

UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE
FAKULTA SOCIÁLNÍCH VĚD
Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Tereza Radváková

**Vliv mediálního partnerství
na obsah filmové recenze**

Diplomová práce

Praha 2013

Autor práce: **Tereza Radváková**

Vedoucí práce: **Doc. PhDr. Michal Šobr, CSc.**

Oponent práce:

Datum obhajoby: 2013

Hodnocení:

Bibliografický záznam

RADVÁKOVÁ, Tereza. *Vliv mediálního partnerství na obsah filmové recenze*. Praha, 2013. 113 s. Diplomová práce (Mgr.) Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí diplomové práce Doc. PhDr. Michal Šobr, CSc.

Abstrakt

Diplomová práce *Vliv mediálního partnerství na obsah filmové recenze* zkoumá, do jaké míry mohou obsahy filmových recenzí v českém tisku souviset s praxí mediálního partnerství. První část založená na rešerších nejprve stručně popisuje vývoj kulturní publicistiky zaměřené na kinematografii v českém prostředí a věnuje se danému žánru po teoretické stránce. Dále potom na základě krátkého dotazníkového šetření rozebírá přístup píšících recenzentů a zamýšlí se nad hranicemi subjektivity publicisty i nad etickými normami, jimž se česká tištěná média řídí. Druhá část vychází z vlastního výzkumu. Autorka si zvolila dva celostátní deníky a dva celostátní týdeníky, u kterých provedla obsahovou analýzu recenzí filmů, jež byly danými periodika zároveň mediálně zaštitěny. Přístup mediálního partnera potom porovnávala s prvoplánově nezajímavými periodiky, a to s tištěnými i s elektronickými. Analýza prováděná v letech 2007 až 2010 umožnila komparaci přístupu nejen mezi jednotlivými médii či konkrétními recenzenty, ale také meziroční srovnání.

Abstract

The diploma thesis *Impact of Media Partnership on the Content of Film Reviews* explores the relation between the content of film reviews in Czech press and media partnership. The first part, which is based on researches, briefly describes the development of the cultural journalism oriented on the cinematography in the Czech setting and analyses the issues theoretically. Then the diploma thesis examines the approach of Czech professional journalists and considers the limits of personal

subjectivity of respective journalists and the ethics of Czech press. In the second part, which focuses on the analysis, the author chose two national journals and two national weekly magazines and analyzed the reviews of films, which were in media partnership with the journals or weekly magazines. She compared the attitude of media partners with others journals – either press or electronic. The analysis covers the period from 2007 to 2010 and allows not only comparison between the journalists or the media, but also between the selected years.

Klíčová slova

recenze, kritika, kinematografie, mediální partnerství, ovlivňování, tištěná média, etika

Keywords

Review, Criticism, Cinematography, Media Partnership, Influence, Printed Media, Ethics

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 5. ledna 2013

Tereza Radváková

Poděkování

Na tomto místě bych ráda poděkovala především panu docentu Šobrovi za vstřícnost a cenné rady. Dále potom děkuji všem pedagogům Institutu komunikačních studií a žurnalistiky, s nimiž jsem se měla možnost setkávat během studia, svojí rodině a kolegům, kteří mi ochotně pomohli se ve zkoumané problematice zorientovat.

Institut komunikačních studií a žurnalistiky UK FSV	
Teze MAGISTERSKÉ diplomové práce	
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:	
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Tereza Radváková	Razítko podatelny:
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2010	
E-mail diplomantky/diplomanta: tereza.radvakova@seznam.cz	
Studijní obor/typ studia: Mediální studia/kombinovaná	
Předpokládaný název práce v češtině: Viv mediálního partnerství na obsah filmové recenze	
Předpokládaný název práce v angličtině: Impact of Media Partnership on the Content of Film Reviews	
Předpokládaný termín dokončení (semestr, školní rok – vzor: <i>ZS 2012</i>) (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve</u> po dvou semestrech od schválení tezí, tedy teze schválené v LS 2010/2011 umožňují obhajovat práci nejdříve v LS 2011/2012): LS 2012	

Charakteristika tématu a jeho dosavadní zpracování (max. 1800 znaků):

Diplomová práce se bude zabývat analýzou vlivu mediálního partnerství na recenzi díla. Porovná přístupy současných českých celostátních deníků k mediálnímu partnerství s cílem zjistit, zda lze u periodik, která se stala mediálními partnery, pozorovat komerční vlivy na obsah textů, a tudíž porušování etických norem. Na základě komparace hodnocení těchto filmů v tzv. nezáujatých tiskovinách a na stránkách mediálních partnerů bude možné sledovat nejen celkovou situaci, ale i prozkoumat přístup jednotlivých periodik.

Diplomová práce naváže na bakalářskou práci Filmová recenze a mediální partnerství, dále rozšíří výzkum dané problematiky. Posoudí, zda se předpokládaná zaujatost mediálních partnerů týká titulů jako celku, nebo jenom konkrétních recenzentů/kritiků. Výsledky analýzy budou navíc vypovídat o tendencích recenzentů/kritiků i periodik obecně při počátečním výběru partnerského filmu. V závěru by tak mělo zřetelně vyplynout, jakým způsobem zasahuje do současné filmové publicistiky komerční aspekt.

Za tímto účelem je proto nutné obsáhnout několikrát větší množství dat, než se stalo v rámci bakalářské práce. Zpracujeme-li materiál v období leden 2007 – prosinec 2010, vyplyne jasně průměrné hodnocení konkrétních filmů a především potom odchylky, kterými se bude zabývat následná analýza. Výrazné rozšíření zkoumaného materiálu také umožní, abychom jako hlavní výzkumnou metodu použili kvantitativní analýzu. Tato metoda nám prostřednictvím zpracování dat do podoby tabulky a následně grafu pomůže stanovit odchylky od stanoveného průměru, a tím pádem i vysledovat rysy případné zaujatosti. V druhé fázi výzkumu potom využijeme metodu kvalitativní analýzy, v rámci níž popíšeme a porovnáme tyto odchylky a budeme se ptát po jejich příčinách a důsledcích. Výsledkem by tak mělo být zjištění, u jakých filmů a v jakých tištěných periodikách či u kterých konkrétních recenzentů/kritiků došlo k pravděpodobnému vlivu mediálního partnerství na obsah recenzí a co z toho lze obecně usuzovat o celkové situaci v rámci této problematiky.

Předpokládaný cíl práce, případně formulace problému, výzkumné otázky nebo hypotézy (max. 1800 znaků):

V České republice je běžnou praxí, že filmovou produkci mediálně zastřešují celostátní periodika, čímž může docházet ke střetu zájmu čtenáře-diváka a producentů filmu. Obsah recenzí uveřejněných na stránkách mediálního partnera totiž může být ovlivněn reklamním záměrem. Cílem práce je zjistit, zda se jsou partnerská periodika v rámci textů filmových recenzí zaujatá a zda se tato případná zaujatost týká titulů jako celku, nebo jenom konkrétních recenzentů/kritiků. Předběžné výsledky dané bakalářskou prací ukázaly, že česká periodika zapojená v programu mediálního partnerství vykazují vůči partnerským filmům více či méně tendenční přístup. Předpokládáme proto, že mediální partnerství ovlivňuje postoj periodika vůči snímku. Zároveň také předpokládáme, že se tato zaujatost bude týkat periodika jako celku a nikoli konkrétních recenzentů/kritiků a že se může projevit i v počáteční volbě filmů, které periodikum mediálně zaštití. Přihlédneme-li k faktu, že filmová publicistika patří k nejčtenějším částem kulturních rubrik a že řada čtenářů považuje hodnocení recenzenta za určující, považujeme tuto možnou provázanost žurnalistiky a marketingu za závažné porušení etických principů.

Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu):

Úvod

(představení tématu a cílů práce, nástin použitých postupů a rozbor studovaných materiálů)

1. Teoretická část

(vychází z rešerše v odborné literatuře)

Filmová recenze a kritika v kontextu kulturní publicistiky

(charakteristika kulturní publicistiky, charakteristika žánru filmové recenze a kritiky, interpretační možnosti psaní o filmu)

Stručný přehled vývoje české filmové publicistiky

(vývoj sledovaných oblastí kulturní publicistiky v českých tištěných médiích z historického pohledu, proměny české filmové publicistiky ve společensko-politickém kontextu)

Osoba recenzenta/kritika

(hodnotící kritéria recenzentů/kritiků, možné přístupy k profesi, hranice subjektivity autora recenze/kritiky)

Kultura versus showbyznys v kulturních rubrikách

(bulvarizace tisku, PR a self-promotion, tzv. umělé zprávy a jejich vliv na čtenáře, kulturní průmysl)

Mediální partnerství

(charakteristika a vymezení úlohy mediálního partnera obecně, běžná praxe mediálního partnerství v současném českém tisku obecně a ve vztahu ke kinematografii, možné sporné projevy mediálního partnerství, výběr snímků pro účely mediální záštity a předpojatost)

Etické normy žurnalistiky

(profesní kodexy v rámci analyzovaných periodik, vliv profesního kodexu na etické postoje novináře, střet zájmů)

2. Praktická část

(vychází z analýzy zvoleného materiálu)

Stručná charakteristika vybraných periodik

(Zařazení zvolených titulů v české mediální krajině, nástin zaměření a obsahu listu, náklad a čtenost listu, internetové mutace, charakteristika kulturních rubrik vybraných periodik)

Přehled analyzovaného materiálu

(přehled mediálního partnerství zvolených periodik v letech 2007, 2008, 2009 a 2010)

Obsahová analýza recenzí

(obsah recenzí zvolených filmů na stránkách mediálních partnerů a mimo ně v letech 2007, 2008, 2009 a 2010, v případě každého filmu zahrnutého do programu mediálního partnerství dojde ke komparaci zobrazení na stránkách mediálního partnera a na stránkách nezainteresovaných periodik)

Porovnání přístupu na základě výsledků analýzy

(jak se liší přístup analyzovaných mediálních partnerů, jak si stojí jednotlivá periodika poskytující mediální partnerství i jednotliví recenzenti/kritici ve vztahu k sobě navzájem – kapitolu doplní grafická zpracování zjištěných údajů)

Shrnutí

(vyhodnocení výsledků, zjištěné etické konflikty a projevy vnějších vlivů na novináře v obsahu recenze, objektivita, zaujatost a případné porušování etických norem u jednotlivých mediálních partnerů)

Závěr

(porovnání praktických výsledků s teorií a původními cíli, konečný stav analyzované problematiky ve vztahu k zvolenému materiálu)

Résumé

(v českém a anglickém jazyce)

Bibliografie

Přílohy

Vymezení podkladového materiálu (např. tituly a období, za které budou analyzovány):

Lidové noviny (1. 1. 2007 – 31. 12. 2010)

Mladá fronta Dnes (1. 1. 2007 – 31. 12. 2010)

Právo (1. 1. 2007 – 31. 12. 2010)

Respekt (1. 1. 2007 – 31. 12. 2010)

Týden (1. 1. 2007 – 31. 12. 2010)

Metody (techniky) zpracování materiálu:

Kvantitativní analýza a kvalitativní srovnávací analýza

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a metodě jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

BENDOVÁ, Helena. *Omyly kritiky*. In Cinepur, 2004, roč. 13, č. 31, s. 32-34.

Studie se zabývá přístupy současné české filmové kritiky. Pokouší se vysvětlit, jakým vývojem žánr vychází a jak se na něm podepsala komercializace odvětví. Autorka se zaměřuje především na prohršky autorů recenzí a kritik a vymezuje nutné hranice jejich subjektivity.

BENJAMIN, Walter. *Umělecké dílo ve věku své technické reprodukovatelnosti*. In: *Dílo a jeho zdroj*. Praha: Odeon, 1979.

Autor vychází zejména z média fotografie, filmu a hudebních nosičů. Na těchto příkladech představuje koncept „aury“ jakožto modu neopakovatelné existence. Jeho úvaha se promítá do celkového pojetí interpretace umění v postmoderní době.

BORDWELL, David. *Making Meaning: Interference and Rhetoric in the Interpretation of Cinema*. Harvard, 1991.

Kniha dnes zřejmě nejznámějšího filmového teoretika sleduje filmovou tvorbu v několika rovinách - od proměn stylu a zkoumání způsobu, jímž film působí na diváka, k utváření a rozvíjení samotného filmového sdělení. Shrnuje dosavadní interpretační procesy v rámci filmové publicistiky.

BORDWELL, David; THOMPSONOVÁ, Kristin. *Dějiny filmu: přehled světové kinematografie*. Praha, AMU 2007.

Autoři sledují filmovou tvorbu v několika rovinách současně. Zasvěcují čtenáře do proměn zkoumání způsobu, jímž film působí na diváka, do stěžejních žánrů a proměn narativních struktur i do osudů velkých studií a ekonomických předpokladů jejich fungování.

CASETTI, Frederico. *Theories of Cinema*. Austin, 1999.

Kniha se zabývá způsoby vnímání filmového díla v minulosti i současnosti. Vede čtenáře k hlubšímu pochopení práce filmařů jak po stránce obsahové, tak technické. V návaznosti na to rozebírá interpretační možnosti kritiky.

CORRIGAN, Timothy. *A Short Guide To Writing About Film*. New York: Longman, 2001.

Autor ukazuje, jak spolu souvisí myšlení a psaní filmu a jakým způsobem lze filmové umění i mainstreamovou produkci v dnešní době interpretovat. Čtenáře v podstatě seznamuje s běžnými přístupy filmové teorie i publicistiky.

HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005.

Publikace se věnuje metodám kvalitativního výzkumu. Nabízí ucelený přehled využívaných přístupů včetně sběru dat, kódování, interpretace a vyhodnocení. Jednotlivé metody doplňuje četnými příklady.

JIRÁK, Jan. *Média a společnost : stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha: Portál, 2003.

Publikace rozebírá aspekty vlivu masových sdělovacích prostředků na společnost. Představuje dosavadní poznatky o mediální komunikaci coby interakci mezi veřejností, médii a společenskými souvislostmi. Média dnes vstupují do soukromí příjemců a ovlivňují jejich vnímání a postoje. Současně však subjektivita jedince určují chování masových sdělovacích prostředků.

KEEBLE, Richard. *Ethics for Journalists*. London: Routledge, Media Skillos, 2001.

Autor vymezuje základní etické konflikty, s kterými se novinář při své práci denně setkává. Na základě rozhovorů s předními světovými novináři představuje etická dilemata žurnalistiky.

KORDA, Jakub. *Populární filmové časopisy*. In Cinepur, 2004, roč.13, č.31, s. 39. Studie filmového teoretika Kordy se zaměřuje na produkci tiskovin, které se zabývají filmovou publicistikou. Popisuje, do jaké míry si tato periodika zachovávají odbornosti. Pokouší se rozebrat, jakým způsobem jsou dnešní publicisté poplatní všeobecnému vkusu a zda se nechávají ovlivnit komercializací a bulvarizací.

L'ETANG, Jacquie. *Public Relations: základní teorie, praxe, kritické přístupy*. Praha: Portál, 2009.

Komplexní přehled současných přístupů public relation. Autorka se věnuje nejen teorii, ale i konkrétním příkladům z praxe, na kterých ukazuje konfliktní situace.

McCOMBS, Maxwell – PROTESS, David. *Agenda Setting (Readings on Media, Public*

Opinion and Policymaking). New York: Routledge, 1991.

Publikace zasvěcuje čtenáře do praktik techniky zvané agenda setting, neboli nastolování agendy. Po úvodní charakteristice a uvedení do problematiky se věnuje základním principům agenda settingu v praxi, což doplňuje i příklady.

MONACO, James. *Jak číst film*. Praha: Albatros, 2004.

Kniha nastiňuje možnosti, jak lze interpretovat filmové dílo. Optikami teorie i praxe nahlíží na fenomén filmu, od počátků kinematografie až do dnešní doby, a to v širokém kontextu světa médií a audiovizuální kultury.

PTÁČEK, Luboš. *Panorama českého filmu*. Olomouc: Rubico, 2000.

Jedná se o komplexní přehled české filmové produkce, který zahrnuje i exkurz do české filmové publicistiky. V tomto kontextu se věnuje zejména specializovaným tiskovinám, na kterých ukazuje způsoby práce filmového recenzenta či spíše kritika.

REIFOVÁ, Irena. (ed.). *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004.

Publikace obsahuje definice základních pojmů masové komunikace. Je koncipována jako klasický slovník, hesla jsou řazena podle abecedy. K jednotlivým definicím však navíc nabízí širší dějinné a významové souvislosti včetně seznamu literatury, z níž konkrétní heslo vychází.

RUB-MOHL, Stephan, BAKIČOVÁ, Hana. *Žurnalistika*. Praha: Grada Publishing, 2005.

Kniha se věnuje úloze masových médií ve společnosti, pracovním nástrojům žurnalistiky (např. žánry, jazyk) a jejím postupům (jako je např. rešerše, výběr aj.). Rozebírá také vliv redakčního managementu a marketingu. Práci novináře uvádí do kontextu externí i interní regulace médií - obšírně se zabývá mediálním právem a etickými normami.

SCHULZ, Winfried et al., REIFOVÁ, Irena (ed.). *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum, 2005.

Publikace rozebírá problematiku vztahu médií a veřejné sféry. Vysvětluje způsoby kvantitativního rozboru sdělení masových médií a jejich vyhodnocování. Druhá část knihy potom přináší konkrétní výsledky takové analýzy.

SYNDIKÁT NOVINÁŘŮ ČESKÉ REPUBLIKY: *Etický kodex novináře*.

Prostředek interní regulace žurnalistiky platný pro profesní organizace českých novinářů Syndikát novinářů ČR. Jedná se o základní etické normy závazné pro publikující novináře.

Diplomové a disertační práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

VALJAREVIČOVÁ, Eva. Obsahová analýza kulturních rubrik v deníku Mladá fronta Dnes v důsledku společenských změn po roce 1989. Praha: Univerzita Karlova (Praha). Fakulta sociálních věd. Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky, 2007. 80 s. Diplomová práce. (konzultant: Köpplová, Barbara)

SLÁDEČEK, Peter. Hudební recenze - novinářský žánr nebo reklamní prostředek? Praha: Univerzita Karlova (Praha). Fakulta sociálních věd. Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky, 2004 79 s. + 14 s. přílohy. Diplomová práce. (konzultant: Šoltys, Otakar)

RADVÁKOVÁ, Tereza. Filmová recenze a mediální partnerství. Praha: Karlova univerzita, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky 2010. 69 s. Vedoucí bakalářské práce PhDr. Václav Moravec.

Datum / Podpis studenta/ky

.....

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na UK FSV vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.

.....

Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT **VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ** A VE **DVOU** VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNY UK FSV. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI **VYZVEDNOUT** V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A **NECHAT VEVÁZAT** DO OBOU KOPIÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE DOPORUČENÉ PEDAGOGEM/PEDAGOŽKOU BUDE VEDENÍ IKSŽ POUZE BRÁT NA VĚDOMÍ, TEZE PODÁVANÉ STUDENTEM/KOU SAMOSTATNĚ BUDE PROJEDNÁVAT.

Obsah

OBSAH.....	1
ÚVOD.....	13
I TEORETICKÁ ČÁST.....	16
1 STRUČNÝ PŘEHLED VÝVOJE ČESKÉ FILMOVÉ PUBLICISTIKY	16
1.1 <i>Vznik české filmové publicistiky</i>	16
1.2 <i>Meziválečná a poválečná česká filmová publicistika</i>	18
1.3 <i>Česká filmová publicistika po roce 1948</i>	18
1.4 <i>Česká filmová publicistika po roce 1989 a současný stav</i>	20
2 FILMOVÁ RECENZE V KONTEXTU KULTURNÍ PUBLICISTIKY	22
2.1 <i>Interpretace uměleckého díla</i>	22
2.2 <i>Filmová recenze a kritika jako žurnalistický útvar</i>	24
3 OTÁZKY AUTORA A AUTORSTVÍ.....	28
3.1 <i>Obsah a kritéria hodnocení</i>	28
3.2 <i>Hranice subjektivity</i>	30
3.3 <i>Přístup české novinářské veřejnosti</i>	32
3.3.1 <i>Postup recenzenta</i>	33
3.3.2 <i>Hodnotící kritéria</i>	34
3.3.3 <i>Ovlivňování recenzenta</i>	36
4 FILMOVÁ KRITIKA JAKO PROSTŘEDEK KULTURNÍHO MARKETINGU	38
4.1 <i>Kulturní marketing a jeho postupy</i>	38
4.2 <i>Mediální partnerství v českém prostředí</i>	41
4.3 <i>Projevy mediálního partnerství v tištěných médiích</i>	42
5 ETICKÉ HRANICE	44
5.1 <i>Etický kodex Syndikátu novinářů České republiky</i>	45
5.2 <i>Etické kodexy deníků</i>	46
5.3 <i>Etické kodexy týdeníků</i>	47
II PRAKTICKÁ ČÁST.....	48
1 METODIKA VÝZKUMU.....	48
1.1 <i>Předmět zkoumání a autorská hypotéza</i>	48
1.2 <i>Zpracování a vizualizace dat</i>	50
1.3 <i>Volba mediálních partnerů a referenčních titulů</i>	51
1.4 <i>Charakteristika zvolených titulů z hlediska kulturní publicistiky</i>	52
1.5 <i>Zasazení do české mediální krajiny</i>	56
2 VLASTNÍ ANALÝZA	58
2.1 <i>Mediální partnerství v roce 2007</i>	58
2.1.1 <i>Porovnání recenzí na stránkách mediálních partnerů a jiných periodik</i>	58
2.1.1.1 <i>Jedné noci v jednom městě</i>	58
2.1.1.2 <i>Marcela</i>	60
2.1.1.3 <i>Vratné lahve</i>	62
2.1.1.4 <i>Romíng</i>	64
2.1.1.5 <i>Medvídek</i>	66
2.1.1.6 <i>Václav</i>	68
2.1.2 <i>Shrnutí přístupu mediálních partnerů</i>	70
2.2 <i>Mediální partnerství v roce 2008</i>	72
2.3 <i>Mediální partnerství v roce 2009</i>	77
2.3.1 <i>Analýza recenzí na stránkách mediálních partnerů a jiných periodik</i>	77
2.3.1.1 <i>Libáš jako Bůh</i>	77
2.3.1.2 <i>Normal</i>	79
2.3.1.3 <i>Dobře placená procházka</i>	80
2.3.1.4 <i>Veni, vidi, vici</i>	82
2.3.1.5 <i>Klíček</i>	84
2.3.1.6 <i>Hodinu nevíš</i>	85
2.3.1.7 <i>Ulovit miliardáře</i>	86
2.3.1.8 <i>2Bobule</i>	88
2.3.1.9 <i>Tři sezóny v pekle</i>	89

3.2.10 Kawasakiho růže	90
2.3.2 Shrnutí přístupu mediálních partnerů.....	92
2.4 Mediální partnerství v roce 2010.....	94
2.4.1 Analýza recenzí na stránkách mediálních partnerů a jiných periodik.....	94
2.4.1.1 Pouta.....	94
2.4.1.2 Katka.....	96
2.4.1.3 Mamas & Papas.....	97
2.4.1.4 Český mír.....	98
2.4.1.5 Kuky se vrací.....	100
2.4.1.6 Nebe, peklo.....	101
2.4.1.7 Román pro muže.....	102
2.4.1.8 Občanský průkaz.....	103
2.4.1.9 Přežít svůj život.....	105
2.4.1.10 Piko.....	106
2.4.1.11 Tacho.....	107
2.4.1.12 Nesvatbov.....	108
2.4.2 Shrnutí přístupu mediálních partnerů.....	110
3 POROVNÁNÍ PŘÍSTUPU NA ZÁKLADĚ VÝSLEDKŮ ANALÝZY.....	111
3.1 Interpretace výsledků z hlediska periodik.....	111
3.2 Interpretace z hlediska osobnosti recenzenta.....	115
ZÁVĚR.....	118
SUMMARY.....	121
POUŽITÁ LITERATURA.....	122
PRAMENY	122
SEKUNDÁRNÍ LITERATURA.....	134
DIPLOMOVÉ PRÁCE.....	135
ELEKTRONICKÉ ZDROJE	136
SEZNAM PŘÍLOH.....	137
PŘÍLOHY	137

Úvod

Počátkem dvacátého století se součástí kulturního zázemí lidské společnosti stalo nové médium – film. S rostoucím zájmem o pohyblivý otisk reality se zvyšovala taky potřeba být o produktech tohoto média informován. Touha diváka vědět o filmu co nejvíc dřív, než ho sám uvidí, a současně snaha filmových studií propagovat své produkty daly v prvních desetiletích minulého století vzniknout publicistickým žánrům koncentrovaným přímo na film. Podle potřeb společnosti i vyvíjejícího se mediálního trhu se způsob, jak čtenáře informovat, pobavit, vzdělat, ale také jak jím manipulovat, stále rozšiřoval. Filmové recenze či kritiky se staly podstatnou součástí kulturní publicistiky. Dnes lze tvrdit, že je mnoho čtenářů považuje za určující a nad možnou provázaností žurnalistiky a marketingu se nezamýšlí. Diplomová práce se proto zaměří právě na vliv marketingu na filmové recenze a kritiky, konkrétně na možný etický problém mediálního partnerství tištěných médií. Provede komparativní analýzu textů publikovaných v kulturních rubrikách vybraných českých celostátních periodik a porovná přístup současných českých celostátních deníků k mediálnímu partnerství. V případě periodik, která mají zároveň roli mediálního partnera recenzovaného snímku, by totiž mohlo docházet k porušování etických norem. V České republice bývá běžné, že filmovou produkci mediálně zastřešují celostátní periodika. Na úrovni konkrétních recenzí pak může dojít ke střetu zájmu čtenáře a distributora filmu, neboť hodnocení filmu by mohlo být ovlivněno reklamním záměrem. Autorka diplomové práce se touto etickou problematikou zabývala již ve své bakalářské práci, kde poprvé nastínila cestu, jíž by se výzkum mohl ubírat. Cíle této práce je na předchozí zkoumání částečně navázat a pokusit se objasnit, zda se v žurnalistické praxi zmíněný střet zájmu skutečně objevuje.

Diplomová práce je rozdělená na dvě části – teoretickou a praktickou. První oddíl prozkoumá teoretický rámec na základě rešerší v odborné literatuře a mediálních výstupech. Její rozsah je odvozený od snahy stanovit co nejúplnější kontext zkoumaného, nastínit kontinuitu vývoje filmové publicistiky i zmínit možné prvky, které do ní v průběhu času vstupují. Druhý oddíl se potom bude zabývat samotným výzkumem vztahu mediálního partnerství k obsahům recenzí v partnerském periodiku.

Vstupujeme do exaktně těžko měřitelného prostoru, kde je možná jen nízká míra verifikace. Empirický přístup k problému, v rámci něhož převládají subjektivizující soudy, však považujeme za výzvu právě proto, že se běžný přístup touto cestou obvykle neubírá. Vycházíme z autorské hypotézy, že tyto recenze budou daný snímek hodnotit lépe než texty uveřejněné v médiu nepartnerském. Na základě výše zmíněné teze je budován osobní předpoklad autorky. V případě zaujatého, kladného hodnocení na stránkách mediálního partnera by se jednalo o účelový postup, který by se pokoušel ovlivnit úspěch filmu samotného, a tak naplnit zájem na straně filmařů i média. Cílem je zjistit, jestli lze tuto předpokládanou zaujatost mediálního partnera vysledovat právě v obsazích recenzí.

Předmětem výzkumu jsme zvolili filmové recenze uveřejněné ve vybraných tištěných periodikách v letech 2007 až 2010. V tomto období budeme sledovat texty hodnotící snímky, které periodika mediálně zaštitila. Na základě obsahové komparativní analýzy těchto recenzí porovnáme, zda a jakým způsobem se liší hodnocení daného filmu v periodiku, které je zároveň jeho mediálním partnerem, a v jiných titulech. Jak jsme již zmínili, lze předpokládat, že bude v zájmu partnerského média, aby byl jím podporovaný film, hodnocený co nejlépe. V úvahu samozřejmě bereme také subjektivitu autora recenze/kritiky. Na základě konkrétních textů proto také porovnáme osobní přístup recenzentů k partnerským filmům. Rozhodneme, zda se odchylky, tedy možné projevy zaujatosti, projevují jen u konkrétních recenzentů, nebo zda se jedná o jev charakterizující přístup periodika. Pro úplnost meziročního srovnání doplníme i data pro rok 2008, kterými se zabývá bakalářská práce *Filmová recenze a mediální partnerství*. Přestože je rozsah výzkumu této práce koncipován odlišně, budeme ji pro rok 2008 v omezené míře citovat, abychom docílili co nejširšího kontinuálního souboru výsledků.

Ze skupiny mediálních partnerů jsme se rozhodli zvolit dva deníky (*Mladá fronta DNES* a *Právo*) a dva týdeníky (*Respekt* a *Týden*), přestože u týdeníků je četnost mediální záštity podstatně nižší. Volbu určila skutečnost, že zvolená periodika se do projektu mediálního partnerství zapojovala ve sledovaném období nejčastěji, zároveň všechna obsahují kulturní rubriku a náleží do skupiny tzv. seriózních médií. Analýzu provedeme u každého zvoleného filmu zvlášť na základě porovnávání obsahu recenzí, uveřejněných na stránkách mediálního partnera, s recenzemi, uveřejněnými na stránkách dalších

periodik, které budeme nazývat referenčními. Tyto texty musí splňovat kritérium nezaujatosti, proto mimo tituly zainteresované v projektu mediálního partnerství u jiných filmů zvolíme také několik periodik, která v daném období nezašitila žádný snímek – konkrétně *Lidové noviny*, server *Aktuálně.cz*, filmová periodika *Cinema* a *Premiere*. To, o čem hovoříme jako o kritériu nezaujatosti, nepovažujeme za skutečnou objektivní nezaujatost, jednalo by se o schematizující zjednodušení. Bereme v potaz skutečnost, že mediální obsahy recenzí či kritik jsou ve všech médiích subjektivizující, tudíž zaujaté – u mediálních partnerů pouze přibývá k zaujatosti další důvod, který právě představuje předmět zkoumání. Srovnáním těchto médií s periodiky splňujícími proti nim zmíněné „kritérium nezaujatosti“, můžeme posoudit, do jaké míry lze považovat přístup recenzí na stránkách mediálního partnera k danému filmu v porovnání s referenčními texty za předpojatý. Pracovat budeme také s kvantifikací hodnocení jednotlivých recenzentů. Zjištěná data vizualizujeme a porovnáme. Ve snaze závěry nezakreslit se zaměříme jen na výrazné odchylky od průměrných hodnot, které lze navzdory logické kolísavosti dat považovat za signifikantní.

Od struktury práce stanovené v tezích jsme se v několika bodech po konzultaci odchýlili. Rozhodli jsme se totiž samotný výzkum upřednostnit před rešerší v odborné literatuře. Praktická část nabyla širšího rozsahu než část teoretická, již jsme částečně omezili pouze na skutečnosti, které s filmovou publicistikou či mediálním partnerstvím tištěných periodik v českém prostředí souvisejí. Obecná témata, jako například hranice showbyznysu v kulturních rubrikách nebo bulvarizace médií, jsme se pokusili konkretizovat a nastínit pouze v konkrétním kontextu zkoumaných hypotéz. Zaměřili jsme se hlouběji na osobu recenzenta a na způsob, jak současní novináři ke své profesi konkrétně přistupují. Tuto část rešerše jsme doplnili krátkým dotazníkovým šetřením, které ilustruje teorii získanou prostřednictvím odborné literatury. Získali jsme tak nikoli snad přesný či úplný obraz české filmové kritiky, ale co nejpestřejší přehled o zkoumané problematice.

I Teoretická část

1 Stručný přehled vývoje české filmové publicistiky

První část teoretického oddílu se bude snažit postihnout vývoj českého psaní o filmu. Zaměří se na úplné počátky, ale také na celkovou kontinuitu zasahující až do současnosti. Stručný souhrn proto postupuje chronologicky a nezabíhá do detailů, jedná se pouze o nástin, který má ukázat problematiku v jejích důsledcích.

1.1 Vznik české filmové publicistiky

Počátky české filmové publicistiky jsou spojené s vývojem české kinematografií a s prosazováním filmu coby uměleckého druhu na přelomu devatenáctého a dvacátého století. Film se jako součást kinematografického systému Rakouska-Uherska postupně stal tématem, o kterém informoval denní tisk. Do roku 1918 ale česká filmová tvorba neměla stabilizovanou filmovou výrobu, pevné finanční zázemí ani plynulý odbytk produkce, což se zpočátku odrazilo v podobě malého zájmu věnovaném filmu v dobových periodikách. Neúspěch byl způsobený mimo jiné i složitou národnostněpolitickou situací – Rakousko-uherská cenzura sledovala rozvoj české kinematografie s despektem a dvě třetiny kin v zemi vlastnili němečtí podnikatelé, kteří české snímky nijak neupřednostňovali.¹

Na periferii společenského zájmu film zůstal v období dvacátých let dvacátého století, přístup veřejnosti ke kinematografii se však začal postupně proměňovat, a to především vlivem zámořských koncernů. Po 1. světové válce zaznamenáváme vznik amerických filmových společností. V následujících desetiletích tyto společnosti udávaly v odvětví tempo, čímž došlo k jeho všeobecné komercionalizaci. Hollywoodská „továrna na sny“ působila na filmového diváka vlivem až ideologickým. Poprvé se objevuje „star system“, tedy fenomén hereckých hvězd coby univerzálního idolu. Každé studio mělo

¹ PTÁČEK, Luboš. *Panorama českého filmu*. Olomouc: Rubico, 2000, s. 15.

ansámbl filmových herců (prezentovaný jako "stáj svých hvězd"), které obsazovalo do všech snímků. Sledovalo tak především komerční zájem – dokud byli tito herci či herečky dostatečně populární, ovlivňovali diváky a vydělávali peníze. Jejich působení na módu a obecně životní styl společnosti se výrazně projevilo právě na úrovni médií, které představovaly hlavní těžiště a prostředek tohoto trendu. Reklamní strategie soustředila pozornost diváků na oblíbeného herce nebo herečku a uměle rozšiřovala pomocí médií jejich kult řadou účelových praktik – média přinášela senzační informace ze soukromého života, z jejich účasti na společenských akcích, vytvářela kluby filmových fanoušků apod. Právě v této chvíli poprvé se v tisku poprvé objevila filmová recenze jako součást mediální servisu pro širokou veřejnost.² Texty, hodnotící ve větší míře výkon herců než kvalitu samotného filmu, ale i třeba reportáže z natáčení nebo rozhovory patřily mezi oblíbené dobové čtení a často přímo určovaly úspěšnost daného snímku, především na komerční úrovni. Lze proto hovořit o spontánních začátcích praktik, které se později proměnily v marketingové postupy, jako je mediální partnerství, product placement a podobně.

Nutno říci, že český film tyto metody běžné pro americkou kinematografii postrádal. Přestože se je snaží napodobovat, zůstává stále úzce vázaný na potřeby tuzemského diváka. Texty, které o filmu v českých zemích vznikaly, by v mezinárodní konkurenci podle tvrzení historiků neobstály po stránce čtenosti ani odbornosti, jednalo se o polobulvární informování o hereckých hvězdách. Ve dvacátých letech dvacátého století se už v českém prostředí nejedná pouze o jednotlivé články v rámci denního tisku, začínají vycházet přímo specializované filmové magazíny. Právě ty ale byly vzdáleny objektivnímu pohledu na estetické kvality filmových snímků nejvíce. Časopisy jako *Film*, *Pražské filmové listy* nebo *Český filmový zpravodaj* se omezovaly pouze na základní informace a inzertní služby.³ Důležitý zdroj informací o filmové produkci představoval i český zpravodajský film. První pokusy sahaly již do poloviny dvacátých let dvacátého století, kdy byla zahájena produkce *Elektajournalu*, na který později navázal *Československý filmový týdeník*. Jeho přímý zpravodajský vliv byl ale téměř zanedbatelný, protože se promítal pouze ve dvou pražských kinech.

² PTÁČEK, Luboš. *Panorama českého filmu*. Olomouc: Rubico, 2000, s. 17.

³ PTÁČEK, Luboš. *Panorama českého filmu*. Olomouc: Rubico, 2000, s. 18.

1.2 Meziválečná a poválečná česká filmová publicistika

Určitý průlom v oblasti tištěné filmové žurnalistiky znamenal až v letech 1929 až 1931 kritický měsíčník *Studio* zaměřený na film. Pod vedením šéfredaktorů Karla Smrže a Otokara Rádlu poprvé přinášel původní recenze, teoretické texty, ale i překlady klíčových zahraničních statí o filmu. Vydávalo jej nakladatelství Aventinum, ze strany českých konzumentů se však neseťkal s větším zájmem. V roce 1932 na *Studio* navázaly týdeníky *Telehor* a *Ekran*, které ale brzy zanikly, a týdeník *Svět ve filmu*, který byl později přejmenován na *Kinorevue* (také šéfredaktor Karel Smrž). Tyto magazín se již o odbornost nesnažily – přinášely spíše informace bulvárního charakteru a fotografie filmových hvězd. Ve stejném duchu pokračovaly i měsíčníky *Československý film* a *Kinema* nebo týdeník *Český filmový zpravodaj* Q. M. Kujala, dále potom tiskoviny *Filmové listy*, *Filmová politika* a *Pás*. Odborné veřejnosti byl naopak určen týdeník *Filmový kurýř*, který však vycházel spíše v malých nákladech. Dobová filmová publicistika měla tudíž v omezené míře své místo hlavně v kulturních rubrikách deníků. Tam se postupně vyvíjela z krátkých notic a zpráv v rozsáhlé samostatné články. Právě filmové tvorbě se v této době věnovaly dvě výrazné žurnalistické osobnosti, Artuš Černík, redaktor *Rovnosti*, a Jan Kučera.⁴ Právě pod vedením Jana Kučery vyrostla celá jedna generace českých filmových zpravodajců. Došlo k postupnému rozvoji filmové žurnalistiky, který byl završen těsně před 2. světovou válkou. Od roku 1937 začal vycházet díky přímé podpoře státních orgánů první český filmový týdeník *Aktualita*, který se jako první těšil širokému zájmu diváků.⁵ Během 2. světové války musela většina filmových periodik – *Český filmový zpravodaj*, *Filmový kurýř* aj. – ukončit svoji činnost. Česká filmová kritika stagnovala, dál vycházel pouze obrázkový magazín o filmu *Kinorevue* a několik periodik teoretického nebo technicko-naučného rázu pro filmové odborníky.

1.3 Česká filmová publicistika po roce 1948

V poválečných letech doháněly kulturní instituce několikaletou ztrátu a staly se objektem zájmu žurnalistiky. Začíná tak období masivního rozvoje kulturní, tedy i

⁴ RADVÁKOVÁ, Tereza. *Filmová recenze a mediální partnerství*. Praha: Karlova univerzita, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky, 2010, s. 18.

filmové, publicistiky. Texty o filmu navázaly na předválečnou tradici, ale čerpaly i z inspiračních zdrojů, které přinesli umělci vracející se z emigrace. Po druhé světové válce začal vycházet zásadní měsíčník *Film a doba* (později přeměněn na čtvrtletník, vychází dodnes), který se i po celou dobu komunistického režimu drží v pozici platformy pro oficiální filmovou tvorbu.⁶ Období svobodné obnovy totiž netrvalo dlouho. Vládní nařízení z roku 1948 a projevy vládních činitelů jasně formulovaly, že filmové umění má být ve službě ideologie a musí proto zpracovávat předepsaným způsobem pouze schválená témata. Nátlak stranických ideologů zesílil v padesátých letech, kdy se naivní filmové hříčky a budovatelská vyznání proměnily v agresivní propagandu.⁷

Na tvůrčí svobodu rezignovala v období po roce 1948 také filmová publicistika. V rámci vlastního zachování akceptovala schematicismus v ideových i dějových konceptech kinematografie. Film je vnímán jako masové médium s osvětovým posláním, který zapovídá jakýkoli filozofický přesah. Jako vrchol kulminující krize českého filmu byl vnímán rok 1955. Strnulost a jednotvárnost filmového zobrazení obyčejného života vedla k tomu, že filmová kritika začala opatrně upozorňovat na nedostatek originálních témat i výrazných zpracování. Volala po nutnosti přílivu nových jmen. V souvislosti s politickými změnami došlo v druhé polovině padesátých let dvacátého století k uvolnění situace, které zahájilo období největšího rozkvětu české kinematografie. Filmová publicistika se nejprve nejsilněji projevovala na stránkách kulturních periodik. Zde bylo možné nalézt více či méně informací o oblastech kinematografie, jež oficiální filmová periodika jako *Film a doba* záměrně pomíjela. V magazínech *Host do domu*, *Literární noviny*, *Světová literatura* nebo *Tvář* publikovali autoři a spisovatelé, kteří dosavadní směřování dále odmítli akceptovat. Obsahová změna kulturní publicistiky, nejprve citelná v okrajových periodikách, se tak postupně stala trendem doby. Filmoví kritici, jež téměř dvě desetiletí požadovali od snímku socialistický obsah a realistickou formu, se začali vracet k reflexi filmu s hlubší teoretickou základnou i přesahem. Platformou pro novou diskuzi o kinematografii se od roku 1962 opět stal již zmíněný měsíčník *Film a doba*. Změna šéfredaktora na Antonína Nováka z periodika vytvořil jednoho z rozhodujících činitelů v dynamizaci filmového

⁵ PTÁČEK, Luboš. *Panorama českého filmu*. Olomouc: Rubico, 2000, s. 62.

⁶ RADVÁKOVÁ, Tereza. *Filmová recenze a mediální partnerství*. Praha: Karlova univerzita, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky, 2010, s. 18.

⁷ PTÁČEK, . *Panorama českého filmu*. Olomouc: Rubico, 2000, s. 96.

dění v šedesátých letech. Mluví se o nástupu takzvané nové vlny, která vládne českému dění až do sedmdesátých let. S nástupem normalizace se tendence opět utišují, nicméně jako jejich pozůstatek zůstává větší množství filmových recenzí a kritik, které se ale z kulturních periodik vracejí spíše do univerzálních tiskovin – celostátních deníků a týdeníků.⁸

Specializovaná filmová periodika se vracejí na novinové stánky v letech osmdesátých. Odborné i popularizační kritiky a informace o nových snímcích vycházely v magazínech jako *Záběr*, *Scéna* či *Filmový přehled*. Specializovaný časopis o filmu potom představoval týdeník *Kino*, obrázkový magazín, jenž se filmu věnoval zejména ze společenské stránky. Podobně společensky laděné filmové rubriky otiskovaly také časopisy *Květy* nebo *Signál*. Většina odborných periodik (nejdůležitějším byl stále *Film a doba*) měl výrazný ideologický podtext, což se týkalo úvodníků, recenzí či kritik prominentních režisérů, ale také výhradně informativních článků například z filmových festivalů. Cílem bylo utajit současné trendy západní kinematografie a oslavovat stávající stav kinematografie české, respektive sovětské.

1.4 Česká filmová publicistika po roce 1989 a současný stav

Situace se mění opět až po roce 1989 v souvislosti s politickým vývojem. Těsně po listopadu začíná vycházet teoretický pololetník (později čtvrtletník) *Illuminace*, kde byly publikovány první překlady a studie z oblasti světového filmu.⁹ V českých kinech se objevují experimentální zahraniční snímky, ale i dříve zakázané české filmy. Devadesátá léta dvacátého století však charakterizoval především boom mainstreamové zahraniční kinematografie – diváci projevovali zájem o západní filmy, herce, filmové hrdiny, exotické scenérie a podobně. Objevuje se první vstup komerčních prvků do filmové produkce, první aktivity marketingu, které jsou z velké části srovnatelné s obdobím hollywoodského star systému, zmiňovaném na začátku tohoto oddílu. Odborných periodik proto, ještě s přispěním nových tržních podmínek, v českém prostředí spíše ubývalo. Na začátku devadesátých let vycházelo daleko více publikací o filmových hvězdách než odborných tiskovin. Nedlouho po roce 1989 tak zanikly

⁸ PTÁČEK, Luboš. *Panorama českého filmu*. Olomouc: Rubico, 2000, s. 98.

⁹ PTÁČEK, Luboš. *Panorama českého filmu*. Olomouc: Rubico, 2000, s. 164.

časopisy *Záběr*, *Scéna*, *Kino* nebo *Kinorevue* a nahradily je polobulvární tiskoviny jako *Story* nebo magazín určený mladým čtenářům *Bravo*. Ty se filmovým prostředím zabývají jen částečně a výhradně ze společenského hlediska. Široké veřejnosti byly určeny také texty, které vycházely v české mutaci německého měsíčníku *Cinema*. Zde se objevovaly recenze populárních snímků a informace o zahraniční i domácí kinematografické tvorbě. Odborný analytičtější pohled se uplatňoval v okrajových periodikách *Film a doba*, *Illuminace* a *Cinepur*. Od devadesátých let ale začaly obsáhlé odborné kritiky vycházet také místy ve společenských týdenících *Respekt* a *Týden* či v kulturním revue *Host*, v *Literárních novinách* a v *Revolver Revue*. Nejrozšířenějším žánrem se postupně stala recenze v denících¹⁰, která nabývá pozice určitého, byť útržkovitého a značně zjednodušeného, vodítka pro většinu diváků.

Jak jsme výše naznačili, počínaje rokem 1989 až do současnosti se česká kulturní publicistika pokouší po několika desítkách let absence demokracie dohnat světový vývoj. V českém prostředí můžeme proto pozorovat vývojové tendence světové filmové publicistiky druhé poloviny 20. století ve zhuštěné podobě. Současnou filmovou kritiku stále ovlivňují autoři, kteří s ní naplno přišli do styku až po roce 1989 a museli se velmi rychle zdokonalovat. Stále platí, že filmová publicistika má nejširší publikum na stránkách kulturních rubrik deníků. Články, nejčastěji recenze, dostávají denně prostor zejména v celostátních listech, jako jsou *Lidové noviny*, *Právo* či *Mladá fronta DNES*. Kritiky uveřejňují také v kulturních přílohách *Orientace (Lidové noviny)* a *Salon (Právo)*. Recenze jsou rovněž stále otiskovány v týdenících či měsíčnících, jedná se například o *Týden*, *Respekt*, *Reflex*, *Instinkt* či *Rock&Pop*. Tam se hojněji objevují i filmové kritiky, především potom v časopisech *Respekt* a *Reflex*, které se soudobé kultuře věnují nejširěji. Kritiky a analýzy dále vycházejí v kulturních periodikách, například měsíčníku *A2*, v *Literárních novinách* apod. Do roku 2009 dále v České republice existovala další z mutací zahraničních filmových magazínů, *Premiere*. Přestože ambice tohoto listu byla obsáhnout veškerou filmovou tvorbu, nutno konstatovat, že se zaměřoval převážně na mainstreamovou produkci, o kterou byl největší zájem. S rozvojem informačních technologií a internetu se dalším populárním pramenem informací o světě filmu staly také různé specializované servery, například *Moviezone.cz*, *Česko-slovenská filmová databáze* nebo *Filmpub.cz*. Jejich kvalita se liší, některé přinášejí pouze zprávy o premiérách nebo se zaměřují na zajímavosti či názory

¹⁰ PTÁČEK, Luboš. *Panorama českého filmu*. Olomouc: Rubico, 2000, s. 202.

laického diváka, jiné naopak publikují recenze a kritiky známých autorů či odborné statě přeložené z cizojazyčných zdrojů.¹¹

Problematicke současných filmových magazínů se věnuje publicista Jakub Korda, který ve své stati zaměřené na úroveň filmových časopisů dospívá ke zjištění, že „porevoluční populární časopisy odvozené od západních vzorů s sebou nepřinesly jen zvýšenou grafickou atraktivitu, ale také (...) zefektivněné postupy, jak zaujmout čtenářskou pozornost a nalákat potenciálního diváka k návštěvě kina.“¹² Převážná většina tiskovin se na film zaměřuje v souvislosti s filmovými aktéry. Vychází v nich rozhovory či články obsahující pro filmovou produkci irelevantní informace ze soukromí a společenského života. Tato periodika se uchylují směrem k zábavnosti až bulvárního charakteru, jsou poplatné všeobecnému vkusu a silně problematiku zplošťují.¹³ Recenzenti publikující na jejich stránkách podléhají místy silné autocenzuře a píšou způsobem vyhovujícím zaběhnutým schématům recenzentské produkce. Umělecká kritéria hodnocení či snahu dát čtenáři nový pohled na snímek tak překonávají hodnoty diktované filmovým průmyslem. Jako dobrý film pak může být hodnocen ten, který je divácky nejnavštěvovanější a dokonale splňuje divácká, například žánrová, očekávání.¹⁴ Absence základního kritického odstupu činí z recenzí reklamy na filmy přizpůsobující se preferencím mainstreamových čtenářů. Samotným tématem potom zůstává provázanost publicistiky s marketingovými zájmy.

2 Filmová recenze v kontextu kulturní publicistiky

2.1 Interpretace uměleckého díla

Existence uměleckého díla je podmíněná výkladem ze strany vnímatelů. Spolu s ním se rodí i jeho možné interpretace, které mu dodávají význam. Interpretace nejen tlumočí smysl daného díla, ale současně ho hodnotí. Může být vyslovena, nebo napsána, může i nemusí mít společenský dopad. S rozvojem masových médií v podstatě ovlivňuje přijetí

¹¹ RADVÁKOVÁ, Tereza. *Filmová recenze a mediální partnerství*. Praha: Karlova univerzita, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky, 2010, s. 25.

¹² KORDA, Jakub. *Populární filmové časopisy*. In Cinepur, 2004, roč.13, č.31, s. 39.

¹³ RADVÁKOVÁ, Tereza. *Filmová recenze a mediální partnerství*. Praha: Karlova univerzita, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky, 2010, s. 25.

¹⁴ BENDOVIÁ, Helena. *Omyly kritiky*. In Cinepur, 2004, roč. 13, č. 31, s. 32-34.

díla a stává se z ní důležitá součást mediálních obsahů. Možnostmi interpretace uměleckého díla se dnes zabývá velký počet žurnalistů i akademiků, na téma výkladu uměleckých děl je v tištěných médiích každý den popsáno mnoho stránek. Lze totiž tvrdit, že existuje mnohem více interpretů než samotných umělců – ke stávání se interpretem údajně stačí teoretické znalosti a kognitivní schopnost. Z tohoto pohledu jde tedy spíše o vědu hermeneutické povahy než umění. Zároveň ale platí, že dobrý kritik píše pro čtenáře, aby je přesvědčil o svém názoru či je jím obohatil. Musí tedy disponovat další schopností, a to uměním rozpoznat estetické hodnoty, stanovit a vyjádřit vlastní názor, formulovat myšlenku na úrovni rétorické formy. David Bordwell proto považuje interpretaci uměleckého díla, respektive kritiku uměleckého díla, za praktickou dovednost, kterou přirovnává například k výrobě nábytku.¹⁵ Místo kusů dřeva sestavuje kritik části jazyka, stlouká, hobluje a leští výsledný produkt, který se na úrovni médií prodává stejně jako skříň nebo postel.

Naše snaha o definování recenze či kritiky jako žurnalistického žánru dovádí úvahu o interpretování uměleckého díla do krajní meze. Uchylujeme se k „interpretaci interpretace“, k pokusům humanitní vědy definovat definující a popsat to, co samo popisuje. V případě teorii, které se věnují teoriím kritiky a nastolují nejrůznější vzorce chování autorů kritiky, lze možná použít termínu metakritika. Jde více o hledání jazyka popisujícího jazyk interpretace, nikoli hodnoceného díla. Samotný názor na umělecké dílo mizí za strukturou, schématem, vzorcem. Základem kritického vyjadřování autora sice musí být určitý jasně postulovaný názor, avšak není tím jediným. V kombinaci se záměrem autora kritiky a účelem jeho textu dokonce často nezůstává dominantním.

Z dojmů, které si lidé navzájem sdělovali o uměleckém díle, se postupem vytvořila rozsáhlá vědecká disciplína i odvětví strategické produkce ovlivňované trhem. Na základě hodnocení se například udělují umělecká ocenění, o kterých rozhodují akademické okruhy teoretiků i obchodní společnosti. Panuje všeobecné přesvědčení, že způsob, jakým se o daném snímku píše v tisku, ovlivňuje počet návštěvníků v kinech. Existují přitom výzkumy, které dokazují, že mezi tím, jak jsou filmy úspěšné v kinech (tedy jaký je komerční zisk plynoucí z daného filmu) a jak o nich píší filmoví odborníci, často není téměř žádná souvislost. Marek Dobeš, autor magisterské práce zabývající se

¹⁵ BORDWELL, David. Making Meaning: Interference and Rhetoric in the Interpretation of Cinema. Cambridge: Harvard, 1991, s. xii.

tématem novodobé filmové kritiky, cituje studii amerických profesorů z Whartonské univerzity Jehoshua Eliashberga a Stevena Shugana, která dokázala, že u amerických diváků není názor filmové kritiky rozhodující.¹⁶ Prostřednictvím rozsáhlého průzkumu zjistila, že publikované recenze či kritiky nijak nezasahují do rozhodování diváků, zda do kina na zvolený snímek vyrazí, nebo nevyrazí. Přestože sběr materiálu, z kterého výsledky dané studie pocházejí, proběhl mezi lety 1991 a 1992, lze usuzovat, že podobný trend trvá. Základními úkoly kritiky i recenze je především hodnocení daného snímku, tedy posuzování jeho kladů a záporů, a zkoumání jeho přínosu vůči divákovi i jeho vlivu na celospolečenské chování. Na základě slovníkového hesla tak lze definovat filmovou kritiku či recenzi jako „analýzu, jejímž účelem je hodnocení jevu.“¹⁷ Umělecká kritika má navíc významnou roli při formování společnosti, světonázoru jednotlivců, kteří ji tvoří. Je však otázka, do jaké míry tato teze platí. Zvážíme-li tendence ve sledovatelných uměleckých odvětvích, můžeme tvrdit, že nutná komercializace více a více převládá nad nezištnými úmysly.

2.2 Filmová recenze a kritika jako žurnalistický útvar

Obecně platí, že žurnalistické texty, které se věnují kinematografii, mohou náležet do skupiny zpravodajství i publicistiky. Vzhledem k povaze této práce se budeme zabývat převážně texty publicistickými. V rámci publicistiky zaměřené na filmová témata však můžeme uvažovat o dvou skupinách, a to o textech filmových, tedy o filmové publicistice, a textech o filmu. Do druhé skupiny spadá široké spektrum žurnalistické produkce, včetně rozhovorů, článků publikovaných ve společenských rubrikách i samostatných magazínech zaměřených na životní styl takzvaných celebrit. Více než o filmové umění se zde jedná o umělecký průmysl. Naopak kategorie filmové publicistiky poskytuje fundované informace z oblasti kinematografie, a má tak užší okruh adresátů. Většinou je určena čtenářům, kteří chtějí do filmové problematiky hlouběji proniknout a zajímá je na polo odborné či odborné úrovni. Současně se dokáží zorientovat sami a vstřebat často subjektivizující hodnotící stanoviska autora čteného textu.

¹⁶ DOBEŠ, Marek. *Filmová kritika a nová doba*. Praha: Karlova univerzita. Fakulta sociálních věd. Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky, 1998, s. 3.

¹⁷ DOBEŠ, Marek. *Filmová kritika a nová doba*. Praha: Karlova univerzita. Fakulta sociálních věd. Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky, 1998, s. 3 – 5.

Ze zmíněné dichotomie obsahů vznikají na úrovni úzce specializovaného celku, jako je filmová žurnalistika, dvě kategorie – žánry zpravodajské a publicistické. Obecně lze konstatovat, že definice jednotlivých žánrů jsou velmi rozkolísané a každý z mediálních teoretiků k nim přistupuje jiným způsobem. Autor publikace *Ako sa robia noviny*, Andrej Tušler, publicistiku dále dělí na žánry analytické a beletristické, případně na žánry racionálního a emocionálního typu¹⁸. Recenzi řadí k žánrům racionální či analytické publicistiky, které se blíží odbornému stylu a jsou charakterizovány výkladovou slohovou metodou a subjektivním přístupem pisatele. Obsahují prvky racionální i emotivní a využívají literární jazykové a kompoziční postupy. Jiný teoretik, Josef V. Bečka, řadí recenzi ze stylistického hlediska mezi takzvané smíšené úvahové útvary¹⁹, v nichž se kombinuje postup úvahový, informativní a odborný.²⁰ Zdůrazňuje, že přestože se žurnalistická recenze musí nutně vycházet z odborných znalostí autora, neopírá se o argumenty, které by vyplývaly například z výzkumu, jak tomu bývá u exaktních věd. Jde tedy převážně o aktuální sdělení, jež přináší poznatky o novém uměleckém díle, hodnotí je a posuzuje. Kromě základních informací o filmu a jeho vzniku obsahuje subjektivní pojmy, soudy či postoje autora, proto náleží do oddílu publicistiky. Autor recenze kombinuje pracovní metodu analýzy (klasifikační, kauzální, komparativní apod.) a syntézy, směřuje k zobecnění a popisuje i cesty, kterými k němu dospěl²¹. Umělecké dílo, v našem případě film, má zasvěceným způsobem zařadit do kulturního kontextu a částečně vysvětlit. Svá stanoviska zaštiťuje dostatečným množstvím argumentů – výsledkem je recipientovo poznání a eventuálně i přesvědčení a získání. Právě otázka čtenáře patří k určitým specifickým recenzenta, neboť každá recenze má oslovit nejen příjemce daného uměleckého díla, ale i samotného autora. Je tudíž určena dvěma cílovým skupinám recipientů.²² Dále potom německý teoretik médií, Stephan Ruß-Mohl, hovoří výhradně o žurnalistické recenzi, kterou považuje za typ komentáře. Jeho stanovisko vychází ze zařazení podobných textů v německém tisku. Recenze divadelních představení, koncertů nebo literatury zde vycházejí v samostatné části novin zvané feuilleton, která se pravidelně věnuje kultuře, společnosti a vědě, je

¹⁸ TUŠER, Andrej. *Ako sa robia noviny*. Bratislava: Sofa, 2003, s. 88.

¹⁹ BEČKA, Josef. *Česká stylistika*. Praha: Academia, 1992, s. 352.

²⁰ RADVÁKOVÁ, Tereza. *Filmová recenze a mediální partnerství*. Praha: Karlova univerzita, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky, 2010, s. 11.

²¹ HALADA, Jan; OSVALDOVÁ, Barbora. *Encyklopedie praktické žurnalistiky a marketingové komunikace*. Praha: Libri, 1999, s. 146.

²² RADVÁKOVÁ, Tereza. *Filmová recenze a mediální partnerství*. Praha: Karlova univerzita, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky, 2010, s. 16 – 17.

psaná literární nebo odbornou formou a v podstatě nemá v českém tisku obdobu²³. Recenzenti informují veřejnost nejen o uměleckých dílech samotných, ale i o ekonomickém a politickém pozadí kultury.

Praktická encyklopedie žurnalistiky a marketingové komunikace recenzi řadí mezi publicistické žánry, tedy na stejnou úroveň s komentářem, ale dále rozlišuje recenzi a kritiku.²⁴ Dříve však než přistoupíme k pokusu o samostatnou definici recenze a kritiky, zaměříme se na skutečnost, ze které tato odlišnost vychází. Filmovou kritiku (termín zde chápeme obecně jako označení hodnotících textů věnujících se kinematografii – pozn. autorky) lze rozdělit na dvě skupiny – kritiku populární a odbornou, z nichž každá má poněkud rozdílné zaměření a akcent. Populární kritika chce především zábavnou formou radit a informovat širokou veřejnost. Jedná se zde o recenze uveřejňované v běžných periodikách. Odborná kritika chce naopak podrobit dílo hlubokému rozboru s odkazy na filmovou teorii i historii. Takové texty vycházejí převážně ve specializovaných periodikách a hovoříme o nich jako o kritikách, nikoli recenzích. Dochází proto k oddělování akademického a žurnalistického přístupu. David Bordwell dokonce uvádí tři kategorie tohoto odvětví, a to novinářskou, esejistickou a akademickou kritiku.²⁵ Novinářskou kritikou označuje texty vydávané v každodenním tisku, jejichž účelem je jednoduše informovat o významu daného díla širokou veřejnost. Do esejistické kritiky řadí odborné články ve specializovaných periodikách či odborných knihách a akademická kritika se potom podle něj odehrává na úrovni rozsáhlých teoretických monografií vznikajících v akademickém prostředí. V českém prostředí však specifického významu nabývá sám termín kritika. Postupně se tak začalo rozlišovat mezi kritikou a recenzí, respektive kritikem a recenzentem.

Většina filmových teoretiků rozlišuje recenzi a kritiku nebo analýzu, čehož se bude držet i tato práce. Za recenzi budeme považovat kratší text, který se obvykle vyskytuje v univerzálních periodikách a jeho úkolem je představit dílo v hlavních rysech veřejnosti. Kvůli malému rozsahu má především informační a orientační funkci –

²³ RUß-MOHL, Stephan; BAKIČOVÁ, Hana. *Žurnalistika*. Praha: Grada Publishing, 2005, s. 60 a 173

²⁴ HALADA, Jan; OSVALDOVÁ, Barbora. *Encyklopedie praktické žurnalistiky a marketingové komunikace*. Praha: Libri, 1999, s. 95 a 150.

²⁵ BORDWELL, David. *Making Meaning: Interference and Rhetoric in the Interpretation of Cinema*. Cambridge: Harvard, 1991, s. 20.

zmiňuje tvůrce díla, nástin obsahu a stručné zařazení do kulturního kontextu.²⁶ Ve vlastním hodnocení se recenze na základě vesměs subjektivních pohnutek autora soustředí na výrazně kladné či záporné kvality, neměla by však zanedbávat ani esteticko-výchovnou stránku. Jako text ale nenese zvláštní uměleckou ani odbornou hodnotu – cílem je varovat nebo naopak přitáhnout diváky. Převážně povrchním způsobem informuje čtenáře bez větších filmových ambicí o snímku, jež ještě neviděl. Recenze se tedy, jak již bylo řečeno, obrací spíše k laikům a naopak text, který budeme nazývat kritikou nebo analýzou, je určený čtenářům více zasvěceným, ba dokonce samotným umělcům. Autor předpokládá jejich zasvěcenost, a proto pomíjí základní informace ve prospěch hlubšího rozboru. Větší rozsah mu umožňuje více hodnotit a přidat obsáhlejší detaily o práci osobností, které se na tvorbě filmu podílely. Nahlíží na dílo z různých úhlů pohledu, méně informuje a více hodnotí. Pomáhá recipientům v jeho interpretaci, bývá proto také delší než běžná žurnalistická recenze. Autor často používá odborné termíny.²⁷ K podobnému rozlišení kritiky a recenze se přiklání i Josef V. Bečka, který hovoří o recenzi žurnalistické a odborné. Vlastní žurnalistickou recenzi považuje za kratší, převážně informativní článek o určitém uměleckém díle určený laické veřejnosti. Vyzdvihuje zejména její edukativní charakter, nicméně s politováním konstatuje, že v dnešním tisku bývá opomíjen.²⁸ Recenze odborná potom podle něj dílo posuzuje objektivněji a soustředí se na jeho nadčasové aspekty. Současná česká filmová teoretička Helena Bendová zase rozdíl mezi populárním a odborným textem zaměřeným na hodnocení kinematografického díla označuje jako rozdíl mezi filmovou kritikou a filmovou analýzou. Kritika je podle Bendové určená nepoučenému recipientovi, který snímek neviděl a rozhoduje se, zda do kina jít či nejít. Analýza naopak snímek rozebírá po obsahové i formální stránce a má jen minimálně informační charakter²⁹. Timothy Corrigan v knize *A Short Guide To Writing About Film* potom dělí texty o filmu do tří skupin – vlastní recenze (review), kritický esej (critical essay) a teoretický esej (theoretical essay).³⁰ Recenzi nazývá stejný typ článku jako ostatní teoretici. Podle Corriganova jde o článek, který se zaměřuje na široké nepoučené publikum, vychází v denním tisku a její autor často nemá zvláštní odborné znalosti. Stručně nastíní děj a

²⁶ HALADA, Jan; OSVALDOVÁ, Barbora. *Encyklopedie praktické žurnalistiky a marketingové komunikace*. Praha: Libri, 1999, s. 95 a 150.

²⁷ RADVÁKOVÁ, Tereza. *Filmová recenze a mediální partnerství*. Praha: Karlova univerzita, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky, 2010, s. 12.

²⁸ BEČKA, Josef. *Česká stylistika*. Praha: Academia, 1992, s. 353.

²⁹ BENDOVÁ, Helena. *Omyly kritiky*. In *Cinepur*, 2004, roč. 13, č. 31, s. 32-34.

³⁰ CORRIGAN, Timothy. *A Short Guide To Writing About Film*. New York: Longman, 2001, s. 9 a 11-13.

v závěru film čtenáři doporučí či nikoli na základě subjektivního dojmu. Kritický esej představuje kompromis mezi recenzí a teoretickým esejem. Autor očekává od recipienta dílčí znalost kinematografie, tudíž bývá konkrétnější. Sám je dostatečně vzdělán, aby mohl snímek odborně interpretovat a zaměřit se jeho výrazné momenty, například výkony jednotlivých členů štábu, určité scény apod. Posledně teoretický esej má nejširší záběr, film uvádí v kontextu celé kinematografie, nebo se ani konkrétnímu snímku nevěnuje, ale zabývá se určitým problémem filmové vědy. Formálně je určen odborné veřejnosti a z toho vyplývá umístění v odborných periodikách.³¹

3 Otázky autora a autorství

3.1 Obsah a kritéria hodnocení

Na akademické úrovni vznikají celé školy, jak ke kritice filmu přistupovat. Podle Bordwella, který se právě strukturou kritických textů hlouběji zabývá, však lze tvrdit, že je tento typ textu vždy vystavěn ze čtyř komponentů: stručná synopse děje, která se zaměřuje na klíčové momenty snímku, ale završení pouze naznačuje; základní informace o filmu (žánr, autor námětu, režisér, hlavní herecké hvězdy, dílčí historky z natáčení snímku, dosavadní přijetí snímku apod.); vlastní argumentace a závěrečné shrnutí, které obsahuje hodnocení (vyjádřené slovně či kvantifikačně v podobě počtu symbolů, bodů apod.) nebo doporučení (palec nahoru/dolu, jděte do kina/nechoďte do kina).³² Recenze či kritika může tyto nastíněné složky obsahovat v libovolném pořadí. Většina teoretiků, zabývajících se samotnou strukturou tohoto typu slovní produkce, však konstatuje, že v rámci současné³³ filmové kritiky se ustálila kostra textu, kde autor uvede maximálně stručné obecné hodnocení. Shrne dějovou linii, vypíchně několik zajímavých aspektů snímku a na více než jedné třetině prostoru se věnuje vlastnímu vynášení soudů, v lepším případě podložených konkrétními příklady. Text nakonec obvykle uzavírá stručný či obsáhlejší background (podle typu filmu), zakončený prostřednictvím shrnutí a vynesení závěrečného verdiktu. Vracíme se tak obloukem ke

³¹ RADVÁKOVÁ, Tereza. *Filmová recenze a mediální partnerství*. Praha: Karlova univerzita, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky, 2010, s. 18.

³² BORDWELL, David. *Making Meaning: Interference and Rhetoric in the Interpretation of Cinema*. Cambridge: Harvard, 1991, s. 38.

³³ Pojem *současnost* zde vzhledem k době vzniku odborných textů, které tato práce využívá, zahrnuje přibližně období od poslední třetiny 20. století do současnosti – pozn. autorky

strukturu či schématu žánru, o nichž jsme mluvili už v předchozí kapitole. Rešerše nám potvrzuje naši domněnku a, jak později zjistíme, podobný vzorec chování nám rovněž potvrdí dotazníkové šetření mezi pišícími českými publicisty.

V tuto chvíli je nutné dotknout se tržního aspektu oceňování a hodnocení. Filmové recenze/kritiky publikované v masových médiích úzce souvisí s filmařským zábavním průmyslem. „Recenze zviditelňují filmy a celkově udržují zvyk chození do kina. Jako žurnalistický útvar zároveň operuje na úrovni diskurzivní kategorie zpravodajství, jako součást reklamního odvětví vychází z diskurzu požadovaného filmovým průmyslem, jako typ kritiky potom využívají určité lingvistické a konceptuální formy, a to především ty, které zahrnují popis a hodnocení.“³⁴ Z funkčního hlediska představuje filmová recenze rétorický útvar, který za účelem naplnění výše zmíněných funkcí využívá tradičních strategií a taktik. Recenzent či kritik staví svůj text na odvozování argumentů, které z hlediska recipienta stojí na několika složkách. Dominantní je právě dodržování základních etických zásad žurnalistické profese ze strany autora recenze/kritiky. Předpoklad, že tento autor nesleduje žádný sekundární záměr než vytvořit recenzi/kritiku snímku, činí jeho argumenty v očích recipienta spolehlivými a platnými. Naplňuje roli zaujatého a zároveň zasvěceného průvodce, jenž umí rozeznat dobré od špatného a formulovat kvality filmu na základě vlastních, ale podložených dojmů. Pochopitelně může nabývat různých postojů – od vcítění se do stanoviska mainstreamového konzumenta po zastánce přehlížené okrajové produkce. Stejně tak se může odlišovat míra jeho odbornosti, vždy však musí vynášet opodstatněné soudy, které proto recipient vnímá jako relevantní.

Dostáváme se tak k další složce argumentace recenzenta či kritika – k emocionálnímu apelu na čtenáře. Právě ten totiž způsobí vůbec samotný fakt, že text recipienta zaujme, což je pro přijetí argumentů v textu obsažených klíčové. Souvisí to se skutečností, již jsme zmiňovali výše: filmová recenze/kritika může těžit z blízkosti k diskurzu zpravodajství. Lze tvrdit, že cokoli, co představujeme čtenáři jako nové nebo jedinečné, zaujme jeho pozornost. Na tento prvotní emocionální apel ale musí vzápětí navázat logicky strukturované hodnocení, které recipientovi nabídne postoj, s nímž se může ztotožnit. Nejčastěji se zde pracuje se zobecněním. Autor vykládá argumenty na základě

³⁴ BORDWELL, David. *Making Meaning: Interference and Rhetoric in the Interpretation of Cinema*. Cambridge: Harvard, 1991, s. 35.

konkrétního příkladu, třeba určité pasáže snímku. Věta jako „typické pro film XY je, že...“ umožňuje lépe si představit jeho skutečný význam. Stejně tak v případě negativní recenze/kritiky pomáhá metoda kontrastu s jiným, podle recenzenta/kritika vydařeným snímek. Zjednodušeně řečeno zdání logické argumentace, a tudíž důvěryhodnosti, vzniká prostřednictvím poslušnosti.³⁵

Dobry film ma vlastnost X.

Hodnoceny film ma/nema vlastnost X.

Hodnoceny film je dobry/spatny.

Pod vlastností X se může skrývat například zajímavé či důležité téma, kvalitní způsob jeho zpracování, kvalitní výprava, poutavě vykreslené postavy, logicky strukturovaná dějová linie, zásadní sdělení nebo jednoduše novátorský přístup v některém ze zmíněných kritérií. Pokud se však recenzent/kritik zaměřuje stále na stejné kategorie, podléhá časem určitým formulačním klišé, které jsou pro obor filmové (ale i jiné) recenze či kritiky typická. Velká část autorů potom postupuje podle zaběhnutých schémat s neměnným očekáváním. Ve všech těchto aspektech je pochopitelně rozhodující osobnost recenzenta/kritika. Zvláště na poměrně malém trhu, jakým rozhodně Česká republika disponuje, lze často v podstatě neomylně rozpoznat, kdo je autorem kterého textu. Nejde pouze o argumentační nebo formulační zvyklosti jednotlivých pisatelů, ale i o jejich celkový přístup a míru subjektivitu, již do hodnocení vnášejí. Vždy však platí, že čím širší přesah text obsahuje, tím jej lze považovat za kvalitnější a celkově přínosnější ve svém oboru. Odkazy směřované do jiných oblastí umělecké tvorby, ale i politiky či filozofie, dodávají recenzi či kritice punc vyšší autority a pomáhají jejímu autorovi vybočit z popisovaných schémat, což je zpravidla žádoucí. Zároveň ale umožňují, aby si vzdělaný recipient vytvořil na základě asociací, paralel a konotací ucelenou představu o pro něj dosud neznámém dílu.

3.2 Hranice subjektivity

³⁵ BORDWELL, David. *Making Meaning: Interference and Rhetoric in the Interpretation of Cinema*. Cambridge: Harvard, 1991, s. 37.

Vytvořit jakási univerzální pravidla pro hodnocení kinematografie jako umění se kromě kritiky pokouší i filmová teorie. Jejich společným cílem je porozumět fenoménu v jeho celistvém dopadu. Podle anglického teoretika Jamese Monaca se liší hlavně tím, že teorie obecně představuje abstrakci, zatímco kritika praxí³⁶. Filmové teorie z tohoto základního rozporu vycházejí – vždy jde o kontrast mezi ideálním (teorie) a praktickým (kritika). S tím je spojený rozdíl preskriptivního a deskriptivního přístupu. Preskriptivní teoretik se zamýšlí nad tím, čím by film měl být. Napřed rozhodne o hodnotovém systému, potom zkoumá materiál. Naopak deskriptivní přístup, typický pro filmovou kritiku, řeší, čím film je. Zkoumá hotový produkt a vyvozuje závěry o jeho skutečné povaze.³⁷ Helena Bendová ve stati *Kritika, pseudokritika a televize* zdůrazňuje, že smyslem kritiky není sdělovat definitivní, navždy platné pravdy.³⁸ Soud, zda je konkrétní filmové dílo dobré nebo špatné, je z velké části založený na subjektivitě pisatele, jehož kritéria jsou platná pouze pro určitý typ lidí. Bendová to sice považuje za nedílnou součást kulturní publicistiky, ale zároveň zdůrazňuje, že kvalitní kritika požaduje, aby pisatel na věc nahlížel s vyváženým poměrem odstupů a zaujatosti.³⁹ Musí klást otázky relevantní ve vztahu k dílu, vyjadřovat jasně svůj názor a současně jej podložit odkazy na konkrétní rysy kritizované věci. Sami čtenáři však musí k textům recenzí/kritik přistupovat ostražitě a dobře zvolit autora, jehož názor pro ně má váhu. Podobně jako nejsou jenom dobré filmy, tak i recenze se mohou kvalitou velmi lišit. Původní ideje o kultivování vkusu diváka často zmizí ve prospěch jiných cílů.⁴⁰

Požadavek absolutní objektivity na filmovou publicistiku klást nelze, neboť nesupluje teorii umění, ale hodnotí snímky situačním náhledem. Součástí textu filmové kritiky/recenze by měl být subjektivizující přístup redaktora, jehož zodpovědnost však spočívá v kontaktu se širokou masou konzumentů, které má možnost ovlivňovat. Jak již bylo řečeno, zakládá svůj soud na širších znalostech kulturního prostředí a historie, nikoli výhradně na osobním dojmu. Recenzent či kritik by měl vždy zvážit, na jakého adresáta se obrací, a snažit se mu tak poskytnout informace, jaké žádá, takovou formou, která mu je přístupná. Orientace na čtenáře by však rozhodně neměla vést k opuštění

³⁶ MONACO, James. *Jak číst film*. Praha: Albatros, 2004, s. 394 – 395.

³⁷ RADVÁKOVÁ, Tereza. *Filmová recenze a mediální partnerství*. Praha: Karlova univerzita, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky, 2010, s. 19.

³⁸ BENDOVÁ, Helena. *Omyly kritiky*. In *Cinepur*, 2004, roč. 13, č. 31, s. 29.

³⁹ Tamtéž.

⁴⁰ RADVÁKOVÁ, Tereza. *Filmová recenze a mediální partnerství*. Praha: Karlova univerzita, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky, 2010, s. 19.

umělecké kvality jako hodnotícího kritéria. To, že redaktor publikuje v periodiku určenému takzvanému obyčejnému divákovi, neznamená, že se musí nutně stát propagátorem hodnot diktovaných kulturním průmyslem. V rámci denního tisku, ale i specializovaněji laděných tiskovin se totiž místy setkáváme s texty, které se vydávají za recenzi či kritiku, a přesto jsou znatelně poplatné masové kultuře či marketingovým záměrům.

Na základě vlastního šetření⁴¹ se ukázalo, že tvrzení, že kritika či recenze má být výhradně subjektivní, nebo objektivní, se ve většině případů nezakládají na pravdě. Výhradně subjektivizující přístup pisatele má skutečně minimální přínos pro čtenáře. Potvrdil se však domněnka, že výjimku může tvořit názor osobnosti s velkou kulturní autoritou, avšak i ten zpravidla stojí na dlouholeté zkušenosti. Ve většině případů naopak subjektivita poskytuje alibi pro recenzenta či kritika i pro samotné tvůrce filmu. Současně platí, že recenze či kritika, která se vydává za výhradně objektivní, připravuje čtenáře o možnost svobodné volby. Pisatel svůj pohled předkládá jako jediný správný, což v kontextu umění nemůže být pravda. Jak již bylo řečeno, celkový dojem z filmu vytváří dva aspekty. První z nich, technické zpracování, respektive jakýsi prvotní nosič díla, lze hodnotit podle standardů vyplývajících z dějin kinematografie, techniky, teorie apod. Druhý, sdělení či poselství snímku, však závisí pouze na konkrétním divákovi, jeho pocitech a zážitku. Nabízí se tak nepřeberné množství rozdílných interpretací.⁴²

3.3 Přístup české novinářské veřejnosti

Recenzent či kritik se drží hodnotících kritérií, která si vesměs sám udává. Jakékoli hodnocení by mělo být jasně podloženo argumenty a příklady ze snímku. Někdo posuzuje, jak jednotlivé prvky fungují či nefungují v rámci celku díla, jiný zase originalitu či konvenčnost snímku na základě srovnání s filmovou historií a podobně. Samotných teorií, věnujících se struktuře i nutnému obsahu filmové recenze/kritiky, existuje bezpočet. Porovnáme-li však například to, co píše o formě a obsahu takových

⁴¹ V rámci této práce bylo zpracovno dotazníkové šetření, které se zabývalo přístupem českých pišících recenzentů/kritiků. Kompletní výsledky dotazníkového šetření jsou obsaženy v Příloze 5.

⁴² RADVÁKOVÁ, Tereza. *Filmová recenze a mediální partnerství*. Praha: Karlova univerzita, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky, 2010, s. 19 – 20.

textů ve svých monografiích Timothy Corrigan⁴³ nebo Stanley Kauffman⁴⁴, případně prostudujeme-li si teoretická východiska českých prací věnovaných filmové kritice,⁴⁵ s obsahem soudobých recenzí/kritik, dojdeme ke zjištění, že deskriptivní úloha teorie vůči realitě poněkud selhává. Rozhodli jsme se proto dotazovat přímo současné recenzí, které vycházejí v periodikách sledovaných výzkumem⁴⁶. Názory těchto redaktorů jistě nevytvářejí objektivní a úplný obraz stavu filmové publicistiky, jsou pro nás spíše přehledem možných přístupů. Jejich výpovědi pro nás rovněž představují utvrzení, zda existují náznaky, že námi výše nastíněné hypotézy nejsou zcela mylné. Vypracovali jsme dotazník, který nám vyplnila desítky redaktorů píšících do dvanácti různých periodik (u některých se tituly překrývají). Jak jsme již zmínili, vzhledem k tomu, že se jedná o osoby přímo z praxe, rozhodli jsme se vyhovět jejich požadavku a citujeme jejich odpovědi anonymně, uvádíme pouze název periodika.

3.3.1 Postup recenzenta

Více než polovina dotázaných recenzí sdílí názor teoretiků, že recenze je ryze subjektivní žánr. Zároveň však připouštějí, že jim samotným se výhradně subjektivní přístup těžko dodržuje.⁴⁷ Přestože recenzent vyjadřuje vlastní názor, nemůže jeho text být výhradně subjektivní, neboť ho ovlivňuje řada aspektů. Zůstat za všech okolností takzvaně panenským autorem, který staví na osobním dojmu z daného snímku, aniž by bral v potaz všeobecně panující estetickou či dobovou normu, se podaří jen výjimečným osobnostem kulturního života, a ty se potom paradoxně zase stávají šablonou pro méně názorově konzistentní autory. Kupříkladu více než polovina dotázaných uvádí, že si před sepsáním skutečně čte recenze svých kolegů, a to domácích i zahraničních.⁴⁸

Postup současných novinářů při psaní recenze nejlépe reprezentuje a shrnuje odpověď recenzenta časopisu *Cinepur*, který líčí, že k jednotlivým textům přistupuje rétoricky a pragmaticky. „Rozlišuji, zda film bude mít diváky, nebo je bude hledat. Pokud je

⁴³ CORRIGAN, Timothy. *A Short Guide To Writing About Film*. NY: Longman, 2001, s. 10 – 25.

⁴⁴ KAUFFMAN, Stanley. *Before My Eyes: Film Criticism and Comment*. NY: Harper & Row, 1980.

⁴⁵ Míníme tím především české odborné příručky určené studentům i profesionální veřejnosti a kvalifikační práce uvedené v bibliografii, dále jsme potom prostudovali zápisky Lubomíra Linharta, pedagoga Filmové fakulty Akademie múzických umění, který zde problematiku opakovaně přednášel

⁴⁶ viz Praktická část

⁴⁷ Dotazníkové šetření mezi aktivními českými novináři – shrnutí, Příloha č. 5

⁴⁸ Dotazníkové šetření mezi aktivními českými novináři – shrnutí, Příloha č. 5

divácký, hledám ono místo rezonance s diváky, čím je oslovuje a to se snažím divákům ozřejmit. U kvalitních artových a experimentálních filmů se snažím přesvědčit diváka, aby jim věnoval pozornost, snažím se vypíchnout, čím jsou významné v dějinách kinematografie a společnosti.“⁴⁹ Kromě snahy o formulaci vlastního stanoviska vůči filmu, se tak dostává do popředí informativní, až apelativní funkce recenze. Autor se přizpůsobuje nejen adresátovi (podle toho, do jakého periodika text zrovna píše), ale i skutečnosti, pro jakou cílovou skupinu je určen daný film. Pokud se cílová skupina filmu a periodika výrazně neshoduje, vytváří autor textu nezřídka první kontakt mezi filmem a jeho eventuálním divákem. Jeho postup proto bývá jiný než u snímku notoricky známého již před premiérou.

Měli-li bychom na základě odpovědi popsat metodiku, kterou používá průměrný český kritik/recenzent, vznikl by jednoduchý model. V podstatě každý z dotazovaných potřebuje nejdříve film vidět, krátce po zhlédnutí zaznamenává vlastní myšlenky, pocity apod., později text přepracovává, zasazuje do předpokládané struktury recenze/kritiky a dále upravuje.⁵⁰ Vlastní poznámky během filmu si dělají pouze dva z devíti respondentů, naopak práci kolegů z České republiky i zahraničí se ještě před formulací vlastní recenze/kritiky inspiroují přibližně tři autoři. Většinou se je však snaží číst až po návštěvě projekce. Texty obecně potom alespoň rámcově dodržují následující strukturu: na začátku obecné hodnocení v podobě nastolení významu snímku, uvedení do atmosféry a kontextu; následuje střed, kde se autor věnuje tvůrcům, hlavním hrdinům, respektive jejich představitelům, formální a obsahové stránce snímku; nakonec potom autor vyjadřuje vlastní hodnocení, pocity, inspiraci a uvádí sdělení snímku do širších souvislostí.⁵¹ Více než polovina oslovených novinářů připustila, že vyváženost této struktury určuje skutečnost, o jaký film se jedná. Méně známé snímky vyžadují více explicitní vyjadřování, u mainstreamových hitů se novinář spíše soustředí na okrajové postřehy, jimiž se snaží vnést do probádané problematiky přece jen něco nového.

3.3.2 Hodnotící kritéria

Z odpovědi vyplývá, že neexistuje soubor hodnotících kritérií jako v exaktních vědách. Platí jen určitý univerzálně platný rámec, podle kterého recenzenti snímky hodnotí.

⁴⁹ Dotazníkové šetření mezi aktivními českými novináři – shrnutí, Příloha č. 5

⁵⁰ Dotazníkové šetření mezi aktivními českými novináři – shrnutí, Příloha č. 5

Celkově převládá důraz na formální i obsahovou konzistenci, roli hrají také vyvolané emoce, což úzce souvisí s mírou autorovy subjektivity (viz oddíl 1.3.3.3). Jeden z recenzentů/kritiků píšících do deníku *Právo* hodnotí především kvalitu scénáře, režie a hereckých výkonů.⁵² Blíže však nespecifikuje, podle jakých měřítek se řídí. Podobně odpověděli i recenzent/kritik deníku *Mladá fronta DNES* a serveru *Premiere*, ten však ještě dodává, že jeho soud vždy ovlivňuje i předchozí práce režiséra. Vytváří tedy jakési srovnání, ve kterém musí nejnovější film obstát. Z toho lze usuzovat, že každý snímek má nastavenou laťku jinak vysoko.⁵³

Dalším zásadním a často zmiňovaným kritériem byla originalita, zmínil ji autor z časopisu *Týden, Respekt*, deníku *Lidové noviny* a přispěvatel do měsíčníku *Cinepur*. Tato hodnota však výrazně podléhá vkusu autora textu a její význam se tak snadno modifikuje. Pro redaktora časopisu *Týden* představuje originalita novátorský přístup, především ve vztahu k předcházející tvorbě, ale zároveň i nový pohled po stránce obsahové.⁵⁴ Požaduje, aby bylo ze snímku zřetelné režisérovo zaujetí a nešlo jen o dobře zvládnutý řemeslný výrobek. Zde se dostáváme k zásadnímu konfliktu hodnocení – zatímco polovina respondentů vyjadřuje právě tento názor, pro dalších přibližně 50 % dotázaných představuje u snímku kvalitní řemeslné zpracování hlavní klad.

Redaktor píšící pro periodika *Cinepur* a *A2* hodnotí film podle intenzity emocí, jež v něm vyvolal. „Ty může spustit scénář, způsob svícení, herecké obsazení, ale třeba i to, že režisér při realizaci svého záměru nějak selhal. Jedno kritérium mám u autorských filmů – oceňuju filmy, které jsou ochotné vzdávat se dramaturgických a režijních schémat, byť se při tom vystavují nebezpečí, že nebudou srozumitelné.“⁵⁵ Hledisko uměleckosti či schopnost ukazovat realitu z jiného pohledu hodnotí výše než formální dokonalost. Jde tak v podstatě o jediného redaktora, který se, alespoň podle svého tvrzení, při hodnocení významným způsobem vymyká schematizaci. Nový vhléd potom přináší redaktor, který publikuje na serverech *Aktuálně.cz*, *Cinema* a v tištěných periodikách *Hospodářské noviny* a *A2*. Konstatuje, že kvalitu filmu nelze kvantifikovat.⁵⁶ Naráží tak na velmi častou praxi hodnocení počtem hvězdiček, procenty

⁵¹ Dotazníkové šetření mezi aktivními českými novináři – shrnutí, Příloha č. 5

⁵² Dotazníkové šetření mezi aktivními českými novináři – shrnutí, Příloha č. 5

⁵³ Dotazníkové šetření mezi aktivními českými novináři – shrnutí, Příloha č. 5

⁵⁴ Dotazníkové šetření mezi aktivními českými novináři – shrnutí, Příloha č. 5

⁵⁵ Dotazníkové šetření mezi aktivními českými novináři – shrnutí, Příloha č. 5

⁵⁶ Dotazníkové šetření mezi aktivními českými novináři – shrnutí, Příloha č. 5

apod. Splnění jednotlivých kritérií totiž podle něj ještě nemusí znamenat, že jde o dobrý film. „Existuje mnoho filmů, které jsou technicky precizní, přesto vám z jiných, kupříkladu ideologických hledisek přijdou odporné. Stejně tak může být třeba herecký výkon ze strany herce v nějakém smyslu povedený, přesto nevhodný pro danou roli, pro autorův záměr (herec ve vedlejší roli třeba může podat tak dobrý výkon, že zastíní postavy hlavní. Pak je ovšem otázka, jestli to vlastně není špatný, nepřiměřený výkon.“⁵⁷

3.3.3 Ovlivňování recenzenta

Ovlivňování recenze se může podle průzkumu projevit dvojím způsobem – nejde jen o obsah recenze, respektive o hodnocení daného filmu. Také samotná volba snímku může být pod vlivem mnoha faktorů. Zajímalo nás především, zda a do jaké míry zasahuje do výběru redakční politika. Už zde by se totiž mohl odrážet určitý vliv mediálního partnerství. Drtivá většina recenzentů připustila, že redakce výběr snímku skutečně ovlivňuje. Liší se pochopitelně přístup interních a externích redaktorů – zatímco externisté se drží v pozici toho, kdo text nezávazně nabízí či je oslovován, a otištění je dále otázkou dohody s redakcí, internista často v rámci každodenní rutiny plní konkrétní zadání. Vedení redakce má potom pochopitelně ve výběru hlavní roli. V největším počtu případů se řídí vkusem většinové společnosti či proslulostí konkrétního filmového tvůrce. Přestože dotázaní tvrdí, že se rozhodují na základě vlastního dojmu (film je zaujal kladně, nebo naopak negativně), zároveň konstatují, že jsou filmy, „které si s ohledem na čtenáře nemůžeme dovolit nerecenzovat (blockbustery typu Pirátů z Karibiku, o kterých se mluví a na které se chodí).“⁵⁸ Na současný trend při výběru hodnocených snímků upozornil recenzent deníku *Hospodářské noviny*, magazínu *Cinema* a serveru *Aktuálně.cz*. Zdůraznil i námi sledovanou skutečnost, že v tisku převažují pozitivní recenze nad negativními. „Obzvláště v denících platí [při výběru snímku k hodnocení] mnohdy podivná kritéria. Kupříkladu nerecenzovat filmy, které nejsou dobré, buď vůbec, nebo jim nedávat tolik prostoru. [...] Prostor pro kritiku jakožto dialog, pro kritiku, která chce třeba zkoumat,

⁵⁷ Dotazníkové šetření mezi aktivními českými novináři – shrnutí, Příloha č. 5

⁵⁸ Dotazníkové šetření mezi aktivními českými novináři – shrnutí, Příloha č. 5

kde doposud uznávaný tvůrce udělal chybu, zkrátka dělat to, k čemu by měla sloužit, pak mizí.“⁵⁹

Při celkovém posouzení lze tvrdit, že respondenti odpovídali srovnatelně, redakčnímu výběru vytýkali spíše snahu přizpůsobit se mínění masové společnosti než zaujatost. K výraznému rozporu došlo pouze v případě dvou recenzentů z deníku *Právo*. První z dotázaných recenzentů odpověděl, že redakce do výběru nijak nezasahuje. Konstatoval, že redakce předpokládá, že sám ví, o čem má psát,⁶⁰ a dokonce popsal velkou míru svobodného výběru. „Píšu recenze na všechny české celovečerní hrané filmy, na dokumenty podle toho, jak mně zajímá nebo ho chci doporučit, a na zahraniční filmy výběrově – jednak na ty, u kterých lze předpokládat velký zájem publika, jednak když chci naopak na nějaký malý film upozornit.“⁶¹ Naopak druhý recenzent jako přednostní důvod volby uvedl, že dostane takové zadání (neudal však konkrétně od koho – pozn. autorky), a současně v další z odpovědí popsal konkrétní situaci, kdy musel hodnotit film (*Líbáš jako Bůh*), který by si sám k recenzi nevybral.⁶² Z odpovědí lze usuzovat, že v oblasti filmových recenzí více než tři čtvrtiny zkoumaných deníků výrazně přizpůsobují agenda setting. Podle tvrzení redaktorů to ale vyplývá především z omezeného prostoru určeného pro kulturu a z celkového přizpůsobování se preferencím společnosti, tedy i většiny čtenářů. Kromě výše citované odpovědi redaktora deníku *Právo* jsme nezaznamenali žádný konkrétní případ, kdy by se dalo spekulovat o ovlivňování výběru vedeném marketingovými zájmy.

Co se týká obsahu recenze, tady podle dotázaných novinářů dochází k ovlivňování ve větší míře. Jako hlavní důvod odklonu od subjektivního stanoviska často uvádějí vlastní sympatie k tvůrcům daného snímku. Posuzovat českou kinematografii přináší několika z respondentů potíže, protože český trh je natolik malý, že se všichni navzájem dobře znají. „Filmaři se v naší malé zemi s recenzenty znají, recenzenti některé z nich mají rádi a pak je zatěžko napsat, že kamarádovi se film tentokrát moc nepovedl,“⁶³ připustil recenzent píšící do *Lidových novin*, *Týdne* a *Respektu*. Autor recenzí uveřejňovaných nejčastěji v časopise *Cinepur* přiznal, že se sám ocitl v situaci, kdy se nechal tímto

⁵⁹ Dotazníkové šetření mezi aktivními českými novináři – shrnutí, Příloha č. 5

⁶⁰ Dotazníkové šetření mezi aktivními českými novináři – shrnutí, Příloha č. 5

⁶¹ Dotazníkové šetření mezi aktivními českými novináři – shrnutí, Příloha č. 5

⁶² Dotazníkové šetření mezi aktivními českými novináři – shrnutí, Příloha č. 5

⁶³ Dotazníkové šetření mezi aktivními českými novináři – shrnutí, Příloha č. 5

pocitem ovlivnit.⁶⁴ Vágní odpovědi typu "některé filmy prostě nejde hodnotit záporně"⁶⁵ naopak vytvářejí dojem strategičtější vyvíjeného nátlaku. Dotazovaní novináři připouštějí, že i tato podoba ovlivňování se v českém prostředí objevuje. Konkrétní příklad ale uvádí pouze jeden z recenzentů, který popisuje pravidlo nejmenovaného listu, kde film inzerovaný na první stránce nesměl dostat méně než tři hvězdičky z pěti.⁶⁶

4 Filmová kritika jako prostředek kulturního marketingu

4.1 Kulturní dílo jako produkt

O začátku dvacátého století nabývá kultura stále silněji podoby produktu. Jako běžný produkt potom podléhá marketingovým postupům, vzniká takzvaný Artmarketing. Odvětví marketingu, ale i třeba public relations, který se zabývá výhradně kulturním dědictvím a uměním, se na evropské úrovni vnímá jako samostatné přibližně od osmdesátých let. Povaha objektů zájmu tak s sebou nese mnohá specifika tohoto odvětví.⁶⁷ Zároveň se ale liší názor, jaké všechny oblasti kultury sem spadají. V této práci se přidržíme co nejširšího vymezení, a to konkrétně definice uvedené v monografii *Marketing kulturního dědictví a umění*, která je doporučována studentům oboru Art management na Vysoké škole ekonomické. „Do art marketingu v nejširším pojetí patří marketing kulturní organizace či firmy a marketing jakéhokoli odvětví kultury a umění. Art marketing zahrnuje i reprodukční umění, mediální umění, film a multimediální umění. (...) Spojení umění, kultury a soukromých firem se odráží ve sponzoringu kultury a v mecenášství (fundraising) i ve využití umělců, uměleckých děl (děl chráněných autorskými právy) pro reklamní a marketingové účely.“⁶⁸

Nástroje art marketingu se ve většině případů od běžných postupů trhu odlišují, nebo se tak alespoň snaží vystupovat. Umění sice vykazuje vlastnosti produktu, ale zároveň je unikátem a vysoce ceněným omezeným statkem. Vyznačuje se nemožností výroby ve velkém a kromě základních funkcí (estetická, dekorační, prestižní apod.) může úspěšně

⁶⁴ Dotazníkové šetření mezi aktivními českými novináři – shrnutí, Příloha č. 5

⁶⁵ Dotazníkové šetření mezi aktivními českými novináři – shrnutí, Příloha č. 5

⁶⁶ Dotazníkové šetření mezi aktivními českými novináři – shrnutí, Příloha č. 5

⁶⁷ L'ETANG, Jacquie. *Public Relations: základní teorie, praxe, kritické přístupy*. Praha: Portál, 2009, s. 38.

⁶⁸ JOHNOVÁ, Radka. *Marketing kulturního dědictví a umění*. Praha: Grada, 2008, s. 45.

plnit funkci investice a uchování hodnoty. Umělecké dílo je specifický produkt i z toho důvodu, že konzumací (tj. prohlížením, zkoumáním, vystavováním) ani časem neztrácí hodnotu, ani nedochází k morálnímu opotřebení. Naopak časem jeho hodnota roste, pokud nedojde ke znehodnocení. Umělecké dílo ale současně podléhá zákonitostem nabídky a poptávky, módy a vkusu. Produktem může být z pohledu marketingových nástrojů i umělec nebo skupina umělců. Na jeho/jejich prosazení se na trhu a u umělecké kritiky bude záviset poptávka po jeho/jejich dílech i cena.⁶⁹ Prosadit umělce či dílo samotné na trh pomáhají techniky public relations.

Nástroje public relations představují výraznou součást komunikačního mixu marketingu uměleckého díla. Jde o soubor programů, které zahrnují veřejné projevy, představení instituce či umělce, výroční zprávy, umělé vytváření článků v tisku, vydávání letáků a publikací, styk s veřejností a s místními komunitami, lobbování a slavnostní události.⁷⁰ Jejich výsledkem má být vytváření vlivu na firmy zapojené do programu sponzoringu, na stát, ale také na média, hodnotitele a pochopitelně samotné konzumenty kulturních produktů. Objektem našeho zájmu jsou v této práci zejména interakce mezi kulturou a médiem, respektive prostředky, jimiž může být objektivní žurnalistika ovlivňována právě kupříkladu postupy public relations. Snaha o vliv na mediální výstupy týkající se daného uměleckého díla je z hlediska art marketingu pochopitelná. Obecně platí, že co je v médiích nejsledovanější, to má přímo největší účinek na konzumenty, z čehož zpětně plyne nejvyšší zisk. Pokud výsledkem působení marketingu je vysoký zisk, platí, že má vysokou účinnost, tedy i úspěšnost.⁷¹

4.2 Kulturní marketing a jeho postupy

Jméno a image organizace nebo výrobku se dostává do povědomí zákazníků také prostřednictvím již zmíněného komunikačního mixu, který v tomto případě tvoří reklama, podpora prodeje, public relations a direkt marketing.⁷² Tyto aspekty

⁶⁹ JOHNOVÁ, Radka. *Marketing kulturního dědictví a umění*. Praha: Grada, 2008, s. 160.

⁷⁰ JOHNOVÁ, Radka. *Marketing kulturního dědictví a umění*. Praha: Grada, 2008, s. 197.

⁷¹ JOHNOVÁ, Radka. *Marketing kulturního dědictví a umění*. Praha: Grada, 2008, s. 47.

⁷² KOTLER, Philip. *Marketing 3.0: from products to customers to the human spirit* [online]. Hoboken, N.J.: John Wiley & Sons, Inc., 2010 [cit. 2012-12-20]. Dostupné z: <http://site.ebrary.com/lib/natl/Doc?id=10381059>.

komunikačního mixu se projevují na úrovni samotných kulturních děl, tedy daná organizace či výrobek jsou skrze ně propagována. Projevy kulturního marketingu ve filmovém prostředí mají několik podob. Některé jsou posuzovány jako skrytá reklama, u jiných došlo k legalizaci, která jejich používání upravuje.

V současné době patří k nejvýraznějším projevům marketingu ve filmu přímé umístění produktů a služeb do děje, umístění reklamy na produkt do děje nebo více či méně přímé odkazování na produkt v rámci dialogů. O tomto souboru praktik se hovoří jako o aktivním a pasivním product placementu. Jedná se o jakoukoli podoba začlenění výrobku, služby, ochranné známky, která se k výrobku nebo službě váže, nebo zmínky o výrobku a službě do filmového díla.⁷³ V českém prostředí product placement upravuje novela zákona O provozování televizního a rozhlasového vysílání č. 231/2001 Sb., platná od 1. června 2010. Ta zakazuje například umísťování tabákových výrobků a léčiv.⁷⁴ Product placement se začal objevovat v zahraničních filmech už před rokem 1920. Poprvé byl v souvislosti s product placementem zmiňován americký snímek *Garáž* z roku 1919, kde se prezentuje síť čerpacích stanic Red Crown Gaseline. Postupem času se nárazově projevuje i v české kinematografii, výrazněji potom po roce 1989. Dnes je product placement nejčastěji využíván v televizních formátech, hlavně v seriálech, takzvaných soap operách.⁷⁵ Právě umístění produktu zmiňujeme proto, že ho lze považovat za nejběžněji používanou marketingovou techniku, která zasahuje přímo do obsahu uměleckého díla⁷⁶ – stejně jako mediální partnerství může podle naší hypotézy přímo zasahovat do publicistických obsahů. Na rovině mediálního partnerství je však marketingový vliv pro spotřebitele obtížněji zaznamatelný než ve svých jiných formách, které nejsou předmětem této práce.

⁷³ Doporučení v oblasti product placementu. In: *Rada pro rozhlasové a televizní vysílání* [online]. [cit. 2012-12-20]. Dostupné z:

http://www.rrtv.cz/files/pdf/Product%20placement_na%20web_pro%20div%C3%A1ky.pdf

⁷⁴ Zákon o provozování televizního a rozhlasového vysílání. In: *231/2001 Sb.* 2001. Dostupné z:

<http://portal.gov.cz/app/zakony/zakon.jsp?page=0&nr=231~2F2001&rpp=15#seznam>.

⁷⁵ POLÁK, Lukáš. Produkt placement je realitou. *Digizone* [online]. 2010 [cit. 2012-12-20]. Dostupné z:

<http://www.digizone.cz/clanky/product-placement-je-realitou/>

⁷⁶ POLÁK, Lukáš. Produkt placement je realitou. *Digizone* [online]. 2010 [cit. 2012-12-20]. Dostupné z:

<http://www.digizone.cz/clanky/product-placement-je-realitou/>

4.3 Mediální partnerství v českém prostředí

Praxe mediálního partnerství v české kultuře sílí od počátku devadesátých let dvacátého století, kdy částečně nabývá komerční podoby. Jde o speciální formu sponzoringu, který se však zpravidla neprojevuje v podobě finančních dotací ze strany sponzora, respektive mediálního partnera, ale bezplatnou podporou v oblasti reklamy. Patří tudíž ve své podstatě do oblasti public relations, kde může tvořit samostatnou podskupinu tzv. press relations či media relations.⁷⁷ Jak již vyplývá z názvu, tisk je pro tuto podskupinu nejdůležitějším médiem. Je to dáno jeho širokou diverzifikací v počtu titulů, které postihují nejrůznější sociální a zájmové skupiny obyvatel.⁷⁸ Médium, v našem případě tištěné periodikum, které se stane partnerem určitého kulturního projektu, tedy filmu, tento projekt systematicky podporuje pomocí propagace. Neexistuje žádný zákon či vyhláška, které by konkrétně mediální partnerství právně upravovaly. Z právního hlediska jde v podstatě o typ reklamy. Strany si pravidla upravují v rámci vzájemného soukromoprávního vztahu.⁷⁹

Statě, zabývající se problematikou mediálního partnerství v České republice, rozlišují mezi mediálním partnerstvím charitativním a komerčním.⁸⁰ Charitativní mediální partnerství představuje podporu určitého neziskového projektu ze strany média, jemuž nepřináší jinou výhodu než vlastní zviditelnění v souvislosti se společensky oceňovanou aktivitou. Komerční mediální partnerství potom chápeme jako spolupráci, která se uzavírá proto, že je výhodná pro obě strany. V našem případě, tištěné periodikum poskytne partnerovi z oblasti filmu prostor pro jeho prezentaci v rámci reciproke. Nejčastěji se jedná o články, fotoreporty, tematické soutěže, bannery a další reklamní prostory. Vše vychází ze smlouvy, již oba partneři uzavřou na základě dohody či výběrového řízení, a je závislé na určeném objemu poskytovaného prostoru na stránkách periodika. Redakce naopak od partnera v mnoha případech očekává exkluzivitu o informování, například přednostní informace o akcích, možnost fotit na těchto akcích fotoreporty, výhradní právo na rozhovory a podobně. Dále potom vyžaduje vlastní reklamní prostor, jako je možnost rozmístění a rozdávání propagačních

⁷⁷ POSPÍŠIL, Pavel. *Efektivní public relations a media relations*. Praha : Computer Press, 2002, s. 9 – 10.

⁷⁸ SVOBODA, Václav. *Public relations*. Praha: Grada, 2006, s. 175.

⁷⁹ BRASSÁNYOVÁ, Jana; BRYCHTA, Jan. *Nemáte na kampaň? Zkuste mediální partnerství*. [online]. 2009 [cit.2009-07-12]. Dostupné z: <http://www.strategie.cz/scripts/detail.php?id=457818>
<http://strategie.e15.cz/special/nemate-na-kampan-zkuste-medialni-partnerstvi-410388>.

materiálů při premiéře, umístění reklamní plachty a uvedení logotypu mezi mediálními partnery na všech materiálech s filmem spojených. Veškeré podrobnosti, velikosti a obsah vzájemně poskytnutého prostoru bývá přesně stanoveno před zahájením spolupráce.

Každý připravovaný projekt má možnost zažádat o partnerství libovolné periodikum. Některá na svých webových stránkách přímo za tímto účelem nabízejí producentům předtištěné formuláře. Tuto žádost musí produkce filmu doručit oddělení marketingu listu zpravidla nejpozději půl roku před potenciálním zahájením kampaně, někdy i ještě před zahájením natáčení. Spolu s ní předkládá kompletní projekt daného kinematografického počínu. Každá organizace by také měla přicházet s konkrétní strategií mediální kampaně. Vydavatelství často musí odsouhlasit její vizuály, aby zapadaly do koncepce daného titulu. Žádající organizace musí zároveň splnit další podmínky, které se liší podle daného periodika – běžně však zahrnují požadavek, aby žádající organizace prokázala hospodářskou činnost minimálně po dva roky. Marketingové oddělení se ujistí, zda organizace žádající o partnerství je důvěryhodná a její financování průhledné. Filmové projekty jsou posuzovány z hlediska důvěryhodnosti, dobrého jména produkce, dosahu, výjimečnosti, vizibility a zároveň možnosti prezentace samotného periodika v jejich rámci. „O získání mediálního partnerství rozhoduje profesionalita projektu, jasný a dobře komunikovaný cíl, smysluplnost akce a samozřejmě dostatečná komunikace našeho titulu,“⁸¹ říká Hana Holková, vedoucí marketingu B2C titulů vydavatelství Mladá fronta. U tištěných titulů ale hraje důležitou roli i společná cílová skupina. Zvolený projekt by měl být pro čtenáře zajímavý a přínosný. Také se musí shodovat s profilem periodika – doplňovat jej nebo zvýrazňovat. Kromě toho, že list mediálním partnerstvím podporuje rozvoj národní kinematografie, zajišťuje si také vlastní reklamu.⁸²

4.4 Projevy mediálního partnerství v tištěných médiích

⁸⁰ SVOBODA, Václav. *Public relations*. Praha: Grada, 2006, s. 176-178.

⁸¹ BRASSÁNYOVÁ, Jana; BRYCHTA, Jan. *Nemáte na kampaň? Zkuste mediální partnerství*. [online]. 2009 [cit. 2009-07-12]. Dostupné z: <http://www.strategie.cz/scripts/detail.php?id=457818>
<http://strategie.e15.cz/special/nemate-na-kampan-zkuste-medialni-partnerstvi-410388>.

⁸² RADVÁKOVÁ, Tereza. *Filmová recenze a mediální partnerství*. Praha: Karlova univerzita, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky, 2010, s. 31-33.

Na rozdíl od podpory charitativních či jinak veřejně prospěšných akcí, mediální partnerství filmů je výhodné pro obě strany. „Nabízíme zviditelnění projektu formou inzertního prostoru ve vybraných tištěných titulech, případně redakční podporu. Naopak očekáváme dostatečnou komunikaci na sponzorované akci,⁸³“ dodává Holková. V rámci propagace filmu (promo-akce, plakáty, web apod.) či samotného promítání (prostřednictvím bannerů s logem listu na premiéře, logem uvedeným v titulcích filmu apod.) se tak zviditelňuje i mediální partner. Logicky proto platí, že čím je film úspěšnější, tím má list účinnější reklamu a následně vyšší prestiž.

Mediální partner má filmu na svých stránkách poskytovat prostor pro kampaň, ten by však měl být zřetelně označen jako reklama. Propagační a PR články filmu by neměly zasahovat do publicistických a zpravodajských částí listu. Mediální partnerství se tak podle etických pravidel pochopitelně nesmí projevit v obsahu filmové publicistiky, ani v agenda-settingu kulturních rubrik⁸⁴. Samotný agenda-setting neboli nastolování témat, o nichž stojí za to mluvit, může být druhotným zdrojem reklamy. Film propaguje již vlastní prostor, jenž mu periodikum poskytne. Snímky, jejichž uvedení na plátna kin doprovází velké fotografie nejzajímavějších scén na titulních stránkách, jsou do podvědomí čtenáře dopředu zapsány jako pozitivní. Lze tedy říci, že i to, kolik zájmu list věnuje snímku, představuje do určité míry jeho hodnocení⁸⁵. Marketingovým záměrům stejně tak přitakává situace, kdy kritici či recenzenti dopředu označují za hit film, který ještě neviděli. Masivní kampaň předcházející jeho premiéře velmi ovlivňuje úsudek čtenáře a se skutečným hodnocením nemá nic společného. Platí zde, že objem inzerce představuje pozitivní publicitu, a proto je v zájmu produkce filmů, aby stimulovali redakci mediálního partnera k prosazování tohoto zájmu⁸⁶. Pokud by tedy byl určitý film hodnocen na stránkách svého mediálního partnera výhradně pozitivně, nebo by na něj byla zaměřena zvýšená pozornost, šlo by o skrytou reklamu, která není v souladu se zájmy čtenáře. Šlo by o zřejmý střet zájmů, který lze hodnotit jako nepřijatelný.⁸⁷

⁸³ BRASSÁNYOVÁ, Jana; BRYCHTA, Jan. *Nemáte na kampaň? Zkuste mediální partnerství.* [online]. 2009 [cit.2009-07-12]. Dostupné z: <http://www.strategie.cz/scripts/detail.php?id=457818>
<http://strategie.e15.cz/special/nemate-na-kampan-zkuste-medialni-partnerstvi-410388>.

⁸⁴ KORDA, Jakub. *Populární filmové časopisy.* In Cinepur, 2004, roč.13, č.31, s. 39.

⁸⁵ McCOMBS, Maxwell; PROTESS, David. *Agenda Setting (Readings on Media, Public Opinion and Policymaking).* New York: Routledge, 1991, s. 43-45.

⁸⁶ SVOBODA, Václav. *Public relations.* Praha: Grada, 2006, s. 181-182.

⁸⁷ RADVÁKOVÁ, Tereza. *Filmová recenze a mediální partnerství.* Praha: Karlova univerzita, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky, 2010, s. 31-33.

5 Etické hranice

Při posuzování zaujatosti mediálních obsahů je důležité nejprve konstatovat, proč tuto zaujatost považujeme v rámci analyzovaných médií za nepřijatelnou. Jak lze sledovat v následujícím oddílu, etické zásady, k nimž se tato média hlásí, obsahují podmínku nezaujatosti a nestrannosti, současné také vylučují jakýkoli střet zájmu ze strany novináře i redakce. Kupříkladu *Etický kodex novináře Syndikátu novinářů České republiky* uvádí v odstavci "e" první části, že se novinář nesmí odchylovat věcně od pravdy ani v komentáři z důvodu zaujatosti,⁸⁸ což je možné doslovně vztáhnout k mediálnímu partnerství.

Etický kodex novináře se poprvé objevil v roce 1918 ve Francii, jednalo se o takzvanou Chartu novináře. Od dvacátých let 20. století se potom etické kodexy žurnalistických organizací rozšiřovaly v USA. Běžnou součástí práce novináře se v západoevropském mediálním prostoru staly ve druhé polovině dvacátého století. Etické hranice stanovuje v daném žánru sama profese. Podle většiny níže citovaných kodexů mají být tyto hranice přijímány a uplatňovány samotnými novináři na základě dobrovolného rozhodnutí. Regulaci médií obecně chápeme jako soubor ideologicky, politicky, ekonomicky nebo eticky motivovaných postupů a prostředků. Pro tuto práci jsou klíčové prostředky regulace interní, tedy samoregulace médií, která je ještě zúžena na etické kodexy. Jedná se o nejrůznější pravidla profesně vhodného chování, která přijímají novinářské svazy, odborové a profesní organizace, vlastníci médií či jednotlivé redakce.⁸⁹ V České republice lze tradici etických kodexů považovat vzhledem k historickému vývoji země za menší než například v anglosaském kontextu. Tuzemská profesní pravidla začala vznikat na základě deklarace vydané ministry států zúčastněných na Čtvrté evropské konferenci o politice hromadných sdělovacích prostředků, která se konala v Praze v prosinci roku 1994. Podle preambule *Etického kodexu Syndikátu novinářů České republiky* uvádí rezoluce číslo 2 této konference, že „výkon novinářského povolání je založen zejména na základním právu na svobodu

⁸⁸ Syndikát novinářů České republiky: Etický kodex. *Syndikát novinářů České republiky* [online]. 2008 [cit. 2012-04-25]. Dostupné z: <http://syndikat-novinaru.cz/1/5/36/etika/eticky-kodex>.

⁸⁹ MORAVEC, Václav. *Etika a česká média*. In *10 let v českých médiích*. Praha: Portál, 2005, s. 51-58.

projevu, zaručenou článkem č. 10 Evropské konvence o lidských právech⁹⁰. Bod 11 potom přiznává novinářům „právo přijímat své vlastní samoregulační normy např. ve formě etického kodexu.“⁹¹ Jako první vydala 27. září 1995 etický kodex Česká televize. *Kodex ČT* byl schválen Radou ČT jako součást Statutu ČT, současně vznikla také komise pro posuzování etických prohrěšků, Etický panel. Následoval 18. července 1998 *Etický kodex novináře Syndikátu novinářů České republiky*. V říjnu roku 1998 zveřejnil etický kodex na svých stránkách časopis *Týden* jako první tištěné médium u nás. Později se připojily *Hospodářské noviny* (leden 2002), *Mladá fronta DNES* (březen 2002) či deníky *Bohemia* a *Moravia* (říjen 2004).⁹²

Podle Václava Moravce, osobnosti audiovizuální publicistiky a pedagoga Fakulty sociálních věd, představuje novinářská etika jednu z podmínek posilující důvěru publika v to, co čte, vidí nebo slyší. Její dodržování vede k profesionalitě. Etické standardy, pokud je novináři berou vážně, mají na obsah novinářských sdělení velký vliv. Většina kodifikovaných pravidel novinářské práce (tzv. etických kodexů) upravuje otázky související s poskytováním spolehlivých informací a předcházením zkreslení (v této souvislosti můžeme narazit na pojmy objektivita a vyváženost), senzacechtivostí, porušováním soukromí či ochranou nezávislosti novinářů před nepatřičným tlakem vlastníků médií či inzerentů.⁹³ Etickým normám podléhají také redakce námi analyzovaných periodik. Dodržují vlastní etické kodexy nebo se hlásí k zásadám Syndikátu novinářů České republiky.

5.1 Etický kodex Syndikátu novinářů České republiky

Syndikát novinářů České republiky, který zastává jakousi zastřešující funkci pro profesní autoregulaci českého žurnalistu. Etický kodex novináře, který přijala 18. června 1998 valná hromada Syndikátu novinářů České republiky a 25. listopadu 1999 aktualizovala správní rada, představuje soubor pravidel určených profesionálním žurnalistům, na jehož základě posuzuje Komise pro etiku syndikátu všechna provinění

⁹⁰ Syndikát novinářů České republiky: Etický kodex. *Syndikát novinářů České republiky* [online]. 2008 [cit. 2012-04-25]. Dostupné z: <http://syndikat-novinaru.cz/1/5/36/etika/eticky-kodex>

⁹¹ Syndikát novinářů České republiky: Etický kodex. *Syndikát novinářů České republiky* [online]. 2008 [cit. 2012-04-25]. Dostupné z: <http://syndikat-novinaru.cz/1/5/36/etika/eticky-kodex>

⁹² RADVÁKOVÁ, Tereza. *Filmová recenze a mediální partnerství*. Praha: Karlova univerzita, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky, 2010, s. 33-34.

proti etice v oblasti médií a vydává rezoluce. Syndikát vyzval k jeho dodržování všechny české novináře bez ohledu na jejich členství. Pro členy syndikátu je potom kodex závazný. Zmíněná Komise pro etiku začala fungovat od podzimu 1998 jako nezávislá profesní instituce v rámci syndikátu. Z jejího statutu vyplývá, že hlavním cílem je naplňování ústavy Mezinárodní federace novinářů a závěrů deklarací světových kongresů této federace, které se vyhlásily normami profesionálního chování novinářů. Za tímto účelem vydává komise obecná doporučení, konkrétní stanoviska i odsudky k jednotlivým případům porušení etiky.⁹⁴

Tématu objektivitě redaktora se dotýká hned v první části, kde požaduje, aby každý novinář dbal na odlišování faktů od osobních názorů.⁹⁵ Od pravdy se novinář nesmí odchýlit ani v komentáři, jakákoli zaujatost je nepřijatelná. Tento důvod zaujatosti by v našem případě mohla představovat marketingová strategie, tedy zaujatost pramenící z nekritického stranění snímku, který má dané periodikum pod mediální patronací.⁹⁶ Druhá část kodexu, která klade důraz na vysokou míru profesionality žurnalistiky, potom jako kritérium profesionality uvádí, že novinář musí „vyloučit všechny činnosti, které by mohly (novináře) kompromitovat nebo vést ke konfliktu zájmů.“⁹⁷ Zároveň kodex také za všech okolností odmítá podíl novináře na publikování skryté reklamy.

5.2 Etické kodexy deníků

Zatímco média veřejné služby mají rozsáhlé etické kodexy, které jsou přímou součástí zaměstnaneckých smluv, u ostatních médií jde spíše o minoritní prvek. V případě tištěných médií se až na výjimky setkáváme s etickými kodexy v základní podobě. Některé redakce je sice vytvořily a detailně propracovaly (např. *Hospodářské noviny*, z týdeníků potom časopis *Týden*), většinu však žádné interní regule nevážou. Například deník *Právo* nemá psané etické normy vůbec. Přestože se považuje za seriózní list, nikde neuvádí, jaká kritéria v rámci etiky jeho redakce dodržuje. Podle slov dotázaných redaktorů se etika *Práva* řídí kodexem Syndikátu novinářů České republiky a platnými

⁹³ MORAVEC, Václav. *Etika a česká média*. In *10 let v českých médiích*. Praha: Portál, 2005, s. 50-58.

⁹⁴ RADVÁKOVÁ, Tereza. *Filmová recenze a mediální partnerství*. Praha: Karlova univerzita, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky, 2010, s. 34-35.

⁹⁵ Syndikát novinářů České republiky: Etický kodex. *Syndikát novinářů České republiky* [online]. 2008 [cit. 2012-04-25]. Dostupné z: <http://syndikat-novinaru.cz/1/5/36/etika/eticky-kodex>

⁹⁶ RADVÁKOVÁ, Tereza. *Filmová recenze a mediální partnerství*. Praha: Karlova univerzita, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky, 2010, s. 35.

zákony. Redakce striktně vylučuje zejména trestné činy, které souvisejí s novinářskou prací, tedy ohrožení utajované skutečnosti, nadržování pachatelů, nepřekažení anebo neoznámení trestného činu, křivé obvinění, hanobení národa či etnické skupiny, podněcování vůči určité skupině osob nebo podněcování k omezování lidských práv a svobod, šíření poplašené zprávy, ohrožování mravnosti, pomluvy a poškozování cizích práv.⁹⁸ Podobně stručné základní regule, které se do značné míry shodují s kodexem Syndikátu, má také deník *Mladá fronta DNES*. Na webových stránkách uveřejňuje vlastní etický kodex, vydaný v březnu roku 2002, který platí pro jeho tištěnou podobu i pro server *iDNES.cz*. Tématům stěžejním pro problematiku mediálního partnerství a filmových recenzí se věnuje v bodě 10 a 12. První z nich zmiňuje střet zájmu tak, že doporučuje, druhý zakazuje redaktorům *Mladé fronty DNES* vydávat reklamní a PR články ve prospěch jiného podniku než MAFRA a.s. Zajímavé je, že kodex nijak nezmiňuje nutnost označovat tyto propagační články v rámci samotného listu a oddělovat je od seriózních obsahů.⁹⁹ Deník *Lidové noviny*, spadající pod stejný mediální koncern jako *Mladá fronta DNES*, potom disponuje pouze blíže nespecifikovaným textem, který nazývá *Manuál pro redakční práci v Lidových novinách*. Jde o statut redakce, dostupný pouze zaměstnancům a redaktorům periodika, jež obsahuje například jazyková pravidla ve zpravodajství, povinnosti editora či definice různých zpravodajských žánrů. Po formální stránce působí značně neoficiálně a etickou stránkou se nezabývá vůbec

5.3 Etické kodexy týdeníků

Etický kodex časopisu *Respekt* není k dohledání na internetu ani v oddělení periodik Národní knihovny. Na dotaz redakci odpověděla 29. května 2009 paní Kateřina Spurná (vedoucí sekretariátu časopisu), že za jedinou etickou normu periodika lze považovat text vytištěný v každém čísle vedle tiráže, kde se píše: „Týdeník *Respekt* byl založen v listopadu 1989 skupinou samizdatových novinářů. Profiluje se jako liberální, kritické médium, které věří ve svobodu lidského ducha a nutnost pochybovat při jejím

⁹⁷ Syndikát novinářů České republiky: Etický kodex. *Syndikát novinářů České republiky* [online]. 2008 [cit. 2012-04-25]. Dostupné z: <http://syndikat-novinaru.cz/1/5/36/etika/eticky-kodex>

⁹⁸ RADVÁKOVÁ, Tereza. *Filmová recenze a mediální partnerství*. Praha: Karlova univerzita, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky, 2010, s. 36.

⁹⁹ RADVÁKOVÁ, Tereza. *Filmová recenze a mediální partnerství*. Praha: Karlova univerzita, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky, 2010, s. 37.

každodenním naplňování.“¹⁰⁰ Další etické normy časopisu podle jejích slov vyplývají z *Etického kodexu Syndikátu novinářů ČR*, který je pro redaktory *Respektu* závazný.¹⁰¹

Časopis *Týden*, který se prohlašuje za zpravodajský časopis, zveřejnil 5. října 1998 jako jeden z prvních vlastní etický kodex. Listina má devět oddílů, každý oddíl je uveden základní preambulí, na niž navazují otázky, které redakce *Týdnu* považuje v situacích, v nichž se mohou redaktoři octnout, za zásadní. Tématu objektivitě se kodex věnuje v preambuli druhé části, kde zmiňuje konkrétně žánr recenze. Komentáře, analýzy, sloupky, názory externích spolupracovníků či recenze nařizuje důsledně označovat a jejich autory vede k tomu, aby se vyhýbali apriorním hodnocením a svůj postoj k tématu podpořili důkladnou argumentací. Sdělení se objevuje v kontextu zásady přísného oddělování publicistiky a zpravodajství. Kodex se dále v poměrně velkém rozsahu soustředí na konflikt zájmů. Redakce časopisu se zavazuje k přísnému oddělení obchodní a inzertní politiky od chodu vlastní redakce a nařizuje důsledně označovat reklamu a inzerci.¹⁰²

II Praktická část

1 Metodika výzkumu

Teoretická část rozebrala problematiku z pohledu odborných studií a celkové kontinuity. Po té, co byly probrány termíny i celkový kontext výzkumu, se tak práce zaměří na výzkum samotný. Praktická část proto bude již nadále pracovat výhradně s výchozí hypotézou, kterou se pokusí prozkoumat a ověřit její platnost.

1.1 Předmět zkoumání a autorská hypotéza

Předmětem zkoumání budou filmové recenze uveřejněné ve zvolených periodikách. Budeme se věnovat textům hodnotícím snímky, které daná periodika mediálně zaštitila, a zároveň měly premiéru v letech 2007 – 2010. Budeme postupovat po jednotlivých

¹⁰⁰ Kodex časopisu *Respekt*. In *Respekt*. 2012, 5. 3., s. 3

¹⁰¹ RADVÁKOVÁ, Tereza. *Filmová recenze a mediální partnerství*. Praha: Karlova univerzita, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky, 2010, s. 36.

¹⁰² Tamtéž

letech a, jak jsme již zmínili v úvodu práce, pro úplnost doplníme také výsledky analýzy pro rok 2008, který se stal předmětem zkoumání bakalářské práce *Filmová recenze a mediální partnerství*. Snahou je zkoumat co nejaktuálnější texty, proto jsme zvolili rok 2010. Abychom měli dostatek materiálu k analýze, potřebovali jsme zahrnout období nejméně čtyř let. Jednotlivé roky se lišily růzností filmových titulů i množstvím mediálního partnerství, například rok 2007 patřil k méně hojným – právě proto jsme začali tímto obdobím, abychom současně obsáhli i co nejuniverzálnější vzorek.

Na základě obsahové komparativní analýzy recenzí porovnáme, zda a jakým způsobem se liší hodnocení daného filmu v periodiku, které je zároveň jeho mediálním partnerem, a v jiných titulech. Do jisté míry totiž lze předpokládat, že vzhledem ke skutečnostem zmiňovaným v teoretické části, bude v zájmu mediálních partnerů, aby film, který zaštitují, získal co nejlepší hodnocení. Můžeme proto na základě této hypotézy očekávat, že v recenzích zveřejněných na stránkách mediálního partnera bude film hodnocen kladněji než jinde. Cílem je zjistit, jestli je tato předpokládaná zaujatost vysledovatelná. V úvahu samozřejmě vezmeme také subjektivní přístup jednotlivých recenzentů – na základě konkrétních recenzí porovnáme jejich osobní přístup k partnerským filmům. Rozhodneme, zda se odchylky, tedy možné projevy zaujatosti, projevují jen u konkrétních recenzentů, nebo zda se jedná o jev charakterizující přístup periodika jako celku.

Výzkumná část diplomové práce představuje obsahovou analýzu všech recenzí, které jsou předmětem zkoumání. K rozboru zkoumaných textů práce využívá metodu srovnávací analýzy, a to kvalitativní. Tento vědecký postup podle Jana Hendla není konkrétně určen žádnou všeobecně uznávanou definicí¹⁰³, a proto jsme zvolili dílčí metodu komparace. Analýzu tak provedeme u každého zvoleného filmu zvlášť na základě porovnávání obsahu recenzí, uveřejněných na stránkách mediálního partnera, s recenzemi uveřejněnými na stránkách dalších periodik, které budeme nazývat referenčními. Tyto texty musí splňovat kritérium nezaujatosti, proto mimo tituly zainteresované v projektu mediálního partnerství u jiných filmů zvolíme také několik periodik, která v daném období nezaštitila žádný snímek. Kritérium nezaujatosti nepovažujeme za skutečnou objektivní nezaujatost, jednalo by se o schematizující zjednodušení. Bereme v potaz skutečnost, že mediální obsahy recenzí či kritik jsou ve

všech médiích subjektivizující, tudíž zaujaté – u mediálních partnerů pouze přibývá k zaujatosti další důvod, který právě představuje předmět zkoumání. Všechny analýzy budou obsahovat dílčí závěry platné pro konkrétní snímek. Posoudíme tak, do jaké míry je možné považovat přístup recenzí na stránkách mediálního partnera k danému filmu v porovnání s referenčními texty za zaujatý. Délku analýzy přizpůsobíme množství materiálu, který je nutné popsat a prostřednictvím srovnání dokázat jeho zaujatost.

Dále budeme pracovat také s kvantifikací hodnocení jednotlivých recenzentů. V rámci většiny recenzí se totiž obvykle objevuje oceňování filmu pomocí procent nebo symbolů, jako jsou například hvězdičky. Pokusíme se tato hodnocení na základě výše popsané analýzy sjednotit, vyjádříme je pomocí procent (podle recenzenty nejčastěji využívaného systému 100 % = nejlepší, 0 % = nejhorší) a vizualizujeme. Díky vizualizaci budeme moci lépe pozorovat případné odchylky, na které se následně zaměříme. Pokusíme se vysledovat jejich příčinu a popsat jejich dopad ve vztahu k zaujatosti partnerského titulu. Do výzkumného postupu bude pochopitelně zasahovat subjektivita autorky práce i autorů zvolených referenčních textů, která je logickou příčinou kolísavosti dat. Její rozsah však není detailně vysledovatelný, v celkových výsledcích se neodrazí, a proto ji můžeme považovat za zanedbatelnou.

1.2 Zpracování a vizualizace dat

Pro snazší orientaci ve výsledcích analýzy data vizualizujeme pomocí grafiky vytvořené na základě zmiňovaného procentuálního ocenění. Vyznačíme zde hodnocení mediálních partnerů, tedy procentuální hodnocení, kterým recenzenti publikující na stránkách mediálního partnera partnerský film ocenili (červená přímka). Dále znázorníme průměrné hodnocení referenční periodik, což jsou média, která se nestala pro daný film mediálním partnerem a s nimiž bude v předchozí komparativní obsahové analýze přístup partnera porovnáván (tmavě modrá přímka). Tyto hodnoty zobrazíme ve srovnání s rozsahem hodnocení, které jednotlivým filmům tato nezávislá média přiřadila (světlomodrá oblast grafu, v níž horní část oblasti tvoří maximální přiřazené hodnocení, dolní část minimální přiřazené hodnocení).

¹⁰³ HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005, s. 50.

Na základě zjednodušené vizualizace lze snadno zachytit jakákoli odchylka od průměrného trendu v recenzích. Pomocí výše popsaných hodnot tak budeme moci posoudit, jak se lišilo hodnocení v rámci mediálního partnerství a mimo něj. Jednu referenční hodnotu proto představuje průměr, ke kterému by se hodnocení na stránkách mediálního partnera mělo blížit v ideálním případě. Shodu obou těchto hodnot však očekávat nelze. Druhou referenční sadou hodnot je pak rozsah hodnocení ostatních zdrojů. Jde o rozmezí, v němž se pohybovala hodnocení na stránkách námi zvolených referenčních médií. Hodnocení mediálního partnera by se mělo držet v intencích tohoto rozsahu a nemělo by se od něj v přílišné míře odchylovat. Výrazné odchýlení totiž znamená, že žádné referenční médium daný film nehodnotilo tak vysoko, nebo nízko. Průměr pochopitelně není jedna přímka, ale rozptyl, v rámci kterého dochází k pohybu. Samotný pohyb v mezích průměrných hodnot je významný, sebemenší odchýlení od tzv. main flow proto už lze považovat za signifikantní. Právě na tyto odchylky se zaměříme.

Srovnání celkového průměrného hodnocení filmů na stránkách mediálních partnerů a ostatních periodik představuje hodnota uvedená v posledním sloupci grafu (průměrné hodnocení všech filmů v periodiku). Na jeho základě dostaneme kumulovaný pohled, pomocí něhož lze zjistit, jestli se hodnocení mediálních partnerů blíží průměrnému hodnocení v nezávislých periodikách. Z této hodnoty však nemůžeme s určitostí vyvozovat závěry o nestrannosti v rámci mediálního partnerství. Nevím totiž, zda se projevuje u všech mediálních partnerů, u vybraných zástupců či dokonce u jednotlivých filmů. V rámci analýzy proto vizualizujeme nejen přístup všech mediálních partnerů a referenčních titulů v každém roce zvlášť, ale i to, jak se projevoval individuální přístup mediálních partnerů ve vztahu k jeho partnerským filmům v průběhu celého sledovaného období.

1.3 Volba mediálních partnerů a referenčních titulů

Pro účely výzkumu zvolíme periodika, která se do projektu mediální partnerství v České republice zapojují nejčastěji. Bude se tak jednat o celostátní tituly, jež lze zároveň označit za reprezentanty seriózních médií, hlásící se k etickým principům Syndikátu novinářů České republiky. Druhá podmínka je nutná, neboť se práce problematice

filmové recenze věnuje mimo jiné i etického hlediska. Další nezanedbatelnou podmínkou představuje požadavek, aby se daný titul věnoval kulturní publicistice. Musí tedy obsahovat specializovanou kulturní rubriku (u deníku), byl celkově orientovaný jako kulturní, společenský či společensko-zpravodajský (u týdeníků), nebo se přímo specializoval na filmovou problematiku (u měsíčníků a čtvrtletníků).

Ze skupiny mediálních partnerů jsme se rozhodli zvolit dva deníky s nečastější účastí na mediálním partnerství a dva týdeníky, přestože u týdeníků je četnost mediální záštity podstatně nižší. Mediálnímu partnerství se na území České republiky v letech 2007 až 2010 podle našeho šetření nejvíce věnovala následující periodika. Z celostátních deníků to byla *Mladá fronta DNES*, včetně internetové mutace *iDNES.cz*, a *Právo*, včetně internetové mutace *Novinky.cz*. Z týdeníků potom v daném období celkově nejvíce českých snímků zaštitily týdeníky *Týden* a *Respekt*.

U každého filmu budeme recenze mediálního partnera porovnávat s recenzemi na stránkách dalších periodik účastnících se projektu mediálního partnerství, ale také s recenzemi, které uveřejnily výše definované referenční tituly. V období let 2007 až 2010 do této skupiny spadá zpravodajský server *Aktuálně.cz*, filmový server *Premiere* a měsíčník o filmu *Cinema*. Tato tři média se nestala partnerem žádného snímku, a tudíž je lze ve vztahu k tématu považovat za nestranná. Ve výjimečné pozici je celostátní tištěný deník *Lidové noviny*. Mezi lety 2007 a 2009 spadá do stejné kategorie nestranných referenčních titulů, avšak od roku 2010 se sám zapojuje do projektu mediálního partnerství, a tak v rámci výzkumu přechází do první kategorie mediálních partnerů. Jako poslední zdroj jsme zvolili portál *Česko-slovenské filmové databáze (ČSFD)*, který neuvádí recenze snímků, ale pouze procentuální hodnocení. Představuje zcela specifický případ – filmy zde hodnotí nejen filmoví recenzenti či kritici, ale i sami diváci. Procentuální údaj tak vždy vzniká na základě vyjádření přibližně 5 000 filmových znalců i laiků, lze jej tudíž považovat za velmi objektivní. Rozhodli jsme se proto hodnocení *ČSFD* zahrnout do vlastní statistiky jako všeobecný názor na film nezkraslený subjektivními pohnutkami jedince a porovnat je s hodnocením recenzentů.

1.4 Charakteristika zvolených titulů z hlediska kulturní publicistiky

Nejzrosáhlejší kulturní rubriku obsahuje *Mladá fronta DNES*, a to jak v tištěné podobě, tak v internetové mutaci *iDNES.cz*. Po vizuální a obsahové stránce se však zároveň nejvíce blíží bulvárnímu zpracování. Literární tipy mají často reklamní charakter a všechny zmiňované tituly pocházejí nezdědka od jednoho vydavatele. Novinky z kulturního dění se zaměřují především na známé osoby, nevyhýbají se ani drobným pikantnostem ze života.¹⁰⁴ Na prostoru dvou až čtyř stran se tak mísí články zpravodajské, publicistické i spíše společenské až bulvární. Z hlediska kulturní publicistiky se list věnuje stejnou mírou všem kulturním odvětvím. V případě hudby, divadla a filmu články doprovází tematické nebo stylizované fotografie. U literární produkce se setkáváme s fotografií autora či knižního přebalu, u výtvarného umění nejčastěji s malou reprodukcí. Recenze filmů se kromě kulturní rubriky, vyskytují ještě v sobotní příloze *Kulturní Scéna* a *Scéna*, konkrétně v části *Film*. Některým snímkům se věnují i přílohy, jako *Víkend Mladé fronty DNES*, či sezónní přílohy, například *Léto*. Většinu filmové kritiky zajišťuje pro *Mladou frontu DNES* recenzentka Mirka Spáčilová, která k recenzím doplňuje procentuální hodnocení diferenciované po jednotkách procent.¹⁰⁵ Výjimečně se na stránkách listu objevují ještě recenze Josefa Chuchmy. V případě, že se opakuje recenze v tištěné i internetové podobě v nezměněném znění, bereme v potaz tu, která byla vydána dříve – to platí pro všechny zvolené zdroje.

Tištěný deník *Právo* obsahuje zpravidla dvě stránky kulturní publicistiky v hlavním listu, které doplňují kulturně-společensky zaměřené přílohy, jako je například ve čtvrtek *Café* (zde se vyskytují i články směřující k bulvárnímu charakteru) a čtyřstránkový *Salon*. Právě *Salon* představuje výjimku, protože se snaží věnovat také okrajové a alternativní kultuře. *Právo* se totiž jinak vesměs věnuje mainstreamové kultuře, avšak lze konstatovat, že se středního proudu tuzemské i zahraniční produkce stále ještě vybírá to nejkvalitnější. Filmové recenze současné kinematografie se vyskytují především v rubrice *Kultura* uvnitř listu, příloha *Salon* se, jak už bylo zmíněno výše, věnuje převážně zahraničním snímkům intelektuálního ladění. Několik článků týkajících se kinematografie lze nalézt také v příloze *Café*, zde ale jde spíše o rozhovory s protagonisty filmu, zajímavosti z natáčení apod. Filmové recenze pro *Právo* píše

¹⁰⁴ RADVÁKOVÁ, Tereza. *Filmová recenze a mediální partnerství*. Praha: Karlova univerzita, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky, 2010, s. 41.

¹⁰⁵ RADVÁKOVÁ, Tereza. *Filmová recenze a mediální partnerství*. Praha: Karlova univerzita, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky, 2010, s. 42.

nejčastěji Věra Míšková a od roku 2009 také Zbyněk Vlasák, současný vedoucí editor kulturní přílohy *Salon*. V internetové mutaci deníku potom publikuje ještě také Michal Procházka nebo Stanislav Dvořák. Nejprve používali pro kvantifikační vyjádření hvězdičky, přibližně od roku 2008 přecházejí na procenta. Procentuální hodnocení ale používají nepravidelně, konkrétně Míšková přibližně polovinu analyzovaných snímků posuzuje slovně. Její hodnocení je však natolik jednoznačné, že mu lze pro potřeby naší analýzy snadno přiřadit odpovídající procenta.

Lidové noviny mají ze zvolených deníků nejdelší tradici. Jejich kulturní rubrika, kam přispívají osobnosti českého veřejného života, včetně současných spisovatelů, bývá posuzována jako velmi kvalitní. Stálými filmovými recenzenty zde jsou Ondřej Štindl, Darina Křivánková nebo dříve i Vojtěch Rynda, který v současné době přešel do časopisu *Týden*. Výjimečně se k filmům v *Lidových novinách* vyjadřují komentátoři Jiří Peňás a Jan Rejžek. Recenze list publikuje v rubrice *Kultura*, ale také ve čtvrté příloze *Kulturní premiéry*, nebo sobotní *Orientaci*. Snímky se v rámci recenzí hodnotí nejen slovně, ale i pomocí hvězdiček na stupnici pět (maximum) až nula (minimum), která je pro naše účely snadno převeditelná na procentuální zastoupení.

Respekt se kulturní publicistice a zpravodajství věnuje zhruba na deseti stránkách, články doplňuje fotografiemi v minimální možné míře. O středoproudé produkci píše okrajově, populární kultuře se pak vyhýbá úplně. A když už ji zmíní, tak pouze v podobě ostré kritiky, z níž je jasné, že dané dílo ke kultuře nepatří. Těžiště článků *Respektu* představují převážně intelektuální záležitosti – alternativní a vážná hudba, kvalitní literatura, nekomerční divadelní scéna, výtvarné umění na akademické úrovni apod. Převažují recenze, tři strany potom naplňuje rozhovor s umělcem. Novinky ze světa literatury se zaměřují na díla od různých vydavatelů, televizní tipy čtenáře upozorní na klubové filmy. Kulturní rubriku zavírá prostor věnovaný začínajícím neznámým umělcům. Současnou domácí kinematografií se *Respekt* téměř nezabývá, pokud ano, tak formou jednostránkové recenze v rubrice *Kultura*, jejímž autorem je filmový kritik Jan Gregor. Snímky hodnotí slovně, poslední věta hraje roli jakéhosi definitivního ortelu.¹⁰⁶ Další z recenzentů jsou potom Irena Hejdová, Kateřina Kačeřovská, které své recenze doplňují přímo procentuálním hodnocením.

Ve zpravodajském týdeníku s příznačným názvem *Týden* lze kulturní rubriku rozlišit s většími obtížemi. Na několika neoznačených stránkách, které by se daly považovat za kulturní rubriku, obsahuje recenze, rozhovory, zprávy z kultury, ale také žebříčky popularity nebo inzerci. Recenzemi sem přispívá například Jiřího Peňás, Pavel Mandys, nebo Petra Hůlová. Z nich se současné české kinematografii věnuje hlavně Pavel Mandys a v poslední době také Vojtěch Rynda, který dříve publikoval především v *Lidových novinách* a Irena Hejdová, která přispívala na *Aktuálně.cz*. Recenze jsou doplněny barevnými fotografiemi i zmíněnými žebříčky. Autor explicitně vyjadřuje míru kvality snímku – buď prostřednictvím hvězdiček, procent, nebo pouze slovně. Jeho hodnocení tak není obtížné vyjádřit pro potřeby analýzy.

Nejdůležitějším referenčním periodikem je v této práci zpravodajský server *Aktuálně.cz*. Řadí se mezi čtenáři nejnavštěvovanějším serverům tohoto typu a v letech 2007 až 2010 navíc podle našich rešerší mediálně nezaštil žádný český snímek. *Aktuálně.cz* patří pod portál *Centrum.cz*, autoři sem příspěvky vkládají s denní periodicitou. Filmové recenze jsou zveřejňovány v sekci Kultura. Jako nejvýraznější recenzent serveru se v době, kterou sledujeme, profiloval kritik Kamil Fila, dále potom opět Irena Hejdová., nebo výjimečně Martin Špelda. Systém hodnocení snímků je stejný jako u jiných periodik.

Měsíční periodicitu má naopak mutace evropského magazínu o filmu *Cinema*. Jako měsíčník má dlouhou tradici v tištěné i v internetové podobě. Na rozdíl od jiných specializovaných magazínů se věnuje především mainstreamové produkci. U každé recenze se v něm uvádí autorovo hodnocení filmu vyjádřené v procentech (100 % je maximum, 0 % minimum) odstupňované po dvaceti procentech, zároveň však také procentuální hodnocení od tzv. významných recenzentů, tedy skupiny publicistů, kteří mají s filmovou kritikou a teorií filmu zkušenosti a zaručují tak určitou objektivitu, například filmový kritik Jaroslav Sedláček, Pavel Žďárek, bývalá šéfredaktorka tištěného měsíčníku Iva Hejlíčková nebo nárazově opět Kamil Fila. Podobným médiem je další referenční zdroj, a to elektronická podoba české mutace měsíčníku o filmu *Premiere*, který dříve vycházel v tištěné podobě a patří proto stále k nejčtenějším filmovým stránkám. Filmy zde hodnotí recenzenti Gabriela Kudelová, Václav Rybář, Barbora Šťastná a další. Kromě slovního hodnocení přiřazují ke snímkům hodnocení vyjádřené hvězdičkami (pět hvězdiček představuje maximum, naopak žádná hvězdička

¹⁰⁶ Tamtéž

minimum). Často se však v případě *Premiere* stává, že u snímku uveřejní pouze takzvanou kartu, kde jsou uvedeny základní informace a hodnocení doplněné několika vysvětlujícími větami.

Posledním zdrojem je portál *Česko-slovenské filmové databáze (ČSFD)*, který statistiku pouze doplňuje z hlediska kvantifikace hodnocení. Představuje totiž specifický případ, protože na něm snímky hodnotí nejen filmoví kritici, ale i sami diváci. Film uvádí často oficiální text distributora, za nímž následuje hodnocení v procentech (100 % je maximum, 0 % minimum). Procentuální údaj vždy vzniká na základě vyjádření přibližně 5 000 filmových znalců i laiků, lze jej tudíž považovat za velmi objektivní. Do vlastní statistiky byl zvolen proto, že vyjadřuje všeobecný názor na film nezkreslený subjektivními pohnutkami jedince.¹⁰⁷

1.5 Zasazení do české mediální krajiny

Česká mediální krajina zahrnuje v poměru k počtu obyvatel dosti velké množství titulů vycházejících s denní periodicitou. Porovnáme-li výsledky výzkumů jejich čtenosti s přehledy průměrných nákladů, zjistíme, že tyto údaje vzájemně korespondují. Mezi nejčtenější deníky, které zároveň vycházejí v největších nákladech, patří listy různých žánrů i zaměření. Všeobecně je lze rozdělit do dvou kategorií – na takzvané seriózní deníky, jejichž náplní by měly být objektivní a směřované informace z domova i ze světa. Mezi takové deníky se obvykle řadí *Mladá fronta DNES*, *Právo*, *Lidové noviny* a *Hospodářské noviny*. Odlišují se především politickou profilací v politickém trojúhelníku – konzervatismus, liberalismus, socialismus.¹⁰⁸ Do druhé potom patří deníky, které mají tendenci k určité bulvarizaci – počítáme mezi ně list *Blesk*, *Aha!* a jiné. Na trhu zaplňují prostor pro takzvané tabloidy, noviny obsahující malé množství společensky irelevantních informací obalených křiklavou grafikou. Míří především na méně vzdělanou a méně ambiciózní čtenářskou vrstvu. Jejich rubriky většinou nejsou striktně dělené a všechny se věnují společenské tematice.¹⁰⁹ Mezi nejčtenější české deníky patří také několik úzce specializovaných periodik, například *Sport*. Jak vyplývá

¹⁰⁷ RADVÁKOVÁ, Tereza. *Filmová recenze a mediální partnerství*. Praha: Karlova univerzita, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky, 2010, s. 40.

¹⁰⁸ RADVÁKOVÁ, Tereza. *Filmová recenze a mediální partnerství*. Praha: Karlova univerzita, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky, 2010, s. 37.

z názvu, deník *Sport* se věnuje výhradně sportovnímu odvětví. Mezi specializovaná média do jisté míry zasahují i *Hospodářské noviny*, které sice pokrývají veškeré společenské dění, ovšem finančně-ekonomickým prizmatem. Zde je nutné konstatovat, že deník s ryze kulturním zaměřením na našem trhu neexistuje.

V rámci čtenosti a nákladů vycházíme ze statistik, které průběžně zveřejňuje *Marketing a media*. Bereme v úvahu ty nejnovější údaje – v případě čtenosti¹¹⁰ pracujeme s údaji za první a druhé čtvrtletí roku 2011 (čtenost je udávaná na jedno vydání v počtu obyvatel). V případě průměrných nákladů¹¹¹ pracujeme s údaji z června 2011, jedná se o denní průměr prodaného nákladu, který ověřuje společnost ABC ČR, člen IF ABC. Mezi sedm nejčtenějších deníků patří *Blesk* (čtenost – 1 379 000, náklad – 356 176) vydávaný společností Ringier Axel Springer CZ a. s., dále *Mladá Fronta DNES* (čtenost – 834 000, náklad – 290 84216 2584) vydávané mediálním koncernem MAFRA a. s. Na třetím místě čtenosti je potom *Právo* (čtenost – 438 000, náklad – 120 502) společnosti Borgis, a. s., bulvární list *Aha!* (čtenost – 265 000, náklad – 84 900) a specializovaný deník *Sport* (čtenost - 263 000, náklad – 46 366), které jsou oba vydávané stejnou společností jako nejčtenější deník *Blesk*. Na posledních příčkách čtenosti se potom pravidelně umisťují *Lidové noviny* (čtenost – 235 000, náklad – 43 518) spadající pod koncern MAFRA a. s. nebo *Hospodářské noviny* (čtenost – 195 000, náklad – 41 323) společnosti Economia a. s.

Mezi týdeníky je situace komplikovanější, neboť průzkumy je dělí do jednotlivých kategorií podle zaměření. Podle průzkumu čtenosti zveřejněného v *Marketing a media* tak existuje 22 různých zaměření. Tištěná média s týdenní periodicitou, kterými se zabývá náš výzkum, spadají do skupiny zpravodajských týdeníků. Rozhodli jsme se proto ostatní kategorie zanedbat, neboť hodnoty čtenosti mají na prvních pěti příčkách přibližně stejné a magazín *Týden* i *Respekt* dosahují přibližně průměrných hodnot. Z hlediska čtenosti si stojí lépe *Týden* (čtenost – 191 000, náklad – 39 951) společnosti Mediacop s. r. o., potom je až *Respekt* (čtenost – 112 000, náklad – 35 631) společnosti Respekt Publishing a. s.

¹⁰⁹ Tamtéž

¹¹⁰ Mediaprojekt. *Marketing a media* [online]. 3. čtvrtletí 2011 [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: http://mam.cz/download/economia/DOT/MAM/vyzkumy/MP1Q2011_2Q2011.pdf

¹¹¹ Ověřovaný náklad periodického tisku. *Marketing a media* [online]. VI/2011 [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: <http://mam.ihned.cz/c1-52916720-overovany-naklad-periodickeho-tisku-cerven-2011>

2 Vlastní analýza

2.1 Mediální partnerství v roce 2007

Rok 2007 představuje v rámci naší analýzy k nejméně hojným obdobím, co se týká mediálního partnerství. *Mladá fronta DNES*, která obvykle zaštiťuje až šest snímků ročně, se stala mediálním partnerem pouze jednoho, a to snímku *Medvídek* režiséra Jana Hřebejka. Celkově lze říci, že uvedení tohoto filmu do českých kin provázela rozsáhlá propagační kampaň, v níž dominoval zejména populární herec Jiří Macháček. Zajímavostí je, že stejný rok uváděl další český režisér Jiří Vejdělek dva své snímky – komedii zabývající se romskou tematikou *Roming* v hlavní roli s Marianem Labudou a Boleslavem Polívkou a komorněji laděné drama *Václav*, v němž podle výročních filmových cen exceloval herec Ivan Trojan v titulní roli. Mediálním partnerem obou filmů se stal deník *Právo*, především jeho internetová mutace *Novinky.cz*. Stejně médium potom zaštitilo ještě nový počín Jana a Zdeňka Svěrákových (režie Jan Svěrák) s názvem *Vratné lahve* a animovaný snímek Jana Baleje *Jedné noci v jednom městě* inspirovaný Janem Švankmajerem. Zmíněný animovaný film, přestože se v České republice nedočkal většího ohlasu, zaštitila ještě dvě další periodika, týdeníky *Respekt* a *Týden*. Zde bude tedy zajímavé sledovat, zda u těchto obsahově odlišných médií došlo k rozdílnému přístupu. Posledním snímkem, kterým se budeme zabývat, je dokument Marcela z cyklu *Manželské etudy* režisérky Heleny Třeštíkové. Ten mediálně podpořil opět týdeník *Respekt*.

2.1.1 Porovnání recenzí na stránkách mediálních partnerů a jiných periodik

2.1.1.1 *Jedné noci v jednom městě*

Loutkový snímek Jana Baleje patří spíše mezi umělecky zaměřené filmy určené pro klubová kina, avšak vzhledem k tomu, že si tvůrci jako distributora zvolili společnost Falcon, se zdá, že se pokusili i o komerční úspěch. Jak však zdůrazňují někteří recenzenti, snímek byl v České republice distribuován pouze v osmi kopiích, což je v porovnání s ostatními spíše nižší počet. U většiny autorů recenzí také nezůstalo

opominuto, že tvůrci hojně pracují s možnostmi product placementu, což je podle nich u animovaného snímku spíše rarita.¹¹²

Ohlasy na film v recenzích lze vesměs považovat za průměrné – hodnotitelé k němu přistupují s podobnými pocity a jejich názory se tak příliš neliší. Žádný z recenzentů nepřichází s ničím, co by se vymykalo všeobecnému stanovisku. Technické zpracování, tedy návrat režiséra k tradičním postupům loutkové animace, oceňují všichni recenzenti, kteří se ke snímku vyjadřovali – Irena Hejdová na *Aktuálně.cz* dokonce považuje snahu navázat na staré zlaté časy české animace za jediné pozitivum filmu.¹¹³ V hodnocení konkrétní podoby loutek i obsahu příběhu se ale výrazně projevuje subjektivní názor či, řekněme, vkus jednotlivých autorů recenzí. Například zmíněná Hejdová považuje podobu loutek za nevkusnou a konstatuje, že „filmem bez dialogů bloudí obskurní postavičky s rozšklebenými obličejí“.¹¹⁴ Doporučuje proto snímek výhradně dospělému divákovi, neboť podle jejího názoru „by děti z tohoto byly asi v rozpacích“.¹¹⁵ Stejný názor zastává kulturní redakce *Respektu*, neboť v krátkém popisu filmu v rubrice Kulturní tipy dominuje výstraha, že „děti by si v zájmu svého poklidného duševního vývoje měly na zhlédnutí tohoto bizarního snímku počkat minimálně do pubertálního věku“.¹¹⁶ Zde se však jedná o převážně pozitivní hodnocení stejně jako v případě recenze Pavla Mandyse zveřejněné v magazínu *Týden*, který sice píše, že „podoba loutek není zrovna lákavá. Tváře [...] jsou všelijak pokroucené a deformované, lidské typy jsou zachyceny sice v poetické, ale přece jen ošklivosti“.¹¹⁷ Nicméně právě poetiku ošklivosti hodnotí jako klad snímku, stejně jako fakt, že „příběhy nemají žádný dramatický děj ani pointy, spíše to jsou obrázky různých malých lidských úchylek“.¹¹⁸ Ještě pozitivnější vyznění dává poetice Balejevých loutek Leoš Flodr na stránkách měsíčníku *Cinema*. „Tyto miniatury naplněné invencí, poetikou a lehce strašidelnými prvky představují přesvědčivé vyvrcholení celkově zdařilého snímku, který na rozdíl od

¹¹² SPÁČILOVÁ, Mirka. Domácí krematorium v loutkovém filmu. *Mladá fronta DNES*. 2007, 18. 1., s. 5.

¹¹³ HEJDOVÁ, Irena. Loutkový horor zve na mrtvé brouky. *Aktuálně.cz*. 2007, roč. 1, č. 21. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film-a-televize/clanek.phtml?id=335769>

¹¹⁴ Tamtéž

¹¹⁵ Tamtéž

¹¹⁶ Kulturní tip. *Respekt*. 2007, 29. 1., s. 23.

¹¹⁷ MANDYS, Pavel. Divné příběhy ošklivých loutek. *Týden*. 2007, 29. 1., s. 74.

¹¹⁸ Tamtéž

plytkých zábaviček typu Mravenčí polepšovna nebo Happy Feet prezentuje u nás stále vzácnou podobu animovaného filmu určeného hlavně dospělému divákovi.¹¹⁹

Týdeníky *Respekt* i *Týden* jsou zároveň oba mediálními partnery filmu. *Respekt* mu však nevěnuje téměř žádný prostor, pouze ho označuje za zmíněný „kulturní tip“. Naopak *Týden* se na snímek zaměřuje v celostránkové recenzi. Nejedná se však o výhradně pozitivně laděné hodnocení – autor Mandys spíše konstatuje fakta, která jsou srovnatelná s tím, co o filmu píše jiní recenzenti. Zajímavý rozpor lze potom zaznamenat v případě třetího mediálního partnera, deníku *Právo*. Michaela Mertová přiřazuje snímku v kvantitativním hodnocení pouze průměrný počet hvězdiček (tři hvězdičky z pěti), avšak v textu recenze jej chválí až nadprůměrným způsobem. Chválí zejména „mnoho tvůrčí fantazie nebo drobné animační i výtvarné gagy, které nikdy nejsou samoučelné ani podbíživé.“¹²⁰ Mertové text se podobá recenzi Dariny Křivánkové uveřejněné v *Lidových novinách*. Ta se rovněž snaží vyzdvihnout tvůrčí přístup autorů, a jak již bylo zmíněno výše, jejich návrat k loutkové technice v době, které vládne počítačová animace. Jedné noci v jednom městě tak označuje za „unikát“¹²¹ v pozitivním slova smyslu, nebo dokonce za „malý zázrak“.¹²² Dodává, že navíc „snadno boří předsudek, že loutkový film je zábava pouze pro děti. Bavit se u něj mohou skvěle i dospělí.“¹²³ Jednoznačně nejkladněji hodnotí snímek Ivan Peška na stránkách *Premiere*, jehož závěrečný ortel zní, že „pokud máte jen trochu rádi animované filmy, Jedné noci byste si neměli nechat ujít“.¹²⁴

2.1.1.2 Marcela

Recenzenty snímku Marcela dokumentaristky Heleny Třeštíkové lze rozdělit do dvou skupin – první z nich jej považují za výjimečný filmařský počín, druzí naopak nešetří kritikou. Třeštíková v podstatě navázala na dokumentární cyklus *Manželské etudy*,

¹¹⁹ FLODR, Leoš. Jedné noci v jednom městě. *Cinema* [online]. 2007, č. 1 [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/7347/jedne-noci-v-jednom-meste>.

¹²⁰ MERTO VÁ, Michaela. Podivínský svět s urnovým hájem v komoře. *Právo*. 2007, 27. 1., s. 14.

¹²¹ KŘIVÁNKOVÁ, Darina. Žižkovský loutkový úlet. *Lidové noviny: Pátek Lidových novin*. 2007, 26. 1., s. 24.

¹²² KŘIVÁNKOVÁ, Darina. Žižkovský loutkový úlet. *Lidové noviny: Pátek Lidových novin*. 2007, 26. 1., s. 24.

¹²³ Tamtéž

¹²⁴ PEŠKA, Ivan. Jedné noci v jednom městě: Recenze v kostce. *Premiere* [online]. 2007, I [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: http://premiere.maxim.cz/film/52593/jedne_noci_v_jednom_meste.html

který vysílala Česká televize. Rozhodla se však věnovat pouze jedné osobě, a to právě ženě jménem Marcela. Svůj nový dokument uvedla do kinodistribuce.

Negativní postoj k dokumentu zvolila recenzentka *Mladé fronty DNES*, Mirka Spáčilová, která ho vnímá jako nadbytečný počin, jež nijak nerozvíjí původní záměr Manželských etud. Konstatuje, že se jedná pouze o „reprízu televizního dokumentu na velkém plátně“¹²⁵. Podle Spáčilové totiž „původní snímek takřka nedoznal změny, jen k němu přibyly dotočené scény“.¹²⁶ Současně Třeštíkovou kritizuje za patetický přístup k látce i eticky sporné momenty, například ten, kdy se hrdinka zhroučí u urny s popelem dcery a režisérka se tak octne před kamerou. Dodává, že to je „scéna silná, ale na hraně, přinejmenším o pár nedůstojných vteřin navíc“.¹²⁷ Podobně negativně se ke snímku staví Kateřina Kačeřovská v recenzi psané pro týdeník *Respekt*, který se stal mediálním partnerem filmu. Zmiňuje stejné prohřešky jako Spáčilová, navíc však ještě Třeštíkovou obviňuje z černobílého vidění a manipulace s materiálem i divákem. Opravdové emoce se podle Kačeřovské ztrácejí za detaily smějících se, nebo plačících tváří, kterým se Třeštíková věnuje více než vnitřním prožitkům protagonistů. Konstatuje také, že film od začátku přistupuje k Marcelce jako k ženě, které zemřela dcera – „Všechno logicky směřuje k dceřině smrti a všechno ji předznamenává. A tím se do dokumentárního záznamu dostává manipulace.“¹²⁸ Diametrálně odlišné je potom hodnocení dalších recenzentů. Ilona Francková v *Premiere* oceňuje citlivý přístup režisérky, jež „Marcele postupně dohlédla až do duše, přitom se ale zdržela jakýchkoli soudů.“¹²⁹ Jaroslav Sedláček zase snímek označuje za „strhující podívanou“¹³⁰. Poznává sice, že po formální stránce by se dalo Marcelce určitě lecco vytknout („střídá se barevnost materiálu i kameramanské styly“¹³¹), ale zároveň má podle něj velké přednosti, a to „silný, autentický příběh a pokorného, vnímavého pozorovatele.“¹³² Ani Irena Hejdová z *Aktuálně.cz* nepodezírá režisérku z toho, že by hledala senzaci, nebo sklouzávala

¹²⁵ SPÁČILOVÁ, Mirka. Marcela, slzy na pokračování. *Mladá fronta DNES*. 2007, 6. 3., s. 5.

¹²⁶ SPÁČILOVÁ, Mirka. Marcela, slzy na pokračování. *Mladá fronta DNES*. 2007, 6. 3., s. 5.

¹²⁷ SPÁČILOVÁ, Mirka. Marcela, slzy na pokračování. *Mladá fronta DNES*. 2007, 6. 3., s. 5.

¹²⁸ KAČEŘOVSKÁ, Kateřina. Smolařský život on-line. *Respekt*. 2007, 19. 3., s. 20.

¹²⁹ FRANCKOVÁ, Ilona. Marcela: Recenze Premiere. *Premiere* [online]. 2007, III [cit. 2012-03-02].

Dostupné z: <http://premiere.maxim.cz/film/52710/marcela.html>

¹³⁰ SEDLÁČEK, Jaroslav. Marcela. *Cinema* [online]. 2007, č. 3 [cit. 2012-03-02]. Dostupné z:

<http://www.cinemamagazine.cz/recenze/8560/marcela>

¹³¹ Tamtéž

¹³² Tamtéž

k citovému vydírání.¹³³ Stejně jako Darina Křivánková (*Lidové noviny*)¹³⁴ nebo Michal Procházka (*Právo*)¹³⁵ považuje Třeštíkové metodu za unikátní a zdůrazňuje, že jde hlavně o silný zážitek, který „potvrzuje, jak nečekaně velký potenciál může dokumentární film mít a že do kin skutečně patří.“¹³⁶

2.1.1.3 Vratné lahve

Vratné lahve je společný filmový projekt Jana a Zdeňka Svěrákových. Kolem jeho natočení se vedly několik let spory, neboť mezi tvůrčí dvojicí vznikla jakási neshoda. Dlouho očekávaný snímek tak potom v roce 2007 dobyt rekordní čísla návštěvnosti – hned v červnu, tedy přibližně čtvrt roku po uvedení, překonal hranici milionu diváků. Recenzenti Vratné lahve vesměs hodnotili jako vkusný snímek, málokdo z nich se pokusil v Česku silně etablovanou dvojici kritizovat.

Jako „prostě skvělý film“¹³⁷ označila Vratné lahve Alena Prokopová na stránkách *Cinema*. Ve své recenzi zároveň upevňuje i zmiňovanou pozici tvůrčího týmu, když říká, že „Vratné lahve jsou dalším znamenitým společným dílem, které jsme si už jaksí zvykli od otce a syna Svěrákových vyžadovat.“¹³⁸ S dalšími Svěrákovými snímky porovnává Vratné lahve také Mirka Spáčilová v *Mf DNES*. Hovoří o jakési trilogii (Obecná škola – Kolja – Vratné lahve), v níž podle ní poslední snímek vyniká díky tomu, že „poprvé jde o současnost“.¹³⁹ Zmiňuje až prostou laskavost některých filmových bonmotů, jimiž jsou podle Spáčilové Svěrákové pověstní. Hned však dodává, že tato prostota „nevadí, neboť je – na rozdíl od sladší příchuti Kolji – vykoupena groteskní hořkostí.“¹⁴⁰ *Lidové noviny* k Vratným lahvám přistupují ve všech recenzích pozitivně. Darina Křivánková například kladně hodnotí „výborně napsaný scénář“ i „velmi citlivou realizaci, bez laciných efektů se smyslem pro podstatu příběhu, přesně dávkovanými emocemi, výborně vedenými postavami a prostorem pro ryze filmové

¹³³ HEJDOVÁ, Irena. Proč to všechno, ptá se Marcela i diváci. *Aktuálně.cz*. 2007, 3. 3. [cit. 2012-03-04]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film-a-televize/clanek.phtml?id=367566>

¹³⁴ KŘIVÁNKOVÁ, Darina. Víc než dokument – drama. *Lidové noviny*. 2007, 3. 3., s. 15.

¹³⁵ PROCHÁZKA, Michal. Marcela: etuda pro všední den. *Právo*. 2007, 8. 3., s. 12.

¹³⁶ KŘIVÁNKOVÁ, Darina. Víc než dokument – drama. *Lidové noviny*. 2007, 3. 3., s. 15.

¹³⁷ PROKOPOVÁ, Alena. Vratné lahve. *Cinema* [online]. 2007, č. 3 [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/8553/vratne-lahve>

¹³⁸ Tamtéž

¹³⁹ SPÁČILOVÁ, Mirka. Česká trilogie: o sobě a době. *Mladá fronta DNES*. 2007, 3. 3., s. 3.

okamžiky.¹⁴¹ A Jan Rejžek potom v závěrečné poznámce podotýká, že „se vkusem naší veřejnosti to možná přece jen nakonec nebude tak zlé, když se teď lidi hrnou do kin na Vratné lahve“.¹⁴²

Recenze Ireny Hejdové na serveru *Aktuálně.cz* naznačuje, že přestože jde o kvalitní snímek, zpracování místy hraničí s patosem. Naráží především na závěrečnou balónovou scénu nebo na volbu filmové hudby. Svůj názor shrnuje zjištěním, že „kdo se chce nechat překvapit a znepokojit, může být zklamán. Kdo chce dobré řemeslo a potřebuje úsměvně romantickou podívanou, aby se vyzbrojil na šedivý svět venku, bude z kina odcházet spokojen.“¹⁴³ Ještě o trochu kritičtěji hledí na Vratné lahve Barbora Šťastná z filmového serveru *Premiere*. Po prvních pochvalných větách konstatuje, že se ve filmu se objevuje i několik nesrovnalostí, jež v případě dvou tak zkušených tvůrců zarazí. „Když si pětadesátiletý hrdina začne plést dny v týdnu či postaví elektrickou konvici na plynový vaříč, budete se trochu zmateně ptát, zda to má být začátek Alzheimerera, nebo nepovedený gag. Chvilkové tápání ale Svěrákům rádi odpustíte, stejně jako poněkud okoukanou závěrečnou metaforu s letícím horkovzdušným balonem.“¹⁴⁴ Polemizuje také s pojmem „laskavý český humor“, který považuje v posledních letech spíše za prokletí tuzemské kinematografie. Dodává ale, že „ve Vratných lahvích na sebe vzal natolik autenticky obnošený kabát, že je nám v něm dobře jako na starém gauči v bytě prarodičů. Je trochu odřený a místy z něj dokonce lezou pera, ale za pohovku z Ikea byste ho zkrátka nevyměnili.“¹⁴⁵ Týdeník *Respekt* šel v kritice ještě dál a otiskl recenzi s titulkem „Trhliny v mramorovém Svěráku“¹⁴⁶, kde Jan Gregor celkově rozebírá fenomén „svěrákovského humoru“. Dospívá ke zjištění, že komediální potenciál za ta léta vyčpěl a zbývá z něj „dokonalý obraz dobroděje, který ve Vratných lahvích narušuje jen jeho ješitnost“¹⁴⁷. Pavel Mandys potom v magazínu *Týden* konstatuje, že „Vratné lahve nejsou nijak zvlášť originální ani pronikavý film, ale obsahují stejné a přinejmenším stejně dobře zvládnuté prvky, díky nimž se tolik líbil

¹⁴⁰ SPÁČILOVÁ, Mirka. Vratné lahve. Lepší Kolja: nahořkle a zblízka. *Mladá fronta DNES. Kulturní scéna*. 2007, 3. 3., s. 1.

¹⁴¹ KŘIVÁNKOVÁ, Darina. S nadhledem, ale i do hloubky. *Lidové noviny. Kulturní premiéry*. 2007, 8. 3., s. 1.

¹⁴² REJŽEK, Jan. Nevratné mládí. Poslední slovo. *Lidové noviny*. 2007, 15. 3., s. 12.

¹⁴³ HEJDOVÁ, Irena. S lahvemi se vrací i hezcí čeští Svěráci. *Aktuálně.cz*. 2007, 7. 3. [cit. 2012-03-04]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film-a-televize/clanek.phtml?id=372271>

¹⁴⁴ ŠŤASTNÁ, Barbora. Vratné lahve. *Premiere* [online]. 2007, XII [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: http://premiere.maxim.cz/film/52595/vratne_lahve.html

¹⁴⁵ Tamtéž

¹⁴⁶ GREGOR, Jan. Trhliny v mramorovém Svěráku. *Respekt*. 2007, 5. 3., s. 20.

Kolja“.¹⁴⁸ Naopak ryze kladné hodnocení vydává mediální partner snímku, deník *Právo*. Věra Míšková nazývá Vratné lahve „pocitivým filmem“, na který je „radost pohledět“. „Je to báječně vtipná, chytrá a pravdivá komedie o životě, lásce, manželství, rodičovství,“¹⁴⁹ dodává.

2.1.1.4 Roming

Snímek Jiřího Vejdělka Roming rozdělil recenzenty sledovaných deníků opět do několika skupin. První z nich přistupuje k filmu kriticky a rozebírá především, jakým způsobem se tvůrcům podařilo vystihnout realitu romského prostředí. Irena Hejdová z *Aktuálně.cz* konstatuje, že zde nedochází k hlubšímu přesahu do sociální či etnické problematiky.¹⁵⁰ Ve snímku podle ní nehraje roli, zda se jedná o Romy či o jiné etnikum, tvůrci zůstávají na nekonkrétní rovině, což považuje za chybu. Jiří Vejdělek tak původní „romskou roadmovie Roming zapasoval spíš do rámečku řemeslně zvládnutých hezkých obrázků ze života.“¹⁵¹ Podle Hejdové proto snímku schází energie i jednoznačné sdělení, takže chvílemi působí dojem, že mu ptáček frnkl už na začátku.¹⁵²

Kritická je k Romingu i recenzentka mediálního partnera *Právo*. List sice svému partnerskému filmu věnuje velký prostor – například server *Novinky.cz* o něm vydal poslední květnový den speciál, což v praxi znamená, že se celá kulturní rubrika serveru věnovala pouze danému snímku. Hlavní recenzentka ale zůstává, dalo by se říci, nestranná a podobně jako Hejdová vytýká Romingu především nudnost a rozštěpenost. Hovoří o dvou liniích, kdy jedna inklinuje k lidovému humoru a druhá se pokouší vynášet morální soudy. „Obě sice mají společné zejména ono putování, náladou si ale spíš protirečí a jejich prolnutí působí poněkud násilně. To je také nejpodstatnější slabina filmu, který jinak stojí velmi pevně především na výkonech Labudy a Polívky.“¹⁵³

¹⁴⁷ Tamtéž

¹⁴⁸ MANDYS, Pavel. Pohádka o muži v letech. *Týden*. 2007, 5. 3., s. 78.

¹⁴⁹ MÍŠKOVÁ, Věra. Žádný sentiment jen spousta citu. *Právo*. 2007, 7. 3., s. 14.

¹⁵⁰ HEJDOVÁ, Irena. S Romingem se dovoláte k Účastníkům zájezdu *Aktuálně.cz*. 2007, roč. 5, č. 31. [cit. 2012-03-07]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/showbizz/film/recenze/clanek.phtml?id=435695>

¹⁵¹ HEJDOVÁ, Irena. S Romingem se dovoláte k Účastníkům zájezdu *Aktuálně.cz*. 2007, roč. 5, č. 31. [cit. 2012-03-07]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/showbizz/film/recenze/clanek.phtml?id=435695>

¹⁵² Tamtéž

¹⁵³ MÍŠKOVÁ, Věra. Marián Labuda a Bolek Polívka na zájezdu. *Právo*. 2007, 31. 5., s. 9.

Výkony v hlavních rolích hodnotí kladně i Darina Křivánková z *Lidových novin*, v celkovém hodnocení filmu ale podrobně rozebírá přístup tvůrců k danému etniku a dochází ke zjištění, že se z nich stávají pouze figurky podléhající celospolečenským stereotypním představám. „Pokud film *Romy* vůbec řeší, vychází spíš ze stereotypů: romské děti kradou kanály a rozbíjejí okna, jejich rodiče přežívají na podpoře a pracují na zapřenou. Budiž, ale celou dobu se nelze zbavit otázky, proč je Roming o Romech, když o nich ve skutečnosti není.“¹⁵⁴ Dále konstatuje, že by humorná, zjednodušená linie nevadila, pokud by se jí snímek držel celou dobu. Vytýká proto tvůrčí dvojici Vejdělek-Epstein určitou necelistvost. Dodává, že by se „měli rozhodnout, zda se opřou do humoru, nebo do poetiky a ambiciózních sdělení. Skloubit všechno dohromady se zatím – bohužel – tak docela nedaří.“¹⁵⁵ Pavel Mandys potom ve svém textu nejvíce oceňuje herecký výkon Vladimíra Javorského ve třech různých rolích Boha, d'ábla a smrti. „Škoda že tento motiv nebyl více rozpracován, že nebyl použit jako výchozí, že nakonec ustoupil konvenčním legráckám populárních komiků - propojení v závěru už to nezachrání, zvláště když epická síla balady ustupuje poetizujícím obrazům.“¹⁵⁶ Výkon Javorského považuje v podstatě za jediné pozitivum snímku a dodává, že snímek zklamal jeho očekávání – „ti, kteří si od cenami ověčeného scénáře slibovali více, budou nejspíš také zklamáni.“¹⁵⁷

Jan Gregor z časopisu *Týden* naopak staví svoji recenzi na tom, že lze snímek posuzovat ze dvou různých pohledů – jako na „lidovou komedii“ i jako na „záměrně naivní elegii za mizejícím světem volnosti.“¹⁵⁸ Oceňuje zejména scénář Marka Epsteina, který se „opírá o většinou povedené slovní a situační gagy, které z Romingu dělají přinejmenším poctivou mainstreamovou zábavu.“¹⁵⁹ Dodává ale, že mezi komickými scénami místy probleskne vážnější moment, což považuje za hlavní přínos snímku. Alena Prokopová z *Cinema* potom Epsteina rovnou nazývá „vycházející hvězdou české scenáristiky“.¹⁶⁰ Na jeho práci vyzdvihuje právě to, co například recenzenti *Práva* či *Aktuálně.cz* kritizují – schopnost pohybovat se po dvou liniích současně. Dodává, že „Roming je z těch českých filmů, které si v rámci bezbolestného žánrového bavení diváka dokážou něco

¹⁵⁴ KŘIVÁNKOVÁ, Darina. S romy, ale ne o nich. *Lidové noviny. Kulturní premiéry*. 2007, 31. 5., s. 1.

¹⁵⁵ Tamtéž

¹⁵⁶ MANDYS, Pavel. Romská švanda *Týden*. 2007, 4. 6., s. 88.

¹⁵⁷ MANDYS, Pavel. Romská švanda *Týden*. 2007, 4. 6., s. 88.

¹⁵⁸ GREGOR, Jan. Taškařice jen zdánlivě nezávazná. *Respekt*. 2007, 28. 5., s. 24.

¹⁵⁹ Tamtéž

¹⁶⁰ ŠTASTNÁ, Barbora. Roming. *Premiere* [online]. 2007, IX [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: <http://premiere.maxim.cz/film/53139/roming.html>

myslet.“¹⁶¹ K ryze pozitivním recenzím patří i text Barbory Šťastné, publikovaný v *Premiere*. Konstatuje, že Roming je film, „který potěší“.¹⁶² Za hlavní přínos považuje Šťastná skutečnost, že snímek „dokazuje, že není vůbec třeba tlouct diváky po hlavě pravítkem s nápisem ‚etnická problematika‘ a vzbuzovat v nich pocity viny. Do světa Romů nás vtahuje zábavně a nenásilně, a tím pro ně dělá daleko víc.“¹⁶³ Filmová recenzentka *Mladé fronty DNES* Mirka Spáčilová se potom filmu věnuje hned ve dvou článcích. Již téměř týden před premiérou nazývá Roming „nevšedním filmem [...], v němž se mísí humor, temperament, poezie“¹⁶⁴ a celkově jej prezentuje jako hlavní filmovou událost sezóny. V recenzi, kterou potom *Mf DNES* zveřejňuje den po premiéře, tuto domněnku Spáčilová potvrzuje konkrétními argumenty. Kromě pozitivního hodnocení se ale v jejím textu ke konci objevuje i určitá pochybnost, když dodává, že „předimenzované obrazy film zrazují. Je-li snové krásy příliš, ztrácí účinnost“.¹⁶⁵

2.1.1.5 Medvídek

„Hřebejk-řemeslník nezklame, Hřebejk-umělec stále spí,“¹⁶⁶ konstatuje v recenzi pro *Aktuálně.cz* Irena Hejdová a vyjadřuje tak průměrný názor téměř všech citovaných recenzentů. S výjimkou Jana Rejžka totiž většina hodnotících textů přistupuje ke snímku se smíšenými pocity a nevyjadřují ani velké nadšení, ani jej však nijak zásadně nekritizují. Poznávají, že režisér již natočil lepší, ale také mnohem horší filmy. Hejdová se věnuje spíše charakteristice režiséra samotného a jeho přístupu k tvorbě. „Hřebejk není diagnostik, natož chirurg, který řízne do nádoru. Je spíš sestra, která drží diváky za ruku. S úsměvným lyrismem, který by si mohli dát čeští filmaři patentovat, pozoruje všechno to hemžení a zaměňuje to za přímočaré pojmenování našich životů.“¹⁶⁷ Názor, že v případě Medvídky nejde o přelomové dílo české kinematografie, s Hejdovou sdílí i Jaroslav Sedláček. Podle něj poslednímu Hřebejkovu filmu chybí

¹⁶¹ PROKOPOVÁ, Alena. Roming. *Cinema* [online]. 2007, č. 5 [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/11633/roming>

¹⁶² ŠŤASTNÁ, Barbora. Roming. *Premiere* [online]. 2007, IX [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: <http://premiere.maxim.cz/film/53139/roming.html>

¹⁶³ Tamtéž

¹⁶⁴ SPÁČILOVÁ, Mirka. Novinka Tři chlapi na cestě. *Mladá fronta DNES*. Scéna - Film. 2007, 26. 5., s. 4.

¹⁶⁵ SPÁČILOVÁ, Mirka. Roming míří vysoko. *Mladá fronta DNES*. 2007, 30. 5., s. 4.

¹⁶⁶ HEJDOVÁ, Irena. Medvídek krotce zpívá přátelům o datlích. *Aktuálně.cz*. 2007, roč. 9, č. 5. [cit. 2012-03-07]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/clanek.phtml?id=499521>

„něco z pelíškovské údernosti a razance, resp. emoční síly Krásky,“¹⁶⁸ ale konkrétní nedostatky nepojmenovává. Více kritická je potom Věra Míšková z *Práva*, která kritizuje zejména to, že „se [Medvídkovi] nepodařilo vystoupat ani kousek nad ilustraci zaznamenaných banalit, které tudíž nemají jinou vypovídací hodnotu, než že se asi někomu staly“.¹⁶⁹ Dodává, že Jarchovský s Hřebejkem chtěli zřejmě natočit film „o nás a našich vrstevnících,“ což ale podle jejího názoru k vytvoření kvalitního snímku nestačí. Pozitivně hodnotí herecký výkon Ivana Trojana – co konkrétně na něm oceňuje, ale neříká.

Zásadní rozpor v hodnocení Medvídky lze nalézt na stránkách *Lidových novin*. Zatímco Darina Křivánková považuje film za průměrný a v podstatě příjemný, Jan Rejžek naopak Medvídky označuje za filmovou katastrofu roku.¹⁷⁰ „Medvídek je prozatímním vrcholem tvůrcovy ledabylosti a absence pronikavého myšlení, jež vede v rámci neskonalé nudy v biografu k diváckému utrpení,“¹⁷¹ tvrdí Rejžek. Na velkém prostoru se také rozepisuje o srovnávání Hřebejka s osobnostmi světové kinematografie, jako je Woody Allen, nebo Pedro Almodóvar – podobné narážky považuje za zcela nemístné a i směšné. „Pokud v rozhovorech s nájemnými novinářkami padala vytoužená srovnání s Woody Allenem či Pedrem Almodóvarem, jde o neskutečnou drzost a zbožná přání Hurvínků v krátkých kalhotách, kteří touží státí se principálem velkého divadla.“¹⁷²

Pavel Mandys potom o Hřebejkovi hovoří jako o symbolu české filmové laskavosti¹⁷³ a dodává, že se právě svým posledním snímkem pokouší z této škatulky vymanit. Oceňuje, že se tvůrci snaží o změnu pohledu, přestože tak mohou přijít o část diváků. V Mandysově recenzi dokonce dochází k Rejžkem výše odsuzované zmínce o Woody Allenovi či Ryamondu Carverovi, neboť právě tito režiséři jsou podle recenzenta údajně cíl, ke kterému se Hřebejk s Jarchovským snaží Medvídkem mířit. Svoji úvahu ale završuje poznáním, že „jim to nevyšlo, protože nejsou dostatečně důkladní a přesvědčiví v psychologii a motivaci postav. Ale je to pokus poctivý, sportovní hantýrkou „platný“,

¹⁶⁷ Tamtéž

¹⁶⁸ SEDLÁČEK, Jaroslav. Medvídek. *Cinema* [online]. 2007, č. 9 [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/14192/medvidek>

¹⁶⁹ MÍŠKOVÁ, Věra. Medvídek ilustruje manželské banality. *Právo*. 2010, 6. 9., s. 12.

¹⁷⁰ REJŽEK, Jan. Vypelichaný medvídek. *Lidové noviny*. 2007, 13. 9., s. 12.

¹⁷¹ REJŽEK, Jan. Vypelichaný medvídek. *Lidové noviny*. 2007, 13. 9., s. 12.

¹⁷² Tamtéž

¹⁷³ MANDYS, Pavel. Vítězná dívčí válka. *Týden.cz*. 2007, roč. 9, č. 9. [cit. 2012-03-14]. Dostupné z: http://www.tyden.cz/rubriky/kultura/recenze/vitezna-divci-valka_21632.html

navíc krok sympatickým směrem od zaručeného k neprozkoumanému a komerčně nejistému.¹⁷⁴ Ve stejném duchu se nese text Barbory Šťastné. Podle ní nejde o žádnou „pelíškovskou legraci,“ ale o sice pravdivou, stále však zábavnou analýzu dnešního manželství.¹⁷⁵

Největší prostor snímku *Medvídek* věnuje jeho mediální partner *Mladá fronta DNES*. Film rozebírá na stránkách přílohy Kulturní scéna ve vydání listu z 1. září. Všechny texty, které *Medvídek* hodnotí či pouze popisují, pocházejí od Mirky Spáčilové. Přestože se deník věnuje filmu velmi důkladně, nejedná se o jednoznačně pozitivní hodnocení – texty jsou z velké části kritické. Za recenzi v pravém slova smyslu lze považovat článek s titulkem *Medvídek: Film o kamarádech, s kamarády a pro ně*. Spáčilová v něm *Medvídek* hodnotí jako průměrný snímek, který ničím nevyniká, ale ani diváka neurazí.¹⁷⁶ Konstatuje, že jde z velké části o přehlídku klišé. Konkrétní příklady, ale neuvádí. Spáčilová dále také kritizuje, že poslední Hřebejkův snímek by se měl vysílat spíše jako televizní inscenace a dodává, že „od Hřebejka se zkrátka čeká víc než jen běžný slušný film.“¹⁷⁷ Jan Gregor z *Respektu* se věnuje Hřebejkově a Jarchovského tvorbě jako celku a nalézá v ní určitou schematičnost. Chování hrdinů podle jeho názoru nemá jiné opodstatnění, než aby ilustrovalo hlavní tezi. Vznikají tak vykonstruované zápletky, které ubírají celkovému vyznění filmu.¹⁷⁸ Samotný snímek *Medvídek* ale považuje vydařený, což odůvodňuje pouze větou, že „seznámit se s jeho hledajícími samotáři je přes – pro Jarchovského typickou – schematičnost syžetu pořád ještě spíše potěšením.“¹⁷⁹

2.1.1.6 Václav

Snímek Jiřího Vejdělka *Václav* je recenzenty vesměs přijímaný pozitivně, přesto lze nalézt několik výjimek. Nízké hodnocení mu udělila například Darina Křivánková z *Lidových novin*. Své rozhodnutí odůvodňuje tím, že práci autorského tandemu Jiří

¹⁷⁴ Tamtéž

¹⁷⁵ ŠŤASTNÁ, Barbora. *Medvídek. Premiere* [online]. 2007, IX [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: <http://premiere.maxim.cz/film/54258/medvidek.html>

¹⁷⁶ SPÁČILOVÁ, Mirka. *Medvídek Film o kamarádech, s kamarády a pro ně. Mladá fronta DNES. Kulturní scéna*. 2007, 1. 9., s. 3.

¹⁷⁷ Tamtéž

¹⁷⁸ GREGOR, Jan. *Samotáři v nesnázích. Respekt*. 2010, 3. 9., s. 52.

Vejdělek a Marek Epstein není možné poměřovat metrem průměru.¹⁸⁰ Podle jejího názoru se jim nepodařilo ve filmu vyčerpat řadu motivů a tak místy „končí ve slepé uličce“.¹⁸¹ Přestože filmu udělila pouze tři hvězdičky z pěti, konstatuje však, že „film má svou atmosféru, zřetelnou poetiku, svůj styl, což není v podmínkách domácí tvorby tak běžné,“¹⁸² a oceňuje především práci kameramana Jakuba Šimůnka a hudbu Jana P. Muchowa. Podle Věry Míškové zase ve snímku nejvíce vyniká herecký výkon Ivana Trojana. Za diskutabilní ale považuje, zda se hodí právě pro roli, kterou hraje. „Ztvárnit mentálně retardovaného člověka je pro herce, který má inteligenci vepsanu v očích, možná až neřešitelný úkol.“¹⁸³ Dále je potom recenze velmi popisná a vlastní názor recenzenta v něm příliš není obsažen – lze spekulovat, že tato opatrnost může souviset s faktem, že *Právo* film mediálně zaštitilo. Míšková navíc konstatuje, že by snímek mohl dosáhnout popularity děl režiséra Jiřího Menzela, a přirovnává ústředního hrdinu Václava k postavě Otíka ze snímku *Vesničko má středisková*. Proti tomuto názoru se mimoděk staví Mirka Spáčilová v textu s titulkem *Václav je divoch, ne sladký Otík*.¹⁸⁴ Přestože se nejedná o recenzi, vyjadřuje zde výrazně kladný pohled na snímek jako celek. Potvrzuje to potom ještě recenzi, kterou vydává *Mladá fronta DNES* o den později. Snímek Václav podle Spáčilové „zahání obavy, že nepřijde žádný dobrý český film.“¹⁸⁵

Podstatně střídmější je v hodnocení Pavel Mandys. Václava považuje za „pocitivý, ale ne strhující film“ a k výkonu Ivana Trojana se vyjadřuje tak, že se herec sice snaží, ale role mu nesedí.¹⁸⁶ Snímek považuje za jeden z nejlepších v roce 2007, ale ihned dodává, že sám o sobě není ničím výjimečný. „Není to dílo natolik vynikající, že by se člověku vrylo do paměti na dobu delší, než jakou mu zabere cesta z kina.“¹⁸⁷ Irenu Hejdovou potom překvapuje, že Václava někteří recenzenti považují za film roku. Vyčítá mu především „řemeslnou jistotu,“¹⁸⁸ o snímku se však rozepisuje na dosti

¹⁷⁹ Tamtéž

¹⁸⁰ KŘIVÁNKOVÁ, Darina. Václav jako neřízená střela. *Lidové noviny*. 2007, 6. 12., s. 17.

¹⁸¹ Tamtéž

¹⁸² Tamtéž

¹⁸³ MÍŠKOVÁ, Věra. Drama s překotným vyvrcholením. *Právo*. 2010, 6. 12., s. 12.

¹⁸⁴ SPÁČILOVÁ, Mirka. Václav je divoch, ne sladký Otík. *Mladá fronta DNES. Kulturní scéna*. 2007, 1. 12., s. 42.

¹⁸⁵ SPÁČILOVÁ, Mirka. Václav, zase jednou opravdový film. *Mladá fronta DNES*. 2007, 2. 12., s. 12.

¹⁸⁶ MANDYS, Pavel. Čtyřicetiletý kluk s pistolkou. *Týden*. 2007, 10. 12., s. 88.

¹⁸⁷ Tamtéž

¹⁸⁸ HEJDOVÁ, Irena. Václav nese dobré řemeslo, ale moc snadný vejdělek

Aktuálně.cz. 2007, roč. 12, č. 5. [cit. 2012-03-07]. Dostupné z:

<http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/clanek.phtml?id=515663>

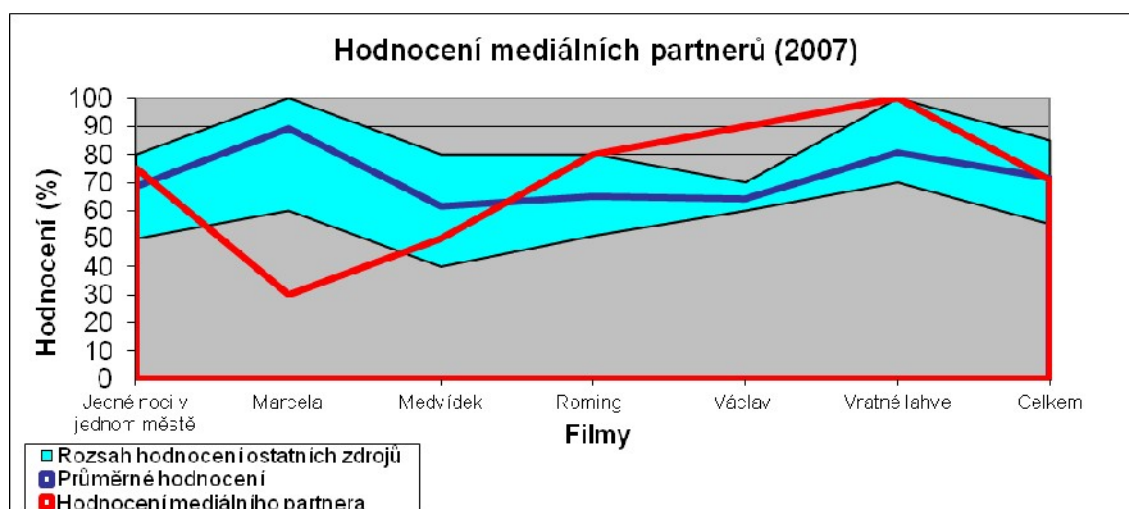
omezeném prostoru. Zde je třeba poznamenat, že například týdeník *Respekt* se filmu na svých stránkách nevěnoval vůbec.

Kamil Fila potom hodnotí pozitivně pouze kameramana. K celkovému vyznění se vyjadřuje tak, že snímek nelze s dobrým svědomím označit za kinematografický zážitek. Výsledný dojem z Václava podle něj vyvolává hlavně obrovské rozpaky. Jako důvod udává chybný dramaturgický rozvrh, některé (nevysvětluje jaké) prvky vyprávěcího stylu a celkový hodnotový nádech, který tvůrci zvolili. Dodává, že „okázalost, s jakou se film snaží něco říkat a případně vyrábět poetiku, mu paradoxně ubírá na síle.“¹⁸⁹ Podobně kritická je potom i Barbora Šťastná z *Premiere*. Domnívá se, že napětí, které příběh nabízel, Vejdělek využil jen napůl a „Václav – který se mohl stát skutečně velkým moderním vesnickým dramatem – skončil pouze jako vcelku povedený film, vhodný pro nedělní večer v České televizi“.¹⁹⁰

2.1.2 Shrnutí přístupu mediálních partnerů

V roce 2007 se hodnocení ze strany recenzentů publikujících v médiu, které daný snímek zaštitilo, v průměru shoduje s hodnocením uveřejněným v referenčních zdrojích včetně *ČSFD*. Mediální partneři hodnotili srovnatelně partnerské i nepartnerské filmy – v případě partnerských filmů jsme zaznamenali jen minimální výkyvy. Největší vliv má hodnocení dokumentárního filmu Marcela na stránkách týdeníku *Respekt*, který byl jeho mediálním partnerem, ale udělil mu 30 %, což bylo výrazně méně než jinde. V ostatních případech se však většinou hodnocení mediálního partnera v porovnání s referenčními médii pohybuje na horní hranici. U filmu *Václav*, který byl mediálně zaštitěn deníkem *Právo*, dokonce hodnocení tuto hranici překonalo. Jednalo se však o jediný případ, kde bychom mohli spekulovat o vlivu mediálního partnerství na vyznění recenze. Všeobecně ale tendence zaznamenané v rámci analyzovaných textů kopírují celkový trend, který lze v roce 2007 u daných periodik vysledovat. Odchylky nejčastěji odrážejí míru subjektivity autora recenze či jeho osobní postoj ke kinematografii. Této problematice se budeme věnovat v závěrečné kapitole, kde posoudíme přístup jednotlivých žurnalistických osobností na základě širšího vzorku.

¹⁸⁹ FILA, Kamil. Václav. *Cinema* [online]. 2007, č. 12 [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/16437/vaclav>



Recenzenti *Práva* se stále drželi nadprůměrného hodnocení, které se pohybuje nad 80 % u každého filmu. Výjimku tvořil pouze snímek *Medvídek*, kde přiřazená hodnota klesla k průměru. Celkově lze říci, že recenze uveřejněné na stránkách deníku *Právo* v roce 2007 jsou převážně popisné, jejich autoři neformulují výrazné stanovisko a vyhýbají se zásadní kritice. Zároveň se ale udržují v intencích průměrného hodnocení snímků v ostatních médiích, pouze všem snímkům přiřazují vesměs o několik procent více. V případě *Mladé fronty DNES* lze v roce 2007 pozorovat, že způsob posuzování filmů nijak neodráží skutečnost, zda jde o partnerský snímek listu. Naopak jediný partnerský snímek *Medvídek* hodnotila recenzentka deníku nejhůře. Ve vztahu k recenzím v ostatních médiích můžeme říci, že se recenzenti *Mladé fronty DNES* drží přibližně ve stejném trendu, na rozdíl od deníku *Právo* ale každému jednomu snímku přiřazují vždy o stupeň nižší hodnocení, které se tak drží mezi hodnotami 50 – 80 %.

V případě týdeníku *Respekt* jsme dospěli ke zjištění, že se recenzenti zaměřují pouze na (z jejich pohledu) výrazně dobré, nebo špatné filmy. Setkáváme se tak s hodnocením buď ztelně nadprůměrným, nebo naopak podprůměrným. Některým snímkům se potom recenzenti týdeníku nevěnují vůbec. Je zajímavé, že mezi tyto snímky patřil i jeden film partnerský, a to animovaný příběh *Jedné noci v jednom městě*. Druhý partnerský snímek filmu, dokument *Marcela*, dále spadal do kategorie výrazně špatných filmů z pohledu recenzenta – čímž se hodnocení ze strany mediálního partnera stalo

¹⁹⁰ ŠTASTNÁ, Barbora. Václav. *Premiere* [online]. 2007, XII [cit. 2012-03-02]. Dostupné z:

podstatně nižší než ze strany ostatních médií. Můžeme tak konstatovat, že mediální partnerství zřejmě v roce 2007 nemělo na obsah recenzí uveřejňovaných v *Respektu* žádný vliv. K podobnému závěru jsme dospěli i u časopisu *Týden*. Jeho hodnocení z pozice mediálního partnera nebylo v roce 2007 nijak ovlivňováno, svému partnerskému snímku přiřadil relativně průměrné hodnocení. Lze pouze konstatovat, že recenzenti *Týdne* se celkově zaměřují spíše na klady jednotlivých snímků, například ve srovnání s *Respektem* jsou méně kritičtí a hodnoty, které jsou filmům přiřazeny, se pohybují vždy nad průměrem.

Přístup referenčních titulů je srovnatelný s výše nastíněnými tendencemi periodik zapojených do projektu mediálního partnerství. Recenzenti *Lidových novin* a *Aktuálně.cz* se dokonce shodovali navzájem. Nejméně kritický je potom přístup filmového serveru *Cinema*, který ve dvou případech (snímek *Marcela* a *Vratné lahve*) uveřejnil výhradně pozitivní recenzi.

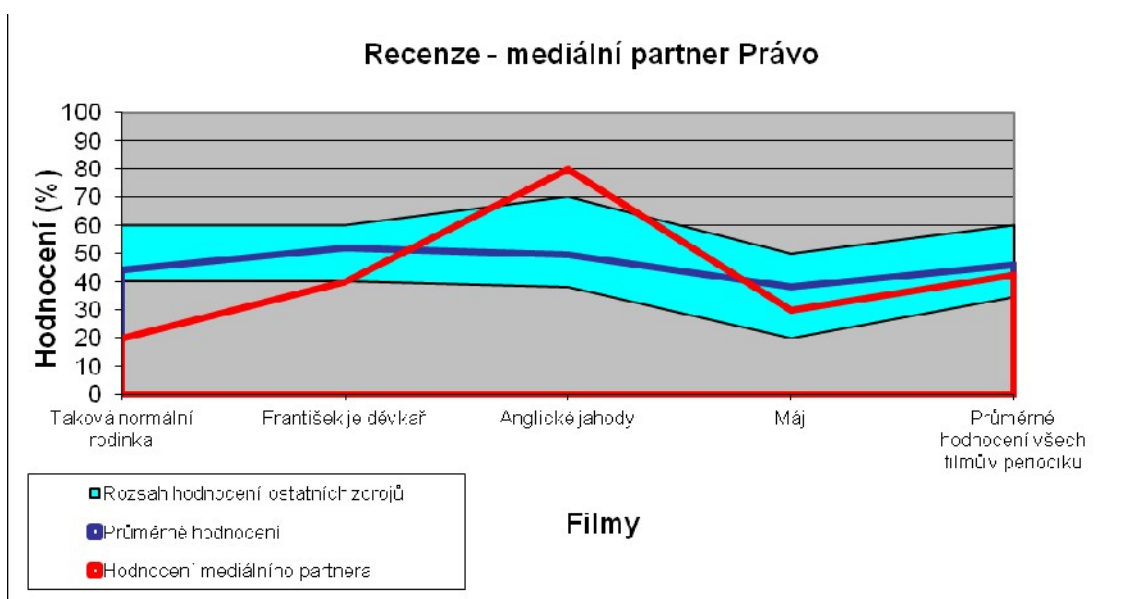
2.2 Mediální partnerství v roce 2008¹⁹¹

Přístup mediálních partnerů k recenzím partnerských snímků v roce 2008 byl již předmětem analýzy bakalářské práce autorky s názvem *Filmová recenze a mediální partnerství*. Tato pasáž, která je však v důsledku koncipována jinak, tak vychází z již zpracovaného výzkumu. Ten ale pouze doplňuje stávající analýzu, aby byl souhrn dat úplný. Je třeba konstatovat, že v roce 2008 se deník *Právo* stal mediálním partnerem filmů *Anglické jahody*, *Máj*, *František je děvkař* a *Taková normální rodinka*, deník *Mladá fronta DNES* filmy *U mě dobrý*, *Malé oslavy* a *Máj*. Týdeník *Respekt* mediálně zaštil snímky *Karamazovi* a *Tobruk* a týdeník *Týden* potom snímek *Venkovský učitel*. Ostatní sledovaná média se v roce 2008 do projektu mediálního partnerství nezapojila, a tak spadají do skupiny referenčních médií. Jak vyplývá z výše zmíněného, metoda i volba titulů byla stejná jako v případě námi prováděné analýzy. Uvádíme proto pouze zjištěné závěry, které v závěru poslouží k porovnání s výsledky z ostatních let. Nejprve

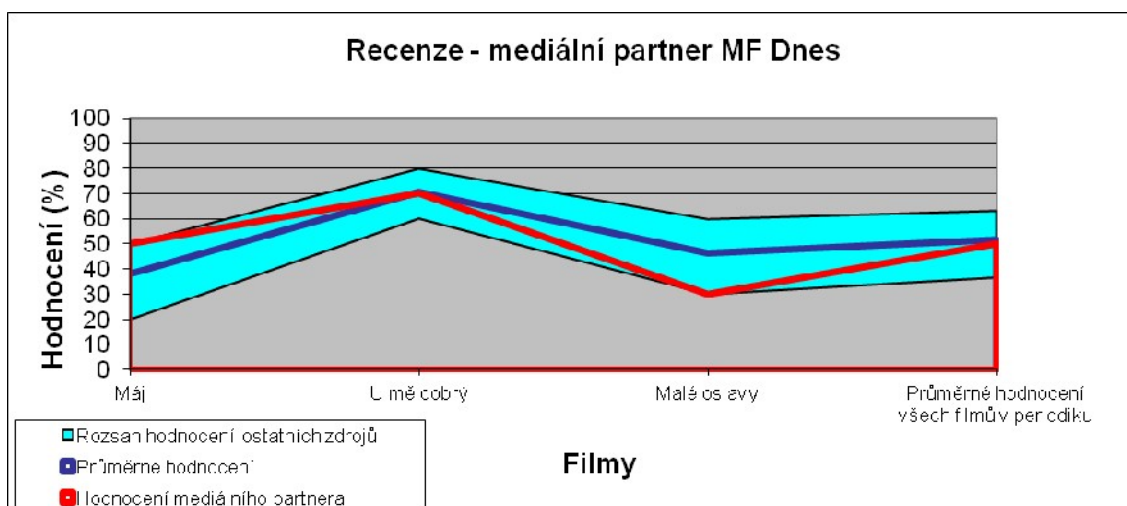
<http://premiere.maxim.cz/film/55690/vaclav.html>

¹⁹¹ Z bakalářské práce autorky přebíráme pouze výsledky výzkumu rozebírané na stránkách této bakalářské práce v rozsahu od s. 55 – 61 a data zachycená v příloze této bakalářské práce, rovněž potom jejich vizualizaci v rámci grafů.

zde tyto závěry rozebereme ve vztahu ke každému sledovanému periodiku, poté je shrneme v celkovém porovnání.

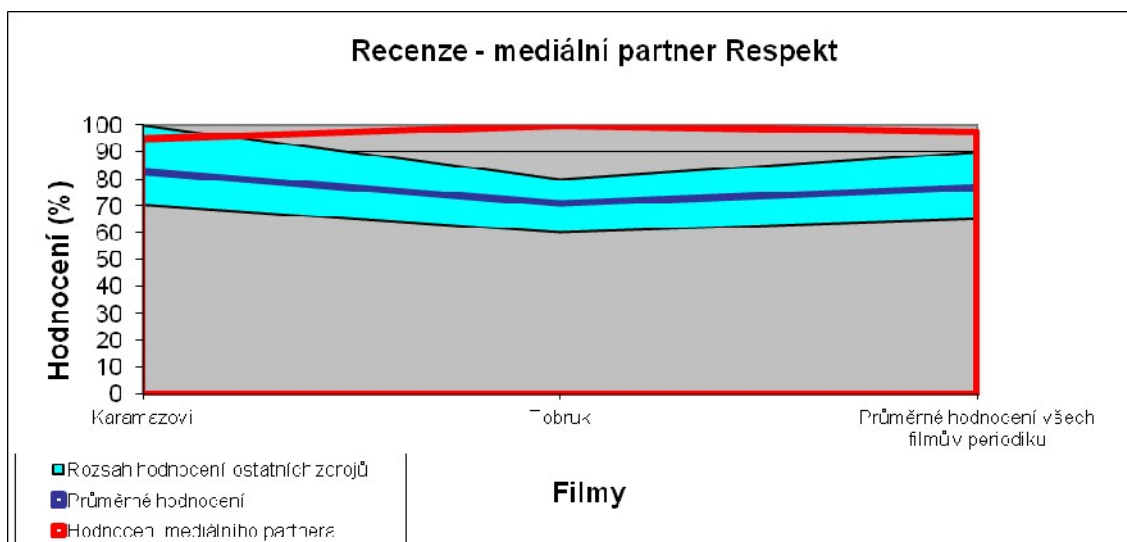


Recenze publikované v *Právu* v daném roce hodnotí jednotlivé filmy nevyváženě. Zatímco v případě Anglických jahod deník uděluje vyšší hodnocení než všechna ostatní periodika, u Takové normální rodinky je tomu naopak. Obecně však nelze říci, že by filmy, jejichž je mediálním partnerem, obecně vyzdvihoval. V průměrném hodnocení se totiž velmi blíží průměru hodnocení ve všech ostatních periodikách.

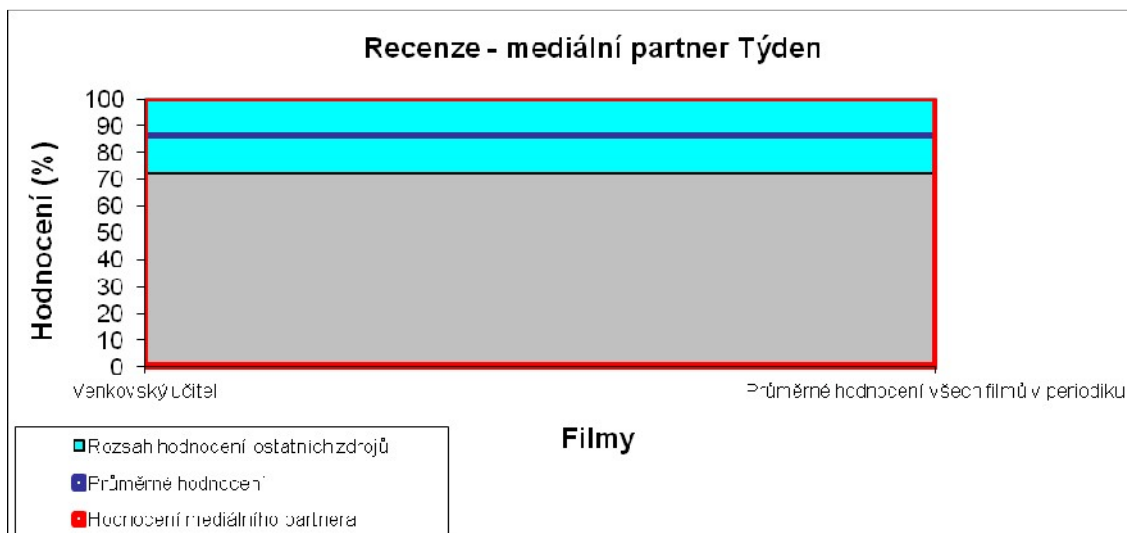


Hodnocení *Mladé fronty DNES* se nijak významně neliší od rozmezí posuzování na stránkách nezávislých periodik. Průměrná hodnota, již recenzentka *Mladé fronty DNES*

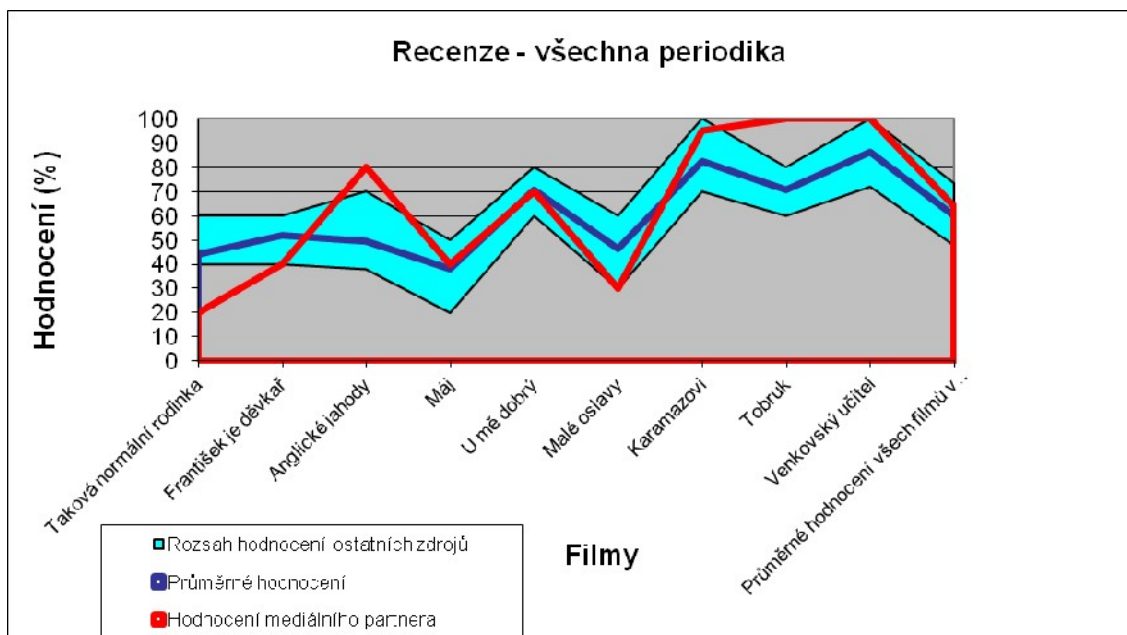
snímkům přiřazovala, je pak stejná jako v případě *Práva*, tedy v podstatě totožná s průměrnou hodnotou nezávislých periodik. Po kvalitativní stránce lze v recenzích tudíž konstatovat vcelku nestranný přístup.



Respekt se od hodnocení v nezávislých periodikách liší velmi významně. V případě filmu *Karamazovi* se nachází na horní hranici hodnocení v nezávislých periodikách, což již sice vyjadřuje jeho silně pozitivní přístup k partnerskému snímku, ale stále se ještě jedná o hodnocení v rámci všeobecného trendu. Avšak u *Tobruku Respekt* toto rozmezí významně překračuje, dokonce o celých 20 %. V průměrném hodnocení obou filmů se proto dostává nad hodnotu průměru maximálních hodnocení v nezávislých periodikách, což je i s ohledem na nízký počet filmů signifikantní. Ve vztahu ke zmíněným faktům se tak zdá, že se *Respekt* u snímků, které mediálně zaštiťuje, dopouští v recenzích výrazného přeceňování. Lze tedy spekulovat, proč tomu tak je a zda na stránkách týdeníku nedochází ke střetu zájmu mediálního partnerství a nestranné filmové kritiky.



V případě *Týden* a filmu *Venkovský učitel*, jehož je jediným mediálním partnerem, nelze z grafu usuzovat na neadekvátně vysoké hodnocení v recenzích, přestože se jedná o nadprůměrnou hodnotu. Za prvé totiž není jediným periodikem, které filmu udělilo nejvyšší možné ohodnocení, a za druhé v případě jednoho filmu nelze vyvozovat obecné závěry, protože rozdíl mezi jednotlivými hodnoceními není nijak signifikantní.



Jak je vidět na grafu shrnujícím přístup všech sledovaných médií, referenční periodika se v roce 2008 svým hodnocením navzájem obvykle nelišila o více než 20 %. Pouze v případě několika filmů (nejvýrazněji je to viditelné u snímku *Anglické jahody*) se jednalo o rozdíl 30 %. Mediální partneři se oproti tomu svým oceněním, které

partnerskému filmu udělili, v několika případech dostali nad a v jednom případě pod tuto oblast, a to až do 20 % od maximální, respektive minimální hodnoty. Tato odchylka v pozitivním směru je viditelná u týdeníku *Respekt* v případě filmu Tobruk. Podobné hodnocení potom recenzent *Respektu* uděluje i druhému partnerskému filmu, Karamazovým, ale zde se již shoduje s názorem publikovaným v ostatních periodikách. Podobný trend lze sledovat u filmu Anglické jahody na stránkách mediálního partnera, *Práva*. Oproti *Respektu* (Tobruk) *Právo* nadhodnocuje snímek jen o deset procent, avšak i takový výsledek může znamenat, že byl názor recenzenta ovlivněn i jinými faktory než osobním dojmem. V případě deníku *Právo* je však zajímavé, že snímek Taková normální rodinka zase naopak o dvacet procent vůči průměrnému posuzování podhodnocuje. Můžeme z toho usuzovat, že přístup recenzentky Míškové neovlivňuje marketingový záměr listu, protože zde by s ním byla v ostrém rozporu.

Ze všech sledovaných mediálních partnerů přistupoval k hodnocení partnerských snímků nejtendenčněji týdeník *Respekt*. Volil výhradně pozitivní komentář a jeho verdikt se vyhýbal jakýmkoli výtkám. Snímek Tobruk v porovnání s nestrannými recenzenty výrazně nadhodnotil. Podobný postoj měl potom i ke Karamazovým, zde však šlo o všeobecně vyzdvihovaný projekt, hodnocení *Respektu* proto zapadá do průměru. Zpočátku se zdálo, že redaktoři *Respektu* jsou v cenění snímků natolik pozitivní, neboť se výhradně zaměřují na podle jejich názoru vydařené filmy – co se jim nelíbí, o tom jednoduše nepiší. Nicméně po bližším průzkumu kulturní rubriky za celý rok 2008 jsme zjistili, že nikoli. Týdeník se věnoval ještě Máji, který nebyl jeho partnerským filmem a utržil od recenzenta velmi negativní kritiku, což ale v případě Máje není ojedinělé. Zda jsou recenzenti týdeníku *Respekt* ovlivňováni projektem mediálního partnerství, nelze na základě analyzovaného materiálu, tedy dvou recenzí, jistě určit, jednalo by se z naší strany o spekulaci. Ze všech zvolených mediálních partnerů se ale podobnému počínání nejvíce blíží.

Zajímavé výsledky přinesla analýza dvou vybraných deníků – *Práva* a *Mladé fronty DNES*. Tyto tituly mají v roce 2008 totiž k mediálnímu partnerství zcela opačný přístup. Hodnocení ze strany recenzentů *Práva* je značně kolísavé. Zatímco některé snímky hodnotí vysoko nad běžným průměrem posuzování v nestranných periodikách (Anglické jahody), u jiných se hodnocení pohybuje na dolní hranici průměru (František je děvkař), nebo dokonce pod ní (Taková normální rodinka). Z těchto faktů nemůžeme

vyvozovat, že by redakce *Práva* sledovala v souvislosti s obsahem recenzí nějakou marketingovou strategii. Recenze v deníku *Mladá fronta DNES* naopak sice zapadají v roce 2008 do průměru, nicméně v porovnání s postojem jiných recenzentů se stále pohybují na horní hranici průměru. Skutečnost, že mediální partnerství v roce 2008 v tomto deníku zasahovalo do obsahu recenzí, tak nelze zcela vyloučit.

2.3 Mediální partnerství v roce 2009¹⁹²

Nejvíce snímků v tomto roce mediálně podpořil deník *Mladá fronta DNES*, včetně internetové mutace *iDNES.cz*. Kromě komedie *Veni, vidi, vici* se jednalo o vesměs kladně hodnocené snímky, které nejde jednoznačně zařadit do středoproudé produkce. Mezi nejvýraznější patřil film Tomáše Mašína *Tři sezóny v pekle*, natočený v česko-slovensko-německé koprodukci. Dále potom *Mladá fronta DNES* zaštitila zfilmovaný příběh takzvaného heparinového vraha *Hodinu nevíš* v režii Dana Svátka, thriller *Normal Julia* Ševčíka s Dagmar Havlovou v hlavní roli, nebo filmovou podobu divadelního představení *Dobře placená procházka* v režii Miloše a Petra Formanových. Druhým nejčtetnějším partnerem se stal deník *Právo* (zahrnujeme také internetovou mutaci deníku *Novinky.cz*), které se ale věnovalo převážně středoproudé produkci české kinematografie. V roce 2009 *Právo* zaštitilo snímek Marie Poledňákové *Líbáš jako Bůh*, Tomáše Vorla *Ulovit miliardáře*, Jana Hřebejka *Kawasakiho růže*, nebo pokračování oblíbené komedie z prostředí moravských vinic s názvem *2Bobule* (režie Vlad Lanné). Časopis *Týden* se potom stal mediálním partnerem jediného filmu, a to dramatu z prostředí věznic padesátých let s názvem *Klíček*, které režíroval Ján Novák. *Respekt* v tomto roce nezaštitil žádný český snímek.

2.3.1 Analýza recenzí na stránkách mediálních partnerů a jiných periodik

2.3.1.1 *Líbáš jako Bůh*

V případě snímku *Líbáš jako Bůh* se setkáváme s dvěma druhy názorů – výrazně kritickým a výrazně nekritickým. Mezi recenzenty, které můžeme zařadit do první

¹⁹² Údaje vycházejí z rešerše autorky uvedené v Příloze č. 2

skupiny, je nejradikálnější Kamil Fila ze serveru *Aktuálně.cz*. Fila sám připouští, že recenzi píše s nenávistí. Tvrdí, že takový film by dokázal natočit každý. „Děj snímku *Líbáš jako Bůh se* - jak je to u poledňákovských anti-scénářů obvyklé - nedá příliš popisovat.“¹⁹³ Za chybu považuje například příliš velké množství postav, které nejsou přesně charakterizované. Jasně podle Fily nejsou ani vztahy mezi nimi, nebo motivace jejich chování. Recenzi završuje zjištěním, že „ani člověk, kterému se film náhodou líbil, by nedal dohromady, o čem to celé bylo“.¹⁹⁴ Mirka Spáčilová potom film nazývá „vztahovým živočichopisem točícím se v kruhu odnikud nikam“¹⁹⁵ Podle jejího názoru se *Líbáš jako Bůh* vzdor relativně provokativnímu názvu drží při zemi, opakuje pouze několik omšelých klišé a na závěr místo pointy nabídne jen patetické smíření postav, kterým si otevírá zadní vrátka pro případné dotočení druhého dílu. „Krokodýly sice poráží, ale na allenovky nemá, leda tak na povadlý *Sex ve městě bez sexu*.“¹⁹⁶ Vojtěch Rynda v *Lidových novinách* kromě výše zmíněného ještě dodává, že jednou z výrazných chyb filmu je, že se neodehrává v lidském světě a postavy jsou tak bez hloubky a bez přesahu. „*Líbáš jako Bůh* tak zatuhává v křeči komediální chtěnosti a v dusivých peřinách měšťáckého vidění reality, v níž lidé pendlují mezi obývánkem a chalupou a ideál romantiky představuje společný Silvestr v Paříži.“¹⁹⁷

Pozitivně film hodnotí Pavel Žďárek, který svou recenzi uveřejnil na stránkách filmového časopisu *Cinema*. Konstatuje, že rozhodně nejde o špatný snímek. „Sice chvílemi nepříjemně překvapí nějakými těmi úlety a nefunkčním humorem, ale celkově nabízí pěkně odvyprávěný příběh, který se vlastně může stát komukoliv.“¹⁹⁸ Lze sledovat, že vyšší hodnocení se snímku dostává právě na stránkách internetových periodik. Kladně totiž snímek hodnotí také Ilona Francková z *Premiere*, která o něm hovoří jako o příjemné crazy komedii. Nijak nevysvětluje, co by si divák pod tímto označením měl představit, pouze dodává, že „překotná romantická crazy komedie do vás bude hustit humor hlava nehlava se střídavým úspěchem“.¹⁹⁹ Pozitivně ke snímku přistupuje také recenze uveřejněná mediálním partnerem, deníkem *Právo*. Podle Věry

¹⁹³ FILA, Kamil. Nový film *Poledňákové. Bože, bylo nám toho zapotřebí?* *Aktuálně.cz*. 2009, roč. 2, č. 12. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/clanek.phtml?id=629392>

¹⁹⁴ Tamtéž

¹⁹⁵ SPÁČILOVÁ, Mirka. *Líbáš jako Bůh, jenže při zemi*. *Mladá fronta DNES. Scéna*. 2009, 7. 2., s. 22.

¹⁹⁶ Tamtéž

¹⁹⁷ RYNDA, Vojtěch. *Líbáš jako Bůh, ale s lidmi je to lepší*. *Lidové noviny*. 2009, 17. 2., s. 17.

¹⁹⁸ ŽDÁREK, Pavel. *Líbáš jako Bůh*. *Cinema* [online]. 2009, II [cit. 2012-03-05]. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/27964/libas-jako-buh>

Míškové Poledňáková nabízí to, na co jsou lidé zvyklí, a tak nevadí ani malá vazba na realitu, kterou lze podle recenzentky údajně sledovat i v nejoblíbenější komedii všech dob *S tebou mě baví svět*. „Líbáš jako Bůh je komedie, určená divákům vstřícným k humoru Marie Poledňákové.“²⁰⁰

2.3.1.2 *Normal*

Normal patří ke snímkům, které měly v roce 2009 průměrně vysoké hodnocení. Například podle Věry Míškové jde dokonce o nejlepší film roku, a to z hlediska celkové atmosféry, hereckých výkonů a především obrazového vyjadřování. Podle Míškové tak Ševčík potvrzuje, že obrazová stránka je nadále jeho nejsilnější zbraní, což je z pohledu profese režiséra rozhodně dobrá zpráva. Ihned ale dodá „že by jako mnozí potřeboval lepšího scénáristu.“²⁰¹ Vytýká tak snímku určitou samoučelnost – pravda, kterou vyslovuje, údajně pro ty pomaleji chápavé raději ještě několikrát „opakuje v nepříjemně vmlouvavých větách. A to, co se na plátně skutečně odehrává, je většinou jen sled Kürtenových zločinů.“²⁰² Jan Gregor scénář nekritizuje, ale poukazuje na lpění na vizuální podobě. Dokonale vypilovanou postprodukcí považuje však za klad snímku, stejně tak dokonalou marketingovou strategii. *Normal* „dokazuje, že se i ve zdejších omezených podmínkách dá natočit žánrový příběh, který si nezadá s větší evropskou produkcí.“²⁰³ Poznává, že filmovou vizi hned tak všichni neskousnou a budou ho osočovat, že upadl do jakési vizuální manýry. Ta ale podle Gregorova názoru není prvoplánová: „přes všechno vizuální obžerství *Normal* není v žádném případě filmem pro masy. Podobně jako jeho evropští kolegové využívá režisér schémat žánrového filmu, aby úspěšně zacílil především na poučené mladé diváky odkojené současnou filmovou řečí. Na český film to vůbec není málo.“²⁰⁴

K těm, kteří, jak výše píše Gregor, „neskousli Ševčíkovu vizi,“ patří Vojtěch Rynda z *Lidových novin*. Kritizuje exaltované formální postupy a odtržení od reality. „Barevné filtry, zpomalené záběry, neobvyklé úhly, osudová hudba, mesiášské motivy a další

¹⁹⁹ FRANCKOVÁ, Ilona. *Líbáš jako Bůh*. *Premiere* [online]. 2009, 2 [cit. 2012-03-05]. Dostupné z: http://premiere.maxim.cz/film/66880/libas_jako_buh.html

²⁰⁰ MÍŠKOVÁ, Věra. *S tebou mě pořád nepřestává bavit svět*. *Právo*. 2009, 16. 2., s. 11.

²⁰¹ MÍŠKOVÁ, Věra. *Normal*. Kdo je vlastně za plotem? *Právo*. 2009, 27. 3., s. 14.

²⁰² MÍŠKOVÁ, Věra. *Normal*. Kdo je vlastně za plotem? *Právo*. 2009, 27. 3., s. 14.

²⁰³ GREGOR, Jan. *Vybočit z normálu*. *Respekt*. 2009, 30. 3., s. 52.

velmi výrazné postupy začnou diváka filmu *Normal* bombardovat už v prvních vteřinách stopáže.²⁰⁵ Vytýká filmu především to, že prostředky, které obvykle napomáhají vyprávění filmového příběhu, a ozvlášťují ho, v tomto případě snímek samotný na plátno vůbec nepustí. Recenzentka *Mladé fronty DNES*, mediálního partnera, Mirka Spáčilová je k filmu ještě kritičtější. Podotýká, že „okaté předstírání hry na velké umění má zkrátka za důsledek povrchní monotónnost, v níž se ztrácí jakékoli sdělení“.²⁰⁶ Spáčilová se domnívá, že *Normal* nemá s žánrem thrilleru nic společného – upoutávky slíbili napínavý film, ale diváci sledují „rádobyumělecké záběry a výkony herců, které vzbudí smích“.²⁰⁷ Dále srovnává *Normal* s von Trierovým *Dogville*, nicméně konstatuje, že v případě Ševčíka jde o samoučelnou teatrálnost, která film nikam neposouvá. Což je i podle Ondřeje Štindla z časopisu *Týden* důvod, proč „ze všeho nejvíc film nakonec připomíná jakési best of tvůrců jednotlivých složek, prezentaci, přílohu k žádosti o osvědčení vlastní šikovnosti“.²⁰⁸ Vzápětí ale podotýká, že skutečně je co prezentovat.

Posedlost vizuální stránkou tak představuje hlavní výtku, kterou většina recenzentu vůči snímku vyjadřuje. Často je natolik výrazná, že přehlušuje ostatní složky filmu, které autoři recenzí hodnotí kladně. Kamil Fila hned na začátku recenze konstatuje, že „od *Spalovače mrtvol* u nás nevznikl lepší film hrůzy.“²⁰⁹ Jde o jeden z mála snímků vzniklých v roce 2009, které oceňuje. Zároveň se ale obává, že film narazí na maloměšťácké nepochopení. Pavel Žďárek z *Cinema* sdílí jeho názor a označuje *Normal* za nejzajímavější český film daného roku. Považuje ho za „vizuálně přitažlivý, výtvarně zajímavý a s hravou kamerou“.²¹⁰

2.3.1.3 Dobře placená procházka

²⁰⁴ Tamtéž

²⁰⁵ RYNDA, Vojtěch. Hezké obrázky film nedělají. *Lidové noviny*. 2009, 26. 3., s. 1.

²⁰⁶ SPÁČILOVÁ, Mirka. *Normal* se za thriller jen vydává. *Mladá fronta DNES*. 2009, 26. 3., s. 6.

²⁰⁷ Tamtéž

²⁰⁸ ŠTINDL, Ondřej. Zle je ve spárech zlého zla. *Týden*. 2007, 30. 3., s. 68.

²⁰⁹ FILA, Kamil. České překvapení: Das ist nicht *Normal*, das ist super! *Aktuálně.cz*. 2009, roč. 4, č. 26. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/clanek.phtml?id=633056>

²¹⁰ ŽDÁREK, Pavel. *Normal*. *Cinema* [online]. 2009, III [cit. 2012-03-05]. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/29279/normal>

Film *Dobře placená procházka* byl poprvé uveden na MFF Karlovy Vary. Jeho recenze se tak ve sledovaných periodikách staly součástí festivalového zpravodajství a podle tvrzení všech recenzentů šlo o dlouho očekávanou událost. Přestože sám Forman od začátku prezentoval snímek jako záznam divadelního představení, hovořilo se o něm jako o „Formanově novém filmu“, což vneslo do hodnocení recenzentů nezvyklý chaos. Rozporuplné názory jsou zřetelné už v obsahu titulků. Recenze na serveru *Aktuálně.cz* uvádí hned v perexu, že snímek nelze hodnotit z filmového hlediska. Jako hlavní kritiku tak Antonín Tesař uvádí skutečnost, že „v Národním divadle se představení hraje již od roku 2007 a jeho filmová podoba je jen jejím rutinním záznamem“.²¹¹ Nejde tedy o výtku ke zpracování, ale k předem avizované podstatě snímku. Stejného soudu se dopouští server *Premiere*, který na řečnickou otázku „Proč na to nejít?“ odpovídá tvrzením, že „se jedná jen o další adaptaci stejnojmenné divadelní hry ze Semaforu. Tentokrát mnohem spíš záznam, který Miloš Forman odtočil levou zadní.“²¹² Podle novináře jde o další z filmů, které měly skončit na DVD, ale jejich tvůrcům přišlo, že by bylo škoda je do kin neuvést.²¹³ Že „nejde o regulérní film,“²¹⁴ zdůrazňuje i Vojtěch Rynnda v *Lidových novinách*. Cítuje zde režiséra Miloše Formana, čímž svoje tvrzení dokládá.

Jak jsme výše viděli, žádný z recenzentů se nevyhýbá kritice, že nejde o film, ale o záznam divadla. Každý z pisatelů tento nezpochybnitelný fakt komentuje hned v úvodu textu a potom se dále věnuje převážně rozpačitému popisu toho, co lze v *Dobře placené procházce* vidět. Někteří se dokonce pokoušejí snímek hodnotit z hlediska divadelní kritiky, nikoli filmové. K těm patří třeba Mirka Spáčilová z *Mladé fronty DNES*. Hned v počátku se zamýšlí nad tím, jak má kritik na záznamu divadla hodnotit filmařinu. Dochází dokonce ke zjištění, že z hlediska diváka může jít o klamavou reklamu, pokud je celé dílo prezentované v médiích jako film.²¹⁵ Podle jejího názoru situace nastala proto, že festivalová prezentace „nového filmu Miloše Formana“ se hodila mnohem

²¹¹ TESÁŘ, Antonín. Forman natočil dobře placenou, ale bezcennou. *Aktuálně.cz*. 2009, roč. 7, č. 4. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/mff-karlovy-vary/clanek.php?id=641642>

²¹² Kinopremiéry od 9. července. *Premiere* [online]. 2009, VII [cit. 2012-03-05]. Dostupné z: http://premiere.maxim.cz/clanek/3867/kinopremiery_od_9_cervence.html.

²¹³ Tamtéž

²¹⁴ RYNDA, Vojtěch. Miloš Forman se 'prošel' už podruhé. *Lidovky.cz*. 2009, roč. 7, č. 7. [cit. 2012-03-18]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/milos-forman-se-prosel-uz-podruhe-dlu-/ln_kultura.asp?c=A090707_092120_ln_kultura_jk

²¹⁵ SPÁČILOVÁ, Mirka. Procházka jde do kin. Ale film to není. *Mladá fronta DNES*. 2009, 8. 7., s. 5.

lépe. Konstatuje, že „kdyby Miloš Forman natočil jen dvě stránky z telefonního seznamu, bude to událost. Protože je to Forman a protože točit umí.“²¹⁶ Spáčilové text je tak více kritikou médií než snímkem samotného.

Na film se soustředí Michal Procházka a Pavel Mandys. Procházka oceňuje příjemný nostalgický nádech snímku i celkové vyznění postav. „Jinými slovy je to stále tak trochu formanština v decentní, milé podobě, která mluví z pohledu toho malého, obyčejného českého člověka a dělá si legraci ze sebe sama i z toho velkého světa.“²¹⁷ Mandys potom tvrdí, že filmové zpracování vrátilo semaforové opeře potřebný komorní ráz. Dodává také, že „s Dobře placenou procházkou je to stejné, jako s většinou jiných záznamů divadelních představení. Jejich výhoda tkví v tom, že si je můžeme pustit kdykoliv a obdivovat se skvělým výkonům herců i orchestru.“²¹⁸

2.3.1.4 *Veni, vidí, vici*

Snímek *Veni, vidí, vici* nebyl hodnocen na žádném z filmových serverů (*Cinema*, *Premiere*) ani recenzenty časopisu *Týden*. Ostatní autoři recenzí přistupovali s filmem s despektem a to i ti, kteří píšou pro deník *Mf DNES*, který *Veni, vidí, vici* mediálně zaštitil. Někteří z recenzentů (Spáčilová v *Mf DNES* a Vlasák v *Právu*) se také pozastavovali nad skutečností, že koproducentem snímku je Česká televize. Jak Spáčilová, tak Vlasák se shodli v názoru, že by veřejnoprávní televize neměla podporovat ryze komerční snímky bez přidané hodnoty. Podobná charakteristika filmu však nebyla u těchto dvou recenzentů zcela ojedinělá. Vojtěch Rynda z *Lidových novin* nazývá snímek „celovečerní reklama na golfový rezort“.²¹⁹ Kritizuje především jednoduchý, schematický příběh. Konstatuje, že podobná konstrukce se opakuje ve velkém množství snímků, což pro tvůrce nevěstí nic dobrého. „Obyčejný kluk (holka, v animovaných filmech třeba i tučňák) pochází z vřelého, ale sociálně nejednoduchého prostředí. Dostane šanci, využije ji na maximum – a než se naděje, je společensky o

²¹⁶ Tamtéž

²¹⁷ PROCHÁZKA, Michal. FILM: Formanova procházka je roztomilá. *Novinky.cz. Letem filmem*. 2009, roč. 7, č. 4. [cit. 2012-03-18]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/mff-kv-2009/letem-filmem/172926-film-formanova-prochazka-je-roztomila.html>

²¹⁸ MANDYS, Pavel. Zklamání. Formanův film je jen náhražka opery. *Týden.cz*. 2009, roč. 7, č. 4. [cit. 2012-03-18]. http://www.tyden.cz/rubriky/kultura/mff-karlovy-vary-2009/zklamani-formanuv-film-je-jen-nahrazka-opery_127694.html.

²¹⁹ RYNDA, Vojtěch. Golf a láska vítězí. Hurá *Lidové noviny*. *Kulturní revue*. 2009, 8. 8., s. 12.

několik pater výš, ale zároveň zapomene na základní hodnoty, které mu byly „tam dole“ vštěpovány. Pýcha předchází pád. Jedinec se zpátky na startovním bloku chytne za hlavu a ve finále triumfuje na celé čáře“.²²⁰ Rynda se ale kromě příběhu věnuje také jednotlivým tvůrčím aspektům filmu, jako je kamera, hudba, střih, ale i dialogy nebo kostýmy. Žádný z nich neshledává vyhovujícím. „Nejvíc nakonec ruší amatérská kamera, která nedokáže smysluplně natočit ani dialog dvou lidí a cosi ji pudí kroužit kolem nich dokola.“²²¹ Jan Gregor potom poznamenává, že je snímek *Veni, vidi, vici* výrazný pouze z hlediska neúnosně častého výskytu product placementu. „Míra otravného product placementu, kde z každého záběru vyskakuje nějaký výrobek, nejlépe okomentovaný propagačním sloganem, v podobných kusech překračuje všechny meze.“²²² Srovnává snímek s jinými (*Muži v říji*, nebo *Pánská jízda*) a dospívá ke zjištění, že čím dál tím nesnesitelnějšímu, povrchnímu proudu české kinematografie přímo kraluje. Jeho názor sdílí i Kamil Fila, který recenzovaný film hodnotí jako ukázkovou tvůrčí tragédii.²²³ „*Veni, vidi, vici* je vlastně výživný materiál, na němž se dá demonstrovat tolik nectností, jimiž trpí současná česká kinematografie.“²²⁴

Kritická je ke snímku také recenzentka mediálního partnera Mirka Spáčilová. Vytváří paralelu mezi ním a filmem z období socialismu *Hvězda padá vzhůru*. Podobně jako Rynda se pozastavuje nad nedotaženým, vykonstruovaným a zároveň nudným příběhem. Kritizuje skutečnost, že se jedná o „umělý příběh zrozený z ryze obchodní úvahy“ a snímek celkově ze žánrového hlediska považuje spíše za „romantickou pohádkovou moralitu pro dospělé“ než za komedii.²²⁵ Podle Zbyňka Vlasáka z *Práva* je potom film rovněž „na komedii zoufale nudný“.²²⁶ Vlasák se rozepisuje o tom, že pokud tvůrci prezentovali film jako pohádku o chudém Honzovi, a tudíž jako vzor pro mládež, velmi se jim to nepovedlo. Označuje ho za čistou komerci bez nápadu, která by v české kinematografii vůbec neměla existovat.²²⁷

²²⁰ Tamtéž

²²¹ Tamtéž

²²² GREGOR, Jan. Jak vypadá Czáková? *Respekt.cz*. 2009, roč. 8, č. 16. [cit. 2012-03-18]. Dostupné z: <http://RESPEKT.IHNED.CZ/c1-38054870-jak-vypada-csakova>

²²³ FILA, Kamil. Přišel, viděl, odpálil. *Aktuálně.cz*. 2009, roč. 8, č. 11. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=648905>

²²⁴ Tamtéž

²²⁵ SPÁČILOVÁ, Mirka. Kokosy na golfu, jenže bez legrace *Mladá fronta DNES*. 2009, 5. 8., s. 5.

²²⁶ VLASÁK, Zbyněk. Jak chudý Honza díky golfu ke štěstí přišel. *Právo*. 2009, 6. 8., s. 8.

²²⁷ Tamtéž

2.3.1.5 Klíček

Vesměs nízké hodnocení měl v roce 2009 snímek Jana Nováka *Klíček* inspirovaný skutečnými událostmi minulého režimu. Pomocí nekomplikované zápletky, v níž se hlavní hrdinové ze současnosti vracejí do minulosti, se tvůrci pokusili připomenout zvěrstva páchaná v komunistických vězeních. Podle recenzentů ale největší úskalí filmu není v jednoduchém příběhu, ale v jeho vizuálním ztvárnění. Právě to „dělá z Klíčku studentský, neřkuli amatérský film. Když se režisér ve zbytečně dlouhém úvodu pokouší navodit hororovou atmosféru, selhává téměř na sto procent,²²⁸ konstatuje Pavel Žďárek z internetového magazínu *Cinema*. Ve své recenzi se zabývá v podstatě výhradně touto nedokonalostí, kterou rozebírá ze všech stran a dochází ke zjištění, že jde o nejhorší film roku. „Pokud řemeslná neumělost postihne nezávaznou komedii ze současnosti, nikomu neublíží - ale v případě látky, jakou zvolil Klíček, páchá zbytečné škody,²²⁹ konstatuje také Mirka Spáčilová. Přestože má podle jejího názoru film záslužné poselství, vzhledem ke zpracování jej nikdo nemůže brát vážně. Další z autorů recenzí? Kamil Fila, se věnuje také výhradně záporům snímku. Charakterizuje ho jako „křečovitě vyrovnaní se s padesátými lety“.²³⁰ Chybu vidí ale nejen ve zpracování – kritizuje i samotný scénář, který sklouzává k primitivnímu antikomunismu... bez pádných argumentů.²³¹

Vojtěch Rynda naopak v textu s titulkem *Klíček komunisty řeže lacině* oceňuje už samotnou snahu připomenout události padesátých let. Vytýká však tvůrcům, že příliš napodobují zahraniční velkorozpočtové horory, a tím snižují účinek látky. Navíc v podmínkách, v jakých *Klíček* vznikal, nelze podle Ryndy tohoto cíle kvalitně dosáhnout, a proto je zbytečné se o to pokoušet. „*Klíček* v první části připomíná stereotypní americké napínáky, v nichž kdosi či cosí kosí partu zteplých mladých lidí. Když konečně začne pravdivě vyobrazovat brutální vyšetřovací metody, těžko se divákovi přepíná do realistického modu.“²³² Podle Zbyňka Vlasáka potom snímku chybí náležitý kontext. Domnívá se, že podobný film může fungovat na dvou rovinách – jako fikce a jako historický snímek. V druhém případě by se dal dokonce považovat za

²²⁸ ŽĎÁREK, Pavel. *Klíček*. *Cinema* [online]. 2009, VIII [cit. 2012-03-05]. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/31027/klicek>

²²⁹ SPÁČILOVÁ, Mirka. Špatný film Grebeničky neporazí. *Mladá fronta DNES. Scéna*. 2009, 8. 8., s. 14.

²³⁰ FILA, Kamil. *Klíček - leze leze po železe Grebeniček*. *Aktuálně.cz*. 2009, roč. 8, č. 16. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=645006>

²³¹ Tamtéž

didaktickou pomůcku, což ale právě bez kontextu není možné. Snímek tak podle Vlasáka selhává na všech rovinách. „Postavy samotné šustí papírem, charaktery dozorců mají hloubku rozlitého mléka, není tady ani jedna osoba, která by ve vás vzbudila sebemenší emoci“.²³³ Vypočítává potom stejné výhrady jako výše citovaní recenzenti. Stejně připomínky mají dále i autoři píšící pro časopis *Týden* – jak Pavel Mandys, tak Tereza Moravcová. V jejich případě na základě podobných argumentů také dochází ke zjištění, že jde o nejhorší film roku,²³⁴ a to přesto, že *Týden* snímek mediálně zaštitil. *Respekt* a server *Premiere* se potom filmu Klíček nevěnovaly vůbec.

2.3.1.6 Hodinu nevíš

Snímek *Hodinu nevíš* recenzenti většinou oceňovali z hlediska žánrové kategorie. Jiří Flígl z *Aktuálně.cz* se dokonce domnívá, že jako takový by mohl mít komerční úspěch. Vychází z definice exploatace a tvrdí, že „tato kategorie obvykle spojovaná se sexem, nahotou a násilím má mnohaletou a početně bohatou tradici ve všech rozvinutých komerčně orientovaných kinematografiích“.²³⁵ Podobné stanovisko zastává i Pavel Žďárek z *Cinema* – zdůrazňuje, že zde nejde o umění, ale o podívanou pro návštěvníky kina. „Tohle je stylizovaná podívaná a jako taková funguje skvěle a zcela jistě zaboduje nejen u nás, ale i v zahraničí“²³⁶ dodává a hodnotí snímek dosti vysoko. Podle Mirky Spáčilové je snímek *Hodinu nevíš* „docela zvládnutý žánrový kousek.“²³⁷ Vytýká tvůrcům pouze určitou nelogičnost v dějové linii – tvrdí, že pointa příběhu nemá žádné opodstatnění. Dramatické akce, na kterých film stojí, jsou ale podle Spáčilové dobře natočené a kazí je snad jenom špatně zvolená hudba.²³⁸ Vzhledem k tomu, že *Mladá fronta DNES* figuruje v mediální prezentaci snímku na partnerské pozici, věnuje se mu zde vcelku rozsáhlý prostor – celá kulturní příloha. Názor recenzenty zůstává však ve všech článcích neměnný.

²³² RYNDA, Vojtěch. Klíček komunisty řeže lacině. *Lidové noviny*. 2009, 11. 8., s. 8.

²³³ VLASÁK, Zbyněk. Nový český film Klíček není dobrý ani jako učební pomůcka. *Novinky.cz*. 2009, roč. 8, č. 13. [cit. 2012-03-18]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/kultura/176242-novy-cesky-film-klicek-neni-dobry-ani-jako-ucebni-pomucka.html>

²³⁴ MORAVCOVÁ, Tereza. Brutální horor jako reflexe naší minulosti. *Týden.cz*. 2009, roč. 8, č. 13. [cit. 2012-03-17]. Dostupné z: http://www.tyden.cz/rubriky/kultura/film/na-co-zajit-do-kina/brutalni-horor-jako-reflexe-nasi-minulosti_133561.html

²³⁵ FLÍGL, Jiří. Hodinu nevíš, ale do kina na bestii půjdeš. *Aktuálně.cz*. 2009, roč. 8, č. 28. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=646025>

²³⁶ ŽDÁREK, Pavel. *Hodinu nevíš*. *Cinema* [online]. 2009, VIII [cit. 2012-03-05]. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/31057/hodinu-nevis>.

²³⁷ SPÁČILOVÁ, Mirka. Slušný thriller. I bez reklamy. *Mladá fronta DNES. Scéna*. 2009, 22. 8., s. 12.

K nejkritičtějším recenzím patřil naopak text uveřejněný na stránkách deníku *Právo*. Věra Míšková režiséru Danu Svátkovi vyčítá hlavně nevhodné nakládání s postavami příběhu – herecké výkony z nich podle ní dělají směšné figurky, což podporuje i přílišná vizuální stylizovanost záběrů.²³⁹ Shoduje se tak se svým kolegou Stanislavem Dvořákem, který stejný film hodnotí v textu publikovaném na stránkách internetové mutace deníku. Vytýká mu především fakt, že často sklouzává k prázdným klišé. „Film *Hodinu nevíš* tak strašně tlačí na pilu po formální stránce, že se stává spíš komickým než strašidelným.“²⁴⁰

Vojtěch Rynda se pokouší *Hodinu nevíš* porovnat s tematicky příbuznými snímky – s *Kájínkem* a s *Klíčkem*. Dochází ke zjištění, že v případě zkoumaného filmu se tvůrci málo drží reality, což považuje za chybu. Je podle něj ostuda, že v příběhu heparinového vraha „termín heparin nepadne ani jednou a konec se od skutečnosti značně liší. Cílem tu bylo skutečný příběh zobecnit.“²⁴¹ Myšlenku rozvíjí v další recenzi stejného snímku, která vychází o dva dny později.²⁴² Oproti jiným recenzentům ale film oceňuje po výtvarné stránce a vizuální stylizaci považuje za klad. Pavel Mandys rovněž hodnotí pozitivně vizuální stránku, podobně jako jiným autorům recenzí mu ale vytýká množství samoučelných prvků a předvídatelných okamžiků „Zahráno a natočeno velmi dobře, snad místy trochu zdlouhavě; některé dialogy jsou příliš utopené v okolním ruchu,“²⁴³ dodává Mandys v závěru. Časopis *Respekt* se snímek rozhodl nehodnotit.

2.3.1.7 Ulovit miliardáře

Film *Ulovit miliardáře* lze z hlediska hodnocení médií považovat za propadák – je to jediný snímek, kterému magazín *Cinema* udělil 0 procent ze sta a deník *Lidové noviny* žádnou hvězdičku. Právě text Jiřího Peňáse uveřejněný v *Lidových novinách* patří k nejkritičtějším recenzím daného snímku. Peňás rozebírá už samotnou předlohu

²³⁸ tamtéž

²³⁹ MÍŠKOVÁ, Věra. *Hodinu nevíš – a co dál?* *Právo*. 2009, 27. 8., s. 9.

²⁴⁰ DVOŘÁK, Stanislav. Srandovní horůrek o heparinovém vrahovi. *Novinky.cz*. 2009, roč. 8, č. 25. [cit. 2012-03-18]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/kultura/177253-srandovni-horurek-o-heparinovem-vrahovi.html>

²⁴¹ RYNDA, Vojtěch. Jména semelou boží mlýny. *Lidové noviny*. 2009, 27. 8., s. 11.

²⁴² RYNDA, Vojtěch. Chápavá anatomie vraha *Lidové noviny*. 2009, 29. 8., s. 12.

²⁴³ MANDYS, Pavel. *Hodinu nevíš*. *Týden*. 2009, 31. 8., s. 69.

Martina Nezvala. Používá expresivní slovní spojení a parafráze – jako například „sounrak volů“ nebo „iritující bláboly.“²⁴⁴ Konstatuje, že v předloze i ve filmu samotném jsou „věty nabírány s jemností bagristy, myšlenky jak tlustí sumci, dialogy jak z hashrmanovy podvodní domácnosti. Sliznato a ošklivo.“²⁴⁵ Navíc se pozastavuje nad skutečností, že tvůrci snímek označují jako kontroverzní, což považuje za naprostý nesmysl. Ulovit miliardáře podle něj není kontroverzní, ale hloupý film.²⁴⁶ Recenzent *Aktuálně.cz* potom snímek přirovnává k dílu Zdeňka Trošky. Z kontextu lze vyrozumět, že právě tvorby zmíněného režiséra pro recenzenta představuje vrchol nevkusy. Ulovit miliardáře ho ale podle Fily dokázal v leccčems v negativním slova smyslu předhonit. „Je to film bez příběhu, bez nápadu, vtipu, talentu, rytmu, tempa, čehokoli. Šklebí se z plátna jen jako zlá a banální karikatura s myšlenkovým nábojem“²⁴⁷

Václav Rybář ze serveru *Premiere* považuje Ulovit miliardáře za „tragickou blamáž.“²⁴⁸ Poznamenává, že režisér Vorel „jaksi zapomněl, že netočí teenagerskou satiru a tak film oslňuje hiphopovým soundtrackem DJ Wiche (jeho hravost občas připomíná reklamní jingly), roztěkanou digitální kamerou a především rozsypaním do sitcomové struktury (epizodka sem, epizodka tam, propojená vždy zoomem na budovu, kde se odehrává další gag - většinou jde o Tančící dům, který je tímto filmem navždy zhanoben).“²⁴⁸ Jan Gregor z *Respektu* vytváří paralelu s jinými Vorlovými filmy. Dochází ke zjištění, že na rozdíl od nich nemá žádnou kinematografickou hodnotu, za to ale oplývá diváckým potenciálem jako zábava pro široké masy. Domnívá se, že stereotypní postavy (blbá blondýna, investigativní novinář apod.) mohou dokonce představovat cosi jako archetypy blbosti současné společnosti.²⁴⁹ V této typizaci vidí Mirka Spáčilová snahu tvůrců moralizovat, což nepovažuje v podobně odlehčeném snímku za vhodné. Kritizuje proto nedostatek akce i vtipu. „Smích potřebuje konkrétnost dohnanou až k absurditě, zatímco Miliardář vzdychá povšechně jako čtenář komunistických Haló novin u šestého piva“.²⁵⁰ Oceňuje ale herecký výkon Tomáše Matonohy, stejně jako recenzentka

²⁴⁴ PEŇÁS, Jiří. Příšera z hlubin. *Lidové noviny*. 2009, 7. 10., s. 8.

²⁴⁵ PEŇÁS, Jiří. Příšera z hlubin. *Lidové noviny*. 2009, 7. 10., s. 8.

²⁴⁶ PEŇÁS, Jiří. Příšera z hlubin. *Lidové noviny*. 2009, 7. 10., s. 8.

²⁴⁷ FILA, Kamil. Vorlův Miliardář je jako zlý anonym z netu. *Aktuálně.cz*. 2009, roč. 10, č. 1. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=648905>

²⁴⁸ RYBÁŘ, Václav. *Premiere* [online]. 2009, X [cit. 2012-03-05]. Dostupné z: http://premiere.maxim.cz/clanek/3932/recenze_ulovit_miliardare.html

²⁴⁹ GREGOR, Jan. Grotesky skřítky anarchisty. *Respekt.cz*. 2009, roč. 9, č. 28. [cit. 2012-03-18]. Dostupné z: <http://RESPEKT.IHNED.CZ/c1-38419480-grotesky-skritka-anarchisty>

²⁵⁰ SPÁČILOVÁ, Mirka. Ulovit miliardáře se nezdařilo. *Mladá fronta DNES*. 2009, 29. 9., s. 6.

publikující na stránkách mediálního partnera filmu, deníku *Právo*. Ta se snaží být více popisná než ostatní autoři analyzovaných textů. Přesto nakonec konstatuje, že jí „zůstává velmi rozpačitý pocit a otázka, k čemu je snímek *Ulovit miliardáře* dobrý“.²⁵¹

2.3.1.8 *2Bobule*

Druhý díl komedie z prostředí moravských vinic média příliš nesledovala. Z periodik, která jsou předmětem této analýzy, se mu nevěnoval deník *Lidové noviny*, týdeník *Respekt* a server *Premiere*. U většiny ostatních recenzentů se potom neseťkal s pochopením. Z velké části kritizují především posun od určitého druhu filmařské poetiky k obhroublé černé komedii. Třeba Mirka Spáčilová připouští, že dvojky jsou vždycky problematické, ale fakt, že se režisér snažil dosáhnout přímočařejšího humoru, považuje za mínus.²⁵² Situační gagy, černý humor a košilaté vtipy sedí podle Spáčilové více do pivnice než vinařství. Současně ale není její recenze výhradně negativní – na závěr textu dodává, že druhé *Bobule* „nedopadly špatně, mají dost zábavných situací, které mohou opět rozesmát statisíce lidí v kinech - jen jsou to trochu jiné *Bobule* a trochu jiní diváci“.²⁵³ Změnu snímku oproti prvnímu dílu reflektuje i Věra Míšková, recenzentka píšící pro mediálního partnera filmu. Připomíná, že se změnil režisér i scénárista, což ale podle jejího názoru posunulo *Bobule* spíše k horšímu. „Film *2Bobule* nicméně těžší dílem z minulé zápletky, dílem je uvařený z vody, v níž Holeček vymáchal řádku omšelých témat od nechtěného těhotenství až po mafiána pod pantoflem.“²⁵⁴

Kamil Fila upozorňuje i na nelogičnosti v ději – tvůrci pracují se zesnulým dědečkem, aniž by dali divákovi najevo, že daná postava, známá z minulého dílu, skutečně zemřela. Fila tak snímek posuzuje výhradně negativně, jeho názor lze shrnout následující citací: „vůbec nefunguje jako dílo samo o sobě, ale jen coby katalyzátor vlastních představ o odpočinku; řekněme inspirace k tomu otevřít si láhev vína a dát si nohy na stůl, případně k tomu v představách osahávat náctiletou bardotku Voříškovou.“²⁵⁵ Recenzenti

²⁵¹ MÍŠKOVÁ, Věra. Velká zmýlená na cestě k satirě *Právo*. 2009, 1. 10., s. 9.

²⁵² SPÁČILOVÁ, Mirka. Druhé *Bobule* uhýbají od vína k pivu. *Magazín Víkend DNES*. 2009, 17. 10., s. 30.

²⁵³ SPÁČILOVÁ, Mirka. Druhé *Bobule* uhýbají od vína k pivu. *Magazín Víkend DNES*. 2009, 17. 10., s. 30.

²⁵⁴ MÍŠKOVÁ, Věra. *2Bobule* - S mafiánem za volantem mezi vinaře. *Právo*. 2009, 22. 10., s. 12.

²⁵⁵ FILA, Kamil. *2Bobule* je komedie s únavovým syndromem. *Aktuálně.cz*. 2009, roč. 10, č. 22. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=650770>

serveru *Cinema*, týdeníku *Respekt* a deníku *Lidové noviny* se snímku nevěnovaly vůbec. Zato Irena Hejdová z *Aktuálně.cz* 2Bobule dokonce nehodnotí jako film. Rozebírá výhradně komerční záměr a účinek snímku – podle jejího byl natočen jako podpora moravských vinařů. „Část českých filmařů vyřešila problémy s financováním a sháněním sponzorů svérázně: začala natáčet filmy na zakázku konkrétních firem či organizací. Pokračování vinařské komedie Bobule stejně jako první film vzniklo na zakázku moravských vinařů.“²⁵⁶

2.3.1.9 Tři sezóny v pekle

Výkon Kryštofa Hádky v hlavní roli i celkové zpracování tvůrců – to oceňovali recenzenti na snímku *Tři sezóny v pekle* nejvíce. Patřila k nim i recenzentka mediálního partnera *Mladé fronty DNES*. List filmu věnoval hodně prostoru – celková prezentace se potom odehrávala v intencích citátu „konečně film, který stojí za to.“²⁵⁷ Mirka Spáčilová v jednom z textů, který se snímku věnuje, zdůrazňuje, že se po premiéře „diváci přiznali k slzám.“²⁵⁸ Podobně se potom ke snímku staví i v recenzi, již uveřejňuje o dva dny později. Oceňuje nejen zmíněný herecký výkon, ale i scénář, kameru, střih, hudbu nebo kostýmy. Dodává, že „až 3 sezóny v pekle vyrazí do zahraničí, nebude nám za ně stydno“.²⁵⁹

Irena Hejdová tentokrát publikuje svoji recenzi v časopisu *Týden* a Mašínův film považuje za příjemné překvapení roku.²⁶⁰ Neuvádí žádné konkrétní příklady, proč je film podle jejího názoru výjimečný. Pouze konstatuje, že „netradiční milostný příběh inspirovaný životními peripetemi Egona Bondyho a jeho vztahem k básničce Janě Krejcarové nejen díky vysokému rozpočtu vysoko ční nad průměr české filmové produkce“.²⁶¹ Věra Míšková, recenzentka publikující na stránkách druhého mediálního partnera, hodnotí na *Třech sezónách v pekle* nejvýše silné téma a opět dobré herecké výkony. „Vedle atraktivně napsaných postav a emocemi nabitého děje uchvátí *Tři sezóny v pekle* výtvarným pojetím. Začíná už obsazením – herci i esteticky ladí, což je

²⁵⁶ HEJDOVÁ, Irena. Bobule: celovečerní reklama na víno. *Týden*. 2009, 26. 10., s. 70.

²⁵⁷ SPÁČILOVÁ, Mirka. Hádek hraje podle Bondyho *Mladá fronta DNES*. 2009, 19. 11., s. 8.

²⁵⁸ SPÁČILOVÁ, Mirka. Hádek hraje podle Bondyho *Mladá fronta DNES*. 2009, 19. 11., s. 8.

²⁵⁹ SPÁČILOVÁ, Mirka. Konečně film roku. 3 sezóny v pekle. *Mladá fronta DNES. Scéna*. 2009, 21. 11., s. 27.

²⁶⁰ HEJDOVÁ, Irena. Čeští filmaři vešli do dějin. *Týden*. 2009, 1. 12., s. 82.

²⁶¹ HEJDOVÁ, Irena. Čeští filmaři vešli do dějin. *Týden*. 2009, 1. 12., s. 82.

něco, co člověk vidí málokdy.²⁶² Díky tomu je sdělení snímku podle Míškové snadno uvěřitelné, čímž překonává ostatní českou filmovou produkci posledních let. Z hlediska Vojtěch Ryndy je největší přínos snímku hlavně způsob, jakým připomíná, co všechno patřilo k běžné realitě minulého režimu. Příběh mladého Egona Bondyho představuje jen zobecnění pomalu zapomínané minulosti, kterou se tvůrcům snímku podařilo dokonale vystihnout. „Filmů, které takhle výmluvně ukazují, že komunismus funguje ve svých důsledcích jako výtah pro ty nejbezpečnější lidské zmetky, není nikdy dost,²⁶³ shrnuje na konci textu Rynda.

Naopak kritický je vůči filmu *Tři sezóny v pekle* Kamil Fila. Vytýká mu obrazovou stereotypnost a nedokonalou postprodukcí. „Snímek má hýřit spoustou obrazových plánů a detailů, ale přitom není těžké si všimnout, že třeba Jindřišskou ulici ukáže desetkrát jinak, jako by měla hrát celou Prahu; občas je také nepříjemně poznat počítačová úprava či klíčování pozadí apod.²⁶⁴ Navíc podle něj nemá příběh žádnou přidanou hodnotu, nepřichází s ničím novým, pouze opakuje profesionální zlovyky pro českou kinematografii údajně typické. Co má na konkrétně mysli, ale Fila nerozvádí. Jan Gregor potom technickou stránku oceňuje, ale kritizuje obsah. Film je podle něj „brilantně natočený a analýza invenčních stylistických postupů bývalého reklamního režiséra by vydala na samostatný článek. Jen básník, prozaik a filozof Zbyněk Fišer, známý spíše jako Egon Bondy, [...] by se asi v hrobě obracel, kdyby mohl zjistit, co z jeho vzpomínek filmaři udělali.²⁶⁵ Zdůrazňuje, že takhle ambiciózní žánrový film v Česku nevznikl od Tmavomodrého světa. Po obrazové stránce je podle Gregora dokonale vycizelovaný, emocionálně se mu ale zdá dost chladný. „Ta filmová realita konce čtyřicátých let je totiž v kontrastu s tou opravdovou, na kterou Egon Bondy reagoval, v podání Mašínova týmu příliš nakaširovaná a sterilní.²⁶⁶

3.2.10 Kawasakiho růže

Snímek *Kawasakiho růže* se podle názoru sledovaných recenzentů vymyká dosavadní Hřebejkově tvorbě, a tím vytváří prostor pro hlubší diskuzi o budoucím směřování

²⁶² MÍŠKOVÁ, Věra. Věčná touha po lásce i po svobodě. *Právo*. 2009, 25. 11., s. 13.

²⁶³ RYNDA, Vojtěch. Nakládačka od rudé ruky dějin. *Lidové noviny*. 2009, 26. 11., s. 8.

²⁶⁴ FILA, Kamil. 3 sezóny v pekle hezkého reklamního uměníčka. *Aktuálně.cz*. 2009, roč. 12, č. 2. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=654633>

²⁶⁵ GREGOR, Jan. Učesaný Bondy. *Respekt*. 2009, 30. 11., s. 62.

české kinematografie. Názory autorů recenzí se tak různí víc než v případě jiných filmů. Nutno poznamenat, že filmový server *Premiere* a časopis *Týden* se snímku nevěnují.

„Už žádní Pavlové Liškové, Jirkové Macháčkové a další známé tváře, už žádný laskavý humor s poučením, ale syrové drama, které si leccos půjčuje z nedávné české historie a snaží se budovat sice smyšlený, ale naprosto uvěřitelný příběh,²⁶⁷ rozepisuje se ve svém textu pro *Právo* Zbyněk Vlasák. Kawasakiho růži považuje za Hřebejkův úkrok stranou v dobrém slova smyslu,²⁶⁸ dokonce vyjadřuje názor, že se jedná o režisérův nejlepší snímek. Oceňuje hlavně závěr, který právě směřuje české filmaře k lepším výkonům v budoucnu – neupřesňuje ale, čím se to děje konkrétně. Snímek hodnotí kladně také Kamil Fila. Zaujala ho jinakost tématu i zpracování. „Konečně (se) povedlo prolomit i skepsi, že budeme sledovat už jen různé pelíškovské variace, případně pokusy neuměle napodobovat tu mexické *Amores Perros*, tu Woodyho Allena, tu Americkou krásu.“²⁶⁹

Opačný názor zastává Jan Gregor v recenzi pro týdeník *Respekt*. Kawasakiho růži považuje za nekreativní film. Nezajímavá je podle něj forma, na tématu oceňuje alespoň to, že na rozdíl od jiných Hřebejkových snímků nebanalizuje historii. „Je sympatické, že stejně jako je Kawasakiho růže název pro nejsložitější origami, i Hřebejkův snímek se povětšinou vzdává jednoduchých vzorců a snaží se Pavlovo mladické selhání vnímat bez přílišné relativizace, ale zároveň rovnou nestaví šibenici.“²⁷⁰ Gregor se tentokrát shoduje s názorem Mirky Spáčilové, která rovněž oceňuje námět a odsuzuje formu. Nemá konkrétní námitky, pouze konstatuje, že to, co se tvůrci snaží divákovi sdělit, „po filmařské stránce říkají bohužel rozpačitě.“²⁷¹ Vojtěch Rynda se přitom domnívá, že omšelé je právě téma udavačství, kterým se snímek zabývá. Za klad považuje totéž, co Gregor, tedy že tvůrci nerelativizují vinu. Vzniká tak podle něj poselství, které divákovi přináší zážitek. „Kawasakiho růže je tím filmem, při jehož sledování má jeden spoustu výhrad, ale ty s časem blednou a zbývá jen zážitek z poselství. Bez něj by to byla „jen“

²⁶⁶ GREGOR, Jan. Učesaný Bondy. *Respekt*. 2009, 30. 11., s. 62.

²⁶⁷ MÖWALD, Jaromír. Cinema [online]. 2009, XII [cit. 2012-03-05]. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/32072/kawasakiho-ruze>.

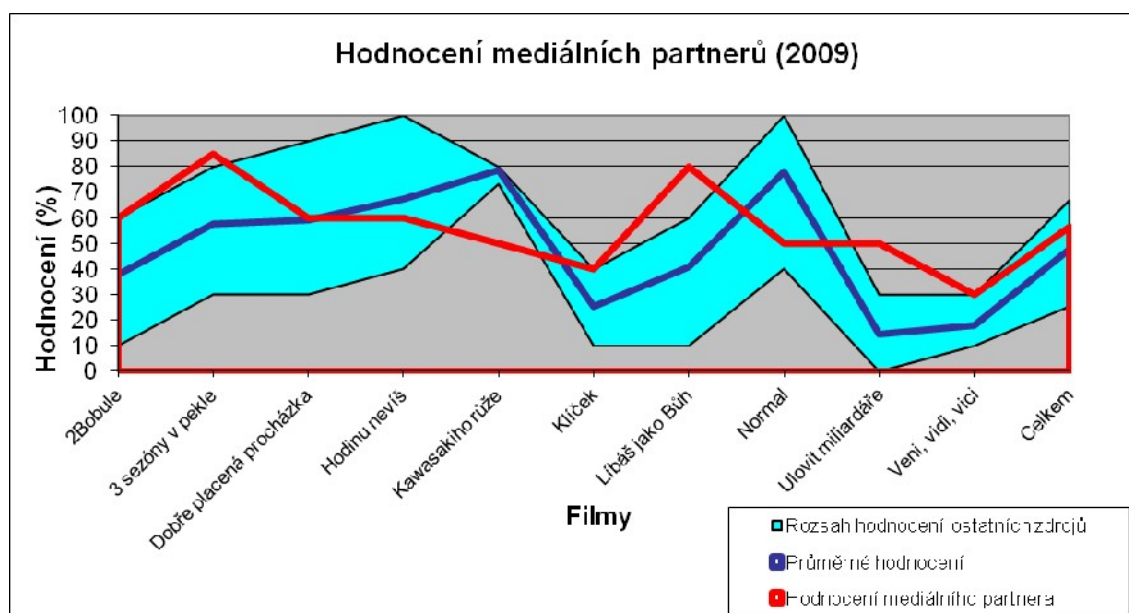
²⁶⁸ MÖWALD, Jaromír. Cinema [online]. 2009, XII [cit. 2012-03-05]. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/32072/kawasakiho-ruze>.

²⁶⁹ FILA, Kamil. Hřebejk vám podá hodně trnitou Kawasakiho růži. *Aktuálně.cz*. 2009, roč. 12, č. 27. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=656625>

²⁷⁰ GREGOR, Jan. Příběh o nejbližší vině. *Respekt*. 2009, 14. 12., s. 62.

plichta.²⁷² Jako jediný z recenzentů je ale Rynda konkrétní a vypočítává, co považuje za záporny filmu – chybí mu celistvost, obrazový zážitek ustupuje obrazu („chvílemi působí jako rozhlasová hra“²⁷³), zbytečně kombinuje seriózní dramatickou linii s pokusy o laciné hlášky a závěrečný „státotvorný projev smrdí Hollywoodem“.²⁷⁴ Na druhou stranu si cení snahu natočit celý film bez retrospektivy.

2.3.2 Shrnutí přístupu mediálních partnerů



Vizualizace toho, jak daná periodika hodnotila své partnerské a nepartnerské snímky, napovídá, že se situace od roku 2007, kdy jsme u většiny sledovaných médií zaznamenali vyrovnaný přístup, ztelně změnila. Hodnocení mediálního partnera se v mnoha případech výrazně liší od hodnocení ostatních zdrojů. Zpravidla je vyšší, pouze v případě filmů Normal, kde byl mediálním partnerem deník *Mladá fronta DNES*, a Kawasakiho růže, kde byly mediálními partnery deníky *Právo* a opět *Mladá fronta DNES*, je hodnocení výrazně nižší oproti ostatním. U snímku Normal lze dokonce sledovat výrazně více kritický přístup, než s jakým jsme se setkali v kterémkoli z ostatních zdrojů. Naopak v několika případech je hodnocení na horní hranici ostatních

²⁷¹ SPÁČILOVÁ, Mirka. Nový Hřebejk: silné téma, slabší film. *Magazín Víkend DNES*. 2009, 19. 12., s. 31.

²⁷² RYNDA, Vojtěch. Kawasakiho růže má pořádný trn. *Lidové noviny*. 2009, 21. 12., s. 9.

²⁷³ RYNDA, Vojtěch. Kawasakiho růže má pořádný trn. *Lidové noviny*. 2009, 21. 12., s. 9.

²⁷⁴ RYNDA, Vojtěch. Kawasakiho růže má pořádný trn. *Lidové noviny*. 2009, 21. 12., s. 9.

nebo dokonce nad ní, což může indikovat snahu mediálního partnera o eticky spornou podporu filmu. Jedná se o recenze deníku *Právo* partnerských snímků *Ulovit miliardáře*, *Líbáš jako Bůh a 3 sezóny v pekle*. Dále o hodnocení filmů *Veni, vidi vici a 3 sezóny v pekle* na stránkách mediálního partnera *Mladé fronty DNES* a snímku *Klíček* na stránkách časopisu *Týden*. Zde je nutné poznamenat, že v případě *Klíčku* se jedná o jediný partnerský film daného média v roce 2009, což může nasvědčovat tomu, že obsahy recenzí v *Týdnu* mediální partnerství skutečně ovlivňuje. Průměrné hodnocení filmů za celý rok je potom při porovnání mediálních partnerů a ostatních zdrojů o celých deset procent vyšší, což lze na takto rozsáhlém vzorku považovat za velmi signifikantní hodnotu.

Jak již bylo řečeno výše, deník *Právo* ve většině případů hodnotil své partnerské snímky lépe než ostatní média. Nejvýrazněji to můžeme sledovat u filmů *Líbáš jako Bůh a Ulovit miliardáře*, kterým v rámci kvantifikace hodnocení udělil vždy nejméně o dvacet procent více. To však může ovlivňovat i skutečnost, že recenzenti deníku *Právo* hodnotí všechny snímky (partnerské i nepartnerské) vždy znatelně lépe než autoři recenzí z jiných periodik – nejznatelnější je tato tendence například u snímku *Dobře placená procházka*. Recenze *Mladé fronty DNES* naopak v roce 2009 zapadají do průměrného hodnocení všech sledovaných médií, kde se pohubují převážně na horní hranici. Nad tuto hranici se dostávají pouze u snímku *Veni, vidi, vici*.

Týdeník *Respekt* opakuje stejný přístup k posuzování české kinematografie, o kterém jsme hovořili při analyzování recenzí z roku 2007. Recenzenti *Respektu* se v roce 2009 nevěnovali pěti z deseti sledovaných filmů, tedy přesně polovině. Za zmínku stojí také fakt, že se *Respekt* nestal mediálním partnerem žádného českého filmu, tudíž jej lze v tomto roce považovat spíše za referenční médium. Časopis *Týden* se nevyjádřil ke čtyřem z deseti snímků. Mediálně zaštitil film *Klíček*, který také v recenzích ohodnotil kladněji než ostatní periodika. U ostatních filmů se naopak drží spíše pod průměrným hodnocením.

2.4 Mediální partnerství v roce 2010²⁷⁵

V roce 2010 se do projektu mediálního partnerství zapojil i deník *Lidové noviny*, který se rozhodl podpořit drama Radima Špačka *Pouta* a takzvanou dokumentární komedii Víta Klusáka a Filipa Remundy *Český mír*. Můžeme spekulovat, že deník, který dříve neměl mediální partnerství ve svém portfoliu, oslovila síla titulu či tématu. Lze se proto dohadovat, že se *Lidové noviny* vztahují k tématu (zvláště u snímku *Pouta*), nikoli k záměru marketingu. V případě obou snímků se *Lidové noviny* shodly s týdeníkem *Respekt*. Ten potom ještě mediálně zaštitil z části animovaný a z části hraný film *Přežít svůj život* známého režiséra Jana Švankmajera. *Český mír* se ale ještě navíc dočkal třetího mediálního partnera, a to deníku *Mladá fronta DNES*. Zde opět dochází k zajímavé shodě, která bude předmětem komparace. *Mladá fronta DNES* (včetně internetové mutace *iDNES.cz*) se stala mediálním partnerem nejvíce filmů. V roce 2010 poskytla mediální podporu retro komedii Ondřeje Trojana *Občanský průkaz*, intimnímu dramatu Alice Neklid *Mamas & Papas*, nebo dlouho očekávanému animovanému snímku Jana Svěráka *Kuky se vrací*. Dále zaštitila dokument Eriky Hníkové *Nesvatbov* o generaci singles a kombinaci dokumentárního filmu s hraným dramatem s názvem *Piko* začínajícího režiséra Tomáše Řehořka. *Právo* se stalo mediálním partnerem dvou nepříliš kladně hodnocených filmů – jedná se o adaptaci románu Michala Viewegha *Román pro muže* v režii Tomáše Bařiny a akční snímek *Tacho* z produkce manželů Landových. Časopis *Týden* mediálně podpořil dva kontroverzní dokumentární projekty, a to *Katku* Heleny Třeštíkové a *Nebe, peklo* Davida Čálka.

2.4.1 Analýza recenzí na stránkách mediálních partnerů a jiných periodik

2.4.1.1 *Pouta*

Snímek *Pouta* režiséra Radima Špačka získal výrazně vyšší hodnocení od recenzentů, kteří publikují na stránkách jeho mediálních partnerů (*Respekt* a *Lidové noviny*) než od ostatních sledovaných. Jana Machalická v *Lidových novinách* píše, že *Pouta* pro ni představují vrchol českého filmařského roku. Oceňuje scénář i herecké výkony –

²⁷⁵ Údaje vycházejí z rešerše autorky uvedené v Příloze č. 3

v jejich případě hodnotí kladně obsazení méně známých tváří. „Jaká je to úleva, vidět v českém filmu jiné tváře než ty „profláknuté“, bez nichž se domácí režiséři už neumí obejít“.²⁷⁶ Jako triumfální návrat režiséra Špačka potom film uvádí Jan Gregor v *Respektu*. Píše o vynikajících hereckých výkonech, skvělém obrazovém zpracování i scénáři. Oceňuje schopnost tvůrců postihnout závažné téma s lehkostí a vkusným vtipem. „Scenárista Ondřej Štindl temný příběh vyšperkoval úctyhodným počtem zapamatovatelných hlášek, aniž by přitom jakkoli shodil celkově pochmurné vyznění filmu. Děj se přitom obezřetně vyhýbá různým narativním klišé.“²⁷⁷ Irena Hejdová na snímku vyzdvihuje „suverénní režii“ – ve filmu se vhodně doplňují všechny podstatné složky. „Pozornější divák si všimne vytříbené kamery Jaromíra Kačera, hry světla a temnot, efektní vnitrozáběrové montáže, puntičkářské výpravy, hudby i zvuku čistého jako břitva – žádná z těch složek ale neexhibuje na úkor ostatních.“²⁷⁸

Aleš Smutný podobně jako výše citovaní recenzenti zdůrazňuje, že snímek *Pouta* po formální i obsahové stránce překonal všechny své tuzemské konkurenty. Dodává ale, že naprostému nadšení dvě věci brání. „Nejprve je tu stopáž dvou a půl hodiny, která je vzhledem k obsahu zbytečná. S ní se pojí i druhá výtka a tou je občasné rozmělnění děje, kdy místo Rusnáka [hlavní postava filmu – pozn. autorky] sledujeme nadbytečné momentky z předrevolučního života.“²⁷⁹ Tyto vsuvky podle Smutného zbytečně narušují celkovou atmosféru filmu. Věra Míšková dále na snímku kritizuje, že se rozpadá do dvou nesouměrných linií. Podle jejího názoru spolu nekoresponduje příběh a historický background snímku. „Tyto dvě linie – počínání postav a vykreslení doby – nejsou ale vlastně dějově provázané, takže se celek občas nefunkčně rozpadá.“²⁸⁰ Podle Kamila Fily si tvůrci vzali příliš velké sousto a historické téma tak v jejich podání vyznívá plytce. Charakterizuje proto snímek jako „poslední krok k tomu, aby se z estébáků staly žánrové postavičky.“²⁸¹ Snaha odchýlit se od běžného vyrovnání se s minulostí se podle Fily Špačkovi vymstila a nedokázal provázat závažné sdělení s obrazem, který by měl odpovídající kvalitu. „Film má [...] velké obtíže tuto váhu

²⁷⁶ MACHALICKÁ, Jana. Zpětný pohled na zničitelský marasmus. *Lidové noviny*. 2010. 3. 2., s. 9.

²⁷⁷ GREGOR, Jan. Pod okem orla. *Respekt.cz*. 2010, roč. 1, č. 31. [cit. 2012-03-14]. Dostupné z: <http://RESPEKT.IHNED.CZ/c1-40226150-pod-okem-orla>

²⁷⁸ HEJDOVÁ, Irena. Estébáci v nás. *Týden*. 2010, 1. 2., s. 62.

²⁷⁹ SMUTNÝ, Aleš. *Pouta*. *Cinema*. [cit. 2012-03-04] 2010, č. 2. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/32921/pouta>

²⁸⁰ MÍŠKOVÁ, Věra. *Pouta* jsou studií psychopatické posedlosti. *Právo*. 2010, 4. 2., s. 17.

²⁸¹ FILA, Kamil. *Pouta* mají zpřetřhané vazby na všechno. *Aktuálně.cz*. 2010, roč. 2, č. 5. [cit. 2012-03-12]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=659832>

textu utáhnout a začlenit do nějaké práce s obrazy.²⁸² Zajímavým aspektem v analýze hodnocení snímku *Pouta* je fakt, že se mu v daném období nevěnoval jedno z klíčových médií, *Mladá fronta DNES*, což se u jiného filmu dosud nestalo.

2.4.1.2 *Katka*

Film *Katka* byl ve srovnání s jiným námi sledovaným dokumentem Heleny Třeštíkové Marcela přijat recenzenty lépe. Žádný z autorů recenzí nekritizuje jeho formální stránku, minimum výtek se potom týká samotného tématu, respektive etických hranic dokumentaristy. Lze konstatovat, že v případě podobného dokumentu nejde o mainstreamovou produkci, a proto se jím nezbyvala všechna sledovaná média.

Kamil Fila hned v začátku textu předznamenává, že není důležité snímku přiřadit procentuální hodnocení, ale zamyslet se, co *Katka* ve výsledku představuje z kinematografického hlediska. Třeštíková podle něj opět posunula hranice dokumentaristiky – *Katka* se dokáže vyrovnat hraným filmům, což ale může být vnímáno i jako manipulace s natočeným materiálem. Fila se domnívá, že Třeštíková se ocitá v roli tvůrce *Katčina* osudu, protože jako režisérka vybírá, co ze života hlavní hrdinky má divák právo spatřit. „V tom, co snímek nabízí, nespátřuju *Katčin* boj se závislostí, protože ona nijak nebojuje a Třeštíková za sebou stíhá jen scény, kdy je na tom hrdinka čím dál hůře.“²⁸³ Věnuje se především extrémním situacím a dodává, že přestože jde bezesporu o kvalitní dokument, některé momenty hraničí s voyeurismem.²⁸⁴ Mirka Spáčilová by na rozdíl od Fily Třeštíkové doporučila ještě pečlivější selekci – účinek vypjatých scén je podle ní chybně zeslabován právě běžnými pasážemi, kde se nic neděje. „Jediné, co *Katku* trochu brzdí, je dramaturgická stavba: prospělo by jí probrat starší úvod a rychleji vpadnout do nové bitvy o novou naději.“²⁸⁵ Adam Gebert z *Lidových novin* zase vytýká Třeštíkové coby režisérce apatii vůči hrdinům a zamýšlí se nad tím, zda dokument musí být nutně jen neutrálním sledováním reality. K žádnému závěru ale nedochází.²⁸⁶ Miloš Bárta na snímku oceňuje rovněž

²⁸² FILA, Kamil. *Pouta* mají zprerhané vazby na všechno. *Aktuálně.cz*. 2010, roč. 2, č. 5. [cit. 2012-03-12]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=659832>

²⁸³ FILA, Kamil. *Fetáčka Katka* testuje vykupitelské síly filmu. *Aktuálně.cz*. 2010, roč. 3, č. 2. [cit. 2012-03-12]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=662056>

²⁸⁴ Tamtéž

²⁸⁵ SPÁČILOVÁ, Mirka. Pád v přímém přenosu. *Mladá fronta DNES*. 2010, 20. 2., s. 31.

²⁸⁶ GEBERT, Adama. Tak co je nového? *Lidové noviny*. Orientace. 2010, 27. 2., s. 27.

právě to, že je neutrální, „působí maximálně syrově a vyvolává soucit“. Jako takový by ho doporučil k distribuci na školách jako prevenci šokem.²⁸⁷

Recenzentka publikující na stránkách mediálního partnera (časopis *Týden*) zastává názor, že je správné, ba dokonce prospěšné podobné osudu prostřednictvím kamery sledovat. Největší umění vidí v zachycení nezkrášlené reality, kterou právě Třeščíková dokáže ve svých dokumentech zachovat. „Hledat v tomto příběhu poezii je trochu zvrhlé, síla Třeščíkové tkví právě v tom, že její filmy ukazují přesný protiklad. A kritiky hladce může odrazit tím, že bez přítomnosti její kamery bychom Katčin příběh.“²⁸⁸

2.4.1.3 *Mamas & Papas*

Po populárních snímcích *Výlet, nebo Tajnosti* se scenáristka a režisérka Alice Neklid rozhodla více experimentovat. Pomocí souběžného vyprávění několika příběhů se zaměřila na moderní rodičovství – už jenom samotné téma většina sledovaných recenzentů považuje za problematické. Výtky ale nemají jen vůči tématu, kritizují také formu. Pozitivně se vyjádřily pouze dvě recenzentky, Mirka Spáčilová z *Mladé fronty DNES* (mediální partner filmu) a Věra Míšková z *Práva*. Spáčilová dává snímku nadprůměrné hodnocení se zdůvodněním, že všechny snímky režisérky jsou nadprůměrné. Nicméně dodává, že stejně jako jí se bude líbit pouze omezené skupině diváků. „Bezdětní teenageři nebo ctitelé akčních podívaných at' si hodnocení upraví [...]. Výše půjde ten, kdo má něco prožito a kdo ocení risk.“²⁸⁹ Míšková se k obsahu filmu nevyjadřuje, oceňuje ale metodu, kterou Nellis zvolila. Detailně popisuje, že se konkrétní rysy snímku vytvářely až během natáčení. „Výsledkem je, že to všechno (naštěstí) není vidět, ale snímek je mimořádně působivý a výkony známých i méně zkušených herců nejspíš právě díky této metodě, při níž své party hráli i prožívali, velmi vyrovnané.“²⁹⁰

Naopak Jan Gregor ve svém textu hned zkrájí konstatuje, že Nellis měla zůstat u takzvaných ženských filmů. Experimentování kvalitě její tvorby podle Gregora spíše

²⁸⁷ BÁRTA, Miloš. Katka. *Cinema*. [cit. 2012-03-04] 2010, č. 2. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/32900/katka>

²⁸⁸ HEJDOVÁ, Irena. Katka OE příběh bez happy endu. *Týden*. 2010, 1. 3., s. 68.

²⁸⁹ SPÁČILOVÁ, Mirka. Nový film Alice Nellis nedopadl zle, na její *Tajnosti* však nemá. *Mladá fronta DNES*. 2010, 14. 4., s. 5.

uškodilo. „Režisérka si ve svém novém filmu upřela dobrovolně jednu ze svých největších zbraní – trefně odposlouchané dialogy.²⁹¹ Kamil Fila zachází v kritice ještě dál a vytýká režisérce nedostatek vlastního filmařského názoru. Kvůli snaze odlišit se sklouzla k prázdným klišé – Fila považuje za samoučelnou především formu snímku. Podotýká, že prolínání několika příběhů je v rámci české kinematografie častý trik. „Když si připočtete nefunkční hrátky s chronologií vyprávění, kdy některé události vidíme dvakrát z trochu jiného úhlu pohledu, dostáváte film, který se při plném vědomí toho, nač se díváte [...], stává až nesnesitelný a chvílemi komický.²⁹² Záměr uchopit téma komplexně nevychází ani podle Ondřeje Štindla. „Namísto životných postav Nellis na plátno sází sociální konstrukty, figurky vycucané z prstu, které navíc trpí scenáristickými naschvály: například Irena prostě musí být lékařkou v oboru asistované reprodukce a kvůli několika banálním potápěčským metaforám si nemůže katarzi odžít doma u rybníka, nýbrž v Egyptě.“²⁹³ „Většinu času jsem měl dojem návštěvníka zoologické zahrady [...], který přechází od jednoho výběhu k druhému a jen občas se za plotem něco děje,²⁹⁴ píše o snímku Petr Stráský v časopisu *Cinema*. Kromě sklonu k určité schematizaci postav vytýká tvůrcům také nedostatek projevovaných emocí. Pozastavuje se nad skutečností, že „intimní velkořím“ neobsahuje téměř žádná místa, která by diváky vyzývala k aktivní citové účasti.²⁹⁵ Irena Hejdová označuje snímek *Mamas & Papas* jako poctivou a sympatickou snahu poprat se sama se sebou. Přestože je podle ní na filmu vidět kreativní přístup, výsledek je přesto rozpačitý. „Tehle intimní velkořím, jak je tvůrci označován, je sice jiný - ale svou jinakost nedotáhl tak daleko, aby se jeho síla rovnala síle zahraničních vzorů.“²⁹⁶

2.4.1.4 Český mír

²⁹⁰ MÍŠKOVÁ, Věra. S *Mamas & Papas* je film plný citů a dětí. *Právo*. 2010, 14. 4., s. 16.

²⁹¹ GREGOR, Jan. Intimní velkořím Alice Nellis. *Respekt*. 2010, 12. 4., s. 57.

²⁹² FILA, Kamil. *Mamas and Papas* jen šmírují životní mizérii. *Aktuálně.cz*. 2010, roč. 4, č. 17. [cit. 2012-03-12]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=665952>

²⁹³ ŠTINDL, Ondřej. *Mamas & Papas*: Holt taková partnerská peklička. *Lidovky.cz*. 2010, roč. 4, č. 18. [cit. 2012-03-14]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/mamas-papas-holt-takova-partnerska-peklicka-fz3-/ln_kultura.asp?c=A100418_141523_ln_kultura_mev

²⁹⁴ STRÁNSKÝ, Petr. *Mamas a Papas*. *Cinema*. [cit. 2012-03-04] 2010, č. 4. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/35446/mamas-a-papas>

²⁹⁵ Tamtéž

²⁹⁶ HEJDOVÁ, Irena. Dobrodružství s přistřiženými křídly. *Týden*. 2010, 12. 4., s. 74.

Dokument *Český mír* Víta Klusáka a Filipa Remundy filmoví recenzenti přijali vesměs pozitivně. Paradoxně nejnižší hodnocení mu udělila Mirka Spáčilová, recenzentka deníku *Mladá fronta DNES*, který snímek mediálně zaštitil. Důvodem byla přílišná nevyváženost dokumentu. „Český mír připomíná dětskou brannou hru proloženou pořady Václava Moravce, a pokud se snaží tvářit nad věcí, v závěru se spikleneckými tezemi to neustál,“²⁹⁷ konstatuje Spáčilová. Fakt, že Remunda s Klusákem přistoupili k tématu s jasným názorem a v některých chvílích sklouzávají k subjektivnímu komentáři, zmiňují téměř všichni autoři recenzí. Ve většině případů to ale nepovažují za chybu, naopak oceňují schopnost vyjádřit vlastní stanovisko obrazem a především střihem.

„Bylo samozřejmě velmi obtížné dostat záměru nestranného pohledu, ale přesto se jim to podařilo především díky tomu, že výběrem ze stovek hodin natočeného materiálu vyvážili poměr sil na obou stranách,“²⁹⁸ píše o Českém míru Věra Míšková. Vyzdvihuje dynamický střih, který podpořil celkový spád. Stejně aspekty snímku oceňuje i Jan Gregor z *Respektu*²⁹⁹ (druhý mediální partner filmu). Na závěr podobně jako Ondřej Štindl z *Lidových novin* (třetí mediální partner) dodává, že rozhodně nejde o vyváženou publicistiku.³⁰⁰ Štindl ale ihned podotýká, že u dokumentu se o publicistiku nejedná.

Kamil Fila snímku zaujatost nevytýká, ale protestuje ve svém textu proti termínu dokumentární komedie. Podle něj není *Český mír* dokument ani komedie, protože ke kontroverznímu tématu nelze přistoupit bez názoru. Vysoce si cení zpracování. „Remundovi s Klusákem se podařilo nashromáždit a velmi vyváženě nastříhat ohromně zábavný i truchlivý materiál. Nemělo by také zapadnout, že celá tato legrace sice měla nadstandardní náklady, ale také má špičkové profesionální parametry.“³⁰¹ Miloš Bárta zase přiznává, že v nejvyšším hodnocení mu zabránila pouze nadměrná stopáž. „V rámci hmbuku, který pouze díky kolu dějin nepřerostl v zásadní nepříjemnost, exhibuje před kamerou (až moc) široké spektrum figurek.“³⁰²

²⁹⁷ SPÁČILOVÁ, Mirka. Bez amerického radaru se z Českého míru stala fraška. *Mladá fronta DNES*. 2010, 5. 5., s. 6.

²⁹⁸ MÍŠKOVÁ, Věra. Jak se Obama postaral o pointu filmu. *Právo*. 2010, 6. 5., s. 13.

²⁹⁹ GREGOR, Jan. Česká zázrak. *Respekt*. 2010, 10. 5., s. 46.

³⁰⁰ Tamtéž

³⁰¹ FILA, Kamil. Český mír s radarem pátrá, kdo je trapnější. *Aktuálně.cz*. 2010, roč. 5, č. 7. [cit. 2012-03-12]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=667618>

³⁰² BÁRTA, Miloš. Český mír. *Cinema* [online]. 2010, č. V [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/35431/cesky-mir>

2.4.1.5 *Kuky se vrací*

Animovaný snímek Jana a Zdenka Svěrákových patřil k očekávané události filmové sezóny. Přestože patří do kategorie dětských filmů, dočkal se zájmu i ze strany dospělých diváků. Filmoví recenzenti se mu, jak někteří sami poznamenávají, věnují hlavně kvůli tomu, že se jedná o dílo známých tvůrců. Ze stejného důvodu také posuzují snímek přísněji než jiné filmy určené dětem.

Nejlepšího hodnocení se film dočkal na stránkách *Lidových novin*. Ondřej Štindl jej nazval „bombastický v tom nejlepším slova smyslu.“³⁰³ Vyzdvihuje Jana Svěráka coby režiséra a zdůrazňuje, že „je epicky velkofilmový, i když režíruje jen loutky zvící několika desítek centimetrů.“³⁰⁴ Navíc Jan Svěrák dokáže údajně zasáhnout publikum několika generací, a to i tehdy, kdy se na scénáři nepodílí Zdenek Svěrák. Podle Štindla totiž kvalit svého otce suverénně dosahuje. Irena Hejdová z *Týdne* ale naopak tvrdí, že skutečnost, že Svěrák mladší nespěl scénář otcí, je na výsledku velmi znát. „Děj je řídký a dialogy jsou méně pointované [...]. Filmu navzdory vši hravosti, dojemnosti a orgiím imaginace něco chybí: především dramaturgická dotaženost a zaostřenost.“³⁰⁵ Přesto snímek hodnotí velmi kladně. Oceňuje ho hlavně po technické stránce, ale dodává, že na rozdíl od Kolji, *Kuky* na Oskary rozhodně nedosáhne.

Podobné, nadprůměrné hodnocení potom snímku udělil jeho mediální partner *Mladá fronta DNES* nebo deník *Právo*. Mirka Spáčilová vidí hlavní těžiště filmu v lesním prostředí, které se tvůrcům podařilo zachytit v celém rozsahu. „S návratem do lesní pohádky se *Kuky* [...] nadechne; byť nad obsahem někdo ohrne nos, natočený je unikátně a kouzelnicky.“³⁰⁶ Vynechala by ale nejméně polovinu akčních honiček, které podle ní způsobují zbytečné skoky v ději a místy nudí. Za nadbytečný také považuje motiv bezdomovce, protože je těžko uvěřitelný a plní tak výhradně mravoučnou

³⁰³ HEJDOVÁ, Irena. Tři Svěráci a medvídek *Kuky*. *Týden*. 2010, 17. 5., s. 82.

³⁰⁴ HEJDOVÁ, Irena. Tři Svěráci a medvídek *Kuky*. *Týden*. 2010, 17. 5., s. 82.

³⁰⁵ HEJDOVÁ, Irena. Tři Svěráci a medvídek *Kuky*. *Týden*. 2010, 17. 5., s. 82.

³⁰⁶ SPÁČILOVÁ, Mirka. Svěrák, *Kuky* a jejich velká jízda. *Mladá fronta DNES. Magazín Víkend DNES*. 2010, 15. 5., s. 28.

funkci.³⁰⁷ Stanislav Dvořák zase kritizuje moment, kdy se hlavní lidský hrdina, malý majitel plyšového medvídku Kukyho, modlí v posteli. Tvrdí, že takové poněkud křečovitě scény kazí celkově přirozené a hravé vyznění snímku. Oceňuje totiž hlavně fakt, že se Svěrák v tvorbě pro děti „vydal opačným směrem než americký film.“³⁰⁸ Pochvalný je i text Jana Gregora, který v podstatě shrnuje všechny výše zmíněné argumenty pro i proti.³⁰⁹ Z analyzovaných recenzí byl vysloveně negativní pouze článek Kamila Fily, uveřejněný na *Aktuálně.cz* necelý týden před premiérou. „Spíše než jako vysněné dílo a výsostná filmařina vypadá snímek Jana Svěráka *Kuky se vrací* jako soustava kompromisů, kdy snaha zavděčit se všem vyústí v podivný hybrid,“³¹⁰ reaguje Fila na pochvalné recenze svých kolegů z jiných médií. Podle něj se ve snímku tlučou kombinace různých žánrů, stylů a propagačních strategií. Snaha tvůrců o maximální efekt tak vyústila v celkově slabé a nudné dílo.³¹¹

2.4.1.6 Nebe, peklo

Dokument o zvláštních sexuálních praktikách *Nebe, peklo*, který v českých kinech bezprostředně po svém uvedení zapadl, mediálně zaštitil časopis *Týden*. Podle našeho sledování ale mediální kampaň v podstatě neproběhla a o existenci dokumentu se dostaly do médií jen kusé informace. Z hlediska filmové recenze se snímku věnovala jen polovina námi analyzovaných periodik, a to ještě většinou na velmi malém prostoru. Sám časopis *Týden* se filmu věnoval prostřednictvím krátké recenze Ireny Hejdové. Ta nevynáší žádné zvláštní námitky, z velké části se jen snaží charakterizovat hrdiny dokumentu, přičemž je srovnává s postavami, které vystupují v jiných snímcích o sexu. V případě *Nebe, peklo* na konec konstatuje, že sledované subjekty tvůrci zvolili vhodně, protože jim „nechybí jim ani exhibicionistický smysl pro sebe prezentaci.“³¹² Kamil Fila právě exhibicionismus snímku vytýká. Současně se zamýšlí nad nedostatečnou stopáží

³⁰⁷ SPÁČILOVÁ, Mirka. Svěrák, Kuky a jejich velká jízda. *Mladá fronta DNES. Magazín Víkend DNES*. 2010, 15. 5., s. 28.

³⁰⁸ DVOŘÁK, Stanislav. Svěrákova filozofující akční jízda s klackem a plyšovým medvídkem. *Novinky.cz*. 2010, roč. 5, č. 14. [cit. 2012-03-14]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/kultura/200080-sverakova-filozofujici-akcni-jizda-s-klackem-a-plysovym-medvidkem.html>

³⁰⁹ GREGOR, Jan. Medvídci na niti. *Respekt.cz*. 2010, roč. 5, č. 15. [cit. 2012-03-14]. Dostupné z: <http://RESPEKT.IHNED.CZ/c1-43516660-medvidci-na-niti>

³¹⁰ FILA, Kamil. *Kuky se vrací* s pohodičkou do českého háje. *Aktuálně.cz*. 2010, roč. 5, č. 19. [cit. 2012-03-12]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=668624>

³¹¹ Tamtéž

³¹² HEJDOVÁ, Irena. *Filmy (nejen) o sexu z české HBO*. *Týden*. 2010, 9. 8., s. 56.

filmu – podle něj je zásadní chyba, že tvůrci z téměř osmdesáti natočených hodin ukázali tak málo. Filovi v dokumentu chybí jakákoli vazba na běžný svět, tvůrci se údajně uzavřeli výhradně do mikrokosmu sexuálních abnormalit. „Film nakonec zapomíná na spoustu otázek, připomínek a dovětků. Nenajdete tu jakoukoli zmínku o tom, zda dotyční provozují i standardní sexuální praktiky.“³¹³

Ryze kladně dokument hodnotí Veronika Bednářová ve víkendové příloze *Lidových novin*. „Civilně natočený dokument se snaží ukázat, že pohledů na život je tolik, kolik je lidí.“³¹⁴ Oceňuje proto především kameru, která je všude, kde má být, ale zároveň zachovává postavám určitý prostor. Podle Bednářové dokázali tvůrci vytvořit vkusný odstup od problematiky, aniž by cokoli zamlčovali. Podobný názor má i Mirka Spáčilová. Podle ní je film „natočen věcně, střízlivě, se smyslem pro styl, barvu i lidský detail. Nesoudí, nekomentuje, nežasne, pouze se dívá a snaží se pochopit.“³¹⁵ Za hlavní klad tak Spáčilová považuje to, že se dokument *Nebe, peklo* vyhýbá skandalizaci tématu.

2.4.1.7 Román pro muže

V případě filmu *Román pro muže*, který natočil režisér Tomáš Bařina podle stejnojmenné knihy Michala Viewegha, se recenzenti shodují v jedné věci – *Román pro muže* je lépe napsaný než natočený. Takto doslova to píše například Mirka Spáčilová.³¹⁶ Způsobil to ale podle ní především fakt, že je Bařina „schopný řemeslník,“ protože samotné předloze chybí humor, a tak i komerční potenciál. Podobný názor sdílí také Adam Gerbert (*Lidové noviny*)³¹⁷ nebo Kamil Fila (*Respekt*), který dodává, že „má sice [Bařina – pozn. autorky] zaměnitelný rukopis reklamního rutinéra, ale v rámci českých celovečerních filmů je nadprůměrný aranžér a montér, který umí udržet tempo či návaznost v čase a prostoru [...]. Co je jinde standard, se stále v našich podmínkách

³¹³ FILA, Kamil. *Nebe, Peklo. Kam přijdou sado-maso úchylové? Aktuálně.cz*. 2010, roč. 8, č. 15. [cit. 2012-03-12]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=674898>

³¹⁴ BEDNÁŘOVÁ, Veronika. *BDSM. Lidové noviny. Pátek Lidových novin*. 2010, 6. 8., s. 12.

³¹⁵ SPÁČILOVÁ, Mirka. *Nebe, peklo a slast bolesti. Od osmnácti let. Mladá fronta DNES. Víkend Mladé fronty DNES*. 2010, 7. 8., s. 32.

³¹⁶ SPÁČILOVÁ, Mirka. *Román pro muže, film pro dospělé. Mladá fronta DNES. Víkend Mladé fronty DNES*. 2010, 19. 9., s. 28.

³¹⁷ GEBERT, Adam. *Tak co je nového? Lidové noviny. Orientace*. 2010, 27. 2., s. 27.

vlastně musí chválit.³¹⁸ Skutečnost, že některé recenze označují *Román pro muže* za dobrý film, Fila proto nepovažuje za směrodatnou.

Z pohledu Jana Gregora je *Román pro muže* pouze spotřební komerční produkt zaštitěný autorem bestsellerů a populárními herci. Komerční úspěch měl ale podstatně menší než stejně zaměřený snímek Jiřího Vejdělka *Ženy v pokušení*, protože „na rozdíl od Vejdělka nemá totiž Viewegh-scenárista cit pro hlášky ani pro vypointované gagy.“³¹⁹ „Na to, že je film prezentován jako komedie“ je v něm humoru pomálu,³²⁰ píše potom Stanislav Dvořák na stránkách internetové mutace deníku *Právo*. Recenzent mediálního partnera filmu, tak partnerský snímek rozhodně nehodnotí lépe než ostatní autoři recenzí a charakterizuje ho jako „neskutečně hloupý a nudný“.³²¹ Nudné a nicneříkající provedení³²² představuje největší problém snímku i podle Aleše Smutného ze serveru *Cinema*. Tvůrci neodolali nabízejícímu se prostoru pro vytváření lidového humoru a pokusili se o sérii nepovedených gagů. „Jejich komická linka strašlivě oslabuje celý záměr znázornění současné definice alfa-samce ve vší nepřijemné brutalitě a bezohlednosti. Divák si navykl smát se vulgaritám, ale bohužel ne vždy je smích na místě.“³²³

2.4.1.8 Občanský průkaz

„Občanský průkaz“ zkrátka odpovídá současnému dominantnímu pohledu na minulost, jehož základem je primitivní anti-komunismus přesně v duchu triček se zdviženým prostředníkem v podobě kaktusu Fuck the KSČM. Je to gesto zoufale zpozdilé, zbytečné a nicneříkající,³²⁴ píše Kamil Fila o snímku Ondřeje Trojana. Přestože

³¹⁸ FILA, Kamil. *Román pro muže* cílí na burany a snoby v nás. *Aktuálně.cz*. 2010, roč. 9, č. 24. [cit. 2012-03-12]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=678063>

³¹⁹ GREGOR, Jan. *Román pro zamindrákované*. *Respekt.cz*. 2010, roč. 9, č. 19. [cit. 2012-03-14]. Dostupné z: <http://RESPEKT.IHNED.CZ/c1-46492370-roman-pro-zamindrakovane>

³²⁰ DVOŘÁK, Stanislav. První půlka nudí, druhou zachraňuje Budař. *Novinky.cz*. 2010, roč. 9, č. 20. [cit. 2012-03-14]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/kultura/211548-novy-viewegh-v-kinech-prvni-pulka-nudi-druhou-zachranuje-budar.html>

³²¹ DVOŘÁK, Stanislav. První půlka nudí, druhou zachraňuje Budař. *Novinky.cz*. 2010, roč. 9, č. 20. [cit. 2012-03-14]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/kultura/211548-novy-viewegh-v-kinech-prvni-pulka-nudi-druhou-zachranuje-budar.html>

³²² SMUTNÝ, Aleš. *Román pro muže*. *Cinema*. [cit. 2012-03-04] 2010, č. 9. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/38763/roman-pro-muze>

³²³ SMUTNÝ, Aleš. *Román pro muže*. *Cinema*. [cit. 2012-03-04] 2010, č. 9. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/38763/roman-pro-muze>

³²⁴ FILA, Kamil. Na *Občanský průkaz* uvidíte skanzen ze sociku. *Aktuálně.cz*. 2010, roč. 10, č. 25. [cit. 2012-03-12]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=681028>

celkové vyznění filmu takto kritizuje, udělil mu nadprůměrné procentuální hodnocení, což je zajímavý rozpor, se kterým jsme se během analýzy dosud neseťkali. V textu hodnotí kladně snad jen obsazení neherců, kteří údajně snímku dodávají iluzi realističnosti. Vojtěch Rynda zase právě herecké výkony kritizuje jako příliš teatrální. V podstatě k filmu *Občanský průkaz* přistupuje opačně než Fila – oceňuje téma zaměřené proti minulému režimu, ale konstatuje, že se tvůrcům realitě přiblížit nepodařilo. „Nový film Ondřeje Trojana opakuje chyby jeho předchozích Želar: je epizodický a ilustrativní, je omalovánkou, která chce vyprávět o době, po které přitom pouze stéká.“³²⁵

Nejčastěji se Trojanův film dočká srovnání s Pelíšky – u obou snímků je autorem scénáře Petr Jarchovský. V porovnání s Pelíšky však *Občanský průkaz* vyznívá ve většině recenzí jako poražený. „Jarchovského rukopis vyskakuje z každé stránky, ale tvůrčí lehkost z Pelíšků je ta tam,“³²⁶ tvrdí třeba Aleš Smutný. Tvůrci se údajně křečovitě pokouší o „řízné hlášky a revoltující drsnáctví s potenciálem stát se novou cool hláškou,“ což vyznívá neobratně, takže se z celého díla stává „laciná zábava bez inteligentního vtipu, založená jen na rádobyvtipných replikách a scénách.“³²⁷ Podle Ireny Hejdové sice Trojan projevil odvalu při vizuálním pohledu na normalizaci, ale měl odvážněji zasáhnout i do Jarchovského scénáře. Takhle se ze snímku, který by mohl být filmem roku, stala nuda plná pelíškovských ozvuků.³²⁸

Věra Míšková upozorňuje na manipulování s historickými fakty. „Jarchovský vybral jen první část „šedesátek“, ale přenesl ji o deset let kupředu, přičemž většinu děje ponechal a doplnil ho o vlastní vzpomínky a vyprávění přátel. Tím bohužel vznikl problém, který sice mladá generace možná nepozná, ale který dává filmu punc účelového nakládání jak s předlohou, tak s historickými skutečnostmi.“³²⁹ Pokud by se však celý snímek vnímal jako fikci, jde podle ní o kvalitní filmové dílo. K výrazně pozitivním recenzím patří potom text Mirky Spáčilové, publikovaný na stránkách mediálního partnera snímku, *Mladé fronty DNES*. Režisérovi se podle ní podařilo dokonale popsat, jak vypadalo

³²⁵ RYNDA, Vojtěch. Reklama na milou normalizaci. *Lidové noviny*. 2010, 21. 10., s. 8.

³²⁶ SMUTNÝ, Aleš. *Občanský průkaz*. *Cinema*. [cit. 2012-03-04] 2010, č. 10. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/38774/obcansky-prukaz>

³²⁷ Tamtéž

³²⁸ HEJDOVÁ, Irena. Jak se (ne)vymanit z Pelíšků. *Týden*. 2010, 25. 10., s. 67.

³²⁹ MÍŠKOVÁ, Věra. Retro ve směsi dvou neslučitelných dekad. *Právo*. 2010, 21. 10., s. 13

dospívání v době normalizace. Oceňuje formu i obsah. „Občanský průkaz se nebojí smíchu, ale selanku nepěstuje,“³³⁰ dodává Spáčilová.

2.4.1.9 Přežít svůj život

V případě snímku Jana Švankmajera se autoři recenzí vyrovnávají s přístupem k režisérovi samotnému. Je zde patrná tendence vymezit se proti němu, a to různými způsoby. K přímé kritice se ale odhodlává málokdo – konkrétní výtky proti Švankmajerovi vynáší pouze Kamil Fila, ostatní vyjadřují nesouhlas ztateně opatrněji.

Irena Hejdová konstatuje, že režisér si ve snímku *Přežít svůj život* počíná „jakoby utržený ze řetězu, definitivně odpoutaný od pozemských statků do neomezené říše imaginace, v níž je možné všechno.“³³¹ Neuvádí však, co tím míní konkrétně. Dále jen dodává, že komediální nadhled nad filmem svědčí o tom, že v české kinematografii tato šestasedmdesátiletá legenda ještě rozhodně neřekla poslední slovo.³³² Podle recenzentek *Mladé fronty DNES* i *Práva* nový snímek Jana Švankmajera dokázal propojit vše, co na dílech tohoto umělce obdivuje celý svět. Oba texty nejsou ani tak hodnotící, jako oslavné. Autorky nešetří patetickými formulacemi, které toho čtenáři o filmu samotném moc neřeknou. Například Míšková dodává, že Švankmajer k němu přistoupil „s nebyvalou vstřícností vůči divákům a s humorem, který vychází ze sympatického nadhledu moudrého muže nad pachtěním člověka na tomto světě.“³³³

Jan Gregor připouští, že se „někomu vyprávění může zdát tezovité a překvapivě doslovné, vždyť do velké míry jen ilustruje základní pojmy psychoanalýzy. Je ale tak hravé, že je těžké mu nepodlehout.“³³⁴ Hodnotí hlavně formální stránku filmu, kterou považuje za nemající obdoby. Hned ale podotýká, že forma souzní s obsahem. „Švankmajer nezískal po celém světě proslulost jen kvůli formálně originálním technikám.“³³⁵ Střídání hraných a animovaných scén doplňovaných detaily úst, rukou či nohou je ale podle Jana Moliny jen snaha ušetřit na rozpočtu a honorářích pro herce –

³³⁰ SPÁČILOVÁ, Mirka. Občanský průkaz: konečně bez idyly. *Mladá fronta DNES. Víkend Mladé fronty DNES*. 2010, 16. 10., s. 30.

³³¹ HEJDOVÁ, Irena. Švankmajer z řetězu imaginace utržený. *Týden*. 2010, 1. 11., s. 72.

³³² Tamtéž

³³³ MÍŠKOVÁ, Věra. Jak snít s psychoanalýzou a humorem. *Právo*. 2010, 2. 11., s. 10.

³³⁴ GREGOR, Jan. S animou v posteli. *Respekt*. 2010, 8. 11., s. 60

³³⁵ Tamtéž

použití jejich fotografií je levnější než herce natáčet. Ze strany recenzenta zde jde ale pravděpodobně jen o pokus o vtip, protože jeho text je také pochvalný. Mimo jiné tvrdí, že „nikdo ani na okamžik nepochybuje o Švankmajerově humoru či o jeho do detailů promyšlené výtvarné stránce filmu.“³³⁶ O obou složkách snímku však pochybuje právě na začátku zmiňovaný Fila. S politováním konstatuje, že jeho oblíbenci Švankmajerovi docházejí síly, a proto „natočil první banální a doslovný film.“³³⁷ Připouští pouze, že „je určitě obdivuhodné, že někdo víceméně podomácku na koleně vyrobí v 76 letech celovečerní film, který se sice odlišuje do 99 procent zbylé produkce v kinech, ale zároveň je až nezvykle dobře koukatelný.“³³⁸

2.4.1.10 Piko

Snímek Tomáše Řehořka Piko byl původně koncipovaný jako dokument, postupem času se rozvinul do hraného filmu s vloženými dokumentárními pasážemi. Tuto netradiční formu komentuje třeba Kamil Fila – konstatuje, že ji spolu s neokoukanými mladými herci považoval za největší příslib. Stejně tak očekával, že vznikne snímek, který by mohl být užitečný v rámci protidrogové prevence. „Výsledných 80 minut ale těžko nazvat plnohodnotným dílem,“³³⁹ uzavírá recenzi Fila a Piko hodnotí jako málo odvážnou slátaninu bez názoru. Podobně nekompromisní postoj k Piku zvolila i Irena Hejdrová, navíc je ve svém hodnocení dosti osobní. Podle ní se snímku nedá věřit a „dokazuje, že přílišné mládí může být u režiséra spíše nevýhodou – vykonstruované zápletky a povrchní stylizace svědčí o nedostatku zkušenosti a nedospělosti.“³⁴⁰

Podle nesignované recenze v magazínu *Cinema* se snímek Piko, jehož pracovní název zněl údajně Cestou z pekla, od předchozích filmů o drogách liší především svým zpracováním. „Režisér zde spojil hraný film s dokumentárním a stvořil tak napínavý snímek umocňovaný komentáři skutečných postav.“³⁴¹ Piko tak text hodnotí ze dvou

³³⁶ MOLINA, Jan. Přežít svůj život. *Cinema*. [cit. 2012-03-04] 2010, č. 11. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/38784/prezit-svuj-zivot>

³³⁷ FILA, Kamil. Přežít svůj život a zůstat starým surrealistou. *Aktuálně.cz*. 2010, roč. 11, č. 24. [cit. 2012-03-12]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=683704>

³³⁸ Tamtéž

³³⁹ FILA, Kamil. Piko nepoctivě řízlo hraný film dokumentem. *Aktuálně.cz*. 2010, roč. 11, č. 16. [cit. 2012-03-12]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=682952>

³⁴⁰ HEJDOVÁ, Irena. Brát drogy je cool. A kvílet ve výtahu též. *Týden*. 2010, 15. 11., s. 77.

³⁴¹ NEUVEDEN. Piko. *Cinema*. [cit. 2012-03-04] 2010, č. 11. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/38778/piko>

pohledů – filmového a dokumentárního. A v obou případech dochází k ryze pozitivnímu závěru. „Výborná práce kamery a střihu dává divákovi přesně ten pocit zoufalství a bolesti, který se od tohoto žánru očekává. [...] Tomáš Řehořek si hraje s každým záběrem a depresivním interiéřům dodává atmosféru skvěle zvládnutou prací s kamerou. Dokumentární část zpočátku dost ruší děj filmu, později však začne do děje zapadat a dávat filmu nutný důkaz skutečnosti.“³⁴² O nutném doplňování se dokumentární a hrané části se pochvalně vyjadřuje i Vojtěch Rynda z *Lidových novin*.³⁴³ Mirka Spáčilová zase nejvíce oceňuje fakt, že „snímek není propagační, ani návodový a diváky zbytečně nepoučuje.“³⁴⁴

2.4.1.11 Tacho

Snímek tvůrčí dvojice Mirjam a Daniela Landových měl v roce 2010 průměrně nejnižší hodnocení. Recenzenti mu vytýkají především nekvalitní zpracování, i když žádný z nich nezdůraznil konkrétní prohřešky, spíše film kritizují jako celek. Shodli se také na skutečnosti, že pokud by hlavní roli nehrál populární zpěvák Daniel Landa, nikdo by si lístek do kina nekoupil. Kamil Fila konstatuje, že bez Landy „by byl snímek jen ještě více nesnesitelný.“³⁴⁵ Hodnotící procenta v případě podobného výtvoru podle Fily nejsou důležitá, protože se ani nedá hovořit o filmu – je to „takový eintopf“,³⁴⁶ dodává recenzent. Jan Gregor zase líčí, že scénář sepsali manželé Landovi za pět dní během dovolené na Krétě, což je na něm výrazně znát. „Střetávají se v něm velké ambice s obyčejným neumětelstvím. A diletantismus i v Tachu na plné čáře vyhrává.“³⁴⁷ Ondřej Štindl snímek rovnou přirovnává k domácímu videu, a to jak z hlediska scénáře, tak zpracování. „Tacho je ten typ filmu, který parta kamarádů udělá ve volném čase, pak si ho pustí a hodně se u toho nasmějí. Divák, jenž si s nimi tu dovolenou neužil, spíše zírá.“³⁴⁸

³⁴² NEUVEDEN. Piko. *Cinema*. [cit. 2012-03-04] 2010, č. 11. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/38778/piko>

³⁴³ RYNDA, Vojtěch. Atraktivní i varovná „dávka“. *Lidové noviny*. 2010, 6. 11., s. 9.

³⁴⁴ SPÁČILOVÁ, Mirka. Z filmu Piko je nám zle. A to je dobře. *Mladá fronta DNES. Víkend Mladé fronty DNES*. 2010, 6. 11, s. 30.

³⁴⁵ FILA, Kamil. Tacho si to sviští po landadaistické silnici. *Aktuálně.cz*. 2010, roč. 12, č. 3. [cit. 2012-03-12]. Dostupné z: | <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=684533>

³⁴⁶ Tamtéž

³⁴⁷ GREGOR, Jan. Nic než závod. *Respekt*. 2010, 29. 11., s. 61

³⁴⁸ ŠTINDL, Ondřej. Řidič, ten tvrdý chleba má. *Lidové noviny*. 2010, 2. 12., s. 8.

Irena Hejdrová ironicky konstatuje, že by film mohl být použit jako pomůcka pro začínající filmaře. Obsahuje totiž názorné shrnutí chyb, kterých by se mohl filmař dopustit. Domnívá se, že nemá smysl líčit jednotlivá pochybení, a tak se zastavuje pouze u hereckých výkonů, které srovnává s filmovým debutem manželů Landových – muzikálem Kvaskou. I v případě hereckého obsazení je ale velmi kritická. „Landovskou femme fatale Lucii Vondráčkovou z Kvasky vystřídala tentokrát zpěvačka Olga Lounová, jejímž úkolem před kamerou je zejména zasněně zírat na Landovu vylepanou hlavu. Zoufale špatní jsou tu i herci zvučnějších jmen jako Rudolf Hrušínský ml. v roli Luciina otce lékaře.“³⁴⁹ Server *Cinema* publikoval recenzi bez uvedeného autora, která se zamýšlí nad tím, že Tacho je v podstatě nízkorozpočtový film natočený s ryze komerčním úmyslem. Považuje to za zvláštnost, avšak podotýká, že se tato skutečnost projevuje pouze laciností.³⁵⁰ „Tacho měl obrovskou možnost vjet do protisměru, [...] bohužel naboural do vlastní neschopnosti.“³⁵¹

Recenze Mirky Spáčilové je proti zvyklostem autorky, které jsme mohli v předchozích kapitolách sledovat, velmi popisná. Spáčilová pouze líčí děj snímku – nevynáší žádné soudy a úplně se vyhýbá jakékoli kritice.³⁵² Kdyby text nebyl nadepsán jako recenze, skoro by se dalo spekulovat, že jde o jiný žurnalistický útvar. Podobně opatrně přistupuje ke snímku recenzentka deníku *Právo*, mediálního partnera filmu. Po převyprávění děje, kdy se zdržuje komentářů, pouze konstatuje, že pro úspěch snímku je klíčové obsazení Daniela Landy do hlavní role. „Právě on je natolik populární, že jeho jméno na plakátech diváky přiláká i bez televizní mediální podpory.“³⁵³

2.4.1.12 Nesvatbov

Nejvýraznějším textem, který se dokumentem *Nesvatbov* zabývá, je dvojrecenze autorů serveru *Aktuálně.cz* Ivy Baslarové a Kamila Fily. Oba recenzenti zcela zřetelně vyjadřují svůj názor a s ním spojené hodnocení snímku. Nutno poznamenat, že

³⁴⁹ HEJDOVÁ, Irena. Tachopeklo zn. Landa. *Týden*. 2010, 6. 12., s. 72.

³⁵⁰ NEUVEDEN. Tacho *Cinema*. [cit. 2012-03-04] 2010, č. 12. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/39639/tacho>

³⁵¹ NEUVEDEN. Tacho *Cinema*. [cit. 2012-03-04] 2010, č. 12. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/39639/tacho>

³⁵² SPÁČILOVÁ, Mirka. Závod, v němž Landa hraje a zpívá *Mladá fronta DNES*. *Víkend Mladé fronty DNES*. 2010, 27. 11., s. 33

Baslarová i Fila dokument komentují velmi negativně. Baslarová přiznává, že ji nenapadá jediný důvod, proč by film komukoli doporučila. Téma považuje sice za zajímavé, ale ve zpracování nachází jen samá negativa. „Problém je v tom, že nám režisérka neumožní, abychom se dostali dál než k příběhům čtyř hlavních protagonistů a protagonistky, i když se o nich dozvídáme jen velmi málo.“³⁵⁴ Fila potom snímek označuje za trapnost, který jen zesměšňuje protagonisty. Přirovnává jej k Formanově filmu *Hoří, má panenko*. Dokument *Nesvatbov* se podle něj však nepodobá Formanovu dílu jako takovému, spíše tomu, co se v něm děje.³⁵⁵

Proč nelze být ze snímku nadšený, se snaží vysvětlit ve svém textu Vojtěch Rynda. Režisérce dokumentu vytýká, že natočila film bez začátku i konce. Navíc se podle něj rozpadá do tří částí, které dohromady působí nesjednoceně. Po nudném rozjezdu přichází prostřední část, kde dokument šlape na volnoběh, a potom „*Nesvatbov* prostě najednou skončí, aniž by nabídl něco víc než poplesovou kocovinovou deziluzi“.³⁵⁶ Rynda se tak opatrně táže, zda by nebyla vhodná větší míra intervence ze strany tvůrců.

Jan Gregor postrádá ve filmu autenticitu ve vztahu k zobrazovanému, což v případě dokumentu hodnotí jako zásadní nedostatek. „Aby byl film intimní sondou do duší samotářů, musela by režisérka postavy představit autentičtěji, [...] vezmeme-li v potaz opravdu zajímavý námět, je to promarněná šance“.³⁵⁷ Naopak Stanislav Dvořák považuje právě autenticitu za základní klad snímku. Podle něj se divák musí cítit, jako kdyby se ocitl přímo v *Nesvatbově*. Přičítá to vhodné volbě tématu i lokace. „Erika Hníková si rozhodně umí vybrat prostředí a to film posunulo o 30 % nahoru. Malá slovenská vesnice pod horami je sama o sobě hercem, který nepotřebuje slova.“³⁵⁸ Podobně pozitivně k dokumentu přistupuje i Mirka Spáčilová, s ničím novým ale nepřichází.³⁵⁹ Filmový server *Premiere* jej nehodnotil vůbec.

³⁵³ MÍŠKOVÁ, Věra. Filmová rallye se řítí do pekla. *Právo*. 2010, 3. 12., s. 13.

³⁵⁴ BASLAROVÁ, Iva; FILA, Kamil. Proč se zlomyslně smějeme exotům z *Nesvatbova* *Aktuálně.cz*. 2010, roč. 12, č. 11. [cit. 2012-03-12]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/novinky/clanek.phtml?id=685323>

³⁵⁵ Tamtéž

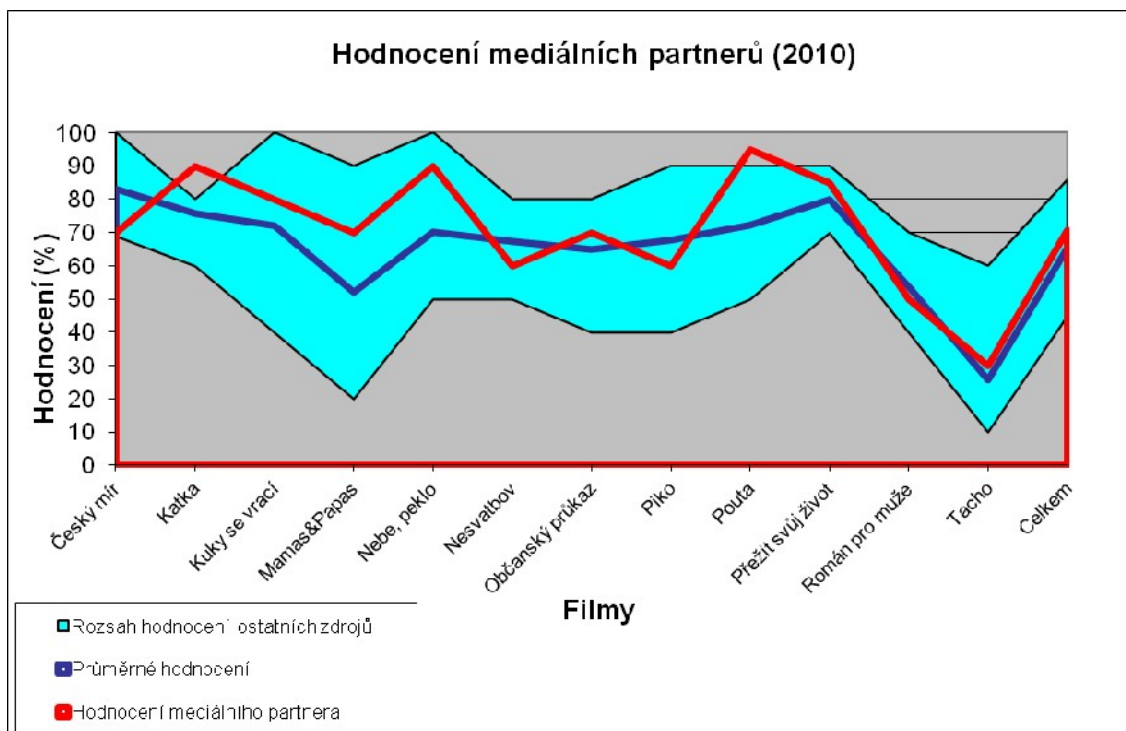
³⁵⁶ RYNDA, Vojtěch. Žít v páru? Moc práce... *Lidové noviny*. 2010, 9. 12., s. 8.

³⁵⁷ GREGOR, Jan. Lásky jedné vymírající vísky. *Respekt.cz*. 2010, roč. 12, č. 5. [cit. 2012-03-14]. Dostupné z: <http://RESPEKT.IHNED.CZ/c1-48451710-lasky-jedne-vymirajici-visky>

³⁵⁸ DVOŘÁK, Stanislav. *Nesvatbov*: černohumorný dokument o seznamování na vesnici. *Novinky.cz*. 2010, roč. 12, č. 1. [cit. 2012-03-14]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/kultura/216348-nesvatbov-cernohumorny-dokument-o-seznamovani-na-vesnici.html>

³⁵⁹ SPÁČILOVÁ, Mirka. Mluví váš starosta, plod'te děti, zazní v *Nesvatbově*. *Mladá fronta DNES*. 2010, 6. 12., s. 11.

2.4.2 Shrnutí přístupu mediálních partnerů



Hodnocení ze strany každého jednoho mediálního partnera se v roce 2010 zpravidla pohybovalo kolem průměru hodnocení ze strany ostatních zdrojů. V některých případech je dokonce opět převýšilo. Za zmínku stojí přístup týdeníku *Respekt* u partnerských snímků *Pouta* a *Přežít svůj život*, nebo časopisu *Týden* u dokumentu *Katka*. Jejich hodnocení stojí nad maximálním hodnocením v porovnávaných médiích. Naopak v žádném případě mediální partner nehodnotil film výrazně podprůměrně, nebo na dolní hranici hodnocení v ostatních zdrojích. Zaměříme-li se potom na celkové průměrné hodnocení ze strany mediálních partnerů v roce 2010, zjistíme, že je opět vyšší než průměr.

Deník *Právo* v tomto roce vykazoval střízlivější přístup k partnerským snímkům a i k mediálnímu partnerství jako takovému. Zaštiťuje pouze dva filmy a oběma potom v recenzích uděluje hodnocení, které se pohybuje kolem průměru hodnocení v jiných médiích. Na rozdíl od předchozích let deník celkově mírně snížil své průměrné hodnocení. Ve sledovaném období se navíc rozhodl nevyjadřovat k dokumentům *Katka*

a Nebe, peklo. *Mladá fronta DNES* se stále věnuje většině snímků, v daném roce se nezaměřila pouze na snímek Pouta. Názor jejích recenzentů se vesměs shoduje s tendencemi, které se projevují v jiných médiích. Svým partnerským snímkům uděluje deník hodnocení, jež se pohybuje v mezích hodnocení ostatních periodik, dokonce často při dolní hranici. Nejvýrazněji se to v daném kontextu projevuje u dokumentu Český mír, který recenzentka *Mladé fronty DNES* hodnotí výrazně hůře než jiní recenzenti. V roce 2010 se do projektu mediálního partnerství zapojil také původně referenční periodikum, *Lidové noviny*. Přístup recenzentů tohoto deníku však v daném roce nebyl nijak významný. Hodnocení nevybočuje z průměru – u partnerských snímků se pohybuje v jednom případě na horní (Pouta), v druhém na spodní (Český mír) hranici.

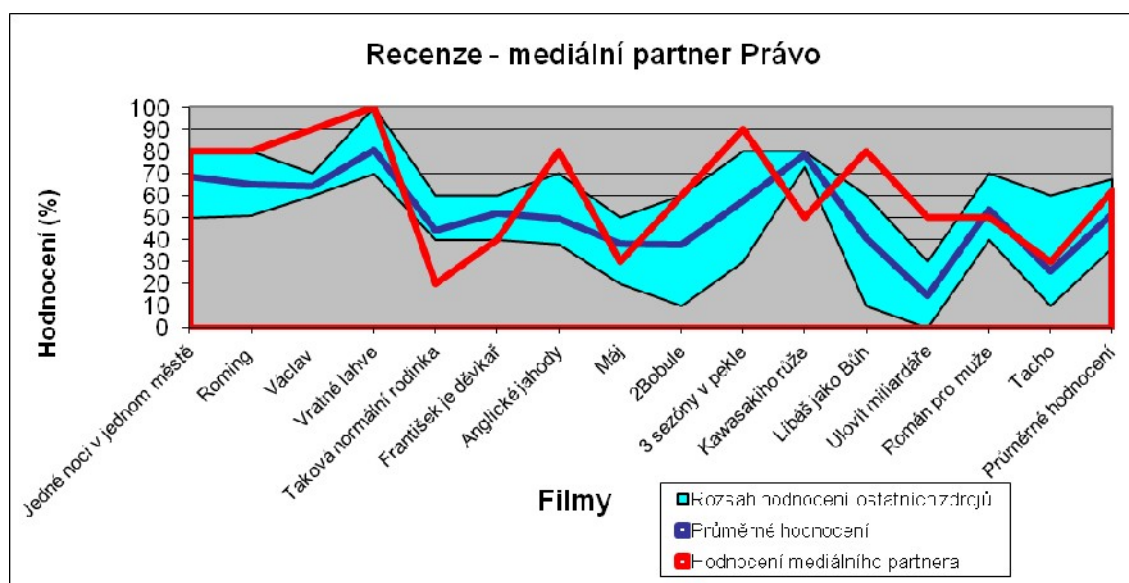
Za významný lze vzhledem ke sledovaným aspektům považovat postoj týdeníku *Respekt*. V roce 2010 hodnotil osm z dvanácti snímků, přičemž tři z nich také mediálně zaštilil. Hodnocení těchto partnerských snímků je na stránkách *Respektu* výrazně vyšší než v jiných médiích a i v rámci *Respektu* samotného jde o nejvyšší hodnocení vůbec. Filmům Pouta a Přežít svůj život recenzent udělil dokonce maximální ocenění, dokumentu Český mír potom o stupeň nižší – zde je zajímavé srovnání s dvěma dalšími mediálními partnery dokumentu, *Mladou frontou DNES* (podprůměrné hodnocení 40 %) a *Lidovými novinami* (hodnocení 70 % zapadá do průměru u jiných médií). Vzhledem k tomu, že ostatní sledované snímky, posuzovali recenzenti *Respektu* výrazně přísněji, lze se domnívat, že na obsah recenzí v tomto médiu mělo v roce 2010 vliv mediální partnerství. U časopisu *Týden* se hodnocení všech snímků, tedy i partnerských pohybuje na horní hranici. Přístup recenzentů tohoto týdeníku se tak oproti předchozím rokům nezměnil a nezaznamenali jsme tak žádné zajímavé odchylky.

3 Porovnání přístupu na základě výsledků analýzy

3.1 Interpretace výsledků z hlediska periodik

Celkově ve všech případech s výjimkou roku 2007 vyšlo hodnocení mediálního partnera o poznání vyšší, než byl průměr ostatních sledovaných zdrojů. V roce 2007 je hlavní příčinou v podstatě stejného hodnocení ze strany mediálního partnera a ostatních zdrojů výrazné podhodnocení filmu Marcela na stránkách *Respektu*, který byl jeho mediálním

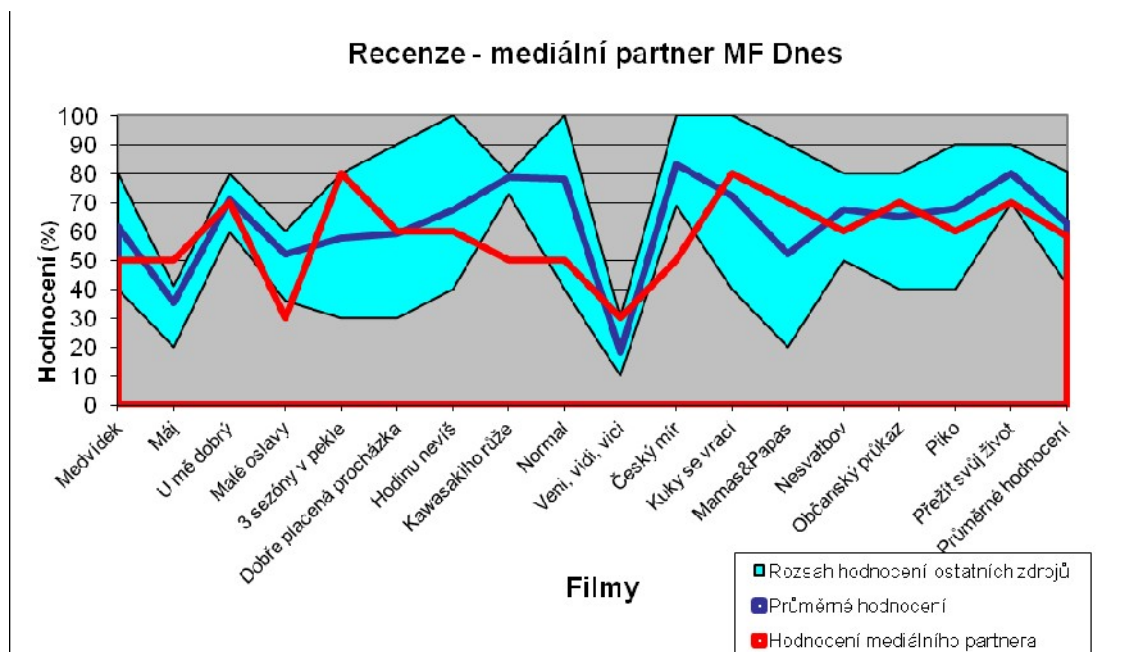
partnerem. Nebýt tak výrazné odchylky, která je zřejmě způsobena výraznou subjektivitou recenzenta Jana Gregora, hodnocení mediálních partnerů by bylo výrazně vyšší než průměr ostatních zdrojů. Z celkového pohledu tak je možné říci, že mediální partneři hodnotili partnerské filmy zpravidla o poznání lépe (přibližně o pět procent³⁶⁰) než ostatní recenzenti. To může být do jisté míry způsobeno skutečností, že mediální partner si svůj film vybírá a pravděpodobně se proto zaměřuje na filmy, které budou v porovnání s ostatními více vyhovovat jeho vkusu. Nelze tím však vysvětlit všechny rozdíly, ani pozorovatelnou odlišnost mezi hodnocením mediálních partnerů a ostatních zdrojů.



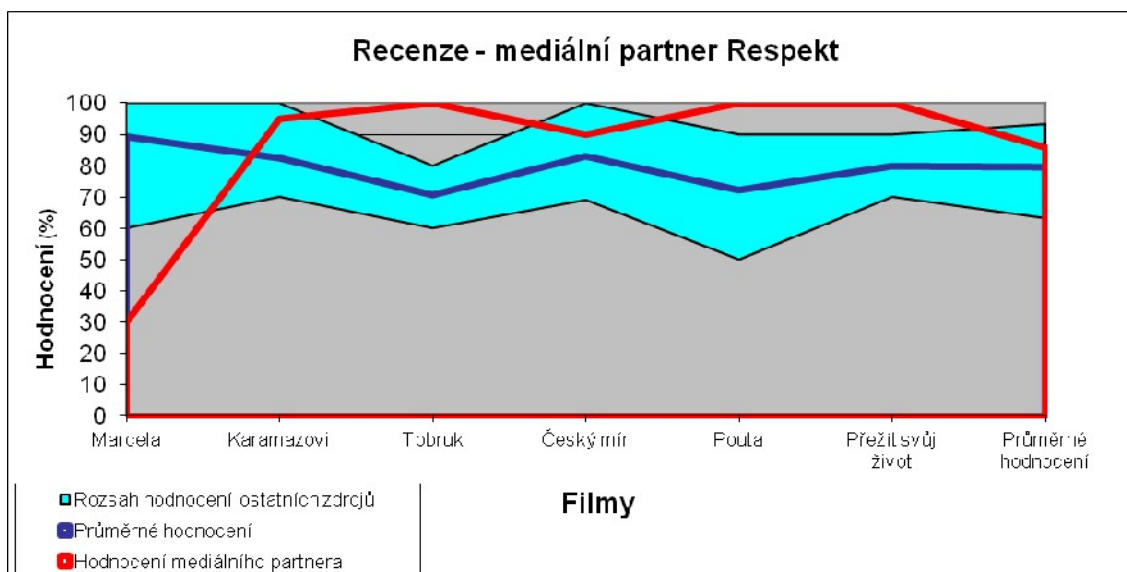
Hodnocení partnerských filmů na stránkách deníku *Právo* osciluje kolem průměru s velmi výraznými odchylkami, pouze málokdy hodnocení v deníku odpovídá průměru. Velmi často se vychyluje nad maximum, ale v některých případech naopak i pod minimální hodnotu (Taková normální rodinka v roce 2008 a Kawasakihoruže v roce 2009). Z celkového hlediska ale recenzenti *Práva* filmům, které deník mediálně zaštiťuje, poměrně nadržují. Hned u pěti filmů z patnácti, což je třetina všech partnerských filmů, je hodnotí nad maximum, u dalších čtyř pak na maximum ostatních zdrojů. Průměrně dává o deset procent vyšší hodnocení než ostatní zdroje, což je z hlediska podpory vlastních filmů při tomto počtu snímků velmi výrazné a indikuje to určitou zaujatost. Můžeme tedy dojít k závěru, že mediální partnerství do jisté míry

³⁶⁰ Zde je třeba zopakovat, že už v rámci průměru, který není jednou hodnotou, ale souborem hodnot, dochází k pohybu. Tento pohyb hodnot je významný sám o sobě – i sebemenší vychýlení mimo „main flow“ lze proto považovat za směrodatné.

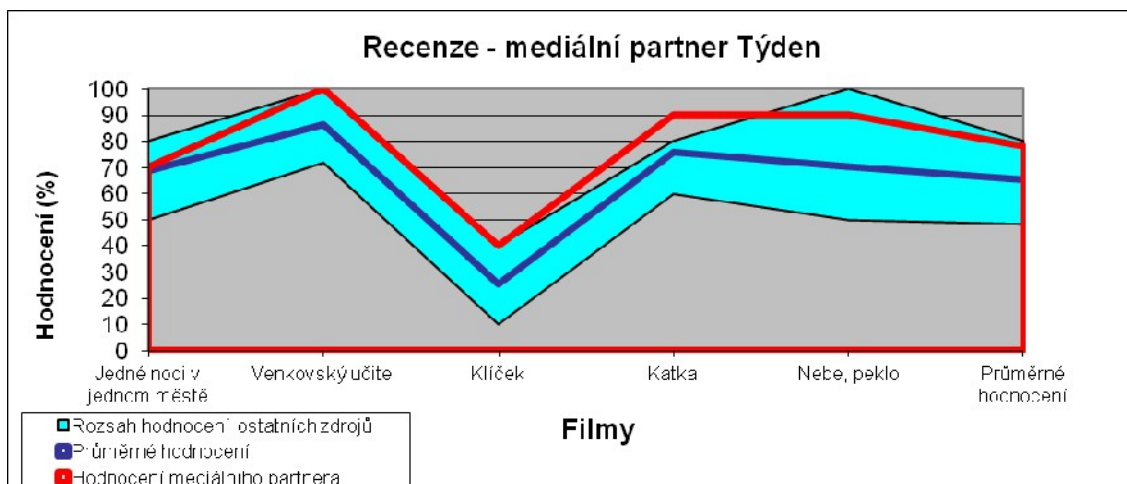
obsah recenzí v deníku *Právo* ovlivňuje, což lze považovat za provinění proti novinářské etice. Nutno však podotknout, že deník *Právo* nemá v tomto směru žádný vlastní etický kodex. Pokud by bylo naše zjištění založeno na pravdě, provinil by se proti kodexu Syndikátu novinářů České republiky, nikoli proti vlastním pravidlům.



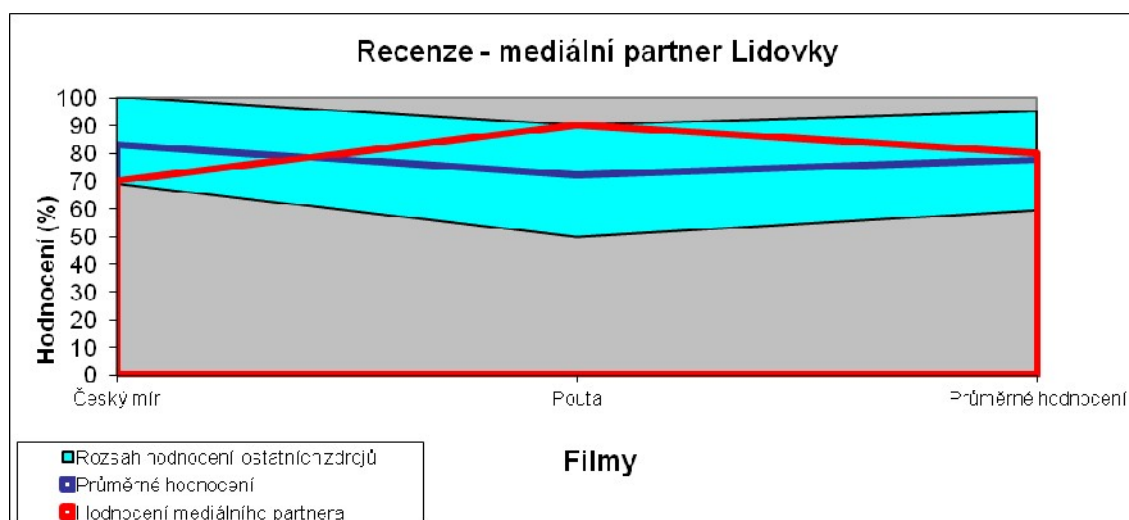
Hodnocení v *MF Dnes* se poměrně často blíží k průměru hodnocení v ostatních denících, což platí i pro celkové hodnocení. Spíše výjimečně se výrazněji odchyluje od ostatních zdrojů, a to častěji směrem dolů než nahoru (u snímků *Malé oslavy* v roce 2008, *Kawasakiho růže* v roce 2009 a *Český mir* v roce 2010). Z celkového hlediska filmy dokonce hodnotí v průměru o několik procent hůře než ostatní zdroje, což může být způsobeno subjektivním přístupem autora recenzí, respektive jediné filmové recenzentky listu, i pozicí kulturní redakce jednoho z nejčtenějších deníků. Porovnáme-li toto zjištění s tendencemi *MF Dnes* v jednotlivých letech, musíme však konstatovat, že se přístup recenzentů vyvíjí. Zatímco například v roce 2008 jsme se v některých případech setkali i s vyšším hodnocením, tento trend postupně klesá až k výše zmiňovanému stavu, na základě kterého již nelze listu vytýkat žádnou zaujatost. Skutečnost, že některé partnerské snímky hodnotí recenzentka *MF DNES* lépe než recenzenti referenčních médií, vyrovnává další fakt, že srovnatelný díl partnerských snímků hodnotí naopak hůře.



Respekt s výjimkou jediného filmu, a to dokumentu *Marcela*, hodnotí partnerské filmy vždy lépe než ostatní zdroje, v mnoha případech dokonce o hodně lépe. I přes podprůměrné hodnocení u filmu *Marcela* je zde průměrné hodnocení partnerských filmů o poznání vyšší, než je průměr ostatních zdrojů. V řadě případů se pohybuje nad maximálním hodnocením ostatních zdrojů. Lze tedy konstatovat, že *Respekt* pravděpodobně své partnerské filmy v recenzích poměrně výrazně upřednostňuje. Jednalo by se tak o provinění vůči etickým normám, na kterých si *Respekt*, jak vyplývá především z editoria šéfredaktora. Týdeník však v rámci vlastních etických pravidel nutnost nepředpojatosti či oddělování marketingových záměrů od zájmu čtenáře nijak nezdůrazňuje. Pokud by proto skutečně docházelo v rámci mediálního partnerství ke střetu zájmu, provinili by se recenzenti *Respektu* proti *Etickému kodexu Syndikátu novinářů*, nikoli proti etickým normám vlastní redakce.



Týden v podstatě u všech filmů přiřazuje hodnocení o 10 až 20 % vyšší než ostatní. S průměrem ostatních zdrojů se shoduje pouze v případě jednoho filmu, *Jedné noci* v jednom městě z roku 2007. Tomu odpovídá i průměrné hodnocení partnerských filmů, které je o více než deset procent vyšší než průměr. Tendence recenzentů tak lze i na základě omezeného vzorku vykládat jako velmi zaujaté. Vysoká míra zaujatosti může být způsobena vlivem mediálního partnerství na obsah recenzí, což by bylo zcela zásadní porušení vlastního etického kodexu týdeníku. V osmé části se etické normy časopisu *Týden* totiž přímo vyjadřují ke konfliktu zájmu a nařizují důsledně oddělovat obchodní či inzertní politiku od redakční. Zda se tak skutečně děje, však nelze na základě omezeného rozsahu analyzovaného materiálu, jistě určit.



K hodnocení zaujatosti v *Lidových novinách* bohužel ve sledovaném období nemáme k dispozici dostatek dat. Zkoumané filmy naznačují, že deník nijak výrazně partnerské filmy nepreferuje, ale na základě dvou snímků nelze vyvozovat konkrétnější závěry.

3.2 Interpretace z hlediska osobnosti recenzenta

Osobnost autora pochopitelně ovlivňuje obsah recenzí nejvýrazněji. Jak jsme rozebírali v teoretické části, žánr recenzí nespadá do zpravodajství, ale publicistiky, a tak se v těchto textech projevuje autorův vlastní názor. Subjektivita recenzenta má určité hranice, nicméně pro obsah recenze a samotné hodnocení je rozhodující. Způsob, jakým jednotlivá periodika přistupují k recenzím svých partnerských snímků, tak pochopitelně

úzce souvisí i s tím, jak recenzenti přistupují k posuzování snímků obecně. Subjektivita a tendence, jak autoři filmy hodnotí, se v analýze mediálního partnerství také projevují a mohou modifikovat výsledky. Často dokonce mohou způsobit, že přístup recenzenta působí jako zaujatý či ovlivněný projektem mediálního partnerství.

Kupříkladu v deníku *Právo* je autorkou převážné většiny analyzovaných recenzí Věra Míšková. Jak můžeme pozorovat v předchozích kapitolách, Míšková hodnotí snímky výrazně lépe než ostatní recenzenti. Nevyhledává chyby, je velmi popisná a snaží se zdůrazňovat kladné stránky. V největší míře vynáší výtky proti formálním, nebo logickým nedostatkům. Snaží se také často zasadit snímek do kontextu české kinematografie. S jejím osobním přístupem může souviset skutečnost, že jsou partnerské, ale i ostatní snímky hodnoceny na stránkách *Práva* o deset procent výše. Tuto domněnku potvrzuje i fakt, že naopak některé partnerské snímky (například *Taková normální rodinka*) podrobila kritice. Všeobecně lze říct, že se *Právo* věnuje spíše mainstreamovým snímkům a že z této kategorie si vybírá také své mediální partnery. Okrajové filmy pomíjí úplně, zaměřuje se na ty, u kterých se očekává vysoká návštěvnost. Z dotazníků, které pro účely tohoto výzkumu vyplnili dva recenzenti publikující na stránkách *Práva*, lze podle tvrzení obou respondentů usuzovat, že obsah recenzí není ovlivňován, ale místo toho je zřejmě částečně ovlivněn výběr recenzovaných snímků. Jeden z recenzentů uvádí, že mu bylo doporučeno napsat recenzi filmu *Líbáš jako Bůh*, i když by si jej sám nevybral.³⁶¹ Nutno konstatovat, že *Právo* tento snímek mediálně zaštitilo.

V deníku *Mladá fronta DNES* zase dominují recenze Mirky Spáčilové, která si zakládá na jasném a výrazném formulování svých názorů. Vůči snímkům bývá dosti kritická, přestože často předkládá čtenáři jen minimum argumentů. Zastává jasné stanovisko pro, či proti, nebo film vůbec nekomentuje. Výše hodnotí převážně mainstreamové snímky, například dokumentům nebo nízkorozpočtovým filmům obvykle přiřazuje nižší hodnocení. Dochází zde však k paradoxní situaci – recenze Spáčilové mají výše zmíněné tendence, které vyplývají i z naší analýzy, ale její hodnocení se pohybuje v průměrném hodnocení v ostatních periodikách. Celkově se deník *Mladá fronta DNES* vyjadřuje ke všem filmům uváděným v České republice.

Naopak týdeníky *Respekt* a *Týden* se zaměřují jen na vybrané snímky. Tuto skutečnost ovlivňuje jak prostor, který filmovým recenzím média věnují, tak vkus recenzentů – nejraději se vyjadřují ke snímkům, které je zaujmou po kladné i záporné stránce.³⁶² Zejména u *Respektu* je tento přístup patrný. Nejčastějším autorem recenzí je zde Jan Gregor, který formuluje velmi jednoznačně svůj osobní názor. Obvykle se také vymyká obecnému názoru, který nastolují ostatní média. Svůj postoj ale vždy podkládá srozumitelnými argumenty. Snímky hodnotí do třiceti a nad sedmdesát procent, což silně ovlivňuje průměrné hodnoty výzkumu. Zajímavým zjištěním bylo, že filmy, které *Respekt* mediálně zaštiťuje, spadají s výjimkou dokumentu Marcela do skupiny pozitivně hodnocených kulturních počinů. V roce 2007 pak Gregor jeden z partnerských snímků (*Jedné noci v jednom městě*) nehodnotil vůbec. *Týden* se naopak ke svým partnerským snímkům vyjadřuje vždy. Podle toho, co vyplývá z naší analýzy, však nepovažujeme žádnou z osobností recenzentů natolik signifikantní, aby jejich subjektivní názor výrazně ovlivnil vyznění všech recenzí. Celkově lze konstatovat, že si recenzenti *Týdne* vybírají, jakým snímkům se budou věnovat, a posléze je hodnotí převážně kladně. Jak jsme se dozvěděli na základě dotazníků, to, že se recenzenti více soustředí na „dobré“ (pozitivně hodnocené) snímky a negativním soudům věnují méně prostoru, patří zřejmě k běžné praxi současných českých médií.³⁶³

³⁶¹ Dotazníkové šetření mezi aktivními českými novináři – shrnutí, Příloha č. 5

³⁶² Dotazníkové šetření mezi aktivními českými novináři – shrnutí, Příloha č. 5

³⁶³ Dotazníkové šetření mezi aktivními českými novináři – shrnutí, Příloha č. 5

Závěr

Praxe mediálního partnerství se v kontextu českých médií projevuje od poloviny devadesátých let. Provázanost mediálního a marketingového prostoru však podle rešerší, které jsme prováděli v teoretické části, v posledních letech narůstá, a to zejména v případě filmů českého původu. Zároveň mají filmové recenze na stránkách periodik určených široké veřejnosti stále určující vliv na nezanedbatelnou část potenciálního filmového publika. Obsahová analýza těchto recenzí ukázala, že marketingový záměr daného periodika v několika případech ovlivňuje jejich obsah. Můžeme se dále domnívat, že tato zaujatost souvisí právě se skutečností, že se list stal mediálním partnerem filmu, který recenze hodnotí.

Porovnáme-li přístup jednotlivých periodik s přihlédnutím k mediálnímu partnerství, zjistíme, že si sledovaná média počínala v jednotlivých letech téměř srovnatelně. Hodnocení snímků ze strany každého jednoho mediálního partnera se pohybovalo kolem průměru hodnocení ze strany ostatních zdrojů. V některých případech jsme však oproti průměrnému hodnocení zaznamenali odchylky. Na základě sledování těchto odchylek jsme dospěli ke zjištění, že nejvýraznější tendence k zaujatosti vykazovaly v průběhu let 2007 až 2010 časopisy *Respekt* a *Týden*. Jejich hodnocení partnerských snímků bylo vždy nadprůměrné. Například v roce 2010 se *Respekt* stal mediálním partnerem tří filmů a Jan Gregor, recenzent *Respektu*, ocenil dva z nich (*Pouta* a *Přežít svůj život*) plným počtem, tedy sto procenty, třetí (*Český mír*) potom devadesáti procenty. Časopis *Týden* se v tomto roce neuchyloval k tak silnému stranění, své dva partnerské snímky (*Katka* a *Nebe, peklo*) hodnotil na horní hranici průměru. V roce 2009 potom recenzentka *Týdne*, Tereza Moravcová, ze sledovaných snímků nadprůměrně hodnotila pouze partnerský *Klíček*, který obecně příliš pozitivně hodnocen nebyl. O rok dříve se ale *Týden* věnoval pouze jednomu filmu, a to opět jen partnerskému – *Vesnickému učiteli*. Recenzentka mu udělila maximální počet procent. Stejný rok stranil partnerským filmům také *Respekt* – snímky *Karamazovi* a *Tobruk* ocenil proti průměru o 20 procent lépe. Výjimku ve výše popisovaném chování tvoří postoj *Respektu* vůči dokumentu *Katka*. V roce 2007 mu recenzentka Kateřina Kačeřovská udělila jen 30 procent, přestože šlo obecně o dobře hodnocený snímek, který *Respekt* navíc mediálně zaštitil.

U *Respektu* a *Týdnu* je dále vysledovatelná také tendence hodnotit pouze výrazně dobré, nebo výrazně špatné snímky, respektive udělovat jim výrazně pozitivní, nebo negativní hodnocení. Ostatním filmům se nevěnují vůbec, avšak filmům, které mediálně zaštitily, se věnují vždy. Lze tak pouze spekulovat, zda je důvodem skutečnost, že mají zmíněné týdeníky šťastnou ruku a vybírají si k mediálnímu partnerství podle očekávání nadprůměrné snímky roku, nebo zda jsou ke svým partnerským filmům pouze nekritičtí.

V případě dalších periodik, konkrétně *Mladé fronty DNES* a *Práva*, nelze sledovat podobně zřejmé tendence. Chování redakce není možné generalizovat, vyplývá z postojů jednotlivých recenzentů, a i ty můžeme charakterizovat spíše jako kolísavé. Hodnocení ve vztahu k partnerským snímkům se shoduje s hodnocením uveřejněným v referenčních zdrojích včetně *ČSFD*. Zpravidla se však pohybuje na horní hranici tohoto průměru a v průběhu sledovaného období se dokonce kontinuálně zvyšuje. Recenze v *Mladé frontě DNES*, mezi kterými mají jasnou převahu texty Mirky Spáčilové, jsou toho důkazem. Během sledovaného období překračují hodnocení, která Spáčilová snímkům uděluje, limit padesáti až osmdesáti procent jen zcela ojediněle. Autorství hraje roli zřejmě také v případě recenzí uveřejněných deníkem *Právo* – převažují texty Věry Míškové a její posuzování filmů se pohybuje převážně nad horní hranicí průměru.

Kolísavost hodnocení, která jsou někdy u partnerských snímků vyšší než průměrná, někdy však také výrazně nižší, je tudíž nejčastěji způsobeno subjektivním přístupem autora dané recenze, případně i jeho pozici v daném médiu. U *Mladé fronty DNES* se jedná výhradně o texty Mirky Spáčilové, u *Práva* o texty Věry Míškové, v případě dalších, nepartnerských periodik můžeme jmenovat třeba Kamila Filu nebo Vojtěcha Ryndu. Spáčilová hodnotí snímky vždy o několik procent lépe či hůře než je průměr bez vysledovatelného ohledu na mediální partnerství. Míšková se naopak vytrvale drží v lehce nadprůměrných hodnotách, ať už jde o partnerský snímek, nebo ne. Výkyvy jejího hodnocení jsou tak způsobeny spíše proměnlivostí obecně platného názoru na daný snímek, respektive proměnami průměru, nikoli jejím vlastní odlišností.

Z výše zmíněných závěrů, a to především z první části tohoto oddílu, lze vyvozovat, že se vliv marketingu v rámci obsahu české filmové publicistiky skutečně projevuje. Původní hypotéza, že mediální partnerství ovlivňuje obsah recenzí v partnerských

titulech, se potvrdila, avšak nijak zásadním způsobem. V rámci výzkumu jsme zjistili, že většina hodnocení kinematografie se drží v jednom průměru. Jakkoli se tedy naměřená data nedají považovat za alarmující, mohou být součástí synergie marketingového vlivu na obsahy recenzí/kritik či celkově na českou kinematografii. Nutno se proto zamyslet nad skutečností, že mediální partnerství představuje pouze jeden prvek tohoto vlivu, s více prvky dohromady by se potom mohl vliv navyšovat tolik, že by se už za závažné považovat dal. V případě celého výzkumu jde však o exaktně těžko měřitelný prostor, kde je možná jen nízká míra verifikace. Empirický přístup k problému, v rámci něhož převládají subjektivizující soudy, nás však upozornil právě na odchylky, které naznačují, že kladné hodnocení na stránkách mediálního partnera může být zaujaté. Lze předpokládat, že ze strany recenzentů nebo redakcí partnerských periodik se jedná o účelový postup, který by se pokoušel ovlivnit úspěch filmu samotného, a tak naplnit zájem na straně filmařů i média.”

Ze zmiňovaného průměru vybočuje snad jen několik autorských osobností s jasně postulovaným i vyargumentovaným názorem. Mimo tyto výjimky jsme se dospěli k sekundárnímu zjištění tohoto výzkumu. Hodnocení recenzentů se, nehledě na titul, pro který píší, v průběhu let 2007 až 2010 setrvale zvyšuje. Tato tendence je obecně platná a v rámci metody zřetelně měřitelná, její důvody však nedokážeme přesně popsat. Jednou z příčin může být snaha recenzenta vzbudit v budoucích divácích zájem o kinematografii a takzvaně je udržet v kině, protože právě na tom je i sám recenzent závislý. Za stále lepším a lepším hodnocením může být také třeba touha autorů recenzí či kritik po kvalitní filmové produkci, jejímž prizmatem oceňují filmy výše. Jakkoli se však vyjadřovat k této problematice by nyní bylo značně spekulativní. Věříme proto, že další výzkum českého mediálního prostoru umožní zde jen závěrem stručně nastíněná témata hlouběji prozkoumat.

Summary

Media partnership has been present in Czech media since the first half of 1990s. According to our research in the theoretical part of the thesis, the interconnectedness of Czech media and marketing area is growing. At the same time the film reviews have a great influence on a significant part of the potential film audience. The analysis of their contents has shown that it might be influenced by marketing intention of the media.

If we compare the attitude of the respective periodicals we can assert that the monitored media evaluated the films comparably. The evaluation of the media partners of films was nearly the same as the average evaluation of the other media. However we have noticed significant deviations in some cases. We can say that the largest bias between years 2007 and 2010 showed in the weekly magazines *Respekt* and *Týden*. The evaluation of the partner films in these two magazines was always above-average. We have also noticed that the authors in these magazines wrote their reviews almost exclusively about partner films and films they considered either very good or very poor.

However, the general analysis has shown that the impact of marketing on the content of Czech film journalism is not very significant. We can therefore say that the evaluation of the films is generally the same. Only a few authors are deviating from the average significantly. Except for these cases the evaluation of films is growing in time and the authors of reviews are more positive in their writing. We can speculate that the tendency we have observed is not caused by the increasing quality of local film production, as the films are not different, but by the critics becoming less critical.

Použitá literatura

Prameny

- AUTOR NEUVEDEN. Pochválen buď Švankmajer. Za to, že se nebere příliš vážně. Mladá fronta DNES. 2010, 4. 11., s. 6.
- AUTOR NEUVEDEN. Piko. Cinema. [cit. 2012-03-04] 2010, č. 11. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/38778/piko>.
- AUTOR NEUVEDEN. Tacho Cinema. [cit. 2012-03-04] 2010, č. 12. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/39639/tacho>.
- BÁRTA, Miloš. Český mír. Cinema [online]. 2010, č. V [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/35431/cesky-mir>.
- BÁRTA, Miloš. Katka. Cinema. [cit. 2012-03-04] 2010, č. 2. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/32900/katka>.
- BASLAROVÁ, Iva; FILA, Kamil. Proč se zlomyslně smějeme exotům z Nesvatbova. Aktuálně.cz. 2010, roč. 12, č. 11. [cit. 2012-03-12]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/novinky/clanek.phtml?id=685323>
- BEDNÁŘOVÁ, Veronika. BDSM. Lidové noviny. Pátek Lidových novin. 2010, 6. 8., s. 12.
- DVOŘÁK, Stanislav. Nesvatbov: černohumorný dokument o seznamování na vesnici. Novinky.cz. 2010, roč. 12, č. 1. [cit. 2012-03-14]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/kultura/216348-nesvatbov-cernohumorny-dokument-o-seznamovani-na-vesnici.html>
- DVOŘÁK, Stanislav. První půlka nudí, druhou zachraňuje Budař. Novinky.cz. 2010, roč. 9, č. 20. [cit. 2012-03-14]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/kultura/211548-novy-viewegh-v-kinech-prvni-pulka-nudi-druhou-zachranuje-budar.html>
- DVOŘÁK, Stanislav. Srandovní horůrek o heparinovém vrahovi. Novinky.cz. 2009, roč. 8, č. 25. [cit. 2012-03-18]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/kultura/177253-srandovni-horurek-o-heparinovem-vrahovi.html>

- FILA, Kamil. Český mír s radarem pátrá, kdo je trapnější. *Aktuálně.cz*. 2010, roč. 5, č. 7. [cit. 2012-03-12]. Dostupné z:
<http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=667618>
- FILA, Kamil. Feťáčka Katka testuje vykupitelské síly filmu. *Aktuálně.cz*. 2010, roč. 3, č. 2. [cit. 2012-03-12]. Dostupné z:
<http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=662056>
- FILA, Kamil. Kuky se vrací s pohodičkou do českého háje. *Aktuálně.cz*. 2010, roč. 5, č. 19. [cit. 2012-03-12]. Dostupné z:
<http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=668624>
- FILA, Kamil. Mamas and Papas jen šmírují životní mizérii. *Aktuálně.cz*. 2010, roč. 4, č. 17. [cit. 2012-03-12]. Dostupné z:
<http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=665952>
- FILA, Kamil. Nebe, Peklo. Kam přijdou sado-maso úchylové? *Aktuálně.cz*. 2010, roč. 8, č. 15. [cit. 2012-03-12]. Dostupné z:
<http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=674898>
- FILA, Kamil. Na Občanský průkaz uvidíte skanzen ze socíku. *Aktuálně.cz*. 2010, roč. 10, č. 25. [cit. 2012-03-12]. Dostupné z:
<http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=681028>
- FILA, Kamil. Piko nepoctivě řízlo hraný film dokumentem. *Aktuálně.cz*. 2010, roč. 11, č. 16. [cit. 2012-03-12]. Dostupné z:
<http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=682952>
- FILA, Kamil. Pouta mají zpřetrhané vazby na všechno. *Aktuálně.cz*. 2010, roč. 2, č. 5. [cit. 2012-03-12]. Dostupné z:
<http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=659832>
- FILA, Kamil. Přežít svůj život a zůstat starým surrealistou. *Aktuálně.cz*. 2010, roč. 11, č. 24. [cit. 2012-03-12]. Dostupné z:
<http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=683704>
- FILA, Kamil. Román pro muže cílí na burany a snoby v nás. *Aktuálně.cz*. 2010, roč. 9, č. 24. [cit. 2012-03-12]. Dostupné z:
<http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=678063>
- FILA, Kamil. Tacho si to sviští po landadaistické silnici. *Aktuálně.cz*. 2010, roč. 12, č. 3. [cit. 2012-03-12]. Dostupné z:
<http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=684533>

- FILA, Kamil. Václav. Cinema [online]. 2007, č. 12 [cit. 2012-03-02]. Dostupné z:
<http://www.cinemamagazine.cz/recenze/16437/vaclav>.
- FILA, Kamil. 2Bobule je komedie s únavovým syndromem. Aktuálně.cz. 2009, roč. 10, č. 22. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z:
<http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=650770>.
- FILA, Kamil. 3 sezóny v pekle hezkého reklamního uměníčka. Aktuálně.cz. 2009, roč. 12, č. 2. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z:
<http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=654633>.
- FILA, Kamil. Hřebejk vám podá hodně trnitou Kawasakiho růži. Aktuálně.cz. 2009, roč. 12, č. 27. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z:
<http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=656625>.
- FILA, Kamil. Klíček - leze leze po železe Grebeníček. Aktuálně.cz. 2009, roč. 8, č. 16. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z:
<http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=645006>.
- FILA, Kamil. Nový film Poledňákové. Bože, bylo nám toho zapotřebí? Aktuálně.cz. 2009, roč. 2, č. 12. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z:
<http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/clanek.phtml?id=629392>.
- FILA, Kamil. České překvapení: Das ist nicht Normal, das ist super! Aktuálně.cz. 2009, roč. 4, č. 26. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z:
<http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/clanek.phtml?id=633056>.
- FILA, Kamil. Vorlův Miliardář je jako zlý anonym z netu. Aktuálně.cz. 2009, roč. 10, č. 1. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z:
<http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=648905>.
- FILA, Kamil. Přišel, viděl, odpálil. Aktuálně.cz. 2009, roč. 8, č. 11. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z:
<http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=648705>.
- FLODR, Leoš. Jedné noci v jednom městě. Cinema [online]. 2007, č. 1 [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/7347/jedne-noci-v-jednom-meste>.
- FLÍGL, Jiří. Hodinu nevíš, ale do kina na bestii půjdeš Aktuálně.cz. 2009, roč. 8, č. 28. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z:
<http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/recenze/clanek.phtml?id=646025>.
- FRANCKOVÁ, Ilona. Líbáš jako Bůh. Premiere [online]. 2009, 2 [cit. 2012-03-05]. Dostupné z: http://premiere.maxim.cz/film/66880/libas_jako_buh.html.

- FRANCKOVÁ, Ilona. Marcela: Recenze Premiere. Premiere [online]. 2007, III [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: <http://premiere.maxim.cz/film/52710/marcela.html>.
- GEBERT, Adama. Tak co je nového? Lidové noviny. Orientace. 2010, 27. 2., s. 27.
- GREGOR, Jan. Lásky jedné vymírající vísky. Respekt.cz. 2010, roč. 12, č. 5. [cit. 2012-03-14]. Dostupné z: <http://RESPEKT.IHNED.CZ/c1-48451710-lasky-jedne-vymirajici-visky>.
- GREGOR, Jan. S animou v posteli. Respekt. 2010, 8. 11., s. 60.
- GREGOR, Jan. Román pro zamindrákované. Respekt.cz. 2010, roč. 9, č. 19. [cit. 2012-03-14]. Dostupné z: <http://RESPEKT.IHNED.CZ/c1-46492370-roman-pro-zamindrakovane>.
- GREGOR, Jan. Trhliny v mramorovém Svěráku. Respekt. 2007, 5. 3., s. 20.
- GREGOR, Jan. Taškařice jen zdánlivě nezávazná. Respekt. 2007, 28. 5., s. 24.
- GREGOR, Jan. Intimní velko filmy Alice Nellis. Respekt. 2010, 12. 4., s. 57.
- GREGOR, Jan. Česká zázrak. Respekt. 2010, 10. 5., s. 46.
- GREGOR, Jan. Samotáři v nesnážích. Respekt. 2010, 3. 9., s. 52.
- GREGOR, Jan. Medvídci na niti. Respekt.cz. 2010, roč. 5, č. 15. [cit. 2012-03-14]. Dostupné z: <http://RESPEKT.IHNED.CZ/c1-43516660-medvidci-na-niti>.
- GREGOR, Jan. Pod okem orla. Respekt.cz. 2010, roč. 1, č. 31. [cit. 2012-03-14]. Dostupné z: <http://RESPEKT.IHNED.CZ/c1-40226150-pod-okem-orla>.
- GREGOR, Jan. Nic než závod. Respekt. 2010, 29. 11., s. 61.
- GREGOR, Jan. Vybočit z normálu. Respekt. 2009, 30. 3., s. 52.
- GREGOR, Jan. Jak vypadá Czáková? Respekt.cz. 2009, roč. 8, č. 16. [cit. 2012-03-18]. Dostupné z: <http://RESPEKT.IHNED.CZ/c1-38054870-jak-vypada-csakova>.
- GREGOR, Jan. Grotesky skřítko anarchisty. Respekt.cz. 2009, roč. 9, č. 28. [cit. 2012-03-18]. Dostupné z: <http://RESPEKT.IHNED.CZ/c1-38419480-grotesky-skritka-anarchisty>.
- GREGOR, Jan. Učesaný Bondy. Respekt. 2009, 30. 11., s. 62.
- GREGOR, Jan. Příběh o nejbližší vině. Respekt. 2009, 14. 12., s. 62.
- HEJDOVÁ, Irena. Čeští filmaři vešli do dějin. Týden. 2009, 1. 12., s. 82.
- HEJDOVÁ, Irena. Dobrodružství s přistřiženými křídly. Týden. 2010, 12. 4., s. 74.
- HEJDOVÁ, Irena. Tři Svěráci a medvídek Kuky. Týden. 2010, 17. 5., s. 82.
- HEJDOVÁ, Irena. Katka OE příběh bez happy endu Týden. 2010, 1. 3., s. 68.

- HEJDOVÁ, Irena. Loutkový horor zve na mrtvé brouky. Aktuálně.cz. 2007, roč. 1, č. 21. [cit. 2012-03-04]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film-a-televize/clanek.phtml?id=335769>.
- HEJDOVÁ, Irena. Kolik diváků si pohladí medvídko? Aktuálně.cz. 2007, roč. 9, č. 8. [cit. 2012-03-07]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/clanek.phtml?id=501836>.
- HEJDOVÁ, Irena. Medvídek krotce zpívá přátelům o datlích. Aktuálně.cz. 2007, roč. 9, č. 5. [cit. 2012-03-07]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/clanek.phtml?id=499521>.
- HEJDOVÁ, Irena. Václav nese dobré řemeslo, ale moc snadný vejďelek. Aktuálně.cz. 2007, roč. 12, č. 5. [cit. 2012-03-07]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/clanek.phtml?id=515663>.
- HEJDOVÁ, Irena. Proč to všechno, ptá se Marcela i diváci. Aktuálně.cz. 2007, 3. 3. [cit. 2012-03-04]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film-a-televize/clanek.phtml?id=367566>.
- HEJDOVÁ, Irena. Hezčí čeští Svěráci vrátili diváky do kin. Rekordně. Aktuálně.cz. 2007, 26. 12. [cit. 2012-03-04]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/clanek.phtml?id=516297>.
- HEJDOVÁ, Irena. S lahvemi se vrací i hezčí čeští Svěráci. Aktuálně.cz. 2007, 7. 3. [cit. 2012-03-04]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film-a-televize/clanek.phtml?id=372271>.
- HEJDOVÁ, Irena. Svět uvidí české Romy, holky, krále i bestie. Aktuálně.cz. 2007, roč. 8, č. 12. [cit. 2012-03-07]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/film/clanek.phtml?id=482911>.
- HEJDOVÁ, Irena. Filmové premiéry: ochočený divočák a zoufalec v neoprenu. Týden.cz. 2010, 6. 6. [cit. 2012-03-12]. Dostupné z: http://www.tyden.cz/rubriky/kultura/film/filmove-premiery-ochoceny-divocak-a-zoufalec-v-neoprenu_167765.html.
- HEJDOVÁ, Irena. S Romingem se dovoláte k Účastníkům zájezdu. Aktuálně.cz. 2007, roč. 5, č. 31. [cit. 2012-03-07]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/showbizz/film/recenze/clanek.phtml?id=435695>.
- HEJDOVÁ, Irena. Roman Labuda a Stano Polívka vyrážejí za diváky. Aktuálně.cz. 2007, roč. 5, č. 22. [cit. 2012-03-07]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/showbizz/film/zpravy/clanek.phtml?id=428382>.

- HEJDOVÁ, Irena. Filmy (nejen) o sexu z české HBO. Týden. 2010, 9. 8., s. 56.
- HEJDOVÁ, Irena. Jak se (ne)vymanit z Pelíšků. Týden. 2010, 25. 10., s. 67.
- HEJDOVÁ, Irena. Brát drogy je cool. A kvílet ve výtahu též. Týden. 2010, 15. 11., s. 77.
- HEJDOVÁ, Irena. Estébáci v nás. Týden. 2010, 1. 2., s. 62.
- HEJDOVÁ, Irena. Švankmajer z řetězu imaginace utržený. Týden. 2010, 1. 11., s. 72.
- HEJDOVÁ, Irena. Tachopeklo zn. Landa. Týden. 2010, 6. 12., s. 72.
- HEJDOVÁ, Irena. Bobule: celovečerní reklama na víno. Týden. 2009, 26. 10., s. 70.
- KAČEŘOVSKÁ, Kateřina. Smolařský život on-line. Respekt. 2007, 19. 3., s. 20.
- KŘIVÁNKOVÁ, Darina. Žižkovský loutkový úlet. Lidové noviny: Pátek Lidových novin. 2007, 26. 1., s. 24.
- KŘIVÁNKOVÁ, Darina. Víc než dokument – drama. Lidové noviny. 2007, 3. 3., s. 15.
- KŘIVÁNKOVÁ, Darina. Proč ne Marcela, když jiní ano. Lidové noviny. Kulturní premiéry. 2007, 8. 3., s. 1.
- KŘIVÁNKOVÁ, Darina. S romy, ale ne o nich. Lidové noviny. Kulturní premiéry. 2007, 31. 5., s. 1.
- KŘIVÁNKOVÁ, Darina. S nadhledem, ale i do hloubky. Lidové noviny. Kulturní premiéry. 2007, 8. 3., s. 1.
- KŘIVÁNKOVÁ, Darina. Václav jako neřízená střela. Lidové noviny. 2007, 6. 12., s. 17.
- MACHALICKÁ, Jana. Zpětný pohled na zničující marasmus. Lidové noviny. 2010. 3. 2., s. 9.
- MANDYS, Pavel. Divné příběhy ošklivých loutek. Týden. 2007, 29. 1., s. 74. Kulturní tip. Respekt. 2007, 29. 1., s. 23.
- MANDYS, Pavel. O nezadané propagaci a čtení mezi řádky. Lidové noviny. 2007, 24. 1., s. 16.
- MANDYS, Pavel. Pohádka o muži v letech. Týden. 2007, 5. 3., s. 78.
- MANDYS, Pavel. Čtyřicetiletý kluk s pistolkou. Týden. 2007, 10. 12., s. 88.
- MANDYS, Pavel. Zklamání. Formanův film je jen náhražka opery. Týden.cz. 2009, roč. 7, č. 4. [cit. 2012-03-18]. http://www.tyden.cz/rubriky/kultura/mff-karlovy-vary-2009/zklamani-formanuv-film-je-jen-nahrazka-opery_127694.html.
- MANDYS, Pavel. Romská švanda Týden. 2007, 4. 6., s. 88.
- MANDYS, Pavel. Hodinu nevíš. Týden. 2009, 31. 8., s. 69.

- MERTO VÁ, Michaela. Podivínský svět s urnovým hájem v komoře. *Právo*. 2007, 27. 1., s. 14.
- MÍŠKOVÁ, Věra. To by si Papoušek s Formanem nevymysleli. *Právo*. 2010, 9. 12., s. 13.
- MÍŠKOVÁ, Věra. Jak se Obama postaral o pointu filmu. *Právo*. 2010, 6. 5., s. 13.
- MÍŠKOVÁ, Věra. Žádný sentiment jen spousta citu. *Právo*. 2007, 7. 3., s. 14.
- MÍŠKOVÁ, Věra. Marián Labuda a Bolek Polívka na zájezdu. *Právo*. 2007, 31. 5., s. 9.
- MÍŠKOVÁ, Věra. S Kukym si můžete hrát, a nejen pod peřinou. *Právo*. 2010, 20. 5., s. 14.
- MÍŠKOVÁ, Věra. Retro ve směsi dvou neslučitelných dekad. *Právo*. 2010, 21. 10., s. 13
- MÍŠKOVÁ, Věra. Daniel Landa se řítí filmem Tacho. *Právo*. 2010, 2. 12., s. 3.
- MÍŠKOVÁ, Věra. Filmová rallye se řítí do pekla. *Právo*. 2010, 3. 12., s. 13.
- MÍŠKOVÁ, Věra. S Mamas & Papas je film plný citů a dětí. *Právo*. 2010, 14. 4., s. 16.
- MÍŠKOVÁ, Věra. Příběh, který má jen zdánlivý happy end. *Právo*. 2010, 11. 11., s. 8.
- MÍŠKOVÁ, Věra. Pouta jsou studií psychopatické posedlosti. *Právo*. 2010, 4. 2., s. 17.
- MÍŠKOVÁ, Věra. Jak snít s psychoanalýzou a humorem. *Právo*. 2010, 2. 11., s. 10.
- MÍŠKOVÁ, Věra. Zlatý padák do světa lesku a stínů. *Právo*. 2010, 23. 9., s. 8.
- MÍŠKOVÁ, Věra. Hodinu nevíš – a co dál? *Právo*. 2009, 27. 8., s. 9.
- MÍŠKOVÁ, Věra. Drama s překotným vyvrcholením. *Právo*. 2010, 6. 12., s. 12.
- MÍŠKOVÁ, Věra. Velká zmýlená na cestě k satíře *Právo*. 2009, 1. 10., s. 9.
- MÍŠKOVÁ, Věra. S tebou mě pořád nepřestává bavit svět. *Právo*. 2009, 16. 2., s. 11.
- MÍŠKOVÁ, Věra. Normal. Kdo je vlastně za plotem? *Právo*. 2009, 27. 3., s. 14.
- MÍŠKOVÁ, Věra. 2Bobule - S mafiánem za volantem mezi vinaře. *Právo*. 2009, 22. 10., s. 12.
- MÍŠKOVÁ, Věra. Věčná touha po lásce i po svobodě. *Právo*. 2009, 25. 11., s. 13.
- MOLINA, Jan. Přežít svůj život. *Cinema*. [cit. 2012-03-04] 2010, č. 11. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/38784/prezit-svuj-zivot>.
- MORAVCOVÁ, Tereza. Filmové premiéry: Nominovaný Milk a Cruise s jedním okem. *Týden.cz*. 2009, roč. 2, č. 12. [cit. 2012-03-17]. Dostupné z: http://www.tyden.cz/rubriky/kultura/film/na-co-zajit-do-kina/filmove-premiery-nominovany-milk-a-cruise-s-jednim-okem_104345.html.
- MÖWALD, Jaromír. *Cinema* [online]. 2009, XII [cit. 2012-03-05]. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/32072/kawasakiho-ruze>.
- PEŇÁS, Jiří. Příšera z hlubin. *Lidové noviny*. 2009, 7. 10., s. 8.

- PEŠKA, Ivan. Jedné noci v jednom městě: Recenze v kostce. Premiere [online]. 2007, I [cit. 2012-03-02]. Dostupné z:
http://premiere.maxim.cz/film/52593/jedne_noci_v_jednom_meste.html.
- PREJDOVÁ, Dominika. Pocit, že za oknem prší kamení. Lidové noviny. 2010. 4. 2., s. 8.
- PROCHÁZKA, Michal. Marcela: etuda pro všední den. Právo. 2007, 8. 3., s. 12.
- PROCHÁZKA, Michal. FILM: Formanova procházka je roztomilá. Novinky.cz. Letem filmem. 2009, roč. 7, č. 4. [cit. 2012-03-18]. Dostupné z:
<http://www.novinky.cz/mff-kv-2009/letem-filmem/172926-film-formanova-prochazka-je-roztomila.html>.
- PROKOPOVÁ, Alena. Bobule. Cinema. [cit. 2012-03-04] 2009, č. 10. Dostupné z:
<http://www.cinemamagazine.cz/recenze/18887/bobule>.
- PROKOPOVÁ, Alena. Vratné lahve. Cinema [online]. 2007, č. 3 [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: http://www.cinemamagazine.cz/recenze/8553/vratne_lahve.
- PROKOPOVÁ, Alena. Roming. Cinema [online]. 2007, č. 5 [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/11633/roming>.
- REJŽEK, Jan. Nevratné mládí. Poslední slovo. Lidové noviny. 2007, 15. 3., s. 12.
- REJŽEK, Jan. Vypelichaný medvídek. Lidové noviny. 2007, 13. 9., s. 12.
- RYBÁŘ, Václav. Premiere [online]. 2009, X [cit. 2012-03-05]. Dostupné z:
http://premiere.maxim.cz/clanek/3932/recenze_ulovit_miliardare_.html.
- RYNDA, Vojtěch. Hezké obrázky film nedělají. Lidové noviny. 2009, 26. 3., s. 1.
- RYNDA, Vojtěch. Metodou náhodných zásahů. Lidové noviny. 2010, 23. 9., s. 8.
- RYNDA, Vojtěch. Žít v páru? Moc práce... Lidové noviny. 2010, 9. 12., s. 8.
- RYNDA, Vojtěch. Jména semelou boží mlýny. Lidové noviny. 2009, 27. 8., s. 11.
- RYNDA, Vojtěch. Chápavá anatomie vraha Lidové noviny. 2009, 29. 8., s. 12.
- RYNDA, Vojtěch. Reklama na milou normalizaci. Lidové noviny. 2010, 21. 10., s. 8.
- RYNDA, Vojtěch. Atraktivní i varovná „dávka“. Lidové noviny. 2010, 6. 11., s. 9.
- RYNDA, Vojtěch. Líbáš jako Bůh, ale s lidmi je to lepší. Lidové noviny. 2009, 17. 2., s. 17.
- RYNDA, Vojtěch. Klíček komunisty řeže lacině. Lidové noviny. 2009, 11. 8., s. 8.
- RYNDA, Vojtěch. Miloš Forman se 'prošel' už podruhé. Lidovky.cz. 2009, roč. 7, č. 7. [cit. 2012-03-18]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/milos-forman-se-prosel-uz-podruhe-dlu-/ln_kultura.asp?c=A090707_092120_ln_kultura_jk.
- RYNDA, Vojtěch. Nakládačka od rudé ruky dějin. Lidové noviny. 2009, 26. 11., s. 8.

- RYNDA, Vojtěch. Kawasakiho růže má pořádný trn. Lidové noviny. 2009, 21. 12., s. 9.
- SEDLÁČEK, Jaroslav. Marcela. Cinema [online]. 2007, č. 3 [cit. 2012-03-02].
Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/8560/marcela>.
- SEDLÁČEK, Jaroslav. Medvídek. Cinema [online]. 2007, č. 9 [cit. 2012-03-02]
Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/14192/medvidek>.
- SMUTNÝ, Aleš. Občanský průkaz. Cinema. [cit. 2012-03-04] 2010, č. 10. Dostupné z:
<http://www.cinemamagazine.cz/recenze/38774/obcansky-prukaz>.
- SMUTNÝ, Aleš. Pouta. Cinema. [cit. 2012-03-04] 2010, č. 2. Dostupné z:
<http://www.cinemamagazine.cz/recenze/32921/pouta>.
- SMUTNÝ, Aleš. Román pro muže. Cinema. [cit. 2012-03-04] 2010, č. 9. Dostupné z:
<http://www.cinemamagazine.cz/recenze/38763/roman-pro-muze>.
- SPÁČILOVÁ, Mirka. Kokosy na golfu, jenže bez legrace Mladá fronta DNES. 2009, 5. 8., s. 5.
- SPÁČILOVÁ, Mirka. Novinka Tři chlapi na cestě. Mladá fronta DNES. Scéna - Film. 2007, 26. 5., s. 4.
- SPÁČILOVÁ, Mirka. Ulovit miliardáře se nezdařilo. Mladá fronta DNES. 2009, 29. 9., s. 6.
- SPÁČILOVÁ, Mirka. Pád v přímém přenosu. Mladá fronta DNES. 2010, 20. 2., s. 31
- SPÁČILOVÁ, Mirka. Druhé Bobule uhýbají od vína k pivu. Magazin Víkend DNES. 2009, 17. 10., s. 30.
- SPÁČILOVÁ, Mirka. Roming míří vysoko. Mladá fronta DNES. 2007, 30. 5., s. 4.
- SPÁČILOVÁ, Mirka. Román pro muže, film pro dospělé. Mladá fronta DNES. Víkend Mladé fronty DNES. 2010, 19. 9, s. 28.
- SPÁČILOVÁ, Mirka. Normal se za thriller jen vydává. Mladá fronta DNES. 2009, 26. 3., s. 6.
- SPÁČILOVÁ, Mirka. Domácí krematorium v loutkovém filmu. Mladá fronta DNES. 2007, 18. 1., s. 5.
- SPÁČILOVÁ, Mirka. Líbáš jako Bůh, jenže při zemi. Mladá fronta DNES. Scéna. 2009, 7. 2., s. 22.
- SPÁČILOVÁ, Mirka Z filmu Piko je nám zle. A to je dobře. Mladá fronta DNES. Víkend Mladé fronty DNES. 2010, 6. 11, s. 30.
- SPÁČILOVÁ, Mirka. Václav je divoch, ne sladký Otík. Mladá fronta DNES. Kulturní scéna. 2007, 1. 12., s. 42.

- SPÁČILOVÁ, Mirka. Václav, zase jednou opravdový film. Mladá fronta DNES. 2007, 2. 12., s. 12.
- SPÁČILOVÁ, Mirka. Občanský průkaz: konečně bez idyly. Mladá fronta DNES. Víkend Mladé fronty DNES. 2010, 16. 10., s. 30.
- SPÁČILOVÁ, Mirka. Svěrák, Kuky a jejich velká jízda. Mladá fronta DNES. Magazín Víkend DNES. 2010, 15. 5., s. 28.
- SPÁČILOVÁ, Mirka. Bez amerického radaru se z Českého míru stala fraška. Mladá fronta DNES. 2010, 5. 5., s. 6.
- SPÁČILOVÁ, Mirka. Nový film Alice Nellis nedopadl zle, na její Tajnosti však nemá. Mladá fronta DNES. 2010, 14. 4., s. 5.
- SPÁČILOVÁ, Mirka. Marcela, slzy na pokračování. Mladá fronta DNES. 2007, 6. 3., s. 5.
- SPÁČILOVÁ, Mirka. Závod, v němž Landa hraje a zpívá Mladá fronta DNES. Víkend Mladé fronty DNES. 2010, 27. 11., s. 33.
- SPÁČILOVÁ, Mirka. Příběh Jak Lahve vstaly z popela. Mladá fronta DNES. 2007, 3. 3., s. 3.
- SPÁČILOVÁ, Mirka. Česká trilogie: o sobě a době. Mladá fronta DNES. 2007, 3. 3., s. 3.
- SPÁČILOVÁ, Mirka. Vratné lahve. Lepší Kolja: nahořkle a zblízka. Mladá fronta DNES. Kulturní scéna. 2007, 3. 3., s. 1.
- SPÁČILOVÁ, Mirka. Nebe, peklo a slast bolesti. Od osmnácti let. Mladá fronta DNES. Víkend Mladé fronty DNES. 2010, 7. 8., s. 32.
- SPÁČILOVÁ, Mirka. Mluví váš starosta, plod'te děti, zazní v Nesvatbově. Mladá fronta DNES. 2010, 6. 12., s. 11.
- SPÁČILOVÁ, Mirka. Premiéra Hřebejk v roce Medvídka. Jaký bude? Mladá fronta DNES. Kulturní scéna. 2007, 1. 9., s. 1.
- SPÁČILOVÁ, Mirka. Medvídek Film o kamarádech, s kamarády a pro ně. Mladá fronta DNES. Kulturní scéna. 2007, 1. 9., s. 3.
- SPÁČILOVÁ, Mirka. Procházka jde do kin. Ale film to není. Mladá fronta DNES. 2009, 8. 7., s. 5.
- SPÁČILOVÁ, Mirka. Špatný film Grebeničky neporazí. Mladá fronta DNES. Scéna. 2009, 8. 8., s. 14.
- SPÁČILOVÁ, Mirka. Slušný thriller. I bez reklamy Mladá fronta DNES. Scéna. 2009, 22. 8., s. 12.

- SPÁČILOVÁ, Mirka. Nový Hřebejk: silné téma, slabší film. Magazín Víkend DNES. 2009, 19. 12., s. 31.
- SPÁČILOVÁ, Mirka. Hádek hraje podle Bondyho Mladá fronta DNES. 2009, 19. 11., s. 8.
- SPÁČILOVÁ, Mirka. Konečně film roku. 3 sezóny v pekle. Mladá fronta DNES. Scéna. 2009, 21. 11., s. 27.
- STRÁNSKÝ, Petr. Mamas a Papas. Cinema. [cit. 2012-03-04] 2010, č. 4. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/35446/mamas-a-papas>.
- ŠTINDL, Ondřej. Slunce, seno, rakety a Rumcajsové z Trokavce. Lidové noviny. 2010, 7. 5., s. 13.
- ŠTINDL, Ondřej. Mamas & Papas: Holt taková partnerská peklíčka. Lidovky.cz. 2010, roč. 4, č. 18. [cit. 2012-03-14]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/mamas-papas-holt-takova-partnerska-peklicka-fz3-/ln_kultura.asp?c=A100418_141523_ln_kultura_mev.
- ŠTINDL, Ondřej. Svěrák se ve filmovém Kukym vrací. K loutkám. Lidovky.cz. 2010, roč. 5, č. 20. [cit. 2012-03-14]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/sverak-se-ve-filmovem-kukym-vraci-k-loutkam-fkv-/ln_kultura.asp?c=A100520_112102_ln_kultura_tai.
- ŠTINDL, Ondřej. Řidič, ten tvrdý chleba má. Lidové noviny. 2010, 2. 12., s. 8.
- ŠTINDL, Ondřej. Zle je ve spárech zlého zla. Týden. 2007, 30. 3., s. 68.
- ŠŤASTNÁ, Barbora. Vratné lahve. Premiere [online]. 2007, XII [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: http://premiere.maxim.cz/film/52595/vratne_lahve.html.
- ŠŤASTNÁ, Barbora. Medvídek. Premiere [online]. 2007, IX [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: <http://premiere.maxim.cz/film/54258/medvidek.html>.
- ŠŤASTNÁ, Barbora. Václav. Premiere [online]. 2007, XII [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: <http://premiere.maxim.cz/film/55690/vaclav.html>.
- ŠŤASTNÁ, Barbora. Roming. Premiere [online]. 2007, IX [cit. 2012-03-02]. Dostupné z: <http://premiere.maxim.cz/film/53139/roming.html>.
- TESAŘ, Antonín. Forman natočil dobře placenou, ale bezcennou. Aktuálně.cz. 2009, roč. 7, č. 4. [cit. 2012-03-10]. Dostupné z: <http://aktualne.centrum.cz/kultura/mff-karlovy-vary/clanek.phtml?id=641642>.
- VLASÁK, Zbyněk. Jak chudý Honza díky golfu ke štěstí přišel. Právo. 2009, 6. 8., s. 8.
- VLASÁK, Zbyněk. Jméno téhle růži sedí. Právo. 2009, 17. 12., s. 17.

- VLASÁK, Zbyněk. Nový český film Klíček není dobrý ani jako učební pomůcka. Novinky.cz. 2009, roč. 8, č. 13. [cit. 2012-03-18]. Dostupné z: <http://www.novinky.cz/kultura/176242-novy-cesky-film-klicek-neni-dobry-ani-jako-ucebni-pomucka.html>.
- ŽDÁREK, Pavel. Hodinu nevíš. Cinema [online]. 2009, VIII [cit. 2012-03-05]. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/31057/hodinu-nevis>.
- ŽDÁREK, Pavel. Klíček. Cinema [online]. 2009, VIII [cit. 2012-03-05]. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/31027/klicek>.
- ŽDÁREK, Pavel. Líbáš jako Bůh. Cinema [online]. 2009, II [cit. 2012-03-05]. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/27964/libas-jako-buh>.
- ŽDÁREK, Pavel. Normal. Cinema [online]. 2009, III [cit. 2012-03-05]. Dostupné z: <http://www.cinemamagazine.cz/recenze/29279/normal>.
- Kinopremiéry od 9. července. [online]. 2009, VII [cit. 2012-03-05]. Dostupné z: http://premiere.maxim.cz/clanek/3867/kinopremiery_od_9_cervence.html.
- Český mír. Premiere [online]. 2010, V [cit. 2012-03-05]. Dostupné z: http://premiere.maxim.cz/film/87932/cesky_mir.html.
- Hodinu nevíš. Premiere [online]. 2009, VIII [cit. 2012-03-05]. Dostupné z: http://premiere.maxim.cz/film/70701/hodinu_nevis.html.
- Kuky se vrací. Premiere [online]. 2010, V [cit. 2012-03-05]. Dostupné z: http://premiere.maxim.cz/film/99398/kuky_se_vraci.html.
- Mamas&Papas. Premiere [online]. 2010, IV [cit. 2012-03-05]. Dostupné z: http://premiere.maxim.cz/film/99392/mamas_a_papas.html.
- Normal. Premiere [online]. 2009, III [cit. 2012-03-05]. Dostupné z: <http://premiere.maxim.cz/film/67889/normal.html>.
- Občanský průkaz. Premiere [online]. 2010, X [cit. 2012-03-05]. Dostupné z: <http://premiere.maxim.cz/film/87368/obcansky-prukaz.htm>.
- Pouta. Premiere [online]. 2010, II [cit. 2012-03-05]. Dostupné z: <http://premiere.maxim.cz/film/723079/pouta.htm>.
- Román pro muže. Premiere [online]. 2010, IX [cit. 2012-03-05]. Dostupné z: <http://premiere.maxim.cz/film/723079/roman-pro-muze.htm>.

Sekundární literatura

- BENDO VÁ, Helena. *Omyly kritiky*. In Cinepur, 2004, roč. 13, č. 31, s. 32-34.
- BENJAMIN, Walter. *Umělecké dílo ve věku své technické reprodukovatelnosti*. In. *Dílo a jeho zdroj*. Praha: Odeon, 1979.
- BORDWELL, David; THOMPSONOVÁ, Kristin. *Dějiny filmu: přehled světové kinematografie*. Praha: Akademie múzických umění, 2007.
- BORDWELL, David. *Making Meaning: Interference and Rhetoric in the Interpretation of Cinema*. Cambridge: Harvard, 1991.
- BEČKA, Josef. *Česká stylistika*. Praha: Academia, 1992. 467 s. ISBN 80-200-0020-8.
- BURNS, Lynette Sheridan. *Žurnalistika*. Praha: Portál, 2004. 186 s. ISBN 80-7178-871-6.
- CASETTI, Francesco. *Filmové teorie*. Praha: Akademie múzických umění, 2008. 406 s. ISBN 978-80-7331-143-8.
- CORRIGAN, Timothy. *A Short Guide To Writing About Film*. New York: Longman, 2001. 224 s. ISBN 978-03-2108-114-8
- HALADA, Jan; OSVALDOVÁ, Barbora. *Encyklopedie praktické žurnalistiky amarketingové komunikace*. Praha: Libri, 1999. 256 s. ISBN 80-85983-76-1.
- HENDL, Jan. *Kvalitativní výzkum: základní metody a aplikace*. Praha: Portál, 2005. 407 s. ISBN 80-7367-040-2.
- JIRÁK, Jan. *Média a společnost: stručný úvod do studia médií a mediální komunikace*. Praha: Portál, 2003.
- JOHNOVÁ, Radka. *Marketing kulturního dědictví a umění*. Praha: Grada, 2008. 284 s. ISBN 978-80-247-2724-0.
- KAUFFMAN, Stanley. *Before My Eyes: Film Ctiticism and Comment*. New York: Harper & Row, 1980. 464 s.
- KORDA, Jakub. *Populární filmové časopisy*. In Cinepur, 2004, roč.13, č.31, s. 39.
- L'ETANG, Jacquie. *Public Relations: základní teorie, praxe, kritické přístupy*. Praha: Portál, 2009.
- LINHART, Lubomír. *Osnova a teze přednášky o filmové kritice*. Praha: FAMU, 1963.
- McCOMBS, Maxwell; PROTESS, David. *Agenda Setting (Readings on Media, Public Opinion and Policymaking)*. New York: Routeledge, 1991.
- McNAIR, Brian. *Sociologie žurnalistiky*. Praha: Portál, 2004. 182 s. ISBN 80-7178-840-6.

- MIKEŠ, Jiří. *Reklama – jak dělat reklamu*. Praha: Grada, 2007, 184 s. ISBN 978-80-247-2001-2.
- MONACO, James. *Jak číst film*. Praha: Albatros, 2004.
- MORAVEC, Václav. *Etika a česká média*. In *10 let v českých médiích*. Praha: Portál, 2005. 142 s.
- POSPÍŠIL, Pavel. *Efektivní public relations a media relations*. Praha : Computer Press, 2002. 153 s.
- PTÁČEK, Luboš. *Panorama českého filmu*. Olomouc: Rubico, 2000.
- REIFOVÁ, Irena. (ed.). *Slovník mediální komunikace*. Praha: Portál, 2004.
- RUB-MOHL, Stephan; BAKIČOVÁ, Hana. *Žurnalistika*. Praha: Grada Publishing, 2005.
- SCHULZ, Winfried et al.; REIFOVÁ, Irena (ed.). *Analýza obsahu mediálních sdělení*. Praha: Karolinum, 2005.
- SVOBODA, Václav. *Public relations*. Praha: Grada, 2006. ISBN 80-247-0564-8.
- THOMPSON, Mel. *Přehled etiky*. Praha: Portál, 2004. 167 s. ISBN 80-7178-806-6.
- TUŠER, Andrej. *Ako sa robia noviny*. Bratislava: Sofa, 2003. 219 s. ISBN 80-85752-66-2.
- VYSEKALOVÁ, Jitka. *Psychologie reklamy: nové trendy a poznatky*. Praha: Grada, 2007. 294 s. ISBN 978-80-247-2196-5.

Diplomové práce

- DOBEŠ, Marek. *Filmová kritika a nová doba*. Praha: Karlova univerzita. Fakulta sociálních věd. Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky, 1998. Vedoucí magisterské práce Michal Šobr.
- SLÁDEČEK, Peter. *Hudební recenze - novinářský žánr nebo reklamní prostředek?* Praha: Karlova univerzita. Fakulta sociálních věd. Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra žurnalistiky, 2004. Vedoucí magisterské práce Otakar Šoltys.
- RADVÁKOVÁ, Tereza. *Filmová recenze a mediální partnerství*. Praha: Karlova univerzita, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky, Katedra žurnalistiky, 2010. Vedoucí bakalářské práce Václav Moravec.

ZABLOUDILOVÁ, Táňa. *Filmové premiéry. Soubor recenzí*. Brno: Masarykova univerzita, Fakulta sociálních věd, 2008. Vedoucí bakalářské práce Rudolf Burgr.

Elektronické zdroje

- BRASSÁNYOVÁ, Jana; BRYCHTA, Jan. *Nemáte na kampaň? Zkuste mediální partnerství*. [online]. 2009 [cit.2009-07-12].Dostupné z:
<http://www.strategie.cz/scripts/detail.php?id=457818>
<http://strategie.e15.cz/special/nemate-na-kampan-zkuste-medialni-partnerstvi-410388>.
- ČULÍK, Jan. *Není mediální partnerství vlastně korupce?* [online]. 2010 [cit. 2010-07-03]. Dostupné z: <http://www.blisty.cz/art/14761.html>.
- Etický kodex Mf DNES. a iDNES.cz* [online]. 2010 [cit. 2010-07-03]. Dostupné z: <http://zpravy.idnes.cz/mfdnes.asp?y=mfdnes/eticky-kodex.htm>.
- Etický kodex časopisu Týden* [online]. 1993 [cit. 2009-17-12]. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/74436/ff_m/Prilohy.txt.
- KOTLER, Philip. *Marketing 3.0: from products to customers to the human spirit* [online]. Hoboken, N.J.: John Wiley & Sons, Inc., 2010 [cit. 2012-12-20]. Dostupné z: <http://site.ebrary.com/lib/natl/Doc?id=10381059>.
- POLÁK, Lukáš. *Produkt placement je realitou. Digizone* [online]. 2010 [cit. 2012-12-20]. Dostupné z: <http://www.digizone.cz/clanky/product-placement-je-realitou/>
- Syndikát novinářů České republiky: *Etický kodex. Syndikát novinářů České republiky* [online]. 2008 [cit. 2012-04-25]. Dostupné z: <http://syndikat-novinaru.cz/1/5/36/etika/eticky-kodex>.
- Průměrný prodaný náklad v kusech ověřovaný ABC ČR. *Média a marketing* [online]. 2011[cit. 2012-21-02]. Dostupné z: <http://www.mam.cz>.

Seznam příloh

Příloha č. 1: Přehled sledovaných snímků v letech 2007

Příloha č. 2: Přehled sledovaných snímků v letech 2009

Příloha č. 3: Přehled sledovaných snímků v letech 2010

Příloha č. 4: Zdrojová data výzkumu

Příloha č. 5: Dotazníkové šetření mezi aktivními českými recenzenty – shrnutí odpovědí

Přílohy

Příloha č. 1

Přehled filmů s mediálními partnery - 2007				
Název filmu	Premiéra	Režisér	Mediální partneři	Distributor ČR
Jedné noci v jednom městě	25. 1. 2007	Jan Balej	Právo, Respekt, Týden	Falcon
Marcela	8. 3. 2007	Helena Třeštíková	Reflex, Respekt	Aerofilms
Medvídek	6. 9. 2007	Jan Hřebejk	Mf DNES	Falcon
Roming	31. 5. 2007	Jiří Vejdělek	Právo (Novinky)	Falcon
Václav	6. 12. 2007	Jiří Vejdělek	Právo (Novinky)	Pragofilm/SPI
Vratné lahve	8. 3. 2007	Jan Svěrák	Právo (Novinky)	Falcon

Příloha č. 2

Přehled filmů s mediálními partnery - 2009				
Název filmu	Premiéra	Režisér	Mediální partneři	Distributor ČR
2Bobule	22. 10. 2009	Vlad Lanné	Právo	Bioscop (Magic Box)
3 sezóny v pekle	26. 11. 2009	Tomáš Mašín	Mf DNES	Falcon
Dobře placená procházka	9. 7. 2009	M. Forman, P. Forman	Mf DNES (iDNES)	Falcon
Hodinu nevíš	27. 8. 2009	Dan Svátek	Mf DNES (iDNES)	Bioscop (Magic Box)
Kawasakiho růže	21. 12. 2009	Jan Hřebejk	Právo (Novinky)	Bontonfilm
Klíček	13. 8. 2009	Jan Novák	Týden	Bontonfilm
Líbáš jako Bůh	12. 2. 2009	Marie Poledňáková	Právo	Falcon
Normal	26. 3. 2009	Julius Ševčík	Mf DNES (iDNES)	Bontonfilm
Ulovit miliardáře	1. 10. 2009	Tomáš Vorel	Právo (Novinky)	Bioscop (Magic Box)
Veni, vidi, vici	6. 8. 2009	Pavel Göbl	Mf DNES (iDNES)	SPI

Příloha č. 3

Přehled filmů s mediálními partnery - 2010				
Název filmu	Premiéra	Režisér	Mediální partneři	Distributor ČR
Český mír	6. 5. 2010	F. Remunda, V. Klusák	LN, MfD, Respekt	Bontonfilm
Katka	25. 2. 2010	Helena Třeštíková	Týden	Aerofilms
Kuky se vrací	20. 5. 2010	Jan Svěrák	Mf DNES	Falcon
Mamas&papas	15. 4. 2010	Alice Nelis	Mf DNES (iDNES)	Falcon
Nebe, peklo	12. 8. 2010	David Čálek	Týden	Bontonfilm
Nesvatbov	9. 12. 2010	Erika Hníková	Mf DNES (iDNES)	Cinemart
Občanský průkaz	21. 10. 2010	Ondřej Trojan	Mf DNES	Falcon
Piko	11. 11. 2010	Tomáš Řehořek	Mf DNES	Falcon
Pouta	4. 2. 2010	Radim Špaček	LN, Respekt	Bontonfilm
Přežít svůj život	4. 11. 2010	Jan Švankmajer	Respekt	Bontonfilm
Román pro muže	23. 9. 2010	Tomáš Bařina	Právo (Novinky)	Bontonfilm
Tacho	2. 12. 2010	Mirjam Landová	Právo (Novinky)	Film Europe

Příloha č. 4

Hodnocení filmů v recenzích - 2007					
Název filmu	Právo	Mf DNES	Respekt	Týden	LN
Jedné noci v jednom městě	4 z 5	60	n/a	70	4 z 5
Marcela	5 z 5	60	30	n/a	5 z 5
Medvídek	3 z 5	50	70	70	2 z 5
Roming	4 z 5	70	80	60	3 z 5
Václav	90	70	n/a	70	3 z 5
Vratné lahve	100	80	70	80	4 z 5

Hodnocení filmů v recenzích - 2007				
Název filmu	Aktuálně.cz	Premiere	Cinema	ČSFD
Jedné noci v jednom městě	50	4 z 5	80	62
Marcela	100	4 z 5	100	86
Medvídek	40	4 z 5	80	53
Roming	60	4 z 5	60	51
Václav	60	3 z 5	60	70
Vratné lahve	80	4 z 5	100	76

Hodnocení filmů v recenzích - 2009					
Název filmu	Právo	Mf DNES	Respekt	Týden	LN
2Bobule	60	50	n/a	20	n/a
3 sezóny v pekle	90	80	30	80	4 z 5
Dobře placená procházka	90	60	n/a	50	3 z 5

Hodinu nevíš	40	60	n/a	60	3 z 5
Kawasakiho růže	50	50	80	n/a	4 z 5
Klíček	20	30	n/a	40	2 z 5
Líbáš jako Bůh	80	50	n/a	n/a	2 z 5
Normal	80	50	90	70	2 z 5
Ulovit miliardáře	50	30	20	n/a	0 z 5
Veni, vidi, vici	20	30	10	n/a	1 z 5

Hodnocení filmů v recenzích - 2009				
Název filmu	Aktuálně.cz	Premiere	Cinema	ČSFD
2Bobule	10	60	n/a	49
3 sezóny v pekle	30	n/a	n/a	68
Dobře placená procházka	30	3 z 5	60	64
Hodinu nevíš	60	5 z 5	100	51
Kawasakiho růže	80	n/a	80	73
Klíček	10	n/a	40	12
Líbáš jako Bůh	10	2 z 5	60	45
Normal	100	5 z 5	80	64
Ulovit miliardáře	10	1 z 5	0	22
Veni, vidi, vici	10	n/a	n/a	30

Hodnocení filmů v recenzích - 2010					
Název filmu	Právo	Mf DNES	Respekt	Týden	LN
Český mír	70	50	90	90	70
Katka	n/a	80	n/a	90	60
Kuky se vrací	80	80	n/a	80	100
Mamas&Papás	90	70	60	60	50
Nebe, peklo	n/a	70	n/a	90	100
Nesvatbov	80	60	50	70	80
Občanský průkaz	60	70	60	70	60
Piko	90	60	n/a	40	80
Pouta	80	n/a	100	90	90
Přežít svůj život	80	70	100	90	80
Román pro muže	50	70	50	n/a	50
Tacho	30	60	10	20	20

Hodnocení filmů v recenzích - 2010				
Název filmu	Aktuálně.cz	Premiere	Cinema	ČSFD
Český mír	90	5 z 5	80	69
Katka	80	n/a	80	79
Kuky se vrací	40	3 z 5	n/a	73
Mamas&Papás	20	2 z 5	40	57
Nebe, peklo	50	n/a	n/a	61
Nesvatbov	50	n/a	80	62
Občanský průkaz	70	4 z 5	40	80
Piko	50	n/a	80	67
Pouta	50	3 z 5	80	74
Přežít svůj život	80	n/a	80	70
Román pro muže	60	2 z 5	60	46
Tacho	10	1 z 5	20	46

Příloha č. 5

1) Název periodika/periodik, kam píšete recenze

- A - Cinepur
- B - Cinepur, A2
- C - Cinema, A2, Aktuálně.cz, Hospodářské noviny
- D - Mladá fronta DNES, idnes.cz
- E - Týden, Lidové noviny
- F - Týden, Lidové noviny, Respekt
- G - Právo
- H - Právo
- I - Premiere

2) Jak a podle čeho se rozhodujete, jestli napíšete/nenapíšete recenzi filmu?

- A - Osloví oni mě, nebo já je
- B - V Cinepuru a A2 jsem zpravidla osloven redakcí, abych napsal recenzi na konkrétní film. Nijak zvlášť nerozlišuji mezi českými, zahraničními, autorskými a žánrovými filmy. Vzhledem k tomu, že české filmy mě zaujmou jen málokdy, moc o nich nepíšu; o autorských filmech píšu asi častěji než o žánrovkách, ale je to spíš podvědomá volba založená na mých diváckých zkušenostech a spektru snímků, které mě v minulosti formovaly.
- C - Vzhledem k tomu, že se psaním do značné míry živím, tak prostě podle toho, jestli o ni má zájem nějaké periodikum, s kterým spolupracuji. Samozřejmě, že ve výběru filmu hraje roli jeho význam či předpokládaná kvalita.
- D - O tom, jaké vydáme recenze, se rozhoduje v redakci. Na internetu ale vychází recenze téměř na všechny snímky, které jdou do kin.
- E - Dokud jsem psával do masmédií (Týden), tak tam se mísilo několik hledisek – zda je film atraktivní pro čtenáře, zda je předmětem mediální debaty, zda je v něčem výjimečný. To byla kritéria, která hrála roli při rozhodování vedení redakce o tom, zda daný film recenzovat či nikoliv. Obecně samozřejmě nejraději recenzuji filmy, které mne nějak výrazně osloví – ať již nadchnou nebo rozčílí.

F - Pro konkrétní místo v konkrétním čísle Týdne vybírám film na recenzi hlavně podle dvou kritérií: buď jde o film, který si s ohledem na čtenáře „nemůžeme dovolit“ n recenzovat (blockbustery typu Pitárů z Karibiku, o kterých se mluví a na které se chodí), nebo je to film, který je podle mě velmi (ne)povedený, důležitý nebo jinak zajímavý (v poslední době třeba povedená Železná lady nebo špatné Děti moje).

G - Píšu recenze na všechny české celovečerní hrané filmy, na dokumenty podle toho, jak mně zajímá nebo ho chci doporučit, a na zahraniční filmy výběrově – jednak na ty u kterých lze předpokládat velký zájem publika, jednak když chci naopak na nějaký „malý“ film upozornit.

H -

- dostanu zadání
- film mě velmi zaujal pozitivně
- film mě velmi zaujal negativně

I - Pokud je to očekávaná novinka, nebo mě zaujme kladně či záporně

3) Zasahuje někdy do výběru filmu periodikum, pro které recenzi píšete?

A - Ano

C - Ano, zasahuje, ale ne ve smyslu „musíš napsat to a to“. Tady je samozřejmě situace jiná, pokud jste členem redakce. Já jakožto externista na volné noze prostě oslovuji jednotlivé redaktory s nabídkou, kterou mi buď odsouhlasí nebo napíší, že toto recenzovat nechtějí, případně, že už to někdo píše. A někdy se na mě i sami redaktoři obrazejí s nabídkou.

D - Ano, viz výše

F - Přímo ne, ale samozřejmě předjímám, že některé filmy se prostě recenzovat musejí – třeba právě některé blockbustery, novinky od zavedených českých režisérů atd. Kdybych je nezrecenzoval sám od sebe, nejspíš bych dostal recenzi zadáním.

G - Ne, automaticky se předpokládá, že vím, co mám psát

H - Ano

I - Ano, někdy vedoucí určuje, na které filmy je zapotřebí napsat recenzi – recenzenti se o snímky potom většinou podělí

4) Jaká jsou vaše hodnotící kritéria při posuzování filmů?

A - Formální a obsahová konzistence a původnost.

B - Nemyslím, že mám nějaký jednotný mustr podle kterého bych poměřoval všechny filmy – obecně mě zajímá intenzita emocí nebo myšlenek, které ve mě film vyvolá – a ty může spustit scénář, způsob svícení, herecké obsazení, ale třeba i to, že režisér při realizaci svého záměru nějak selhal. Jedno kritérium mám u autorských filmů – oceňuju filmy, které jsou ochotné vzdávat se dramaturgických a režijních schémat, byť se při tom vystavují nebezpečí, že nebudou srozumitelné. Obecně vždycky vysoce hodnotím filmy, u nichž mám pocit, že mi ukazují něco, co bych si nedokázal představit nebo přiznat (stejný přístup mám ke všem uměleckým projevům – ale u filmů je to při jejich obvyklé stereotypnosti víc vidět).

C - Film je samozřejmě třeba posuzovat v kontextu tvorby daných autorů (režisér, scenárista), pokud je takovýto kontext na místě, dále v rámci nějaké žánrové tradice, kinematografie té které země atd. Obecně se snažím minimalizovat popisy – o čem je děj, jak herci hrají (prakticky nemožné se k tomu kvalifikovaně vyjádřit, přesto o tom stále někdo píše) – a dotknout se jádra filmu, o čem vypovídá, co z něj lze vyčíst nového, jaký pohled přináší na danou problematiku, v čem je to jiný pohled než ty dřívější. Nikdy nepostupuji kumulativním způsobem „za kameru přičteme x %, za herecké výkony tolik a tolik, za režii, za hudbu“, kvalitu dle mého nejhlubšího přesvědčení nelze takto kvantifikovat a počítat. Existuje mnoho filmů, které jsou technicky precizní, přesto vám z jiných, kupříkladu ideologických hledisek přijdou odporné. Stejně tak může být třeba herecký výkon ze strany herce v nějakém smyslu povedený, přesto nevhodný pro danou roli, pro autorův záměr (herec ve vedlejší roli třeba může podat tak dobrý výkon, že zastíní postavy hlavní. Pak je ovšem otázka, jestli to vlastně není špatný, nepřiměřený výkon, jestli to nerozbilo strukturu filmu, jestli se tím nepřetočil důraz na jednotlivé protagonisty atp.).

D - Hodnotím kvalitu samotného scénáře, a to především dějovou linii, potom herecké výkony, vizuální podobu, umělecký dojem i zvládnutí technických parametrů

E - Zda je film v něčem nový, inovativní, originální tématem či zpracováním. Jestli je na něm znát režisérovo zaujetí či zda je to jen řemeslně zručný výrobek. Zda má nějakou vnitřní sílu.

F - Pokud jde o film autorský (takový, jaký mohl natočit jen ten jeden konkrétní tvůrce), posuzuju, jak se podařilo autorovi svou vizi (nebo to, co za ni považuju) převést na plátno. Pokud jde o film žánrový (takový, který se natáčí podle určitých šablon), posuzuju, jak žánrová pravidla dodržuje, nebo naopak porušuje. Dále samozřejmě

hodnotím formální stránku (herce, kameru, střih...), ale to často jen tak „do počtu“, většinou to pro celkové hodnocení filmu není až tak klíčové.

G - Kvality scénáře, režie, hereckých výkonů, pokud je prostor, tak i další složky.

H - Snažím se o objektivní hodnocení v rámci interpretace současného filmového umění. Samozřejmě subjektivní stránka – vkus můj i vkus diváků-přátel se objeví.

I - Herecké výkony, dějová souvislost, originalita, předchozí práce režiséra

5) Jak postupujete při psaní recenze?

A - Rétoricky a pragmaticky. Rozlišuji, zda film bude mít diváky, nebo je bude hledat. Pokud je divácký, hledám ono místo rezonance s diváky, čím je oslovuje a to se snažím divákům ozřejmit. U kvalitních artových a experimentálních filmů se snažím přesvědčit diváka, aby jim věnoval pozornost, snažím se vypíchnout, čím jsou významné v dějinách kinematografie a společnosti.

B - Ideální stav: bezprostředně shlédnutí filmu si dělám poznámky o aspektech, které mě na filmu zaujaly (většinou jde o formální věci a způsob režie, méně o konstrukci zápletky). Pak to nechám dva, tři dny uležet a mezi tím promýšlím, co mě na tom filmu zaujalo/znechutilo atd. a jak to souvisí se způsobem, jakým je natočen. Když mám základní nápad začnu psát – samotná linie argumentace většinou vznikne až v průběhu psaní a dost často se od původního impulzu změní. (Někdy se změní i hodnocení – dost často se mi stává, že se mi film začne v průběhu psaní líbit.) No, a pak to dopíšu.

C - Většinou mám v hrubých obrysech rozmyšleno, co napsat (v hlavě, už jen opravdu výjimečně si dělám poznámky) a pustím se do toho. Žádné osnovy, byť tím netvrdím, že to je nejlepší způsob práce. Já si vcelku věřím a spoléhám na intuici. Tento přístup skýtá nebezpečí, že něco opomenete (paměť je děravá), ale zase se tak možná vyhnete neživotným prefabrikátům.

D - Podívám se na film, zjistím o něm všechny dostupné informace, přečtu si recenze kolegů

E - Zrekapituluji si hlavní motivy své recenze, tj. hlavní přednosti a zápory snímku, a pustím se do psaní. Pak čtu a přepisuji.

F - Při sledování filmu si dělám velmi pečlivé poznámky. Potom si k filmu přečtu výběr z dostupných informací, pokud je neznám dopředu – když je pro mě jméno režiséra nové, dohledám si, co dělal dříve, když film vznikal komplikovaně, tak proč, atd. Před samotným psáním si projdu poznámky a vytvořím si stručnou osnovu: od čeho začít, čím je ten film výrazný nebo zajímavý (silný příběh, herecké výkony, problematické

poselství, dílčí technické složky), a samozřejmě jak skončit. Samotné psaní už pak jde dost samo.

G - Zapnu počítač a píšu

H - Stejně jako při psaní jakékoliv kritické stati.

I - Většinou co nejdříve po návštěvě filmu zapíšu svoje první poznatky, potom prostuduji materiály, které jsou o filmu dostupné, a recenzi přepracuju

6) Co všechno potřebujete o filmu vědět?

A - Ideálně nic konkrétního a jen všeobecný kulturní rozhled. Vědět, jak co vznikalo, sice rozšiřuje povědomí o díle, ale zároveň často neopovídá na otázky, které film vyvolává. S všeobecným rozhledem mnohem lépe zjistíte a pojmenujete, proč film rezonuje s diváky a dobou.

B - Základní informace (režisér, kameraman, autor hudby, casting...) mi většinou stačí. Další informace obvykle dohledávám, jen když je potřebuju pro svou argumentaci – souvisí-li třeba vyznění filmu s hereckou nebo osobní minulostí představitele hlavní role atd. Jsem rád, když znám předchozí režisérovy filmy, ale nepovažuji to za nezbytnou podmínku.

C - U kritiky do odbornějšího periodika a v případě art filmu uznávaného tvůrce samozřejmě je vhodné znát předchozí autorovu tvorbu, obvykle pročítám rozhovory, případně zahraniční recenze, u větších textů případně i eseje či monografie o daných tvůrcích. V případě žánrového filmu je dobré vyznat se v historii žánru. V případě menších recenzí na průměrné filmy není třeba mnohdy znát nic, stačí artikulovat jasný názor

D - Viz výše

E - Co nejvíc

F - Záleží to film od filmu. O některých se dozvídám věci předem (třeba píšu reportáž z natáčení), něco se můžu dozvědět na tiskové konferenci, jiné věci si aktivně dohledám (třeba u díla, které mě mimořádně zasáhne, nebo u novinky svého oblíbeného režiséra). Základním pravidlem tu je, že každý film si o „své“ informace řekne sám: když mi něco neštymuje, začnu se po tom pít, ale když jde o standardní řemeslo, není co zjišťovat.

G - Potřebuji ho vidět

H - Potřebuji film vidět!!! Znat kontext kinematografie světové i kinematografie národní, odkud film pochází, dále vědět co nejvíce o autorech filmu (režie, scénář,

kamera...) a případně okolnostech proč a jak byl natočen – motivace k natočení právě tohoto filmu.

I - Hlavní tvůrce, jak film vznikal, zajímám se o rozpočet filmu, nejdůležitější je ale můj vlastní dojem

7) Zjišťujete si i hodnocení jiných odborníků, nebo se řídíte výhradně svým názorem? Kde jsou podle Vás hranice subjektivity recenzenta?

A - Je těžké zůstat nezávislý na názoru ostatních a být takřkající panenský kritik. Mě se to stalo jen jednou. Film 80 dopisů jsem viděl sám a neznal nikoho, kdo by ho v té chvíli viděl. Psal jsem tedy recenzi sám za sebe a cítil jsem ten risk, tu nemožnost se schovat za něčí názor, zajímavá zkušenost. Subjektivita je mazána bohatou diváckou zkušeností, znalostmi a věrností určitým kritickým principům. Nelze film hodnotit podle objektivních měřítek, protože pak většinou kritika nefunguje jako literární výtvar. Do kritiky se musí osobnost pisatele promítnout, jinak nebude mít požadované literární vlastnosti.

B - Zjišťuji si názor lidí, jejichž recenze čtu rád – nezajímá mě ale jejich hodnocení, ale způsob, jakým k filmu přistoupili a z jakého hlediska jej hodnotili. Pokud jde o hranice subjektivity, nejsem si jistý jestli rozumím. Ale obecně – podle mě je v psaní dovoleno cokoli, pokud je výsledkem inspirativní text a pokud jeho autor dokáže vysvětlit, jak to o čem píše souvisí s posuzovaným filmem. Pokud těchto výsledků dosáhne tím, že v rámci recenze popíše svou včerejší večeři, proč ne?

C - Prakticky vždy čtu zahraniční recenze, snažím se je ale číst až po zhlednutí filmu, abych jimi nebyl příliš ovlivněn. Důvody jsou několikeré. Jednak se svým psaní snažím vymezovat proti tomu, jak se o díle referuje jinde/obecně, a pak samozřejmě jde o úhly pohledu, které mohou ten váš obohatit, pakliže nepřekročíte hranici opisování či plagiátorství, obohatí výsledek i čtenáře. K druhé části: je třeba důrazně říci, že nic jako objektivita v umělecké kritice neexistuje. Dnešní teoretici či esteticci dávno opustili teorie, které se to snaží tvrdit. Jde bohužel o zakořeněný mýtus našich médií – že se čtenář dozví, jaký ten film objektivně je. Recenze je kvalifikovaný názor, názor konkrétního člověka. A čím je subjektivnější, tím je vlastně hodnotnější, protože jedinečný. Každý by měl toužit po nalezení úhlu pohledu, z něhož dané dílo zatím nikdo nehodnotil. Samozřejmě ne každá interpretace je stejně platná či lépe řečeno stejně funkční. Hrozí samozřejmě nebezpečí, že vaše čtení filmu bud příliš ovlivněno osobní zkušeností, připomene vám něco, co mělo vliv na váš život, náhled na svět, budete pak

např. dané téma vnímat intenzivněji, než jak ve filmu vystupuje. Ale tomu se nelze vyhnout. Je prostě třeba zvažovat, zda optika, kterou na dílo hledím, může být přínosná i pro čtenáře, zda jde o pohled, s kterým se někdo může ztotožnit. Kvalitní dílo obvykle neosloví tolik diváků jako průměrné, a nejspíš to platí i u publicistického textu.

D - Ano, zjišťuji. Každá recenze je výhradně subjektivní, subjektivitu místy smazává pouze věrnost zaběhnutým šablonám žánru recenze.

E - Recenze je vždycky subjektivní. Recenze ostatních se snažím nečíst před napsáním vlastní. Ale občas samozřejmě porovnávám, zda si nějaký kolega nevšiml něčeho, co jsem ve filmu sám nepostřehl

F - Řekněme, že si hodnocení jiných odborníků „ověřuju“, monitoruju je: dost často dopředu tuším, jaká budou, a tak to je spíš jen taková hra na to, jak jsem se trefil. Hodnoceními ostatních se řídím jen minimálně, a to spíš v negativním smyslu: čím víc se liší od mých názorů, tím spíš se v nich utvrdím.

Hranice subjektivity jsou dost nejasné, to by bylo na dlouho. Jisté je, že žádná, opravdu žádná recenze nemůže být objektivní: subjektivita je v samotné definici žánru recenze. Na druhou stranu se recenzent nesmí úplně nechat unést jen svými dojmy, musí mít o objektivní realitě nějaký přehled: musí dokázat film zasadit do žánrového kontextu, do dějin kinematografie, do rámce díla toho kterého režiséra, umět ho srovnat s jemu podobnými...

G - Nezjišťuji, řídím se vlastním názorem

H - Řídím se svým názorem. Vyšla-li už nějaká recenze, přečtu si ji.

I - Recenze je čistě subjektivní, i když se snažím mimo jiné podávat i objektivní informace, můj soud je můj subjektivní názor, jiné recenze čtu až ve chvíli, kdy napíšu tu svoji

8) Co má podle vás v recenzi výpovědní hodnotu pro čtenáře?

A - Schopnost pojmenovat jeho filmovou zkušenost, případně dovést ho k novému náhledu na svoji diváckou zkušenost.

B - Víím, co má hodnotu pro mě, jako čtenáře – pokud mi recenze otevře nějakou novou perspektivu na posuzovaný film a donutí mě o něm přemýšlet (pak mám většinou i chuť takový film vidět). Podle toho se snažím psát i svoje texty.

C - Měla by obsahovat názor, nějak vyargumentovaný, byť argumenty mohou být metaforické, analogické apod. nemusí nutně jít o nějakou analýzu, lze psát esejisticky. Mnoho čtenářů vyžaduje dlouhý popis děje a zhodnocení hereckých výkonů. Upřímně

nechápu, k čemu jim to je dobré. Když si přečtu, že výkon George Clooneyho byl subtilní či civilní, nedozvím se nic, jediné co vidím, je recenzent, který hmatá do slovníků adjektiv dostatečně abstraktních na to, aby nic nesdělila. (samozřejmě může být dobré při popisu celku zasadit do daného kontextu i herecké či režijní pojetí postav, ale pouze, má-li to smysl a váš text to nějak obohatí.)

D - Recenze je dobrá, pokud se na jejím základě umí čtenář rozhodnout, jestli na film půjde do kina

E - Když ji píše autor obeznámený s kontextem filmu, s dějinami světové kinematografie a když recenzi píše nezaťatě.

F - Největší výpovědní hodnotu recenze má, když čtenář jejího autora sleduje dlouhodobě a zná jeho vkus. Potom se podle něj může řídit jako podle kompasu v mnoha ohledech: v jednoduchém smyslu typu „když se mu ten film nelíbil, mně se líbit bude“, ve složitějších konstrukcích typu „nelíbil se mu, ale vím, že nemá rád horory a já je rád mám, tak se mi líbit může“, nebo i ve složitějších konstrukcích. Dlouhodobý vkus, integrita hodnocení, jsou jedním z nejdůležitějších nástrojů recenzenta.

G - Když z ní pochopí, jestli mu stojí zato si koupit lístek do kina peníze – to znamená, že si udělá obrázek o tom, co je to za film, a jestli on osobně stojí o to ho vidět.

H - Myslím, že je důležité, o jakého čtenáře se jedná.

I - Základní obsazení, které naláká i laiky, čtenář se obvykle ztotožní s určitým recenzentem, který má podobný vkus a tomu potom věří

9) Stalo se vám, že se někdo snažil ovlivnit vaše hodnocení (například periodikum, tvůrci filmu...)? Popište, prosím, případně danou situaci.

A - Stane se i u artových filmů, ale vždy to bylo jen ve slušném náznaku.

B - Jednou se mi stalo, že jsem bez nátlaku a čistě ze sympatií k tvůrcům a jejich přístupu k tvorbě napsal na jejich snímek pozitivnější recenzi, než si ten film zaslouhoval. Dodneška na to mám nepříjemné vzpomínky a snažím se, abych to už nikdy neudělal.

C - V jednom nejmenovaném periodiku, vycházejícím zdarma a tudíž živeném z reklamy, byl kupříkladu požadavek, že snímek, který je na titulní stránce, by neměl dostat méně než tři hvězdičky z pěti. V samotné recenzi však mohlo být napsáno cokoli a případnou kritiku nikdo neumenšoval. Ale toto se podle mého zas tolik neděje. Spíš mají sami někteří recenzenti tendenci nadhodnocovat české filmy, protože znají tvůrce, je jim blbě s nimi po tiskové projekci pít kafe a pak je kritizovat apod. Horší je obecný trend, podle kterého se vybírají díla vhodná k recenzi. Obzvláště v denících platí

mnohdy podivná kritéria. Kupříkladu nerecenzovat filmy, které nejsou dobré, buď vůbec, nebo jim nedávat jim tolik prostoru. Po hrůzách v ekonomické rubrice si přeci čtenář chce oddechnut. Prostor pro kritiku jakožto dialog, pro kritiku, která chce třeba zkoumat, kde doposud uznávaný tvůrce udělal chybu, zkrátka dělat to, k čemu by měla sloužit, pak mizí.

D - Ano, např. některé filmy nelze hodnotit výhradně záporně

E - Občas se tvůrci snaží recenzenty „vést“ tak, aby chápali jejich tvůrčí záměr. Na tiskových konferencích, v osobních rozhovorech. Konkrétní případ si nepamatuji. Zatím se mi nestalo, že by mne nějaký režisér nebo producent prosili či nějak jinak (úplatkem) přesvědčovali, abych o nich napsal co nejlépe.

F - Přímo ne: nikdo ke mně nikdy nepřišel a neřekl mi „tenhle film pochval“. Nepřímo to je složitější: filmaři se v naší malé zemi s recenzenty znají, recenzenti některé z nich mají rádi a pak je zatěžko napsat, že kamarádovi se film tentokrát moc nepovedl. Ale to je prostě riziko povolání a já s ním problém nemám: při recenzování se osobními vztahy neřídím.

G - Ne

H - Ano – musela jsem psát recenzi i na film, o který jsem vůbec nestála – průměr průměrů (konkrétně Líbáš jako Bůh) - nebyl zajímavý ani pozitivně ani negativně, byl zde ale požadavek, že bychom o něm měli psát...

I - Ano, často, ale nenechávám se ovlivňovat