

Rok 2009 bude v historii české kinematografie zaznamenán jako počátek procesu skutečné digitalizace kin. S patrným zpožděním za okolními státy, ale rychleji než v nich, zde započala kvalitativní proměna technologie kin. Vedle komerčních sítí multikin tentokrát nezaostali ani provozovatelé některých kin klasických. Překvapivě aktivní roli přitom sehrálo ministerstvo kultury i Státní fond na podporu a rozvoj české kinematografie. Na konci roku 2009 již bylo registrováno 30 digitalizovaných sálů v 23 multikinech a 24 v klasických kinech, přičemž 52 z 54 sálů bylo kromě splnění standardů DCI vybaveno i stereoskopickou digitální projekcí. Již v roce nula podíl 3D digitálních projekcí na celkovém obratu kin dosáhl 13,5 %.

Tento vývoj měl přímý důsledek na celkové roční výsledky. Historicky nejvyšší dosažené tržby kin prolomily hranici 1 miliardy korun, zatímco počet diváků v nich mírně poklesl (o 3,3 %). Tento trend potvrzuje výraznou stabilitu kin, kterou můžeme sledovat s výjimkou roku 2005 trvale již šest let. Na první pohled by mohl překvapit nárůst vstupného, ten ovšem způsobila právě výrazná investice do technologické změny, která zároveň přinesla změnu kvality projekce – bez zahrnutí stereoskopických projekcí by vstupné stoupl jen v souladu s obecnými trendy. Vstupné se přitom nezvýšilo ani na standardní digitální projekce, investice do proměny technologie zde totiž nepřinesla tak výraznou změnu pro diváky, kterým je konec konců jedno, z čeho se v projekční kabině film na plátno promítá. Vyšší vstupné se tady skutečně spojuje s novou kvalitou 3D promítání. Technologickou investicí kin stát sice podpořil, maximálně z poloviny šlo přitom o investici do klasické 2D digitalizace a navíc v méně než polovině realizovaných rekonstrukcí. Státní podpora tedy podle mého názoru představuje přibližně 17 % finančních prostředků, které letos do digitalizace kin provozovatelé investovali.

Digitalizace kin je rozhodně největší technologickou změnou od nástupu zvuku. Digitální forma projekce zřejmě v dohledné době vytlačí 35mm kopie z běžné komerční sítě. Jakou úlohu v nové situaci kin sehraje digitální stereoskopická projekce, teprve uvidíme. Možná půjde o atraktivní nadstavbu většinou komerčních filmů, jakou je dnes například širokoúhlý formát. Možná se stereoskopický obraz stane stejně běžnou součástí audiovizuálních děl, jako je dnes barva. V každém případě již dnes vidíme, že digitální 3D technologie není využívána jen pro animované filmy, kde začala, ani není omezena na hollywoodské komerční trháky, ale zaujala i některé tvůrce stojící mimo běžný komerční proud kinematografie.

Technologický rozvoj digitalizace, která již není omezena na často nekvalitní projekce z DVD, výrazně rozšiřuje potenciální nabídku kin. Roste počet premiér a přibývá filmů pro úzce vymezené publikum. Digitální prostor internetu a komunitní weby posilují jeho zjevnou diverzifikaci. Tento efekt se projevuje v mnoha oblastech a bylo by překvapivé, kdyby nezasáhl i návštěvnost kin. Nevýhodou takto diferencovaných skupin cílového publika je sice poměrně jistý, ale velmi omezený rozsah. Efektivní distribuce produktů pro toto publikum vyžaduje velmi úsporné náklady na vydání i logistiku distribuce. Samozřejmě větší země mají lepší předpoklady návratnosti distribuce takovýchto filmů, ale i v našich podmínkách může být proveditelná. Právě digitalizace veřejných projekcí je cestou ke snížení nezbytných nákladů. Výrazně se zvyšuje flexibilita nabídky, v programech kin se objevuje nový fenomén nazývaný alternativní obsah. Některé jeho varianty již získaly i v České republice značnou popularitu, například přenosy a záznamy představení z newyorské opery. Možnosti alternativního obsahu jsou velmi široké a mohou pomoci rozšířit nabídku kin. Z tohoto pohledu je digitalizace velmi zajímavá i pro klasická kina v menších městech, která se obtížně prosazují vůči multikinům v regionálních centrech.

Diverzifikace nabídky je sice na jedné straně výrazným trendem, nepůsobí však plošně. Při zvyšujícím se počtu premiér stále sledujeme vysokou koncentraci návštěvnosti na úzkou skupinu divácky nejatraktivnějších filmů. Přes vyšší počet premiér a rozsáhlejší nabídku programů navštívilo 20 nejúspěšnějších filmů 52 % všech diváků kin. Stejně jako úzce specifikované divácké skupiny vyhledávají „své“ filmy, „svoji“ hudbu atp., aby ji mohly sdílet, pro masové publikum každoročně získává několik filmů status „must see“. Uvedení těchto filmů pak zásadně ovlivňuje rozložení návštěvnosti kin a pozici jednotlivých filmových distributorů.

Při analýze loňských výsledků kin nemůžeme přehlédnout pokles podílu českých filmů při růstu počtu premiér. Tento vývoj má dva výrazné důvody. Jedním je již popsáný obecný trend, druhým je ztráta výlučnosti českých filmů. Vydání českého filmu již není svátkem a současní diváci je hodnotí v přímém kontextu se zahraniční nabídkou. O celkové pozici české kinematografie v kinech pak rozhoduje pouze to, kolik filmů se v průběhu roku zařadí do absolutní špičky. V roce 2008 bylo v TOP20 neuvěřitelných jedenáct českých filmů, v roce 2009 jen čtyři. Při vyšším počtu filmů, narůstající koncentraci a divácké diferenciaci je nejpostiženější skupinou průměrný mainstream. Stále více diváků pak bohužel řadí většinu českých filmů právě do této kolonky.

Rok 2009 byl stejně jako loňský ve filmové distribuci úspěšný. Přinesl více příležitostí než hrozeb. Pojem rozvoj se k němu hodí rozhodně více než krize! Do budoucnosti bych si jen přál, aby se česká kinematografie vyrovnala s proměnou prostředí se ctí. Měla by konkurovat zahraničním filmům i v alternativních žánrech a vyprodukovat více filmů do absolutní špičky. Ať již se na ně česká kritika bude dívat jakkoli pohrdavě.