

## Články

TECHNICKÉ VYMOŽENOSTI,  
AMERICKÉ TRHÁKY  
A NEZBYTNÝ POPCORN*Konstrukce kulturní zkušenosti z multikina  
v českém denním tisku*

Jan Hanzlík – Karel Čada

Ministerstvo kultury ve výroční Zprávě o české kinematografii za rok 2005 uvádí, že se stále zřetelněji vymezují dvě sféry provozování kin: „Na jedné straně multikina importovaná k nám do posledního detailu – od technického vybavení přes řešení interiéru, na straně druhé většinou už omšelejší tradiční kinosály nabízející rozmanitější repertoár včetně umělecky hodnotných děl a různých akcí festivalového typu.“<sup>1)</sup>

Žitá zkušenost existenci takto jednoznačně vymezených protikladů do značné míry potvrzuje. Při návštěvě zahraničního multikina lze spatřit podobné prostředí jako v multikinech českých. Dokonce se může shodovat i jméno jeho provozovatele. Tradiční kinosály bývají často „omšelejší“, i v tomto ohledu zkušenost potvrzuje zprávu MK ČR. Určité podobnosti se nicméně dají najít i mezi zahraničními a českými klubovými kiny.<sup>2)</sup> Filmové přehlídky typu Febiofest a artové projekce v multikinech (např. program Cinema Europa v pražském multikině Village Cinemas Anděl) navíc dokládají, že repertoár „umělecky hodnotných děl a různých akcí festivalového typu“ proniká i do multikin. Distinkce mezi tradičními sály a multikiny tedy není tak jednoznačná, jak by se mohlo z citované zprávy zdát. Výhody jednosálových kin a multikin jsou totiž konstruované v rámci sociálních interakcí, do nichž vstupuje celá řada faktorů. V nich se ustanovují hranice, které oba druhy kin odlišují. Tím samozřejmě nechceme říct, že by všechny rozdíly byly sociálně konstruované. Sociálně je však konstruována relevance, kterou lidé těmto distinkcím přikládají. V tomto procesu zastávají významnou pozici média, která jednak zprostředkovávají reflexi společenského dění, jednak toto dění sama formují.

1) Zpráva o české kinematografii 2005, Praha, květen 2006. MK ČR, s. 37 [cit. 12. 2. 2007]. Dostupné online: <[http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/kinematografie/ZPR\\_VA\\_O\\_KINEMATOGRAFII\\_2005.pdf](http://www.mkcr.cz/assets/media-a-audiovize/kinematografie/ZPR_VA_O_KINEMATOGRAFII_2005.pdf)>.

2) Například pražské kino Aero vykazuje některé totožné rysy s klubovým kinem The Chapter v britském Cardiffu. Místo coly si v obou kinech lidé nosí do sálu kelímky či sklenice s pivem, což lze vnímat jako reakci na standardizovanou nabídku občerstvení v multikinech. Podobnosti vykazuje i programová nabídka.

V následující analýze jsme se proto zaměřili na to, jak se v českém denním tisku konstruovala zkušenost z multikina, s jakými kategoriemi tento pojem pisatelé článku spojovali a co pro ně v průběhu proměny kin znamenal.<sup>3)</sup> Multikinem se v českém denním tisku označují objekty veřejného filmového promítání s vícero filmovými sály, jejichž šíření u nás začalo v roce 1996 a jejichž počet v České republice v současnosti dosahuje čísla devatenáct. Denní tisk přitom konstruoval, podobně jako výše citovaná zpráva MK ČR, pojem multikino oproti jednosálovým kinům.

## 1. Historický kontext

Zatímco v meziválečném období patřilo provozování kin k rozkvétajícím odvětvím obchodní činnosti, po druhé světové válce zaznamenala americká i evropská kina výrazný pokles návštěvnosti. Mezi důvody nezájmu diváků bývají uváděny<sup>4)</sup> zejména nástup televize a později videa, vysoké daně uvalené na zábavní průmysl, suburbanizace, která údajně zanechala kina v městských centrech opuštěná, ale také proměna hodnot: „Zatímco návštěva kina byla v meziválečném období asociována s luxusem, blahobytem a sociální mobilitou, po válce se staly klíčovými symboly blahobytu domov, auto a televizní přijímač.“<sup>5)</sup>

Přes dočasnou stabilizaci provozu kin v USA v polovině padesátých let začala návštěvnost od poloviny let šedesátých opět klesat. Jak píše William Paul, produkční společnosti reagovaly na situaci tím, že se začaly soustřeďovat na „velké“ filmy, které měly šanci umístit se na špičce žebříčku návštěvnosti a přinést zisky.<sup>6)</sup> Distribuce se pak následně snažila prosadit premiéry těchto filmů v co nejvíce kinech zároveň. Multikina se pro tento záměr ukázala jako vhodná, neboť mohla promítat více premiér současně.<sup>7)</sup> Vícesálová kina existovala například v Kanadě již od roku 1948, ve Spojených státech od roku 1963 a v Belgii od roku 1975, avšak ve velmi omezeném počtu, navíc většinu z nich tvořila kina pouze se dvěma plátny. K šíření multikin v osmdesátých letech pomohly nejen nastíněné tlaky ze strany distribuce, ale i to, že je pod své střechy uvítala nákupní střediska jako lákadlo na zákazníky.<sup>8)</sup>

Podle Charlese R. Aclanda však nepřispěly k dramatickému nárůstu počtu (multi)kin v USA jen tyto důvody. Rozhodnutí nejvyššího soudu z roku 1948 zakázalo vertikální

3) Český denní tisk nerozlišuje pojmy „multikino“ a „multiplex“ a způsob jejich využívání je činí zaměnitelnými, „multikino“ se však vyskytuje mnohonásobně častěji. Nadále budeme proto používat, s výjimkou citací, výhradně termín „multikino“.

4) Mark J a n c o v i c h – Lucy F a i r e – Sarah S t u b b i n g s, *The Place of the Audience. Cultural Geographies of Film Consumption*. London : BFI 2003, s. 143–153.

5) Tamtéž, s. 146. O proměně sociálně-kulturních praktik chození do kina po druhé světové válce v Evropě blíže viz Pierre S o r l i n, *European Cinemas, European Societies, 1939-1990*. New York : Routledge 1991.

6) Viz William P a u l, *The K-mart Audience at the Movies*. In: Ina R a e H a r k (ed.), *Exhibition, the Film Reader*. London – New York : Routledge 2002, s. 77–88, zde s. 78–79.

7) Tamtéž, s. 81.

8) Tamtéž, s. 83.

integraci distributorů a provozovatelů kin, v osmdesátých letech se však situace postupně změnila. Od roku 1986 začaly distribuční společnosti znovu nakupovat sítě kin,<sup>9)</sup> což v důsledku přispělo k lepší prezentaci a načasování jednotlivých filmů v kinech (a následně na videu a v televizi), a tím zároveň k dosahování vyšších zisků. Vliv na provoz kin ze strany producentů a distributorů potvrzuje Thomas Guback:

Požadavky publika samy o sobě nemohou vysvětlit dramatický vývoj průmyslu v posledních deseti letech. Je pravděpodobnější, že způsob, jimiž jsou tyto požadavky konstruovány, vyjadřovány a naplňovány změnil samy produkčně-distribuční společnosti.<sup>10)</sup>

Multikina se v rámci této tendence restrukturalizovala podle modelu Disneylandu, kterýžto návrh v roce 1986 prezentoval, nijak překvapivě, zástupce filmového studia Disney. Návštěvníci zmíněného zábavního parku si údajně pochvalovali více čistotu prostředí a zdvořilý personál než samotné atrakce, a provozovatelé multikin vzali tyto preference v potaz.<sup>11)</sup>

Další velké změny se v provozování kin v USA odehrály v polovině let devadesátých v souvislosti s výstavbou megaplexů. Došlo ke sloučení multikin s dalšími volnočasovými aktivitami – s videohernami, restauracemi a bary – a zároveň počet filmových pláten v jednom kině přesáhl číslo dvacet: „Kina se proměnila v zábavní centra, a přitom viditelně pozměnila vzhled měst i předměstí. Podobné komplexy kin se označovaly podivnými termíny jako ‚superplex‘, ‚mega-multiplex‘ a ‚gargantuplex‘.“<sup>12)</sup>

Na počátku devadesátých let začal americký model multikin ve velkém rozsahu pronikat do Asie, Jižní Ameriky a zejména do Evropy a oživovat tamní provoz kin: „Někteří to považovali za výslovnou ‚amerikanizaci‘ kin, což zahrnovalo jak očividné posílení vztahu mezi nakupováním a návštěvou kina, tak kapitálovou účast na provozu kin.“<sup>13)</sup> V českém prostředí se přitom začal objevovat americký model z let osmdesátých, to znamená multikina s méně než dvaceti sály situovaná v nákupních střediscích. Přestože v našich podmínkách nelze mluvit o megaplexech, česká multikina k sobě v mnoha případech poukávají další zábavní aktivity – bowlingové herny, videoherny, posilovny, bary, restaurace apod. Stejně jako v západním světě, znamenala výstavba multikin i v našem prostředí oživení komerčního potenciálu kin, přinejmenším na několik následujících let.

9) Distribuční společnost MCA/Universal např. zakoupila v tomto roce 48procentní podíl kanadské společnosti Cineplex Odeon, jednoho z provozovatelů velkých sítí kin. Další podobné koupě brzy následovaly. Viz Charles R. Acland, *Screen Traffic. Movies, Multiplexes and Global Culture*. Durham – London : Duke University Press 2003, s. 91.

10) Viz Thomas Guback, *The Evolution of the Motion Picture Theater Business in the 1980s*. In: I. R. Hark (ed.), c. d., s. 127–136, cit. s. 134.

11) C. R. Acland, c. d., s. 91–92.

12) Tamtéž, s. 107.

13) Tamtéž, s. 136–137. Na rozdíl od západních zemí došlo v bývalém Československu k výraznější krizi návštěvnosti až po roce 1989 v souvislosti s „rozpadem organizace Státního filmu, se zrušením jednotné distribuční sítě a s privatizací řady kin, ale též se změnou životního stylu, s možností cestovat a s novými lákavými nabídkami na využití volného času“. Viz Karel Tábery, *Mizející svět biografů*. In: Týž, *Kinofikace Moravy*. Olomouc : Univerzita Palackého 2004, s. 5.

Od roku 1989 do nástupu multikin ztrácela totiž česká kina postupně návštěvníky.<sup>14)</sup> Zatímco koncem osmdesátých let se návštěvnost ustálila nad 50 milionů diváků ročně, v roce 1990 se propadla na 36 milionů, v roce 1996 pak dokonce na 8,9 milionu. O rok později začala návštěvnost opět stoupat, v letech 2003 a 2004 se dostala mírně nad 12 milionů, předlistopadové úspěšnosti však již nikdy nedosáhla. Zatímco roky 2004 a 2005 přinesly pokles diváků, rok 2006 zaznamenal opětovný mírný vzestup. Podíl diváků multikin a jednosálových kin přitom od roku 1996 stoupal ve prospěch multikin: v roce 1999 to bylo 10,2 procent, v roce 2005 už podíl návštěvníků multikin činil 55 procent. V současnosti je v České republice v provozu celkem 19 multikin: 11 v Praze, 2 v Brně a po jednom v Hradci Králové, Ostravě, Českých Budějovicích, Olomouci, Plzni a Pardubicích. Nejmenší z nich je šestisálové Ládví s 842 sedadly provozované společností Intersonic, největší je Palace Cinemas Nový Smíchov s 2 726 sedadly a 12 sálů. Největší počet sálů má přitom Village Cinemas Anděl City s 2 273 sedadly v celkem 14 sálech.

## 2. Teoretický a metodologický kontext

Dříve než se zaměříme na to, jak se zkušenost multikina konstruovala v českém denním tisku, bude vhodné vymezit teoretické perspektivy, s nimiž jsme k tématu přistupovali. Náš zájem o studované téma vychází z proměny paradigmatu ve filmových studiích, k níž došlo v průběhu osmdesátých let minulého století vlivem nové filmové historie. Inspirací pro tuto studii byl zejména důraz kladený na „kulturně historické kontexty produkce, distribuce, uvádění a recepce“.<sup>15)</sup>

Organizace filmového představení přitom hraje v současném výzkumu významnou roli. Vlivná studie Douglase Gomeryho se například zaměřuje na historii amerických kin a jejich obchodních strategií od prvních projekcí po nástup kabelové televize a videa.<sup>16)</sup> Nás však zajímaly spíše otázky spojené se sociálně kulturními aspekty veřejného filmového promítání:

Stejně jako se zkoumání skladby a praktik publika nemůže obejít bez studia organizace kinematografického představení, musí studium jeho vkusu brát na zřetel, jakým popudům je vystaveno. Je tedy třeba zkoumat, kam, jak a pod jakými tlaky jde divák do kina na nějaký film.<sup>17)</sup>

Podle Garyho Edgertona se obsah filmu a prostředí, v němž ho divák vnímá, vzájemně ovlivňují.<sup>18)</sup> Proměnu kin popisuje tento autor z hlediska významů, které multikina svým

14) Srov. Unie filmových distributorů [cit. 12. 2. 2007]. Dostupné z <<http://www.ufd.cz>>; a dále viz text Aleše Danielise v přítomném čísle *Iluminace*.

15) Viz Petr S z c z e p a n í k, Úvod. Nová filmová historie, kulturní dějiny a archeologie médií. In: T ý ž (ed.), *Nová filmová historie*. Praha : Herrmann a synové 2004, s. 10.

16) Douglas G o m e r y, *Shared Pleasures. A History of Movie Presentation in the United States*. Madison : University of Wisconsin Press 1992.

17) Viz Michèle L a g n y o v á, Staveníště filmové historie. In: P. S z c z e p a n í k (ed.), c. d., s. 71.

18) Gary E d g e r t o n, The Multiplex. The Modern American Motion Picture Theater as Message. In: I. R. H a r k (ed.), c. d., s. 155–159, cit. s. 158.

návštěvníkům zprostředkovávají. Důraz není podle něj kladen na snění, jak tomu bylo dříve, ale na nakupování.<sup>19)</sup> K tomuto účelu je prostor kina uzpůsoben, nejlepším řešením je tak „příjemné praktické, úsporné kino, jehož atraktivita přežije všechny módní výstřelky a trendy“.<sup>20)</sup> Protože američtí provozovatelé kin v současnosti vydělávají více na prodeji občerstvení než na vstupenkách do kina, „musí vynaložit veškeré úsilí, aby si udrželi kontrolu nad návštěvníky, než se vzdálí do setmělého hlediště“.<sup>21)</sup> Cílem je přitom stimulovat a potěšit smysly co největšího počtu svolných zákazníků.

Jisté změny oproti klasickému kinematografickému dispozitivu popisuje i Anne Friedbergová: „Multiplex umisťuje svá filmová plátna do prostorové metonymie souvislé řady obchodních výloh; časová metonymie jednotlivých představení je zase uspořádána tak, jako by byl multiplex souvislou řadou videopřehrávačů.“<sup>22)</sup> Multikina mají v tomto kontextu blíže k televizi a videu než ke klasickému kinu. Nabízejí totiž divákovi možnost interakce: sám si volí, kdy se bude dívat na film (kina hrají takřka po celý den), a vybírá si z velkého množství nabízených programů. Prostor nákupního centra diváckou zkušenost dále rozšiřuje: „Aby se dostal divák k plátnům multiplexů v nákupních centrech, musí projít rohem hojnosti zarámovaných obrazů – výloh, které byly navrženy, aby němě a staticky oslovovaly zákazníky.“<sup>23)</sup> Vedle znásobené stimulace smyslů tak dochází v multikinech zároveň k propojování různých druhů konzumace.

V nastíněném kontextu bylo naším cílem zjistit, jak byla tato proměna kin mediálně konstruována. Vlastnosti, které jsou považovány za výhody konkrétních kin, nemají přitom tyto prostory v sobě nějak esenciálně zabudovány, ale jsou postupně vytvářeny velkým množstvím sociálních interakcí. Sociálně konstruktivistické teorie, z nichž vycházíme, zdůrazňují kulturně, sociálně a historicky podmíněné vytváření kategorií a jevů. Peter L. Berger a Thomas Luckmann ve své knize *Sociální konstrukce reality* napsali:

Svět každodenního života není [...] pouze světem, který obyčejní členové společnosti pokládají za danou realitu při svém subjektivním a cílevědomém každodenním jednání. Je to také svět, který má původ v jejich myšlenkách a činnostech a který je těmito myšlenkami a činnostmi jako reálný udržován.<sup>24)</sup>

Zpočátku se sociálně konstruktivistické analýzy věnovaly především institucím a organizacím. V posledních dvou až třech desetiletích se v odborných sociologických knihách a časopisech objevovaly články, které jako sociální konstrukce popisují takřka všechny myslitelné jevy – od emocí<sup>25)</sup> až po ekonomické instituce.<sup>26)</sup> Společné pro tyto texty je to,

19) Tamtéž, s. 157.

20) Tamtéž, s. 156.

21) Tamtéž, s. 158.

22) Anne Friedberg, *Spectatorial Flânerie*. In: I. R. Hark (ed.), c. d., s. 173–181, cit. s. 177.

23) Tamtéž.

24) Viz Peter L. Berger – Thomas Luckmann, *Sociální konstrukce reality*. Brno: Centrum pro studium demokracie a kultury 1999, s. 25.

25) Claire Armon Jones, *Prescription, Explication and the Social Construction of Emotion*. *Journal for Theory of Social Behavior* 15, 1985, č. 1, s. 1–22.

26) Marc Granovetter, *Economic Institutions as Social Construction: A Framework for Analysis*. *Acta Sociologica* 35, 1992, č. 1, s. 3–11.

že připisují významnou úlohu jazyku, který svět nejen zobrazuje a popisuje, ale i spoluvytváří (konstruuje). Sociální interakce pak dávají jevům, událostem a věcem jejich významy, které se dále upevňují a pozměňují.

Sociolog Jonathan Potter propojil sociálně konstruktivistickou perspektivu s diskursivní analýzou, jíž „jde o to, uchopit [...] výpověď v přesné specifičnosti jejího výskytu; určit její podmínky, ustavit její vztahy k jiným výpovědím, které s ní mohou být spojeny, a ukázat které jiné formy vypovídání vylučuje“.<sup>27)</sup> Potter však nechápe pojem diskurs čistě foucaultovsky, to by obnášelo analýzu mocenských aspektů a utlačivé funkce diskursu. V širším významu pod tímto pojmem rozumí všechny praktiky, které formují objekty, o nichž vypráví.<sup>28)</sup>

Spojení konstruktivistické pozice a diskursivní analýzy využívá v oblasti filmových studií například Charles R. Acland v citované knize *Screen Traffic*, přičemž „pojem ‚diskurs‘ [zde] odkazuje k aktivně a performativně používanému jazyku, který se šíří a vytváří rozumění fenoménům“.<sup>29)</sup> V tomto kontextu se jedním z cílů výzkumu stává zjištění, které aspekty tvoří nebo naopak netvoří diskurs o určitém jevu, jinými slovy, kterými prvky je tento diskurs konstruován. Acland například poznamenává, že „k životopisům hvězd a identifikaci žánrů se nyní připojilo povědomí o návštěvnosti filmů, a stalo se tak další základní složkou vědomostí filmových fanoušků“.<sup>30)</sup> Divácká návštěvnost se tedy stala součástí jejich diskursu a náleží k jejich zkušenosti s filmem.

Z komplexního filmového diskursu, který zahrnuje nejrůznější formy interakcí v celé řadě oblastí od reklamy, filmové kritiky přes internetové diskuse až k rozhovorům o filmech v kavárnách, jsme si vybrali tu část, která se zaměřuje na samotné objekty, v nichž probíhají veřejná filmová představení, a pokusili jsme se jejich význam rekonstruovat z médií. Takováto rekonstrukce diskursu o kinech přitom představuje jen jednu z možností, jak lze k výzkumu dané problematiky přistupovat. Autoři již citované knihy *The Place of the Audience* například využili ve své etnograficky pojaté případové studii kinofikace britského Nottinghamu jednak rozhovory s návštěvníky kin, jednak analýzu denního tisku. V České republice se příbuzným tématem zabývala například Lucie Česálková ve své případové studii pardubické kinokavárny Karolína. Demonstrovala v ní odlišné vnímání kinokavárny a multikina – dvou typů objektů propojujících systematicky filmové projekce s konzumací jídel a nápojů – na podkladě rozhovorů s pamětníky uvedeného zařízení.<sup>31)</sup>

V naší studii jsme se snažili k pojmu multikino v co největší míře přistupovat tak, jako bychom ho před tím neznali, a vyextrahovat jeho význam až ze studovaných mediálních textů, byť s vědomím, že to není možné v absolutní míře. Ukázalo se jako výhodné vést analýzu ze dvou interpretačních perspektiv. Z hlediska diachronní perspektivy nás zajímal vývoj konstruování zkušenosti z multikin od roku 1996 do roku 2006. Z hlediska

27) Michel Foucault, *Archeologie vědění*. Praha : Hermann a synové 2002, s. 46.

28) Srov. Jonathan Potter, *Representing Reality: Discourse, Rhetoric and Social Construction*. London : Sage 1996.

29) Ch. R. Acland, c. d., s. 9.

30) Tamtéž, s. 4.

31) Lucie Česálková, *Do kina na popcorn nebo na polárkový dort? „Divák konzumující“ v koncepcích a reflexích kinokaváren a multiplexů*. V tisku.

synchronní perspektivy nás zajímaly obecnější a stabilnější aspekty konstruování současného filmového diváctví.

### 3. Data

Data pro analýzu jsme získali z fulltextové mediální databáze společnosti Anopress IT a.s., která uchovává a zprostředkovává články z celkem 122 celostátních a regionálních deníků.<sup>32)</sup> Vyhledávali jsme texty, které obsahovaly v názvu nebo v těle alespoň jeden z pojmů „multikino“ či „multiplex“, vzhledem k obrovskému množství získaného materiálu jsme posléze vzorek omezili pouze na ty, které obsahovaly alespoň jeden z daných pojmů v názvu. Zároveň jsme do analýzy zahrnuli pouze články z let 1996, 1997, 2001 a 2006. V roce 1996 vzniklo první multikino, zajímalo nás proto, jak bylo dané téma v denním tisku otevřeno a jaké předpoklady a očekávání byly s multikinem spojovány. Z textů z roku 1997 jsme chtěli získat hodnocení prvního roku existence multikina – vybrali jsme proto pouze články z období od 20. března do 17. dubna, tedy dva týdny před a po výročí otevření Galaxie. Rok 2001 byl pro nás zajímavý jednak pětiletým výročím multikin v České republice, jednak jako období, kdy u nás vzniklo doposud nejvíce multikin (vedle pěti nových byla rekonstruována a rozšířena pražská Galaxie). Rok 2006 přinesl výročí deseti let od založení Galaxie, navíc se jedná o zatím poslední kompletní ročník, který je k dispozici. Rozdíly mezi konstruováním multikin v člancích z celostátních a regionálních deníků se neukázaly jako významné, převážná většina textů navíc pochází z regionálních deníků či z regionálních mutací celostátních deníků, proto korpus takto nerozdělujeme. Z korpusu jsme vyřadili popisky k fotografiím, texty, které neprezentovaly nic jiného než programy kin, a jeden literární text s názvem „Multikino“ nevztahující se k předmětu našeho zájmu. Takto získaný korpus obsahoval celkem 134 článků: 33 z roku 1996, 4 z roku 1997, 38 z roku 2001 a 59 z roku 2006.

### 4. Konstruování zkušenosti z multikin v diachronní perspektivě

#### 4.1 Rok 1996: Na filmy, nebo do kina?

První české multikino, Galaxie na pražském sídlišti Jižní Město, zahájilo svou činnost 4. dubna 1996. Ve stejném roce se začínalo uvažovat i o výstavbě multikina ve Slovanském domě v ulici Na příkopěch v centru Prahy a v karlovarském hotelu Thermal. Společnost Space Films plánovala vybudování multikina na pražském Výstavišti, podobným projektem v rámci obchodního centra se zabýval i pátý pražský obvod.

Od multikin očekávali distributoři i autoři některých článků, že sehrají rozhodující roli v růstu počtu návštěvníků filmových představení. Předpokládaný úspěch opírali především o zahraniční zkušenosti s multikinem:

---

32) Srov. Anopress [cit. 12. 2. 2007]. Dostupné z <<http://www.anopress.cz>>.

Ve Velké Británii se například zvýšila návštěvnost kin za posledních deset let téměř dvakrát, což odborníci dávají do souvislosti právě s výstavbou multikin. Jak řekl Aleš Danielis, je třeba financování restrukturalizace sítě kin chápat jako perspektivní činnost i z hlediska vzdálenější budoucnosti. Například v Bruselu chodilo začátkem 80. let ročně do kina pět miliónů lidí. Když tam v roce 1988 uvedli do provozu takzvaný Kinopolis s šestadvaceti sály, byla návštěvnost o dva milióny nižší. Už vloni vzrostla na 5,6 miliónu, z nichž právě tři milióny navštívily Kinopolis.<sup>33)</sup>

V té době byla v centru Prahy zavřena více než polovina kin, další se pak podle zpráv z tisku potýkala s nezájmem návštěvníků.<sup>34)</sup> Zánik tradičních sálů je přitom vysvětlován takto:

Důvodem je nejen dnes již nevyhovující vybavení většiny z nich zastaralou zvukovou technikou či nepříliš pohodlným inventářem, ale i problém přesahující hranice republiky. Ve světě se totiž točí daleko méně než dříve opravdu kvalitní filmové snímky a nabízená produkce leckdy diváka do hlediště nepřitáhne.<sup>35)</sup>

tvrdí *Zemské noviny*. Kritika špatné vybavenosti není ojedinělá. Technická kvalita multikin oproti zanedbanosti malých sálů se stala jednou z konstitutivních kategorií, které vymezovaly rozdíl mezi malými kiny a multikiny.

Zajímavý je druhý popisovaný důvod, proč lidé kina nenavštěvují – blíže neurčená špatná kvalita filmů. Multikina totiž mají v tomto kontextu zachránit málo kvalitní filmy svými specifickými vlastnostmi: „Ne na film, ale do kina,“ charakterizuje návštěvu těchto center mezititulky v *Mladé frontě Dnes*.<sup>36)</sup> Novináři multikina konstruují jako komplexy zábavy a občerstvení. Provozovatel Galaxie popisuje svůj podnik jako „největší popcornové centrum v republice“.<sup>37)</sup> Zážitek z filmu je doprovázen nebo dokonce převážen zážitkem z dobrého zvuku, pohodlných sedadel, občerstvení, možností výběru i situovaností kin v komplexu dalších zábavních aktivit: v areálu multikina Galaxie se nacházely bary, kavárna, dětský koutek, fitcentrum, herna virtuální reality, prodejny kompaktních disků, knih a květin. Vidíme zde tedy snahu potěšit co nejvíce smyslů, o které mluví Edgerton, i „roh hojnosti záramovaných obrazů“, o němž píše Friedbergová. Zároveň je však akcent na rozšířenou sféru volby podle sociologa Miloslava Petruska jedním z nejdůležitějších faktů moderního života.<sup>38)</sup> V současné společnosti je podle něj mnohem více materiálních a duchovních statků, z nichž lze volit, zároveň je také stále více těch,

33) Zdenka Líkařová, První multikino diváky přitahuje. *Hospodářské noviny (HN na víkend)* 40, 1996, č. 83 (26. 4.), s. 9.

34) Eva, Multikino ve Slovanském domě je hrozbou pro nájemce kin. *Zemské noviny* 6, 1996, č. 166 (18. 7.), s. 3.

35) Tamtéž.

36) Vít Straňák, Multikino je velká hra na možnost výběru. *Mladá fronta Dnes (Víkend)* 7, 1996, č. 257 (2. 11.), s. VIII.

37) Tamtéž.

38) Srov. Miloslav Petruska, *Společnosti pozdní doby*. Praha : Sociologické nakladatelství 2006, s. 415–418.

kteří z nich mohou vybírat. S těmito možnostmi se současně objevuje touha po „permanentní inovaci“.<sup>39)</sup> Aspekty, které popisují Edgerton a Friedbergová, se tak nacházejí v kontextu obecnějších společenských tendencí.

Ačkoliv denní tisk prezentoval multikina do jisté míry i ve vztahu k nabídce konkrétních filmů, unikátnost filmového zážitku byla spojována především s počtem sálů a s použitou technikou (zejména s dolby-systémem). Tento fakt v jistém smyslu odkazuje k vášni lidí vůči technologickým inovacím, o níž Barbara Klingerová v souvislosti s domácími kiny a DVD přehrávači poznamenává: „Dokonalý obraz a efektní zvuková stopa je pro tyto technofily důležitější než třeba děj a herecké výkony.“<sup>40)</sup> Denní tisk zdůrazňoval technické vybavení multikin a současně zpochybňoval kvalitu prezentovaných filmů, čímž konstruoval nastíněnou technofilní perspektivu v oblasti divácké zkušenosti. Samotná technologie však k úspěchu multikin nestačí:

Klimatizace a zvukový systém dolby-stereo je u podobného kolosu samozřejmostí, za zmínku však jistě stojí jeho cenová přístupnost – vstupné by se mělo pohybovat v rozmezí od 28 do 58 korun, přičemž dětem, studentům, důchodcům a ZTP (vojákům ne!) budou poskytovány slevy.<sup>41)</sup>

Zatímco v jiných citacích (někdy i ve stejném článku) se zdůrazňuje technická kvalita a pohodlí, v tomto jsou brány jako samozřejmost. Jako výjimečná je místo toho prezentována cenová přístupnost. Stejně tak články zdůrazňují, že se v kinech promítají nejen zahraniční, ale i české filmy. Galaxie odstartovala premiérou snímku Zdeňka Tyce *UŽ*, nejnavštěvovanějším filmem první sezony se stal *KOLJA*. Multikina tedy byla popisována jako inovace v provozování kin, která nabízí kvalitu a výběr srovnatelný se zahraničím, ale zároveň i ceny a filmy přístupné pro domácí publikum.

#### 4.2 Rok 1997: Kdo se směje naposled

Denní tisk zhodnotil první rok provozu multikina Galaxie jednoznačně jako velmi úspěšný: „Zakladatelé prvního tuzemského vícesálového kina, takzvaného multiplexu, byli sice od počátku mírnými optimisty, neboť věřili v příznivou zahraniční zkušenost, výsledky návštěvnosti však jejich očekávání ještě překonaly.“<sup>42)</sup> Psalo se o vítězství průkopníků a prohře pochybovačů: „Když se před rokem s velkou slávou premiérově otevřely dveře prvního multikina u nás, mnozí komentovali plány provozovatelů komplexu osmi kinosálů s jizlivým úsměškem. Dnes se smějí představitelé provozující společnosti Kino 2005.“<sup>43)</sup> Úspěch Galaxie vedl jeho provozovatele k závěru, že by měla vzniknout další multikina:

39) Tamtéž, s. 418.

40) Viz Pavel Škopa l, Globální Hollywood a domácí kino. Rozhovor s Barbarou Klingerovou. *Iluminace* 17, 2005, č. 3, s. 145–158, cit. s. 153.

41) kan, Multikino Galaxie otevřeno. *Zemské noviny* 6, 1996, č. 82 (5. 4.), s. 9.

42) Mirka Špáčilová, První multiplex zatím čeká na následovníky. *Mladá fronta Dnes* 8, 1997, č. 69 (22. 3.), s. 18.

43) Jaroslav Panenka, Multikino Galaxie předčilo očekávání. *Pražské noviny* 2, 1997, č. 57 (21. 3.), s. 6.

Podle akcionářů společnosti Kino 2005 představují multiplexy diváckou budoucnost v rámci celé republiky. Jako perspektivní pro další vícesálová zařízení se jim jeví Brno a zejména severomoravský region – Danielis míní, že vzhledem k tamní populaci je Ostrava pro multiplex „ještě životaschopnější“ než Praha.<sup>44)</sup>

I když se Galaxie ukázala být úspěšným projektem, návštěvnost kin v České republice nadále klesala. V roce 1995 kina navštívilo přes devět milionů diváků,<sup>45)</sup> v roce 1996 necelých devět milionů.<sup>46)</sup> Provozovatelé multikina sice měli důvod k radosti, protože návštěvnost Galaxie byla relativně vysoká, avšak při srovnání s údaji z roku 1989, kdy přesahovala celková návštěvnost kin 51 milionů,<sup>47)</sup> se prezentovaný úspěch multikin jeví jako nadsazený. Provoz kin se nicméně podařilo, jak potvrzují údaje z následujících let, přinejmenším na určitou dobu stabilizovat.<sup>48)</sup>

### 4.3 Rok 2001: Technofilie a nostalgie

Na počátku roku 2001 bylo v České republice v provozu pět multikin, z toho čtyři v Praze a jedno v Brně. V průběhu roku vzniklo celkem pět nových, vedle dalších objektů v Praze a Brně se jednalo o kina v Ostravě a Hradci Králové, Galaxie prošla rekonstrukcí a rozšířením. Očekávaly se stavby v dalších regionech. Denní tisk referoval o vzniku multikin a často zdůrazňoval jejich situovanost v nákupních a zábavních centrech: „Multikino s osmi kinosály a restaurací vyrůstá v sousedství obchodního domu Carrefour v Hradci Králové. Ve spodní části stavby o ploše tři a půl tisíce metrů čtverečních už jsou hotova sportoviště s osmi bowlingovými drahami.“<sup>49)</sup> Očekávaný úspěch dalších komplexů se nadále opíral o zahraniční zkušenosti, objevovaly se však pochybnosti, zda je pro ně dostatečný divácký potenciál i v menších městech, například v Českých Budějovicích.

Oproti roku 1996, kdy byly mezi výhodami multikina Galaxie uváděny nízké ceny vstupného, se v roce 2001 objevovaly zcela opačné informace: „Nevýhodou multikina je oproti klasickým jednosálovým kinům výše vstupného. Cena na jedno představení bude totiž činit 109 korun.“<sup>50)</sup> To svědčí o změně strategie multikin: v době, kdy již bylo jisté, že multikina zvítězila v návštěvnosti nad tradičními sály, si mohli jejich majitelé dovolit zvýšit vstupné.

Někteří provozovatelé malých sálů přesto věřili, že je úspěch multikin pouze dočasný: „Ze začátku bude o multikino zájem, lidé budou zvědaví, jak to v něm chodí. Později se ale zase vrátí k nám,“ věří Jan Petrovaj, ředitel Kulturního domu Dukla v Pardubicích.<sup>51)</sup> Pokračující transformace malých kin v ne-kinové objekty však těmto úvahám nedávala

44) M. Spáčilová, c. d.

45) Srov. Unie filmových distributorů [cit. 12. 2. 2007]. Dostupné z <<http://www.ufd.cz>>.

46) Tamtéž.

47) Tamtéž.

48) Tamtéž.

49) zch, V Hradci vyrůstá multikino. *Mladá fronta Dnes (Královéhradecký kraj)* 12, 2001, č. 57 (8. 3.), s. 1.

50) Tereza Gavlíková, V kraji promítá první multikino. *Mladá fronta Dnes (Severní Morava a Slezsko)* 12, 2001, č. 267 (15. 11.), s. 1.

51) Leoš Kučera, Nastupuje multikino. Přežijí malé sály? *Mladá fronta Dnes (Hradecký kraj)* 12, 2001, č. 249 (27. 10.), s. 4.

za pravdu: „Téměř souběžně s otevřením nového multikina CineStar v Hradci Králové přestalo promítat místní kino Střelnice. Kdysi jeden z nejmodernějších kinosálů v regionu chce jeho správce přebudovat pro potřeby taneční školy.“<sup>52)</sup>

Proto denní tisk v tomto roce prezentoval obavy o tradiční kinosály:

V Ostravě dojde v nejbližší době k uzavření dvou oblíbených kin – Máj a Dukla. Důvod? V areálu obchodního centra Futurum vyrůstá a brzy se dočká slavnostního otevření monstrózní mnohasálové multikino a provozovatelé menších promítacích sálů jsou přesvědčeni, že jim tento kolos odloudí návštěvníky.<sup>53)</sup>

Předchozí úryvek prostřednictvím emocionálně zabarvených slov straní malým sálům: zatímco malá kina jsou konstruována jako „oblíbená“, multikino představuje „monstrózní kolos“, který „odloudí“ návštěvníky. Tvrzení přitom ukazuje na paradoxní tendenci: lidé sice mají v oblibě malá kina, ale dávají přednost multikinům.

Vysvětlení tohoto paradoxu může souviset s obecnějšími společenskými tendencemi. Fenomén taneční hudby v devadesátých letech například dočasně oživil zájem o nepraktické a křehké gramofonové desky. Technofilii, o níž byla řeč výše, tedy doplňuje nostalgie: lidé jsou sice fascinováni inovacemi, zároveň však mají tendenci vytvářet si emocionální pouto ke konkrétním materiálním objektům. Zatímco technofilie znamená tepající vyhledávání stále dokonalejších zážitků, nostalgie buduje vztah k lokálnímu kontextu, společné paměti a k zážitkům prožitým v minulosti.

Tento rozpor je odrazem širšího procesu změn, které v současnosti probíhají. Pozdně moderní společnost podle sociologa Zygmunda Baumana<sup>54)</sup> ostří hranici mezi takzvaně globálními a lokálními identitami. Zatímco lokální identity jsou pevně zakotveny v rámci místní komunity, globální se stávají součástí sítí, které jsou rozesety takřka na území celé zeměkoule. Obdobně i Nigel Thrift v rámci studia postmoderních prostor odlišuje sítě a ghetta.<sup>55)</sup> Síť tvoří podle něj prvky, které jsou více či méně na sebe vzájemně napojeny. Naopak ghety rozumí místa lokálního významu, uzavřená ve světě vlastní komunity, místa s vlastní historií a kontextem srozumitelným jen pro ty, kteří je obývají. V rámci tohoto rozdělení představují multikina zástupce zasíťovaných míst.<sup>56)</sup>

Současná města jsou syntézou obou dvou typů míst: „Globální město je syntézou obou měřítek – starého i nového. Překonává a neutralizuje starší hierarchie měřítka a funguje jako vysoce komplexní materialita, která je spjatá s místem a která má globální dosah,“<sup>57)</sup> tvrdí socioložka města Saskia Sassenová. Vývoj postmoderních měst se odráží mimo jiné i v dialogu mezi starými prvky, které jsou spojeny s místem, a novými, které

52) era, Hradec má sice nové multikino, ale ztratil tradiční kino Střelnici. *Mladá fronta Dnes (Pardubický kraj)* 12, 2001, č. 267 (15. 11.), s. 2.

53) šn, Má multikino budoucnost? *Svoboda* 11, 2001, č. 48 (26. 2.), s. 3.

54) Zygmunt Bauman, *Globalization. The Human Consequences*. Cambridge : Polity 1998.

55) Nigel Thrift, A Hyperactive World. In: R. J. Johnston et al., *Geographies of Global Change: Remapping the World in the Late Twentieth Century*. London : Blackwell 1995, s. 131–133.

56) Ani tato distinkce však není zcela čistá, některé lokální filmové kluby jsou součástí celoevropské sítě.

57) Saskia Sassen, Měřítka a rozpětí v globálním digitálním světě. In: Jana Tichá (ed.), *Architektura v informačním věku*. Praha : Zlatý řez 2006, s. 36.

mají globální dosah. Podobný dialog je konstruován i v případě dichotomie jednosálových a vícesálových kin. Odtud také pocit nostalgie, který je vždy spojen se ztrátou paměti či historicity,<sup>58)</sup> a je proto vnímám bolestně.

#### 4.4 Rok 2006: Smíření

Během roku 2006 vznikla tři nová multikina: v Praze, Pardubicích a Plzni. Deníkové články kontinuálně pokračovaly v prezentaci nových komplexů a často zdůrazňovaly jejich umístění v obchodních a zábavních centrech. Systematické byly také zmínky o premiérách českých filmů v multikinech a účasti celebrit: „Prvním snímkem [v roce 2001] bude volné pokračování filmů JAK DOSTAT TATÍNKA DO POLEPŠOVNY a JAK VYTRHNOUT VELRYBĚ STOLÍČKU od Marie Poledňákové s názvem JAK SE KROTÍ KROKODÝLI. Do kin by se měl dostat už 12. ledna. U nás film uvede herecká delegace,“ slibuje ředitel hradeckého CineStaru.<sup>59)</sup> Multikina tedy zjevně přebrala úlohu zaniklých regionálních premiérových kin, avšak tisk se o tom explicitně nezmiňoval. Zdá se, že to souvisí s obecným vymizením kritického tónu vůči multikinům. Sice se nadále objevovaly nostalgické komentáře: „Myslím, že nám [multikina] odčerpala několik tisíc návštěvníků, své udělaly i DVD přehrávače,“ posteskla si vedoucí vyškovského kina.<sup>60)</sup> Jak nicméně vyplývá z předchozího výroku, ze zániku tradičních sálů nejsou viněna jen multikina. Vliv multikin na tradiční sály prezentují jako omezený také jejich provozovatelé, jak dokládá rozhovor s ředitelem společnosti CineStar Janem Bradáčem:

Ohrožení [tradičních sálů] je slovo, kterému bych se chtěl bránit. Naším motivem pro vstup do Liberce je jednoznačně nevyužitý potenciál diváků, kteří by zde do kina mohli chodit, ale z různých důvodů se tak neděje. Provoz stávajících kin jistě ovlivníme, stalo se tak všude, kam jsme vstoupili. Každý provozovatel se s tím nějak vyrovnal – kino buď předělalo svou dramaturgii, nebo i jinak změnilo strategii, jak naplnit svůj program.<sup>61)</sup>

Zavírání malých kin sice o tak pozitivním vývoji pro malá kina nesvědčí, příčina však není připisována výhradně multikinům: „Přestože mnozí přičítají postupné zavírání kinosálů na jihu Moravy především dvěma brněnským multikinům, mnohé kinosály pohasly dávno předtím, než tyto giganty vtrhly na kulturní scénu.“<sup>62)</sup> Z hodnocení proměny kin se obecně začal vytrácet nostalgický tón a nahradila ho racionální argumentace. Zatímco v roce 2001 byla multikina kritizována v souvislosti s likvidací malých sálů, v roce 2006 se objevovaly kritiky vedené proti multikinům bez souvislosti se zánikem tradičních kin. *Liberecký den* například píše:

58) Jean Baudrillard, *The Illusion of the End*. Malden, MA – Cambridge : Polity 1994, s. 44.

59) Radek Šprinc, Multikino CineStar se chystá na mimořádný rok premiér. *Hradecké noviny* 15, 2006, č. 2 (3. 1.), s. 10.

60) Veronika Skálová, Nemají blízko multiplex, přesto bojují o přežití. *Mladá fronta Dnes (Jižní Morava)* 17, 2006, č. 201, (29. 8.), s. 3.

61) Jakub Hora, Multikino je o generaci dál, říká Bradáč. *Mladá fronta Dnes (Kraj Liberecký)* 17, 2006, č. 121, (25. 5.), s. 3.

62) V. Skálová, c. d.

V poslední době se začíná ukazovat, že ani multiplex není technicky dokonalý. „Stačí sedět v prvních řadách a ukroutit si hlavu. Titulky vedou od stěně ke stěně, číst se to prostě nedá. Navíc dochází k rozostření obrazu,“ líčí liberecký filmový nadšenec Tomáš Píka, který má s pražskými multiplexy bohaté zkušenosti.<sup>63)</sup>

Perspektiva, která původně vítala multikina jako technologickou inovaci, se v roce 2006 dožadovala dalších změn. Aby byl objekt stále atraktivní, musí inovace kontinuálně pokračovat, musí být, slovy Petruska, permanentní. Tuto tendenci potvrzuje výše popsany vývoj provozování kin na Západě, kde se multikina, aby si udržela návštěvnost, musela v polovině devadesátých let proměnit v obrovská a technologicky vyspělejší zábavní centra.<sup>64)</sup> Zpráva o stavu kinematografie 2005 ukazuje, že tlak na inovace není způsobován jen ze strany technofilně orientovaného publika, ale i nutností udržet krok s rychlým tempem pokroku:

Rychlý, až překotný vývoj digitálních technologií začíná výrazně zasahovat též do oblasti kinematografie. Zároveň ztěžuje jakoukoli dlouhodobější prognózu a nutí provozovatele kin ve stále kratších intervalech modernizovat technické vybavení.<sup>65)</sup>

Největší lákadlo multikin – technologická vyspělost – tak představuje pro jejich provozovatele zároveň i nebezpečí, že budou muset do inovací investovat permanentně. Přes hojně proklamovanou úspěšnost multikin se v denním tisku skutečně začal projevovat pokles návštěvnosti: „Ani CineStaru se však nepodařilo zastavit úbytek diváků, jejichž počet vloni v Česku klesl o třiatdvacet procent.“<sup>66)</sup> Jako důvod poklesu byl nicméně identifikován nedostatečný počet blockbustrových filmů v roce 2005:

Karta se však citelně začala obracet v prosinci, kdy si přes předvánoční shon našlo cestu do kina 2000 lidí denně. Důvod byl jediný – HARRY POTTER A OHNIVÝ POHÁR. Později se k brýlatému kouzelníkovi přidala legendární přerostlá opice KING KONG a u pokladen se začaly tvořit dlouhé fronty.<sup>67)</sup>

Obecně lze říci, že články z roku 2006 oproti předchozímu analyzovanému období vypovídají o tom, že se společnost s proměnou kin smířila, a nostalgie po tradičních sálech se z denního tisku ve velké míře vytratila. Multikina přestávala být konstruována jako po technologické stránce atraktivní prostředí, a zároveň s touto proměnou mírně ztrácela své diváky.

## 5. Konstruování diváckých aktivit v multikinech

Autoři textů zdůrazňují, že multikina navštěvují převážně mladší diváci. „Jádro filmových diváků tvoří dospívající mládež. Její většina podvědomě vyhledává pobyt mezi

63) Jan V r a b e c, Multikino asi potopí Lípu. *Liberecký den* 9, 2006, č. 49. (27. 2.), s. 14.

64) Acland ovšem příznčně soudí, že rozsah této proměny nebyl ve skutečnosti tak dramatický, jako ho prezentovali provozovatelé nových megaplexů a média. Viz C. R. A c l a n d, c. d., s. 109.

65) Viz Zpráva o české kinematografii 2005, s. 3.

66) R. Š p r i n c, c. d.

67) Tamtéž.

vrstevníky. Hledá tu srovnání, utváří si názory a žebříček životních hodnot.<sup>68)</sup> Starší lidé vystupují spíše jako ti, pro které nový druh kin není určen. „Zatímco mladší generace se v novém prostoru orientovala bez problémů, ti starší se cítili občas bezradní.“<sup>69)</sup> Rétorika denního tisku tak starší lidi z multikin vytlačuje a vytváří prostor zejména pro mládež a rodiny s dětmi. Starší diváci se zároveň objevují v roli kritiků: „Já jsem zastánkyně těch klasických starých kin. Má to svoji atmosféru. Ta nová kina mi připadají moc umělá,“ řekla včera před kinem starší žena.<sup>70)</sup> Otevření plzeňského multikina bylo sice podle deníků úspěšné, ale setkal se s nespokojeností starších návštěvníků se zaměstnanci kina: „Jsem trochu zklamaná, protože až třetí zaměstnanec, kterého jsem se zeptala, mi dokázal poradit, kam na toaletu. Také mi tu chybí šatna,“ podělila se o své první dojmy důchodkyně Ema Krásenská. „Nelíbí se mi jednání personálu. Když jsem si chtěl před začátkem představení koupit kávu, tak mi jedna ze zaměstnankyň odsekla, že si mám uvědomit, že jsem v multikině a tady se podávají pouze studené nápoje,“ doplnil ženu další ze starších návštěvníků kina.<sup>71)</sup>

Výrazně negativní vnímání multikin ze strany starších osob potvrzují i autoři knihy *The Place of the Audience*. Tvrdí, že když se v britském Nottinghamu objevilo multikino Showcase, starší lidé projevovaly vůči němu „extrémní nepřátelství“.<sup>72)</sup>

Především v souvislosti s mladším publikem se často objevují zmínky o „sedačkách pro zamilované“: „Teenageři či zamilované dvojice ocení vychytávku, jíž jsou dvousedadla bez prostřední opěrky,“ vyjmenovává výhody „svého“ stánku ředitel multikina Petr Provazník.<sup>73)</sup> Tato sedadla fungují jako reklama, která má teenagery a zamilované dvojice nalákat. Provazník tomu ostatně přizpůsobil i svůj jazyk, když použil příznakové slovo „vychytávka“. Mladí lidé často postrádají prostor pro intimní schůzky a multikina jim v tomto ohledu vycházejí vstříc. Nejen že se zde mohou pohodlně věnovat partnerovi, ale dokonce jsou k tomu přímo vyzváni. Konzervativnější návštěvníci (např. starší lidé) se nad tím nemusí pohoršovat, protože sedačky pro zamilované jsou umístěny do vyhrazeného prostoru. Zároveň se nad tím však ani pohoršovat nemohou, protože multikina intimní aktivity institucionalizují.

Dalším aspektem, kterým tisk odlišuje stará a nová kina, je možnost občerstvovat se během představení. Propojování různých druhů konzumpce, o němž píše Friedbergová, je tak denním tiskem explicitně zdůrazňována: „Dávno pryč jsou tedy doby, kdy zakaboněné uvaděčky ‚šajnovaly‘ baterkou a v zhasnutém sále se snažily vypátrat centrum nadměrného šustění obalů od karamel.“<sup>74)</sup> Občerstvení totiž denní tisk prezentuje jako

68) V. Straňák, c. d.

69) Iva Hosmanová – Veronika Němcová, Multikino má pihy na kráse. *Mladá fronta Dnes (Kraj Plzeňský)* 17, 2006, č. 35 (10. 2.), s. 1.

70) pan – zln, Multikino se otevře za tři týdny, obchody už v pátek. *Mladá fronta Dnes (Kraj Plzeňský)* 12, 2006, č. 263 (11. 11.), s. 1.

71) Iva Hosmanová, Multikino přivítalo první návštěvníky. *Mladá fronta Dnes (Kraj Karlovarský)* 17, 2006, č. 35 (10. 2.), s. 2.

72) M. Jancovich – L. Faire – S. Stubbings, c. d., s. 171.

73) Leoš Kučera, Multikino přichází na východ Čech. Přežijí malé sály? *Mladá fronta Dnes (Kraj Pardubický)* 12, 2001, č. 251 (27. 10.), s. 4.

74) Tamtéž.

aktivitu přímo související s návštěvou multikina: „Nedílnou součástí nabídky bude také občerstvení, které si návštěvníci mohou zakoupit přímo v prostorách kina.“<sup>75)</sup> Pojmy jako „nedílná součást“ zdůrazňují, že jíst a pít bude v kině přirozené a žádoucí, bez konzumace je zážitek horší. Dále se klade důraz na to, že prodej nevychází z iniciativy kina, ale z požadavků diváka: „Jak dodává [výkonný ředitel společnosti CineStar Jan Bradáč], někteří diváci mlsání při filmu doslova vyžadují.“<sup>76)</sup> Nejen, že ho vyžadují, ale jsou ochotni si za možnost konzumace připlatit: „Technické vymoženosti multikina, americké trháky, nezbytný popcorn a cola představují komfort, za který neváhají lidé platit daleko více než v normálních kinosálech.“<sup>77)</sup> Tímto způsobem se mimo jiné legitimizuje výrazná předraženost popcornu a coly v multikinech oproti jejich ceně v hypermarketech. Divák, který by se zdráhal platit vysokou částku, by byl v tomto kontextu chápán jako ochuzující se o „komfort“ a bojující proti něčemu, co je „nezbytné“.

Nastíněná konstrukce filmového diváctví formuje touhy a očekávání návštěvníků. Nezbytnost popcornu a coly nemusí vycházet z přirozených lidských potřeb, mnozí návštěvníci by se možná stejně dobře vyrovnali s „chipsy a kofolou“ či by dali přednost „klobáse a pivu“. Jsou však vedeni k tomu, aby preferovali specifické produkty, a přesvědčování, že je sami požadují. Jako reklama na výše naznačenou praxi filmového diváctví slouží i samotné filmy: „Zatím se nám tady líbí. Děti se těší hlavně na popcorn a colu, jak to znají z filmů.“<sup>78)</sup> Touha po popcornu a cole se tedy zakládá na způsobu, jakým je filmové diváctví společensky konstruováno.

## 6. Konstruování prostoru multikin

Deníky systematicky charakterizují jednotlivá multikina pomocí čísel: „Ta [manažerka plzeňského multikina] odhaduje, že první víkend navštíví kino až 3 000 lidí. V týdnu by to pak mělo být až 800 denně. Objekt má osm sálů a v nich 1 514 míst. Vstupenka pro dospělé bude stát 99 nebo 129 korun podle časového pásma.“<sup>79)</sup> Tato tendence může být v mediálním kontextu obecně platná, kvantifikace jsou pravděpodobně uváděny v souvislosti s celou řadou dalších témat a zřejmě tomu tak bylo i v minulosti. Pro nás je nicméně důležité, že denní tisk v rámci této tendence vnáší kvantifikace do diskursu o kinech a konstruuje kvantifikovatelné údaje, jako nejběžnější charakteristiku multikin.

Prezentace nových multikin nic neříkají například o jejich specifičnosti vzhledem k ostatním multikinům, o historii místa, kde byla nebo budou postavena, o jejich architektonickém řešení apod. Svým specifickým technickým vybavením bylo jako výjimečné charakterizováno plzeňské kino: „má i jednu novinku, kterou jinde v republice nenajdete – zakřivenou promítací plochu o velikosti 160 čtverečních metrů. Návštěvníci ji najdou

75) hos, čtk, První multikino slibuje komfort. *Mladá fronta Dnes (Kraj Plzeňský)* 17, 2006, č. 17 (20. 1.), s. 2.

76) Leoš Kučera, c. d.

77) Luboš Mareček, Multiplex hýbe osudy tradičních sálů. *Mladá fronta Dnes (Jižní Morava)* 12, 2001, č. 200 (28. 8.), s. 3.

78) I. Hosmanová – V. Němcová, c. d.

79) Jiří Kokoška, Nové multikino dnes otevře film Casanova. *Plzeňský deník* 15, 2006, č. 33 (8. 2.), s. 7.

v sále číslo osm.<sup>80)</sup> Tuto drobnou variabilitu v technickém vybavení příznačně vymezují hned dva číselné údaje. Další výjimky tvoří multikina v pražském Slovanském domě, Liberci a Ústí nad Labem, kde stavitelé měli nebo mají za úkol zrekonstruovat budovu či zlikvidovat prostor, s nímž si město údajně neví rady.

V souvislosti s ústeckým multikinem bylo například napsáno: „Nizozemská firma [která má multikino postavit] se zavázala, že do října 2006 zbourá objekt takzvané Nové tržnice, který podle ústeckých radní hyzdí pohled na věž kostela.“<sup>81)</sup> V Liberci byl podobný problém:

Přes třicet let přemýšlí liberečtí architekti, co s prázdnými pozemky na Šaldově náměstí. Plány se po dlouhé době podstatně přiblížily uskutečnění. Izraelská firma Plaza Centers tu chce postavit obří centrum s obchody, restauracemi, kanceláři, byty či multikinem či podzemním parkovištěm.<sup>82)</sup>

Vztah multikina ke konkrétnímu prostoru se zde stává důležitým tématem, protože představuje řešení problému, na nějž by se jinak obtížně sháněly finance. V tomto smyslu referují citované články primárně o otázce, co dělat s problematickým prostorem, a až sekundárně o multikinu.<sup>83)</sup> Za zmínku stojí i fakt, že regionální tisk v těchto případech zdůrazňuje zahraniční zázemí provozovatelů těchto kin. I zde se tak nakonec prohlubuje dojem multikina jako čehosi importovaného a globálního.

Co se týká interiérů kin (pokud pomineme „sedačky pro zamilované“, o kterých již byla řeč), z celého korpusu dat toto téma zpracovávají pouze čtyři články. Všechny se týkají multikina v Hradci Králové a víceméně shodně tvrdily, že „místo studeného mramoru prokládaného zlatem jsou [v hradeckém multikině] všudypřítomné nenásilné, ale zářivé barvy. Už pohled na puntíkový koberec návštěvníky přivede na myšlenky pohodlí a komfortu domova.“<sup>84)</sup> V tomto smyslu jde o ojedinělou snahu připsat globálně reprodukovatému multikinu výrazné lokální vlastnosti. Tato snaha ale staví na snadno zpochybnitelných informacích: „zářivé barvy“ a „puntíkový koberec“ jsou přinejmenším na počátku roku 2007 typické znaky českých multikin. Provozovatelé se však snažili z multikina strhnout aureolu neoriginálního a odosobněného prostoru, dodat mu určitou originalitu a malebnost. Všechny zmíněné články vyšly v období od 17. do 27. října 2001 a ve všech jsou citováni ředitel multikina Petr Provazník a mluvčí společnosti CineStar Pavlína Fechterová. Lze se proto domnívat, že prezentovaly interiér multikina na podkladě informací z jedné tiskové zprávy či konference.

80) I. Hosmanová – V. Němcová, c. d.

81) ČTK, První multikino v Ústí se začne budovat už za rok. *Mladá fronta Dnes (Severní Čechy)* 17, 2006, č. 44 (21. 2.), s. 4.

82) js, Šaldovo náměstí: obchody, multikino i byty. *Mladá fronta Dnes (Kraj Liberecký)* 17, 2006, č. 57 (8. 3.), s. 1.

83) Další výjimku tvoří tzv. Velký Špalíček v Brně – nákupní centrum s multikinem. Tato disproporční „postmoderní“ krabice vyvolala řadu protestů a polemik, včetně protestu Václava Havla. I když v tomto případě nejde o řešení lokálního problému výstavbou multikina, jde o specifický případ v tom smyslu, že zde multikino naopak problém vyvolalo.

84) Multikino nabídne osm sálů. *Hradecké noviny* 10, 2001, č. 248 (24. 10.), s. 7.

Shrňeme-li tedy, co bylo v předchozích odstavcích řečeno, multikina jsou konstruována bez ohledu na jejich lokální kontext. Pakliže články zdůrazňují jejich lokální charakter, pak pouze v těch případech, kdy stavba multikina řeší místní problém. Výjimku tvoří otevření kina v Hradci Králové, jehož provozovatelé se pokoušeli nálepce multikina jako neoriginálního a odosobněného prostoru vzepřít. Zdůraznili naopak specifčnost a malebnost tohoto zařízení. Na základě porovnání s ostatními multikiny lze však úspěšně namítat, že se ani to hradecké nijak podstatně neodlišuje.

## 7. Závěr

V prezentované studii jsme se zaměřili na to, jak se od roku 1996 konstruovala v českém denním tisku kulturní zkušenost multikina na pozadí tradiční formy jednosálových kin. Ukázalo se, že vztah jednosálových a vícesálových kin, uchopovaný tiskem jako dichotomie, nebyl v průběhu zkoumaného období prezentován konzistentně, ale naopak se v reflexi deníků značně proměňoval. Roli multikin byly přisuzovány různé významy, stejné aspekty byly v různých obdobích hodnoceny různě. Jako stabilní se nicméně jeví orientace multikin na mladší návštěvníky, spojování diváckého zážitku se specifickým druhem občerstvení a převažující absence lokálních vazeb těchto objektů.

Vrátíme-li se ke sloům Michèle Lagnyové, můžeme nyní zodpovědět otázku, jaké tlaky vytvářejí české deníky na návštěvníky kin. V roce 1996 denní tisk informoval o tom, že kina trpí malou návštěvností a multikina prezentoval jako možnou záchranu. V roce 2001 pak nabízel divákům identifikaci s tradičními sály prostřednictvím nostalgie, nebo naopak identifikaci s multikiny prostřednictvím technofilie. V roce 2006 obě tyto perspektivy částečně zpochybňoval. V kontextu denního tisku jsou přitom z multikin konzistentně vylučováni starší diváci. Konzumace popcornu a coly je systematicky konstruována jako neoddelitelná od veřejného filmového představení, a stává se tak charakteristickým sebereferečním znakem filmového diváctví. Deníky (a jak se ukázalo i filmy samotné) tento znak zároveň reflektují a reprodukují, a fungují v tomto smyslu jako reklama na daný druh zkušenosti.

Zatímco u malých kin média zdůrazňují kvalitu promítaných snímků, v případě multikin zdůrazňují kvalitu samotného kina. Potěcha vychází z návštěvy prostředí. Multikino se snaží svého diváka udivit, proto také zdůrazňování počtu sálů, velikosti pláten či možnosti nepřeborného výběru. Potěchu divák cítí z návštěvy prostředí, které zná z filmů a novin. Multikina jsou prezentována jako místa, kam přichází nerozhodnutý divák, aby si vybral vhodný film, malá kina pak jako místa, do kterých chodí již rozhodnutí diváci.

Atraktivita multikin založená v jednotlivých článcích především na zdůrazňování technologické vyspělosti (při současném ignorování lokálních vazeb a individuálních charakteristik jednotlivých objektů) může od provozovatelů v budoucnu vyžadovat další finanční investice do technologických inovací, aby naplnili touhu po permanentní inovaci, a zabránili tak poklesu návštěvnosti, který signalizují údaje o tržbách z let 2004 a 2005.

## ILUMINACE

Jan Hanzlík – Karel Čada: Technické vymoženosti, americké trháky a nezbytný popcorn

---

### **Mgr. Jan Hanzlík** (1979)

Absolvoval anglickou filologii a filmovou vědu na FF UP. V současnosti je doktorandem na Katedře divadelních, filmových a mediálních studií tamtéž. Věnuje se sociologii filmu.

(Adresa: HanzlíkJan@seznam.cz)

### **Mgr. Karel Čada** (1979)

Pracuje jako novinář a sociolog. Absolvoval zaměření biografická sociologie na FSV UK. Zabývá se kvalitativním výzkumem.

(Adresa: kcada@centrum.cz)

### **Citované filmy:**

*Harry Potter a Ohnivý pohár* (Harry Potter and the Goblet of Fire; Mike Newell, 2005), *Jak dostat tatínka do polepšovny* (Marie Poledňáková, 1978), *Jak se krotí krokodýli* (Marie Poledňáková, 2006), *Jak vytrhnout velrybě stoličku* (Marie Poledňáková, 1977), *King Kong* (Peter Jackson, 2005), *Kolja* (Jan Svěrák, 1996), *UŽ* (Zdeněk Tyc, 1995).

## SUMMARY

TECHNOLOGICAL DEVELOPMENTS,  
AMERICAN BLOCKBUSTERS  
AND THE INDISPENSABLE POPCORN*The Construction of the Multiplex Cultural Experience  
in the Czech Daily Press*

Jan Hanzlík – Karel Čáda

The article discusses the construction in the Czech daily newspapers of the cultural experience associated with multi-screen cinemas in the years 1996, 1997, 2001 and 2006. It starts with the premise that there is no clearly defined dichotomy between traditional cinemas and the new forms of cinemas but, rather, that the significance of both is shaped to a certain extent in the context of a wider film discourse in a general framework of social interaction.

The relationship between traditional cinemas and multiplexes was not portrayed consistently during the period under study. Varying significance was attributed to the role of the multiplex, with the same aspects being evaluated in different ways at different periods. In 1996, the arrival of the multiplex was construed as the salvation of the declining cinema business. In 2001, the press began giving voice to nostalgia for traditional single-screen cinemas, blaming their decline on multiplexes. At the same time however, enthusiasm for the technological maturity of film projection in multiplexes appeared. In 2006, the analysis of the status of cinemas was more rational and less nostalgic in tone, and one also read criticism of the technology in multiplexes, which seems to be associated with a desire for permanent innovation that is typical of today's society. Despite the much-proclaimed high audience rates of the multiplexes, 2005 saw a striking decrease in numbers of filmgoers, a phenomenon that the articles associated with a shortage of blockbusters in the period in question.

The orientation of multiplex cinemas towards younger viewers remained stable, as did a decided tendency to discourage older people from patronizing the multiplexes, which was linked with a viewer experience associated with specific types of refreshments, popcorn and cola, and for the most part an absence of local ties on the part of those theatres. For the most part, the daily press tends to characterize multiplexes in terms of numerical data, such as the numbers of seats, size of the screen, etc. Their local ties are emphasized only if the construction of a multiplex is resolving – or creating – some type of local problem that is not cinema-related.

Translated by Alison Borrowman