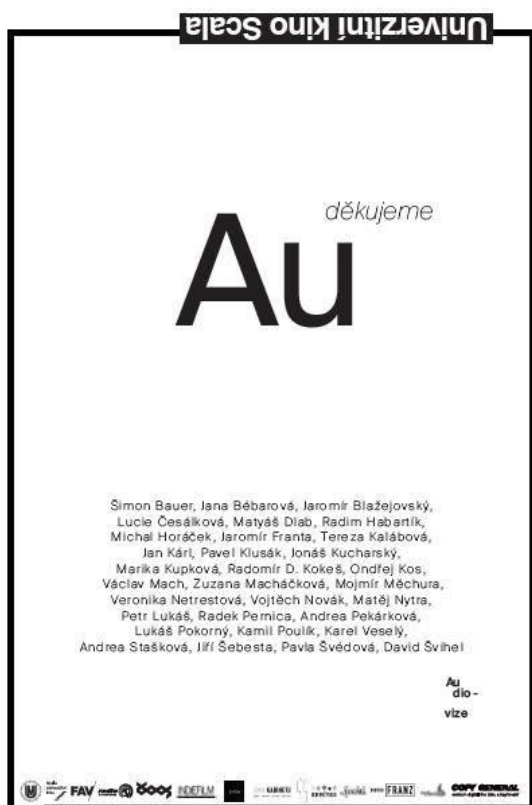
Po distribuční stránce se projekt Audiovize povětšinou nesetkával s většími problémy. V případech, kdy jsme se s nimi potýkali, jsme je dokázali rychle a efektivně vyřešit. V tomto ohledu byla výhodou výborná i komunikace s promítačem kina Scala Janem Kárlem, díky níž jsme měli přehled o fyzické docházce jednotlivých titulů přímo do kina Scala, a byli jsme tak schopni případné problémy ihned vyřešit. Všechny filmy a audiovizuální díla byla doručena s dostatečným předstihem a bez poškození.

4. Propagace

4.1 Vizuální prezentace

Specifický a jasně definovatelný vizuální styl jsme si od začátku zvolili jako jednu z priorit naší propagace. Logo Audiovize vzniklo z původního návrhu celého designu, který pracoval s „přeříznutým“ nápisem názvu projektu. K rozdělení loga na dvě části pak nedošlo v předpokládaném vertikálním směru mezi slovy ‘audio’ a ‘vize’, ale v horizontálním – napříč celým názvem. Ačkoli jsme nakonec od verze s nápisem upustili, logo ponechávající pouze nejvýraznější prvek – písmeno A převrácené vzhůru nohama – s tímto principem horizontálního rozdělení nadále pracovalo.

Základními grafickými prvky Audiovize byla především jednotnost všech vizuálních znaků, minimalismus v kvantitě použitých prvků a důraz na jednoduchost sdělení. Do této kombinace navíc zapadal celkový styl, který počítal pouze s dvěma barvami - černou a bílou. Výrazně nám také pomohla možnost využít fontu Suisse, kterým pro svoji grafiku využívá samotné kino Scala. To pomohlo jasnější identifikovatelnosti našeho projektu s kinem a z hlediska designu nám umožnilo využívat např. v online propagaci pouze textu v kombinaci s černobílou fotkou z filmu. Právě ucelenost a důraz na prezentaci, která je použitelná v dlouhodobém měřítku a bývá viděna u dlouho fungujících sebevědomých značek (v poslední době např. KVIFF), nám pomohla vybudovat jasně se profilující cyklus. Níže přikládáme ukázky naší vizuální prezentace v podobě dvou plakátů ze třetí propagační vlny.



4.2 Offline propagace

Již při plánování projektu Audiovize jsme segmentovali propagaci studentského kina na dva vzájemně provázané a doplňující se způsoby komunikace s potenciálním diváčkou

základnou. Tyto dva způsoby jsme pracovníčně nazvali „online“ a „offline“ propagace, přičemž „online“ propagace se zaměřovala především na komunikaci s divákem skrze internetová média a sociální sítě, zatímco „offline“ propagace se primárně soustředila na výrobu a distribuci propagačních tiskovin.

Na základě předchozích promotérských zkušeností s pořádáním hudebních akcí a happeningů jsme oslovili několik brněnských tiskáren s nabídkou spolupráce. Pozitivní reakci jsme obdrželi od pobočky nadnárodní společnosti Copy General, konkrétně od vedoucího místní provozovny Kamila Poulíka, který již v minulosti spolupracoval s Masarykovou univerzitou na projektu absolventských dopisů.

Po vzájemné diskuzi s panem Poulíkem a nastínění podmínek spolupráce jsme podepsali smlouvu o sponzorském daru, ve které byly jasně stanoveny práva i povinnosti obou smluvních stran. Ve výsledku jsme obdrželi od brněnské pobočky Copy General sponzorský dar v podobě 4000 letáků formátu A6 a 35 plakátů formátu A1 výměnou za naši propagaci tiskárny prostřednictvím video spotů před projekcemi a umístěním loga na tiskoviny.

Je na místě uvést, že spolupráce s tiskárnou probíhala bez jakýchkoliv problémů a že nám pan Poulík společně se svou kolegyní Veronikou Netrestovou a řadovými zaměstnanci provozovny vyšli vždy maximálně vstříc.

Jak je již uvedeno výše, „online“ a „offline“ propagace projektu byla provázána a vzájemně se doplňovala. Tato spolupráce dvou komunikačních kanálů s potenciálním divákem fungovala nejen po stránce grafického zpracování a celkové minimalistické „image“ projektu, ale i po stránce čistě marketingové. Jedna vlna letáků například vždy předznamenávala projekce dvou následujících snímků z cyklu Audiovize.

Projekci dokumentárního snímku Velká noc a divácky vděčného sci-fi Tron: Legacy předcházela distribuce propagačních tiskovin o nákladu pouhých 300 kusů. Nižší náklad propagačních tiskovin byl vyvážen vyšší aktivitou na sociální síti Facebook, která nám lépe umožňovala představení doprovodného programu projekce snímku Tron: Legacy. Ačkoliv jsme zaznamenali propad v návštěvnosti u snímku Velká noc, předpokládanou vyšší diváckou účast filmu Tron: Legacy jsme využili k distribuci značné části z celkového počtu 800 kusů letáků na dva nadcházející filmy cyklu (Upstream Color, Spring Breakers) přímo v sále a foyer kina Scala.

Kromě prostorů kina jsme k distribuci propagačních tiskovin využívali i předem smluvené partnery projektu z řad brněnských studenty oblíbených kaváren a restauračních zařízení (kavárna Podnebí, Mezzanine, Spolek, Bistro Franz ad.). Vzhledem k cílové skupině projektu jsme se mimo jiné zaměřili i na distribuci v univerzitních a kolejních prostorách. V případě naší první projekce – předpremiéry snímku V nitru Llewyna Davise – jsme se rozhodli pro takzvanou „kontaktní kampaň“, kdy jsme letáky k filmu osobně roznášeli po vybraných kavárnách a individuálně je nabízeli jejich návštěvníkům.

Plakátovou část sponzorského daru jsme k propagaci využili ve třech vlnách a pěti grafických zpracováních, přičemž každá vlna značila určitou část projektu. Zatímco první desítky plakátů svojí minimalistickou grafikou projekt Audiovize představovala, druhá vlna oznamovala jeho polovinu a odhalovala divákům zbytek programu. Třetí vlna pak zákonitě předznamenávala zakončení celého cyklu a byla využita k poděkování všem, kteří k projektu

jakkoliv přispěli. Tři vlny plakátové části kampaně jsme doplnili o další dvě uhrazené z finančních prostředků fondu. Každá z těchto dvou dodatečných sérií podtrhávala exkluzivitu vybraných projekcí (Upstream Color, Leviathan) a sloužila k vylepšení image Audiovize.

4.3 Online propagace

Společně s „offline“ propagací ve formě letáků a plakátů byla naše propagační aktivita nejsilnější na sociální síti Facebook. Pro účely propagace byla založena facebooková stránka projektu (www.facebook.com/audiovize), na níž jsme pomocí příspěvků a vytvořených událostí oslovovali potenciální návštěvníky. Příspěvky jsme se snažili koncipovat speciálně ke každé projekci, abychom zaujali rozdílné cílové skupiny jednotlivých večerů. Lze tak říct, že místo univerzálně uplatňované komunikační strategie jsme naši facebookovou aktivitu každý týden přizpůsobovali promítaným snímkům i doprovodnému programu. Kromě příspěvků spojených se samotnými filmy či komponovanými večery (obrázky, fotomontáže, odkazy) jsme tak sdíleli informace o našich hostech, propojovali naši stránku s pravidelným radiovým vysíláním na Radiu R a přinášeli fotoreportáže z jednotlivých večerů.

Souběžně s facebookovou stránkou jsme informace o projektu a jednotlivých večerech přinášeli na našem speciálně vytvořeném webu. Rozhodli jsme se využít i virtuálního zázemí kina a umístili oficiální stránky Audiovize na subdoménu webu Scaly, kam navíc vedl přímý odkaz z položky Studentské kino. Web byl programován a designován (s vytvořením nám pomáhal externí programátor) čistě pro propagační účely - byl tedy svou grafickou podobou provázán s offline kampaní a záměrně neobsahoval příliš doplňujících informací. Byly zde umístěny stručné popisky k večerům, prezentace celkového konceptu Audiovize, pdf archiv letáků a kontakt na náš tým. Zároveň web <http://audiovize.kinoscala.cz> sloužil jako rozcestník po našich „online“ aktivitách. Díky odkazovým tlačítkům umístěných na stránkách se mohli návštěvníci dostat na naši facebookovou stránku, do archivu radiových pořadů na serveru Mixcloud či do archivu našich videí a spotů na Vimeu.

Pravděpodobně nejvýrazněji jsme využili facebookovou propagaci k předpremiéře snímku V nitru Llewyna Davise, která byla spojena s naší snahou představit samotný projekt Audiovize. I díky placenému příspěvku „událostí“ (zde se uživatelé přihlašují k účasti) jsme před úvodním večerem oslovili více než 16 tisíc uživatelů na Facebooku, což se odrazilo v nejvyšší návštěvnosti projekce (nepočítáme-li večer Audiovize naslepo, kde diváci platí pouze dobrovolné vstupné). Za úspěch považujeme i propagaci druhého večera. Díky důrazu na hudební složku filmu Decasia se nám podařilo zacílit i na diváky mimo okruh studentů filmové vědy, a konečná návštěvnost tak předčila naše očekávání.

Propagační neaktivita před Velkou nocí byla naopak jedním z faktorů nízké návštěvnosti. Na tuto skutečnost jsme při společné poradě reagovali přeskupením rolí v týmu a rozložením facebookové propagace na více osob. Adama Smazu, který ji měl na starosti do Velké noci sám, doplnili pro zbytek semestru Jan Bílý a Martin Kos. Díky rozložení online propagace na další členy týmu, kteří se mohli vzájemně zastupovat, se nám tak podařilo udržet pravidelnou aktivitu stránky. Tuto aktivitu jsme také více směřovali i na „zdi“ jednotlivých událostí, které byly k projekcím vytvořeny. Díky tomu jsme informace o filmech a doprovodných programech rozšiřovali i mezi uživatele, kteří neměli naši stránku v oblíbených.

Nejúspěšnějšími příspěvky, které vyprovokovaly uživatele k aktivitě (ve formě „lajků“, komentářů nebo sdílení), byly podle očekávání fotoreportáže Barbory Linkové z našich večerů. Jejich konzistentní úspěšnost byla podporována i označováním (tzv. „tagováním“) návštěvníků na jednotlivých fotografiích, které se následkem toho dostaly ke mnohem širšímu okruhu uživatelů Facebooku. Úspěšným obsahem naší facebookové stránky byly rovněž příspěvky, které se přímo vázaly k členům týmu (např. odkaz na video pořadu Vlna z Brna regionální televize B-TV s dramaturgem cyklu Ondřejem Pavlíkem či soutěž o exkluzivní plakát *Upstream Color* spočívající v dokreslení výrazu Ondřejovy tváře do fotografie) nebo které vyjadřovaly vlastní invenci Audiovize při vytváření obsahu (např. fiktivní videopozvánka režiséra Shanea Carrutha před projekcí jeho filmu *Upstream Color* nebo speciální večerní fotografie doplněna nápisem KRNOQATSI před večerem s filmem *Koyaanisqatsi*). Naopak prakticky nulovou odezvu měly příspěvky čistě informativní nebo příspěvky, v nichž jsme se aktivitu u uživatelů snažili vyvolat různými otázkami.

Po skončení projektu má facebookovou stránku Audiovize v oblíbených celkem 547 uživatelů, kteří tvoří solidní základnu možných diváků při případném pokračování projektu i v dalších obdobích.

4.4 Propagační aktivita v médiích a ostatních institucích

Jako jednu z propagačních metod jsme zvolili pravidelné rozhlasové vysílání na studentském rádiu Masarykovy univerzity, Radiu R. Nejprve jsme úspěšně prošli konkurzem na nové pořady rádia pro jarní semestr a shodli se s programovou dramaturgyní Soňou Baranovou na týdenní periodicitě s délkou 30 minut pro jedno vysílání. Vysílání s názvem Audiovize stabilně uváděli Ondřej Pavlík a Zdenek Tomášek, živě s pořad vysílal vždy v neděli od 20 hodin. Hosty do rádiového pořadu jsme zvali především z katedry brněnské filmové vědy a Masarykovy univerzity obecně (hned v prvním pořadu byl hostem Radomír D. Kokeš, na další pořady např. dorazili Zuzana Macháčková, Jaromír Franta, Jonáš Kucharský nebo Matěj Nytra; v pořadu k večeru Audiovize: Naslepo pak účinkovalo všech 7 členů Audiovize).

Ačkoli jsme se snažili půlhodinovou stopáž naplnit klasickým schématem, tedy kombinací cca 5 minutových vstupů a 3 až 4 skladeb, docházelo postupně k experimentování s formou pořadu a dramaturgickým rozvržením (pořady k večeru Videoartu nebo projekci *Leviathanu* byly specificky vytvořeny s ohledem na samotné večery ve Scale - skladby jsme nezdírkou pouštely přes mluvené slovo, citovali z vybrané literatury nebo radioartovým způsobem využívali šum a zvuky ulice). Nedělní vysílání tak postupně dostalo spíše charakter extenze samotných projekcí a byly více určeny pro naše stabilní publikum, než aby plně využívalo propagační charakter a lákalo nové návštěvníky. Tento fakt nicméně nevnímáme nutně jako chybu; spíše jsme přehodnotili naše původní uvažování a přeorientovali se postupně na princip, na jakém médium internetového rádia funguje a snažili se nabídnout informačně hodnotný přídavek k jednotlivým večerům.

Záznamy všech vysílání bývaly zveřejňovány na facebookovém profilu Audiovize buď ještě během nedělního večera, případně během pondělního dopoledne. Všechny jsou stále dostupné na profilu Audiovize na stránce Mixcloud (<http://www.mixcloud.com/Audiovize>)

Podle statistik, které má Radio R k dispozici, víme, že živé vysílání poslouchalo v průměru asi 20 lidí. Přesně měřitelná a pravděpodobně více vypovídající je pak statistika poslechnů

záznamů na Mixcloudu - v tuto chvíli je průměr na jeden pořad 42 posluchačů. Vzhledem ke koncepci pořadu, který se (jak píšeme výše) stal časem spíše doprovodným programem k projekcím určeným užší skupině našich „fanoušků“, to považujeme v celkovém měřítku za úspěch. Velmi nás navíc těší výsledek úvodního vysílání s Radomírem D. Kokešem, které má k dnešnímu dni 100 poslechnů.

Odezva na kvalitu a technické zvládnutí pořadu byla ze strany Radia R velmi dobrá. Takzvaný „aircheck“ (interní shrnutí kladů a záporů pořadu), který jsme od naší vedoucí sekce literárně-dramatických pořadů Nikolý Jančíkové na konci semestru obdrželi, obsahoval prakticky pouze pozitivní informace. Jediné, co nám Nikol vytkla, bylo úzké tematické zaměření, které postrádalo schopnost zaujmout posluchače mimo naši cílovou skupinu (tedy fakt, na kterém jsme se společně shodli).

Spolupráce s ostatními institucemi již nebyly tak úzké jako v případě Radia R (se kterým nás pojilo klasické mediální partnerství - promovali jsme jej například ve formě úvodního „slidu“ před každou z kinoprojekcí. Hudební dramaturg rádia (zároveň jeden z členů Audiovize) navíc speciálně vybíral skladby před každým promítáním. Z dalších médií jsme spolupracovali s uznávanými filmovými servery, u jejichž čtenářů jsme předpokládali zájem o náš obsah - ve formě novinek se články o našich akcích objevily na webech Cinepuru, 25fps, IndieFilmu nebo Filmserveru; z hudebních magazínů nás zmínil Muzikus. Neděláme si iluze, že zmínky na webech měly zásadní dopad na návštěvnost, avšak pomohly definování pozice cyklu Audiovize v rámci českého mediálně-kulturního prostoru.

V propagaci jsme se snažili využít i médium televize. Spolupráce s Českou televizí a její brněnskou sekcí nakonec bohužel nevyšla, náš dramaturg Ondřej Pavlík se nicméně objevil ve vysílání brněnské televize B-TV. V pořadu Vlna z Brna základně představil projekt Audiovize a pozval diváky na další projekce. Jak je již zmíněno v části o online propagaci, význam tohoto televizního účinkování byl spíše v jeho následném virálním potenciálu (záznam jsme sdíleli na facebookovém profilu Audiovize). Informační přínos byl nicméně minimální - naši fanoušci základní informace o projektu již většinou znali a nové diváky (díky malé sledovanosti) rozhovor také zřejmě nenalákal.

Posledními institucemi, se kterými jsme spolupracovali, byly brněnské kavárny a kulturní prostory. Oplátkou za propagaci jejich log na plakátech nám bylo viditelné umístění našich propagačních materiálů v jejich prostorách. Konkrétně se jednalo o Kabinet Múz, kavárny Spolek, Mezzanine a Falk a bistro Franz. Tuto spolupráci hodnotíme jako přínosnou, protože naše plakáty byly umístěny v prostorách, se kterými jsme se jako projekt chtěli identifikovat a ve kterých se pravidelně pohybovali naši potenciální diváci.

5. Finance

Následující tabulky uvádí jednak přehled (nám známých) výdajů a příjmů ze strany kina Scala na filmový program projektu, jednak přehled výdajů ze strany týmu Audiovize na doprovodný program a tiskoviny mimo rámec dohody s firmou Copy General.

| Výdaje kina Scala | | | | | | |
|-------------------|-------|------------------------|---------|---------------|---------------|-----------------|
| číslo | Datum | projekce | práva | doprava filmů | filmový nosič | celkem za večer |
| 1. | 18.2. | V nitru Llewyna Davise | 5595 | 0 | 0 | |
| 2. | 25.2. | Decasia | 2073,54 | 756,18 | 510,99 | 3340,71 |
| 3. | 4.3. | Večer Videoklipu | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 4. | 18.3. | Velká noc | 1200 | 0 | 0 | 1200 |
| 5. | 25.3. | Tron: Legacy | 1800 | 0 | 0 | 1800 |
| 6. | 1.4. | Upstream Color | 7525 | 2094,37 | | 9619,37 |
| 7. | 8.4. | Spring Breakers | 1800 | 0 | 0 | 1800 |
| 8. | 15.4. | Večer Videoartu | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 9. | 22.4. | Koyaanisqatsi | 1800 | 0 | 0 | 1800 |
| 10. | 29.4. | Leviathan | 5775 | 2094,36 | 0 | 7869,36 |
| 11. | 6.5. | Audiovize naslepo | 0 | 0 | 0 | 0 |
| 12. | 13.5. | Večer Vjingu | 0 | 0 | 0 | 0 |
| CELKEM | | | | | | 27429,44 |

| Další provozní výdaje kina | | |
|----------------------------|---|--------------|
| číslo | nákladová položka | částka |
| 1. | Mzdy Aeropolis (uvaděči, promítač, pokladní) | 8160 |
| 2. | Nájem MU | 6672 |
| 3. | Režie (tištěný prg., web, administrativa, poplatky) | 6000 |
| CELKEM | | 20832 |

Příjmy kina Scala z večerů Audiovize:

| datum | titul | studenti | | běžné | | celkem |
|---------------|------------------------|------------|--------------|------------|--------------|--------------|
| | | lístky | tržby | lístky | tržby | |
| 18.2. | V nitru Llewyna Davise | 100 | 8000 | 29 | 3190 | 11190 |
| 25.2. | Decasia | 47 | 3760 | 21 | 2310 | 6070 |
| 11.3. | Večer Videoklipu | 46 | 3680 | 14 | 1540 | 5220 |
| 18.3. | Velká noc | 11 | 880 | 25 | 2750 | 3630 |
| 25.3. | Tron: Legacy | 59 | 4720 | 15 | 1650 | 6370 |
| 1.4. | Upstream Color | 41 | 3280 | 20 | 2200 | 5480 |
| 8.4. | Spring Breakers | 35 | 2800 | 7 | 770 | 3570 |
| 15.4. | Večer Videoartu | 23 | 1840 | 3 | 330 | 2170 |
| 22.4. | Koyaanisqatsi | 33 | 2640 | 19 | 2090 | 4730 |
| 29.4. | Leviathan | 22 | 1760 | 19 | 2090 | 3850 |
| 6.5. | Audiovize naslepo | | | 246 | 1965 | 1965 |
| 13.5. | Večer Vjingu | 17 | 1360 | 8 | 880 | 2240 |
| CELKEM | | 434 | 34720 | 426 | 21765 | 56485 |

| | | | | |
|------------------|---------|--------|--------|-----------------|
| celkem nezdaněné | DPH | Fond | OSA | čisté příjmy |
| 56485 | 7365,64 | 486,34 | 389,06 | 48243,95 |

Celkové příjmy a výdaje projektu ve vztahu ke kinu Scala jsou nakonec prakticky vyrovnané – rozdíl činí -17,49 Kč. Z finančního hlediska projektu výrazně pomohly čtyři večery, při nichž jsme se obešli bez výdajů na distribuční práva. Tyto večery tak pomohly rozložit finančně náročné položky (především cenu za práva a dopravu exkluzivních snímků Upstream Color a Leviathan) na ploše celé dramaturgie na snesitelnou úroveň. Do tohoto rozdílu nebyly zaneseny finance nutné na energetický a personální provoz Scaly, proto se bude finální rozdíl mezi příjmy a výdaji pohybovat v nižších částkách.

Jak lze vidět z příložených údajů, průměrná návštěvnost večerů činila téměř 65 lidí, což znamená průměrnou tržbu 4707,1 Kč. Jednotlivé večery projektu byly z 60,8% navštěvovány studenty a z 39,2% běžnými návštěvníky kina. Tyto statistické údaje jsou prezentovány bez návštěvnosti večeru Audiovize naslepo. V jeho rámci navštívilo Scalu 246 osob, nicméně vzhledem k dobrovolnému vstupnému nelze dohledat poměr mezi studenty a běžnými návštěvníky. Tento večer se stal zároveň nepříjemným překvapením z hlediska tržby, jelikož průměrná částka odevzdaná po projekci do připravených kasiček kina činila necelých 8 Kč.

Udržet úroveň celé dramaturgie bez finanční ztrátovosti kina nám pomohl také grant rektorátu Masarykovy univerzity na podporu univerzitních kurzů. Díky tomu náš tým od začátku března disponoval částkou 50 000 Kč, kterou mohl využít na zaplacení položek doprovodného programu a dalších nákladů. Nejvýraznější částky byly vyplaceny hostům v rámci diskuzí po projekcích či při komponovaných večerech, členům týmu formou stipendií a účinkujícím na večeru VJingu ve Scale a následném Závěrečném večírku Audiovize v Kabinetu Múz. Celková částka z grantu ale zároveň nebyla v plné míře využita a je k dispozici dalšímu projektu studentského kina v příštím semestru. Přehled všech položek vyplacených z grantů se nachází v následující tabulce.

| Výdaje Audiovize z grantu MU | | |
|------------------------------|--|--------------|
| číslo | nákladová položka | částka |
| 1. | Hosté u projekcí | 5700 |
| 2. | Účinkující na večeru VJingu a v Kabinetu Múz | 12800 |
| 3. | Stipendia členům projektu | 14000 |
| 4. | Plakáty k exkluzivním projekcím | 3140 |
| 5. | Klikač titulků | 250 |
| 6. | Produkční náklady | 498 |
| CELKEM | | 36388 |

6. Komunikace

6.1 Interní komunikace

Interní organizace a komunikace v rámci týmu Audiovize se odehrávala na dvou úrovních, které lze opět vymezit jako „online“ a „offline“. Online komunikaci jsme prováděli převážně

prostřednictvím Facebooku, na němž jsme již od podzimního semestru 2013 (na který jsme projekt prvně přihlašovali) měli založenou uzavřenou diskuzní skupinu pro členy týmu. Druhou úroveň komunikace představovaly časté schůze týmu v kavárnách, jiných brněnských podnicích nebo prostorách kina Scala. Počet vykouřených cigaret, vypitých káv a dalších stimulačních nápojů zřejmě v tuto chvíli nedokážeme spolehlivě vyčíslit.

Po méně úspěšné projekci filmu *Velká noc*, na kterou přišlo 36 platících diváků jsme se rozhodli zavést pravidelné porady týmu, které se vždy konaly ve středu (tj. následující den po uplynulé projekci) v dopoledních hodinách. Rytmus porad se víceméně podařilo udržet až do samého konce cyklu. Tato setkání se tak stala stabilním prostorem k bilancování a plánování dalšího postupu.

Rozdělení kompetencí v rámci týmu fungovalo až na drobné nerovnosti hladce. Kromě rozšíření pozic určených pro správu facebookového profilu Audiovize (již popisovaného v oddílu věnovaném online propagaci) nedošlo k zásadním změnám, které by narušily původně stanovenou strukturu. K mírnému překrývání kompetencí a z nich vyplývajících povinností docházelo pouze v situacích, které vyžadovaly rychlé řešení problému.

6.2 Vnější komunikace

6.2.1 Komunikace s kinem Scala

Naše komunikace s kinem Scala probíhala bez závažnějších komplikací. Pokud jsme potřebovali získat důležitou informaci, nebyl problém kontaktovat vedoucího kina Radka Pernicu nebo šéfa promítací kabiny Jana Kárla (v záležitosti na typu problému). Stejně tak pokud vznikl požadavek ze strany kina, snažili jsme se na něj vždy pružně reagovat. Pozitivně hodnotíme také komunikaci s ostatními zaměstnanci firmy Aerofilms, kteří nám vždy vyšli vstříc a výrazně nám pomohli s realizací naší online propagaci (propojení webu Audiovize s webem kina Scala) nebo s uskutečněním vybraných projekcí (dovoz zahraničních snímků prostřednictvím účtu Aerofilms u společnosti DHL).

Z naší strany není důvod jmenovat žádné nesrovnalosti, snaž až na zmiňovanou (v oddílu věnovaném distribuci) prodlevu při platbě poplatku za práva k filmu *Velká noc* distribuční firmě Nutprodukce, která byla následně uhrazena začátkem června.

6.2.2 Komunikace s Masarykovou univerzitou

O našem projektu jsme v rámci MU jednali primárně s katedrou brněnské filmové vědy, která projekt zastřešovala. Poté, co jsme v lednu zvítězili ve výběrovém řízení vyhlášeném pro jarní semestr, nás s prvními informacemi kontaktoval Šimon Bauer. V případě úvodního shrnujícího e-mailu, který nám Šimon zaslal, jsme se potýkali s absencí některých důležitých informací k financování projektu. Dozvěděli jsme se, že operujeme s „nulovým rozpočtem“, ale chyběly další zpřesňující informace, které by například osvětlovaly vztahy nastavené s vedením kina Scala směrem k financování jednotlivých filmů. Ačkoli chápeme, že tyto vztahy zřejmě v danou chvíli nebylo možné konkretizovat (čekalo se např. na finální vyhodnocení týmu 3x3 Scala a následné vyjádření Radka Pernici), lepšímu porozumění by pomohlo alespoň nastínění fungování předešlého běhu studentského kina.

Vzhledem k tomu, že nejsme zcela seznámeni s přesným rozvržením kompetencí koordinátorů a garantů projektu Studentského kina, jsou naše výtky nutně ovlivněné naší bezprostřední zkušeností. Podporu projektu Audiovize ze strany Šimona Bauera, který by

podle našich informací měl plnit funkci koordinátora, však musíme hodnotit jako slabou. Kromě úvodního brífinku, který se odehrál jednak již zmiňovanou e-mailovou formou a na následném osobním setkání, se nám ze Šimonovy strany nedostalo výraznější podpory. Až na několik informací směřovaných hlavně k obecné organizaci projektu a facebookové kampani jsme neobdrželi žádný podnětný feedback, který by v první řadě vycházel ze specifik Audiovize. Takovou zpětnou vazbu bychom přitom považovali za nejpřínosnější, protože by nám svým konstruktivním pohledem „zvenčič“ mohla pomoci adekvátně reagovat na některá slabší místa v naší koncepci.

Pozitivně na nás působila role doktora Jaromíra Blažejovského, který se (až na výjimku v případě videoartového večera) účastnil všech našich večerů v kině Scala a zavítal také na doprovodné akce. Například Večer Audiovize v UNTRu se pak díky jeho účasti překlenul v diskusi nad fungováním Studentského kina (ať už Audiovize nebo projektu obecně). Od doktora Blažejovského jsme také obdrželi několik hodnotících e-mailů, které reagovaly na právě realizované večery v kině Scala a které mnohdy obsahovaly cenné připomínky.

Velkou pomoc pro nás představovala sekretářka ÚFV Pavla Švédová, se kterou jsme především řešili finanční záležitosti týkající se čerpání z grantu rektorátu MU. Za návrh podat žádost o tento grant a jeho následné bezproblémové čerpání samozřejmě vyjadřujeme vděk i profesorovi Jiřímu Voráčovi a doktorovi Blažejovskému, který podání žádosti prakticky zastřešoval.

7. Závěr

Jsme přesvědčeni o tom, že se nám ve výsledku podařilo vytvořit sebevědomý, jasně koncipovaný projekt, který dokázal, že Studentskému kinu lze vtisknout čitelnou tvář a silnou dramaturgii. Diváckou odezvu, která je v průměru na jeden večer například nižší než u předchozího pilotního projektu, tak nutně nebereme jako automatický zápor, neboť tato disproporce podle našeho názoru vychází právě z odlišného zaměření obou projektů. Předpokládáme, že Audiovize je typem projektu, který si získává spíše užší základnu fanoušků, jež ale stabilně roste s postupujícím časem. Také vzhledem k tomu nechceme Audiovizi s koncem jarního semestru zcela opouštět a plánujeme její pokračování, které by se v pozměněné formě (ale při zachování základních hodnot projektu) již vymaňovalo ze škatulky „Studentské kino“.