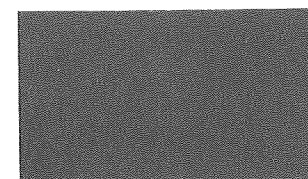
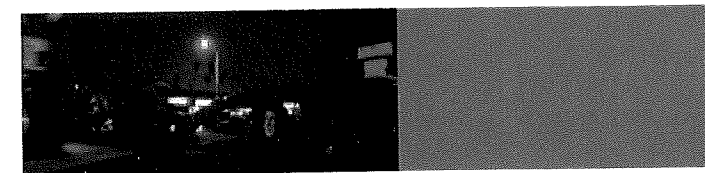
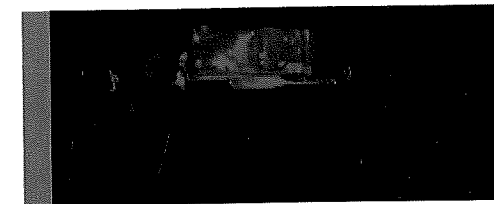
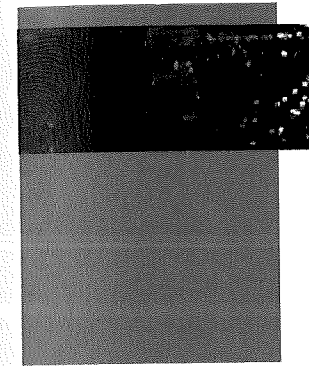


část I

Filmové umění a natáčení filmu



Film je mladé médium – alespoň ve srovnání s médii jinými. Malířství, literatura, tanec a divadlo existují tisíce let, ale film pouze něco více než sto let. Nicméně i během tak krátké doby se z tohoto nováčka stala vitální a vlivná umělecká forma.

A právě filmem jako uměleckou formou se zabýváme v této knize. Následující kapitoly ukazují, jak tvůrci využívali film k předávání zkušeností, které jsou pro nás cenné. Budeme zkoumat principy a postupy, jež filmu umožnily vyprávět příběhy, vyjadřovat emoce a podněcovat myšlenky.

Avšak toto umění má jisté neobvyklé rysy, na něž bychom měli upozornit předem. Daleko více než většina jiných umění je film závislý na složité technice. Bez přístrojů by se filmy nepohybovaly a filmaři by je neměli čím natáčet. Navíc filmové umění obvykle vyžaduje spolupráci mnoha lidí, kteří se řídí prověřenou pracovní rutinou. Filmy jsou totiž nejenom tvořeny, ale i vyráběny. A co je neméně důležité – jsou pevně spjaty se společenským a ekonomickým kontextem. Filmy se distribuují a promítají pro publikum a bez peněz se prostě v žádné fázi neobejdou.

Kapitola 1 shrnuje všechny zmíněné aspekty procesu filmování. Začneme obecnou úvahou o filmovém umění a podíváme se na jeden film, který dokazuje, jak obratné a efektivní může toto umění být. Dále se tato kapitola zabývá technikou, pracovními postupy a obchodní stránkou kinematografie. Film jako umění je všemi těmito součástmi ovlivňován a spoluvytvářen.

kapitola 1

Film jako umění: Tvořivost, technika a byznys

Filmy jsou natolik součástí našeho života, že je těžké si představit svět bez nich. Těšíme se z nich v kinech, domovech, kancelářích, autech, autobusech i letadlech. Nosíme je s sebou v našich laptotech a iPodech. Stiskneme tlačítko a přístroje vykouzlí film pro naši radost.

Už více než sto let se snažíme pochopit, proč nás toto médium tak přitahuje. Filmy zprostředkovávají informace či myšlenky a ukazují nám místa a způsoby života, které bychom asi jinak neznali. Ačkoliv i to je důležité, jde tu přece jen o něco jiného. Filmy nám nabízejí způsoby vidění a cítění, které nás velmi uspokojují. Zprostředkovávají nám zážitky, které jsou často spojeny s příběhem a s postavami, o něž se začneme zajímat, ale filmy mohou také rozvíjet myšlenku nebo zkoumat vizuální kvality a zvukové možnosti. S filmem se vydáváme na cestu, jež nám nabízí určitým způsobem uspořádaný zážitek, který podněcuje naši mysl a emoce.

To se ale neděje jen tak mimochodem. Filmy jsou *vytvořeny* tak, aby ovlivňovaly diváky. Koncem 19. století se film zrodil jako veřejná zábava. Uspěl, protože odpovídal požadavkům a touhám širokého publika po něčem novém. Veškeré tehdy známé zvyklosti – vyprávění fiktivního příběhu, zaznamenávání skutečných událostí, animování objektů nebo obrázků, experimentování se samotnou formou – nabízely divákům zážitky, které jim jiná média nemohla poskytnout. Filmoví tvůrci zjistili, že mohou kontrolovat aspekty kinematografie a poskytnout publiku zážitky ještě bohatší a přitažlivější. Učili se jeden od druhého,

rozdvíjeli a vylepšovali dostupné možnosti a získávali schopnosti, které vytvořily základ filmu jako umělecké formy.

Poněvadž jsou začátky kinematografie svázány s širokým publikem, je jasné, že nějaké obecně sdílené představy nám v pochopení filmu moc nepomohou. Vezměme si rozdíl mezi *uměním* a *zábavou*. Někteří by řekli, že blockbustery, které se hrají v multiplexu, jsou pouhou „zábavou“, zatímco filmy pro užší publikum – třeba repertoár festivalů nebo nezávislé a experimentální filmy – jsou opravdovým uměním. Obvykle s sebou toto rozdělování na umění a zábavu nese sotva skrývané hodnocení: umění je intelektuální, zatímco zábava je povrchní. Jenže tak jednoduché to vůbec není. Jak jsme právě uvedli, mnohé kinematografické umělecké prostředky byly objeveny filmaři, kteří natáčeli právě pro široké publikum. Například v desátých a dvacátých letech minulého století mnoho filmů zamýšlených jako čirá zábava objevilo nové možnosti filmového stíhu. A k hodnotícím kritériím: je jasné, že lidová tradice může vyživovat umění vysoké kvality. Shakespeare a Dickens psali pro široké publikum a většina nejlepší hudby 20. století včetně jazzu a blues vychází z lidové tradice. Kinematografie je umění, protože nabízí filmařům možnosti, jak zprostředkovat divákům zážitky, které lze považovat za hodnotné i bez ohledu na jejich původ. Filmy pro široké i vybrané publikum náleží do tohoto velmi rozsáhlého umění, kterému říkáme *kinematografie*.

Někdy také chápeme film jako *umění* jakožto protiklad k filmu jako *byznysu*. Toto dělení má hodně společného s otázkou zábavy, jelikož je to právě zábava, co je obvykle masovému publiku prodáváno. Nicméně ve většině moderních společností se žádné umění nemůže zcela vymanit z ekonomických osidel. Vydavatelé publikují dobré, špatné nebo nanicovaté romány, protože očekávají, že je prodají. Malíři doufají, že sběratelé a muzea budou mít o jejich práci zájem. Pravda, některá umělecká díla jsou podporována soukromými dary či daňovými úlevami, ale i tak umělec

figuruje ve finanční transakci. Filmy nejsou jiné. Některé z nich vznikají s nadějí, že spotřebitel zaplatí, aby je viděl. Jiné jsou podporovány ze soukromých zdrojů (investor nebo organizace chtějí vidět hotový film) či veřejných prostředků (filmové projekty se obvykle těší bohaté podpoře například ve Francii). I když se rozhodnete natočit svůj vlastní film na digitální kameru, musíte se vypořádat s tím, jak ho zaplatit – a možná i doufáte, že si za investovaný čas a námahu alespoň něco vyděláte.

Uvažování o penězích ale nečiní umělce nezbytně méně tvořivým nebo projekt méně hodnotným – a to je důležité si uvědomit. Peníze mohou zkorumpovat jakýkoli byznys (vzpomeňte si na politiku), ale také nemusí. V Itálii v období renesance byli malíři pověřeni katolickou církví, aby zpodobnili scény z bible. Michelangelo a Leonardo da Vinci byli na práci najatí, ale sotva bychom mohli tvrdit, že to ublížilo jejich mistrovství.

■ V této knize proto nebudeme předpokládat, že se filmové umění a zábava vylučují. Nebudeme však tvrdit ani opak – že jediné hollywoodská masová produkce si zaslouží naši pozornost. Nemyslíme si, že by filmové umění čnělo nad komerčními zájmy, ale ani se nedomníváme, že by peníze všechno řídily. Jakákoli umělecká forma totiž nabízí široké možnosti tvorby. Předpokládáme tedy, že film jako umění nabízí zážitky, které jsou pro diváky smysluplné – zábavné, provokativní, matoucí nebo strhující. Ale jak to ty filmy dělají?

Abychom na tuto otázku odpověděli, vrátíme se o krok zpět a budeme se ptát: „Odkud filmy pocházejí?“ Jednoduše řečeno, ze tří zdrojů. Z představitosti a náročné práce filmařů, kteří je vytvářejí. Z neobyčejně dokonalého soukolí strojů, které obrazy zachycují a promítají. A pak také pocházejí od společností a od jednotlivců, kteří filmaře a veškerou techniku platí. Tato kapitola prozkoumává umělecké, technické a obchodní aspekty vzniku filmu.

Umělecká rozhodování při natáčení filmu

Ve filmu *Americká noc* (*La Nuit américaine*, 1973) hraje francouzský filmař François Truffaut režiséra, který natáčí film s názvem „Představuji vám Pamelu“. Členové štábu mu přivážejí auta, přinášejí návrhy kulis, paruky a rekvizity pistolí a my slyšíme jeho hlas, který říká: „Kdo je to režisér? Režisér je člověk, kterému neustále kladou otázky, které se týkají absolutně všeho.“

Natáčení filmu můžeme chápat jako dlouhý proces rozhodování, a to nejenom režiséra, ale všech odborníků, kteří pracují v jeho týmu. K prvním rozhodováním dochází, když se píše scénář a vytvářejí se jednotlivé prvky. Další jsou na pořadu každého dne natáčení, zejména když se vyskytnou nečekané problémy nebo neočekávané příležitosti. A pokračují až do momentu, kdy režisér odsouhlasí poslední záběr filmu. Tato rozhodnutí mohou být velice důležitá, například kdo bude hrát hlavní roli, anebo taky zcela triviální, třeba jaký knoflíček vypadá na kostýmu nejlépe.

Naprostá většina rozhodnutí však ovlivňuje to, co na plátně vidíme a slyšíme. Filmaři činí umělecké volby. Jaké osvětlení zdůrazní atmosféru milostné scény? Pokud se na věc podíváme s ohledem na vyprávěný příběh, bylo by lepší nechat publikum proniknout do mysli hlavní postavy, nebo ji raději zahalíme tajemstvím? Jak nejušporněji a nejsrozumitelněji na začátku scény informovat publikum o čase a místě děje? Co je napínavější – ukázat výbuch, nebo ho jen nechat zaznít mimo obraz? Všechna tato rozhodnutí pak vedou ke konečné podobě filmu.

Někdy je třeba rozhodovat o ekonomické stránce výroby. Jak by se dalo ušetřit? Které z naplánovaných zvláštních efektů, na něž se sotva sehnaly peníze, jsou nejdůležitější a nezbytné? Tato rozhodnutí rovněž ovlivňují, co ve výsledném filmu nakonec uvidíme a uslyšíme. Jindy je třeba dělat rozhodnutí praktická, jež podobu filmu neovlivní, například kde najít zásuvky na světla, když je film natáčen v lokacích.

V této knize se budeme zabývat dvěma aspekty umění filmu: formou a stylem.

Forma je souhrn všech částí filmu, které jsou pospojovány a utvářeny na základě vzorců jako opakování a variace, dějové linie nebo rysy postav (kapitoly 2 a 3). **Styl** je způsob, jakým film využívá natáčecí postupy. Můžeme ho rozčlenit do čtyř oblastí: 1. mizanscéna neboli uspořádání natáčených lidí, míst a objektů (kapitola 4), 2. práce kamery a dalších strojů k zachycení obrazu a zvuku (kapitola 5), 3. střih neboli pospojování jednotlivých záběrů (kapitola 6) a 4. zvuk čili hlasy, ruchy a hudba, které se míchají do zvukové stopy filmu (kapitola 7). Budeme se zabývat tím, jak lze těchto postupů využívat a jak spoluvytvářejí filmy, které nás baví, informují a uchvacují naši představivost.

Když vidíme nějaký film poprvé, nevíme nic o tom, jak se tvůrci během jeho výroby rozhodovali, a ani na to nemyslíme. Do nedávné doby většina diváků neměla žádnou šanci dozvědět se něco o výrobě konkrétního filmu. Dnes ale bonusy na DVD často nabízejí „film o filmu“ a komentáře tvůrců. Na internetu je zase o výrobě určitého filmu k dispozici množství úryvků, článků a rozhovorů. Pojďme se podívat na to, jak vedou filmařovy volby k uměleckému výsledku, na příkladu výroby jednoho filmu.

Jak vidět v noci: umělecké volby při natáčení filmu *Collateral*

Film Michaela Manna *Collateral* byl uveden v roce 2004. Je to vizuálně nádherný psychologický kriminální thriller. Odehrává se v Los Angeles a seznamuje nás se záhadným Vincentem (Tom Cruise), který si najme taxikáře Maxe (Jamie Foxx), aby ho během noci dovezl na několik schůzek. Jakmile Max pochopí, že tyto „schůzky“ jsou jen sérií vražd, chce se z domluvy vyvléct a snaží se uniknout. Vincent ho však v nechtěné roli řidiče, jenž mu pomáhá opouštět místa činu, donutí pokračovat. V průběhu večera se muži pohádají a postupně jeden druhého přimějí připustit si své nedostatky.

Mann a jeho štáb udělali během natáčení filmu *Collateral* tisíce voleb. Nyní se podíváme na pět z nich, které byly dosti důležité: jednu, která ovlivnila formu filmu, a čtyři, jež měly vliv na následující stylistické kategorie – mizanscénu, práci kamery, střih a zvuk.

Původně se měl *Collateral* podle scenáristy Stuarta Beattieho odehrávat v New Yorku. Max byl v této verzi vylíčen jako ztroskotanec, který se ve svém taxi skrývá před světem a ze života nemá nic. Vincent ho měl tak dlouho popichovat a připomínat mu jeho nezmary, až by Maxovi došla trpělivost a vzepřel se mu. Jakmile se Mann stal režisérem tohoto filmu, mnoho na něm změnil. Děj se přesunul do Los Angeles a Max se ze ztroskotance stal spíše klidným a inteligentním mužem, který si vystačí s pozorováním okolního světa zpoza volantu a s kontakty se svými pasažéry. Své plány na vlastní podnikání s pronájemem limuzín donekonečna odkládá. Z větší části se příběh točí kolem interakce mezi Vincentem a Maxem, takže Mannovo rozhodnutí změnit Maxovu povahu pozměnilo též podstatu konfliktu mezi postavami. Jejich vztah komplikují chvílky zdráhavého vzájemného respektu, a dokonce snad i známky vznikajícího přátelství. S tímto zajímavějším Maxem pak po většinu filmu sdílíme hledisko. I když je to u filmu o profesionálním zabijákovi neobvyklé, nevidíme první vraždu – místo toho zůstáváme s Maxem v taxi až do šokující chvíle, kdy na jeho kapotu dopadne mrtvé tělo.

Přesunutí děje do Los Angeles značně ovlivnilo mnohé aspekty filmového stylu. Manna na scénáři přitahovalo mimo jiné to, že se příběh náhodného protnutí osudů odehrává takřka výhradně v noci, v čase od 18.04 do 4.20 hodin. Chtěl ukázat působivou losangeleskou noc, kdy mraky a snášejší se mlha odrážejí umělé osvětlení města zpět do rozlehlé spleti ulic na nekonečné rovině. Jak říká Paul Cameron, jeden z kameramanů: „Cílem bylo udělat z nočního L. A. stejně důležitou postavu, jako byli Vincent s Maxem.“

s.
24–25

Umělecká
rozhodování
při natáčení
filmu

kapitola 1
Film
jako umění:
Tvořivost,
technika
a byznys

část I
Filmové
umění
a natáčení
filmu

■ Filmové umění se objevuje na mnoha místech a v různých obdobích. Naši osobní výpověď, proč považujeme za důležité sledovat i jiné než současné barevné filmy v angličtině, najdete v článku „Subtitles 101“. www.davidbordwell.net/blog/?p=361

Šlo o hlavní volbu, která výrazně ovlivnila vzhled filmu. Mann odmítl použít více umělého osvětlení, než bylo nezbytně nutné. Spoléhal na už tak silné osvětlení z pouličních lamp, neonových nápisů, světel aut a z dalších světelných zdrojů v lokacích, kde se film natáčel. Aby dosáhl tajemné atmosféry, přišel režisérův tým s převratnou kombinací různých technik.

Vysoké rozlišení obrazu (*high-definition cinematography*) Ačkoli třetí část knihy se bude zprvu zabývat mizanscénou, tady začneme prací kamery. Je tomu tak proto, že jistá rozhodnutí ohledně snímání filmu *Collateral* byla naprosto klíčová pro jeho konečnou podobu a také určila mnohé další volby.

Několik desetiletí využívaly tradiční hollywoodské produkce kamery s cívkami klasického filmu. Při nočním natáčení záběrů v exteriérech osvětlovalo lokaci množství speciálních bodových a plošných světel natolik dostatečně, aby mohla být zaznamenána na filmový materiál. Když bylo světla málo, ztrácely se ve tmě postavy a předměty nacházející se v méně osvětlených částech.

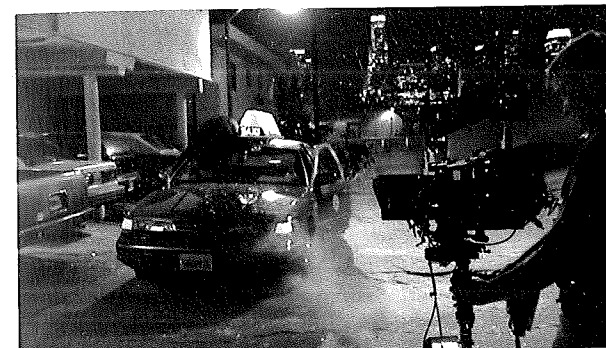
Mann a jeho kameramani se rozhodli, že významnou část filmu *Collateral* natočí na nedávno vyvinuté digitální kamery s vysokým rozlišením. S těmito kamerami se dalo pracovat i v lokacích s užitím minimálního, či dokonce žádného dalšího světelného zdroje 1.1. Dokázali též zachytit a předat specifickou noční atmosféru Los Angeles. Jak říká Mann: „Filmový materiál nedokáže zaznamenat, co naše oči v noci vidí. Proto jsem se rozhodl natáčet na digitální kameru s vysokým rozlišením – abych viděl v noci a abych viděl vše, co může spatřit lidské oko, a nejen to. Vnímáte tu ponuru krajiny s kopci a stromy i podivné osvětlení... A já jsem chtěl, aby se právě tímhle světem Vincent s Maxem proplétali.“ Kameraman Dion Beebe se rozplýval: „Největší výhodou tohoto formátu je jeho neskutečná citlivost na světlo. Mohli jsme natáčet v nočním Los Angeles a klidně vidět siluety palem na pozadí noční oblohy, což bylo velice vzrušující.“ 1.2

Filmaři prověřili možnosti digitální kamery v jedné obzvláště temné scéně, kdy Vincent pronásleduje jednu ze svých obětí v právníkové knihovně, kde jsou obrovská okna s výhledem na městské panoráma. V několika záběrech vidíme postavy jen jako temné siluety ohraničené nesčíslnými světly za nimi 1.3. Jak se všemožně pokoušíme v jednotlivých záběrech zahlédnout, kdo kde zrovna je, napětí graduje.

Světla na zakázku Digitální kamery toho sice umějí ve tmě zachytit mnoho, ale publikum potřebovalo hercům zcela zřetelně vidět do tváří. Většina děje se odehrává uvnitř taxi, v němž Max a Vincent jezdí a povídají si. Filmaři proto museli jejich tváře osvětlit, ale přáli si, aby přídavné osvětlení bylo tak nepatrné a rozptýlené, aby divák umělé světlo v autě vůbec nepoznal.

Aby tohoto efektu dosáhli, vyzkoušeli filmaři inovativní přístup: panely s elektroluminiscenčním displejem (ELD). Je to stejná technika, která se používá k podsvětlení digitálních hodinek a mobilních telefonů, ale do té doby nebyla ještě nikdy využita pro potřeby natáčení. Na zakázku byly vyrobeny přenosné plastické panely různých tvarů a velikostí. Všechny měly na zadní straně suché zipy, aby se daly připevnit na sedadla a strop taxi 1.4, 1.5. Tyto panely s elektroluminiscenčním displejem tak mohly být pospojovány do různých kombinací. Ačkoli se na obrázku 1.5 lesknou, výsledkem na plátně byl pouze jemný nádech na tvářích herců. Na záběrech, jako je na obrázku 1.6, můžeme lehce uvěřit, že jediné zdroje osvětlující postavy jsou pouliční světla pronikající skrze okénka taxi a záření přístrojové desky. Tlumeně osvětlené tváře herců jsou tak méně zřetelné než osvětlení přicházející z ulice – což napomáhá tomu, že se město stává „stejně důležitou postavou jako Vincent s Maxem“.

Tady máme příklad toho, jak může umělecká volba vést k objevu nových technických možností. Filmaři si mohli říct: „Máme k dispozici různé typy osvětlování. Které z nich by v taxi



1.1



1.4



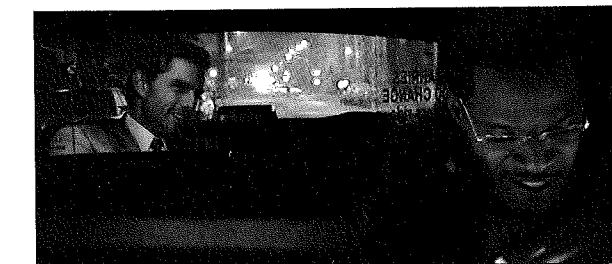
1.2



1.5



1.3



1.6

1.1 *Collateral*. Digitální kamera natáčí spoře osvětlenou ulici. V tomto a v mnoha dalších záběrech hraje významnou roli losangeleské panoráma.

1.2 Tajuplné a krásné prostředí města s řadou palm na pozadí temné oblohy – takto může být scéna

zachycena jen digitálními kamerami.

1.3 Natáčení digitální kamerou při velmi tlumeném osvětlení vytváří velké napětí ve scéně, v níž se Vincent snaží nalézt svou další oběť. Při natáčení na film by pozadí bylo stejnoměrně tmavé.

1.4 Jeden z elektroluminiscenčních displejů (ELD) vyrobených speciálně pro osvětlování interiéru taxi.

1.5 Několik těchto panelů upevněných na zadní straně sedadla, které mají osvětlovat Toma Cruise v roli Vincenta.

1.6 Tlumená záře na tvářích obou protagonistů způsobená speciálním osvětlováním.

S.
26–27

Umělecká
rozhodování
při natáčení
filmu

kapitola 1
Film
jako umění:
Tvořivost,
technika
a byznys

část I
Filmové
umění
a natáčení
filmu

vypadalo nejlépe?" Místo toho si uvědomili, že tlumeného světla, které potřebovali, není možné pomocí žádné existující osvětlovací techniky dosáhnout. Objevil se tak problém, jež štáb nakonec po dlouhé době vyřešil tím, že si nechal vyrobit zcela nový typ osvětlení.

Neviditelný střih *Collateral* je thriller, a tak v něm najdeme několik akčních scén, včetně působivé automobilové havárie. Podle plánu mělo bezmála stokilometrovou rychlostí jedoucí taxi vyletět do vzduchu, několikrát se převrátit a nakonec skončit na střeše. V takové rychlosti by vozidlo urazilo obrovskou vzdálenost. Filmaři měli několik možností, jak na plátně nehodu ukázat. Mohli umístit kameru na jedno místo a nechat ji pohybovat se v závislosti na tom, jak se auto bude kolem převalovat, čímž by nehodu ukázali v jednom záběru od začátku do konce. Šlo by o dobrou volbu, pokud by se scéna snímala z pohledu nějakého kolemjdoucího, jenž by se za nehodou otáčel. Ale tady žádný kolemjdoucí není.

Filmaři chtěli ukázat několik záběrů rotujícího auta, každý natočený z jiného místa na trajektorii nehody, a zvýšit tím dramatickosti akce. Jedním z možných přístupů bylo mít více vozů, nechat je všechny podobným způsobem havarovat a pokaždé nehodu snímat jednou kamerou, která by se postupně přenášela z jednoho místa na druhé, aby nehodu zaznamenala z jiného vhodného pohledu. Jenže podobná procedura by byla velice nákladná a navíc žádné dvě nehody nikdy nebudou zcela shodné. Propojení záběrů z jednotlivých nehod by pak mohlo způsobit nepřesnosti v pozici auta, čímž by utrpěla návaznost akce (*match on action*), jak tuto techniku pojmenujeme v kapitole 6.

Místo toho se tým rozhodl využít postup běžný při natáčení velkých akčních scén. Podél trasy havárie bylo umístěno několik kamer, přičemž všechny natáčely zároveň 1.7. Mělo to finanční výhody: havarovalo jen jedno auto a ušetřilo se také na výdajích za členy štábu,

kteří by na opakovaných záběrech pracovali. Co se týče uměleckých kvalit, natočený materiál dovolil střihači a jeho štábu vybrat nejvhodnější záběry a pospojovat je tak, aby návaznost akce zůstala v plné míře zachována 1.8, 1.9. Výsledkem je vzrušující série záběrů natočených po celé trase nehody, přičemž na každém z nich taxi velice dobře vidíme.

Hudba ve větách Skladatelé rádi tvrdí, že jejich filmová hudba příběhu nejlépe poslouží, když ji divák ani nezaznamená. Pro film *Collateral* potřeboval Mann od Jamese Newtona Howarda, aby napsal hudbu k vrcholné scéně filmu tak, aby nevygradovala do maximální působivosti příliš rychle, ale naopak postupně. Jak říká Howard: „Michael věděl zcela jasně, že vyvrcholení proběhne ve třech větách.“ – „Věta“ jako umělecký pojem se obvykle používá k označení částí symfonie, koncertu nebo sonáty. Hudba k závěrečné scéně filmu měla hrát hlavní roli v budování vývoje a rytmu akce.

V závěru filmu se Vincent snaží zabít postavu, která je pro Maxe důležitá, přičemž Max se ji – i sebe – všemožně snaží zachránit. Howard a Mann nazvali první větu „Stihneš varovat?“, protože když oba muži běží do budovy, kde se nachází potenciální oběť, Vincentovi se podaří Maxe předběhnout. Navzdory tomu, že oba muži běží a situace je napínavá, Howard se vyhýbá příliš rychlému rytmu. Začíná táhlými zvuky smyčců s hlubokým, dunivým zvukem v pozadí, pak přidává nepřerušované žestě, které doprovází intenzivní bubnování. Doprovod je dynamický, ale nedosáhne maximální gradace.

Během druhé věty nazvané „Kočka a myš“ Vincent vnikne do budovy, vypne elektřinu a pronásleduje svou oběť v takřka naprosté tmě 1.3. Zvuky jsou opět pozvolné, s hrozivými spodními tóny, disharmonickými přechody a na některých místech s rychlými, děsivými zvuky smyčců, když se Vincent přibližuje k svému cíli. Během nejnapínavějšího momentu této scény, když jsou Vincent a jeho kořist v tmavé místnosti,

doprovázejí jejich opatrný a zdrženlivý pohyb smyčce a tiché bubnování.

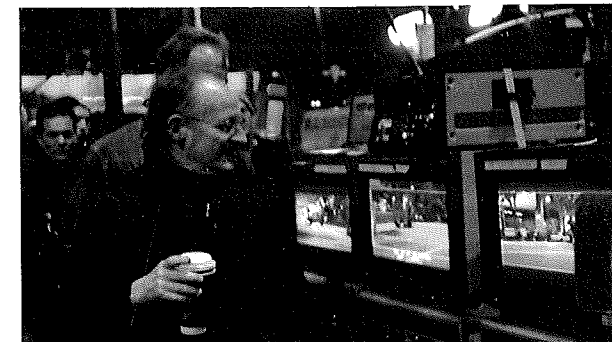
Nakonec následuje rychlá honička a až tady Howard hudbu zesílí a zrychlí. Využije zde dynamický rytmus tympanů, který neustále zrychluje v souladu s rostoucím napětím. Když scéna vrcholí, perkuse skončí a hluboký, pomalý tón smyčců tvoří něco jako závěrečnou, a vlastně samostatnou část skladby, doprovázející klidné poslední záběry.

Natáčení filmu *Collateral* ukazuje, že v uskutečňování uměleckých plánů tvůrců hraje klíčovou roli technika. Nedávné rozšíření digitálních přístrojů v oblasti výroby filmů dává tvůrcům týmům více možností než kdy předtím.

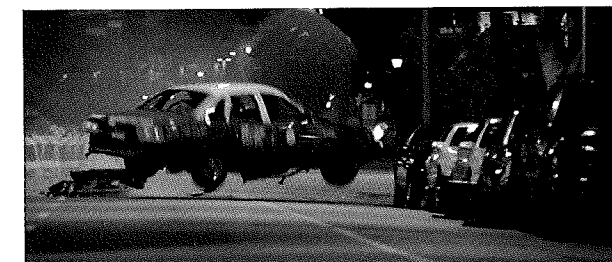
Uvedená rozhodnutí a mnohá další, která Mann a jeho tým udělali během práce na filmu *Collateral*, ovlivňují náš zážitek z filmu. Nezvyklá atmosféra, kterou digitální kamery a inovativní osvětlování propůjčily Los Angeles, upoutává naši pozornost k prostředí a poskytuje nám pronikavější prožitek světa, v němž se postavy pohybují. Hudba doprovázející sled akcí – rychlá honička, pomalé pronásledování a další rychlá honička – pomáhá zvýšit napětí a navodit vzrušení.

Filmová technika

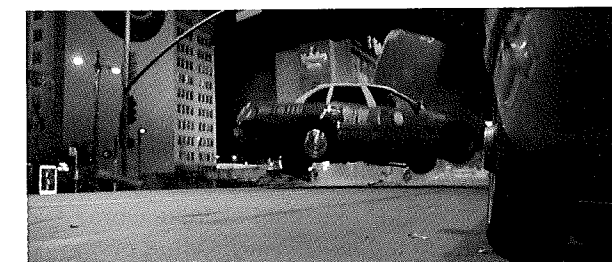
Filmy jsou dnes všude a jsou nám dostupné takřka stejně jako tisk nebo hudba. Ale jak vůbec vznikají? Výraz *natáčet film* má dva velmi různé významy. Především – filmy se natáčejí pomocí přístrojů. Každý, kdo má pero a papír, může napsat román a talentované děcko s kytarou se může stát muzikantem. Filmy ale žádají mnohem víc. I ta nejobyčejnější domácí videokamera je technicky nesmírně složitá. Pro natočení profesionálního filmu jsou zapotřebí komplikované kamery, osvětlovací soustava, vícestopá mixážní studia, výkonné laboratoře a počítačové efekty. Natáčení filmů je ale také byznys. Některé společnosti vyrábějí příslušná zařízení, další film



1.7



1.8



1.9

1.7 *Collateral*. Těsně po natočení automobilové havárie kontroluje Michael Mann přímo na místě natáčené scény zachycenou několika kamerami.

1.8 V tomto záběru se taxi převrátilo, přičemž jeho kapota se prudce zvedla.

Plynulý pohyb auta je docílen tím, že záběr z této kamery vystřídá...

1.9 ...záběr z jiné kamery, která je umístěna na zemi a zachycuje pokračující pohyb – nyní se však auto řítí přímo na diváka. V tomto případě byla kamera schována v pevné kovové skřínce.

s.
28–29

Umělecká
rozhodování
při natáčení
filmu

kapitola 1
Film
jako umění:
Tvořivost,
technika
a byznys

část I
Filmové
umění
a natáčení
filmu

financují, jiné ho distribuují a v konečném stadiu jsou filmy v kinech či jiných prostorách předváděny publiku. Na zbývajících stranách této kapitoly se zaměříme na to, jak tyto dva aspekty natáčení filmů – technika a byznys – formují film jako umění.

Stroje iluzí

Média pohyblivých obrazů, jako jsou film a video, by nemohla existovat, kdyby byl lidský zrak dokonalý. Naše oči jsou velmi citlivé, ale dají se i ošálit. Jak ví každý, kdo někdy zastavil film na DVD, film se skládá ze série *filmových okének*, tedy statických obrázků. My ale jednotlivá filmová okénka nevnímáme. Místo toho vidíme nepřetržitě světlo a pohyb. Jak je to možné?

Úplnou odpověď nikdo nezná. Často se spekulovalo, že plynulost pohybu je výsledkem doznívání zrakového vjemu (*persistence of vision*), což je tendence obrazu setrvat krátce na naší sítnici. Kdyby to ale měla být pravda, viděli bychom matoucí čmouhu překrývajících se obrázků, a nikoli plynulou akci. V současnosti se badatelé domnívají, že pohyb filmu umožňují dva psychologické procesy: kritická frekvence splývání (*critical flicker fusion*) a zdánlivý pohyb (*apparent motion*).

Když budete rozsvěcovat světlo rychleji a rychleji, v určitém momentu (asi při padesáti záblescích za vteřinu) neuvídíte pulzující světlo, ale jeho souvislý paprsek. Film je obvykle natáčen a promítán rychlostí 24 okének za vteřinu. Závěrka promítacího stroje přeruší paprsek světla jedenkrát, když se na své místo posune nové okénko, a jedenkrát, zatímco okénko na tomto místě setrvává. Každý z nich je tedy vlastně promítán na plátno dvakrát. To zvyšuje množství záblesků na hranici toho, čemu říkáme *kritická frekvence splývání*. Rané němé filmy se natáčely nižší rychlostí (obvykle šestnáct až dvacet okének za vteřinu) a promítací stroj přerušil proud světla jen jedenkrát při každém okénku. Obraz tak vykazoval jasné mihotání (*flicker*). Odtud pochází rané slangové označení pro filmy – „flickers“ –,

který přežívá dodnes, když se v anglosaském kontextu mluví o filmu jako o „flick“.

Zdánlivý pohyb je druhý faktor, který způsobuje iluzi filmového pohybu. Jestliže se vizuální informace mění dostatečně rychle, naše oko může být ošáleno a vidět pohyb. Neonové reklamy často ukazují zdánlivě rozpožehovanou šipku, ale tato iluze je vytvořena pouze statickými světélky, blikajícími v určité rychlosti. Některé buňky v našem oku a mozku jsou určeny k analýze pohybu a jakýkoli stimul připomínající pohyb tyto buňky zjevně obelstí a ony vyšlou chybnou informaci.

Zdánlivý pohyb a kritická frekvence splývání jsou specifické pro náš způsob vidění a technika je umí využít k vytvoření iluze pohybu. Některé stroje s pohyblivými obrazy vzniku filmu časově předcházely 1.10, 1.11. Film, jak ho známe dnes, vznikl, když byly na pásy pružného celuloidu poprvé zaznamenány fotografie.

Přístroje využívající filmový materiál

Ve všech stádiích života filmu posouvá nějaký přístroj filmový pás před světelným zdrojem vždy o jedno okénko. Na počátku je *kamera* 1.12. Ve světlotěsné komoře posouvá transportní řídicí mechanismus neexponovaný filmový materiál z odvíjecí cívky (a), přes objektiv (b) a okeničku (c) na navíjecí cívku (d). Objektiv přesměruje světlo vycházející ze snímané scény na každé filmové okénko (e). Transportní mechanismus posouvá filmový pás přerušovaně, s krátkou pauzou, když je filmové okénko v okeničce. Závěrka (f) pouští světlo skrze objektiv jen tehdy, je-li filmové okénko nehybné a připravené k expozici. Standardní rychlost natáčení pro zvukový film je 24 okének za vteřinu.

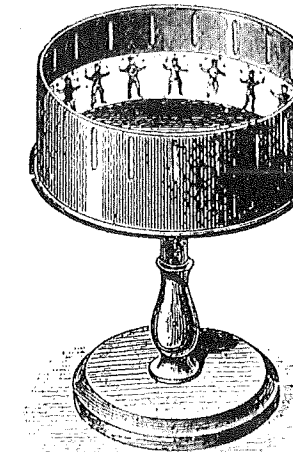
Promítací stroj (projektor) je vlastně převrácená kamera, přičemž světelný zdroj není mimo stroj, ale uvnitř něj 1.13. Transportní řídicí mechanismus posouvá film z cívky (a), přes objektiv (b) a okeničku (c) na navíjecí cívku (d). Světlo proniká skrze obrazy (e) a ty jsou pomocí objektivu zvětšeny pro projekci na plátně. Mechanismus

opět posouvá film skrze okeničku přerušovaně, zatímco závěrka (f) pouští světlo, jen když se okénko nepohybuje. Jak jsme již zmínili, standardní rychlost projekce zvukového filmu je 24 okének za vteřinu a závěrka se zavře a otevře dvakrát při tomtéž okénku, aby se, pokud možno, snížil mihotavý (*flicker*) efekt na plátně.

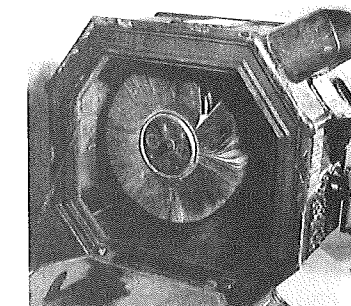
Dlouhometrážní film je velice dlouhý pás obrazů, pro dvouhodinový film asi 3,2 kilometru dlouhý. Ve většině kin se film promítá rychlostí přibližně 27,5 metru za minutu. V běžném kině je film umístěn na jednom velkém disku a pod ním je jiný disk, na nějž se navíjí film, který již prošel promítacím strojem 1.14. Při digitální projekci je film uložen na harddisku.

Filmový pás získaný po natáčení v kamere je obvykle *negativ*. To znamená, že jeho barvy a světelnost jsou přesně opačné než v původní scéně. Aby se film mohl promítat, musí se vyrobít *pozitivní kopie*. To se děje na dalším přístroji, na *kopírce*, která buď vytváří přesnou kopii záznamu z kamery, nebo tento záznam upravuje. Podobně jako promítací stroj kontroluje kopírka průchod světla skrze filmový pás – v tomto případě skrze negativ. A podobně jako kamera propouští světlo, aby vytvořila obraz – v tomto případě na cívku nevyvolaného filmu. Všechny kopírky jsou světlotěsné komory, jež posouvají cívku s negativním nebo pozitivním materiálem z jednoho kotouče (a) skrze okeničku (b) na navíjecí kotouč (c). V tutéž dobu se cívka nevyvolaného filmu (a', c') posouvá skrze okeničku (b) buď přerušovaně (tzv. kopírování krokové), nebo kontinuálně (tzv. kopírování plynulé). Světlo procházející skrze okeničku překopíruje pomocí objektivu (d) obraz (e) na neexponovaný film (e'). Tyto dvě cívky mohou probíhat skrze okeničku současně. Kopírka tohoto druhu se nazývá *kontaktní* 1.15. Kontaktní kopírky se využívají pro výrobu pracovních a distribučních kopií stejně tak jako pro různé zvláštní efekty.

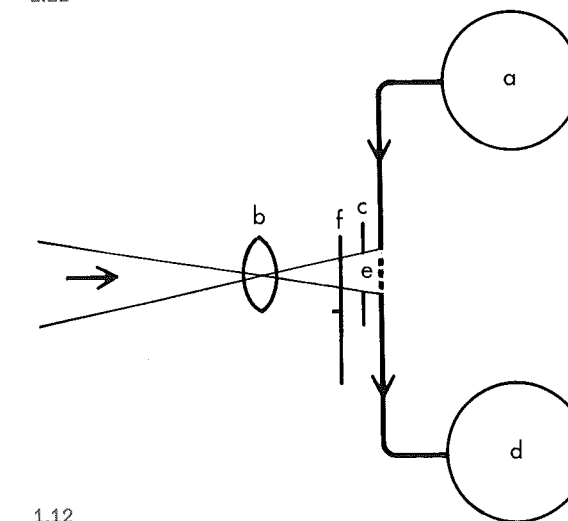
Ačkoli filmař může vytvořit obrazy na filmovém plátně bez kamery – kreslením, malováním



1.10



1.11



1.12

1.10 Zoetrop vznikl už v roce 1834. Papírový pás se sérií kreseb byl upevněn v otáčejícím se válci.

předváděl obrázky pomocí rychlého otáčení jednotlivých karet umístěných před kukátkem.

1.11 Mutoskop, zdroj zábavy počátku 20. století,

1.12 Kamera.

s.
30–31

Filmová
technika

kapitola 1
Film
jako umění:
Tvořivost,
technika
a byznys

část I
Filmové
umění
a natáčení
filmu

nebo škrábáním –, většina z nich spoléhá na kameru, kopírku a další fotografickou techniku.

Kdybyste v ruce drželi film, který těmito stroji prochází, všimli byste si několika vlastností. Jedna jeho strana je například daleko lesklejší než druhá. Filmový pás je složen z průhledné triacetátové *podložky* (lesklá strana), na níž je *emulze*, směs několika želatinových vrstev obsahujících světlocitlivé složky. Emulze černobílého filmového pásu obsahuje zrnka halogenidu stříbra. Když světlo z natáčené scény na tato zrnka dopadne, vyvolá to chemickou reakci, která donutí krystalky shlukovat se do malých skvrnek. Na každém okénku vyvolaného filmu jsou jich miliardy. Dohromady vytvářejí latentní, okem neviditelný obraz, jenž odpovídá světlým a tmavým částem natáčené scény. Chemické zpracování tyto obrazy zviditelní jako sestavu černých zrněk na bílém pozadí. Konečný pás obrazů nazýváme negativ a z něho mohou být vyrobeny pozitivní kopie.

Emulze barevného filmu má více vrstev. Tři z nich obsahují barvotvorné složky, z nichž každá je citlivá na některou ze základních barev (červenou, žlutou a modrou). Dodatečné vrstvy nepropouštějí světlo jiných barev. Během expozice a vyvolávání reagují krystalky halogenidu stříbra na barvotvorné složky a jiné organické chemikálie ve vrstvách emulze, a tím vytvářejí obraz. Barvy vyvolávaného barevného negativu jsou doplňkové k barvám původním: například modrá se na negativu změní v žlutou.

Co vůbec filmovému pásu umožňuje procházet kamerou, kopírkou a promítacím strojem? Podél obou stran filmu je perforace (též děrování), aby malé ozubení (říká se mu *ozubené válečky*) ve strojích mohlo zachytit perforační otvor a posouvat film plynule a v ustálené rychlosti. Na filmovém pásu je také vyhrazen prostor pro zvukovou stopu.

Velikost a umístění perforace i místo, kde se nachází zvuková stopa, jsou po celém světě stejné. Stejně tak šíře filmového pásu, které se říká *formát* a měří se v milimetrech. Kina využívají

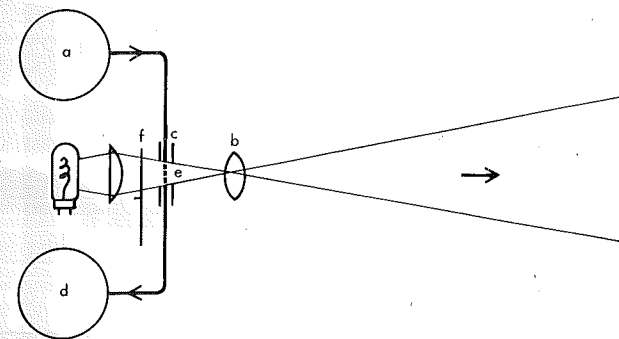
35mm film, ale na celém světě se používají i další formáty: Super 8mm, 16mm a 70mm 1.16–1.20.

Kvalita obrazu obvykle roste se šířkou filmu, protože rozměrnější plocha okénka umožňuje větší rozlišení a lepší zachycení detailů. Když všechny ostatní parametry zůstanou stejné, 35mm formát má výrazně lepší kvalitu než 16mm a 70mm formát je ještě lepší než formát 35mm. Nejlepší dostupnou kvalitu obrazu pro veřejná promítání dnes nabízí systém Imax 1.21.

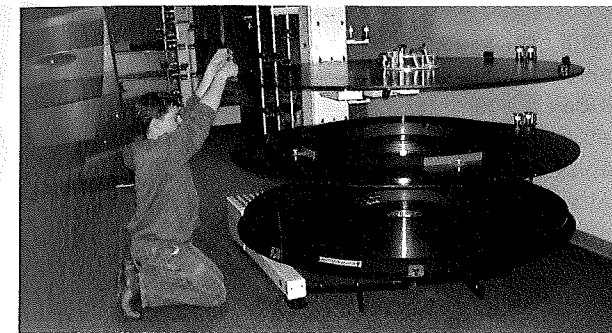
Zvuková stopa se víne na okraji filmového pásu. Zvukový záznam může být buď *magnetický*, nebo *optický*. U magnetického záznamu zvuku 1.20 probíhá jedna nebo více magnetických stop podél okrajů filmového pásu. Během promítání se záznam „snímá“ magnetickým budičem zvuku, podobným, jako má kazetový magnetofon. Dnes je již magnetický záznam zvuku zastaralý a v kinech se už takřka nepoužívá.

Většina filmových pásů má optickou zvukovou stopu, jež zaznamenává akustické informace jako světlé a tmavé plochy odvíjející se podél okének. Během výroby jsou elektrické impulzy z mikrofonu převedeny na pulzující světelnou stopu, která je zaznamenána na pohybující se filmový pás. Během promítání vydává optická stopa světlo různé intenzity, které je zase nazpět převedeno do elektrických impulzů a pak do zvukových vln. Optická zvuková stopa 16mm formátu je na pravé straně 1.17, zatímco u 35mm formátu je na straně levé 1.18, 1.19. V obou případech jde o *plochový záznam* (též *transverzální*), zvlněnou černobílou linií podél pásu s obrazy.

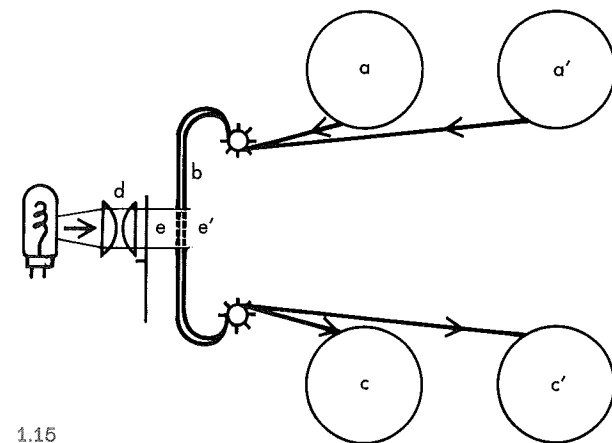
Zvuková stopa může být *monofonní* nebo *stereofonní*. Formáty 16mm 1.17 a 35mm 1.18 mají monofonní optickou zvukovou stopu. Stereofonní optická zvuková stopa vypadá jako dvojice černobílých křivek nacházejících se na levé straně pásu 1.19. U digitálního záznamu poskytuje informaci o zvuku řada teček a čárek procházejících podél perforací, mezi nimi nebo blízko levého okraje okének. Promítací stroj snímá tento záznam podobně jako čárový kód.



1.13



1.14



1.15

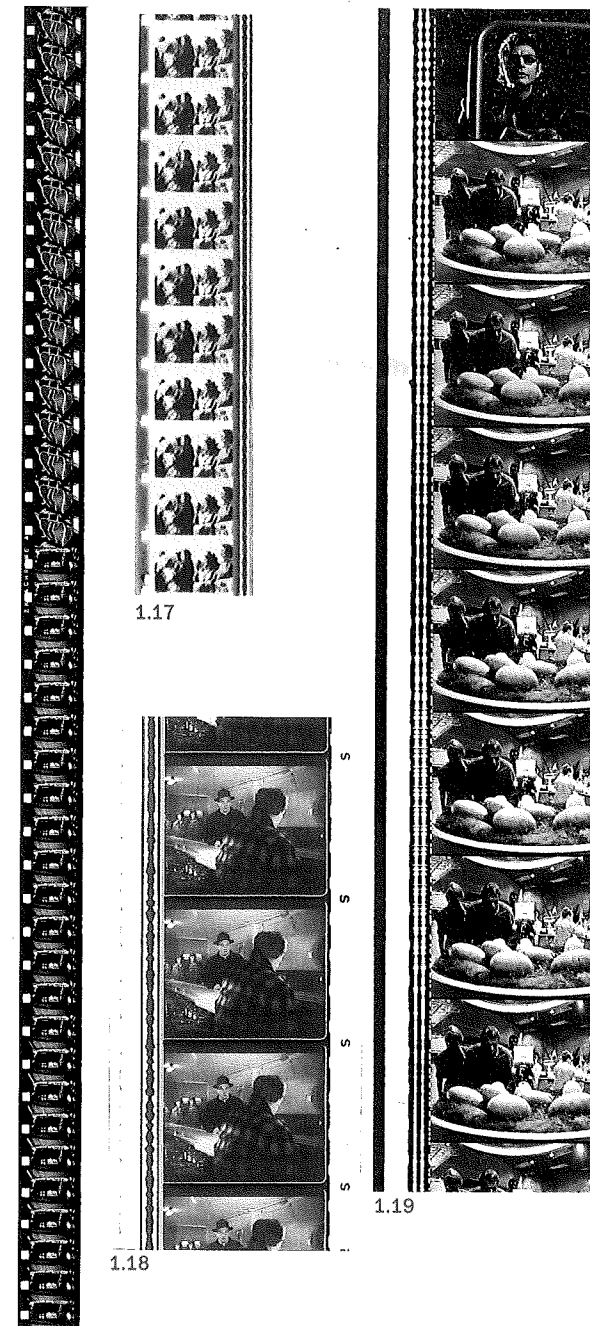
1.13 Promítací stroj.

1.14 Většina multiplexů využívá při projekci tzv. platterů. Ty umožňují navíjet film do dlouhých pásů, jež se pak umísťují do projektoru (vlevo vzadu). Film na platterech je 70mm Imax.

1.15 Kontaktní kopírka.

1.16 Super 8mm je populárním materiálem mezi amatéry a experimentálními filmaři. Film *Rok koně* (*The Year of the Horse*, 1997), zaznamenávající koncert Neila Younga, byl částečně natočen na Super 8mm.

1.17 Šestnáctimilimetrový filmový materiál používají jak amatéři, tak i profesionálové. Plochový záznam (viz s. 32) se odvíjí na pravé straně.



1.16

1.18 Standardním filmovým materiálem je 35mm pás. Zvuková stopa (jde o plochový záznam, viz s. 32) se odvíjí na levé straně, podél filmových okének.

1.19 *Jurský park* (*Jurassic Park*, 1993). Na tomto 35mm pásu si všimněte optického stereofonního zvukového záznamu (viz s. 32) zakódovaného jako dvě paralelní

křivky. Proužek podél levého okraje, tečky podobné morseovce mezi stereofonní zvukovou stopou a filmovými okénky a skvrnitá část podél perforace napovídají, že kopie může být promítána i pomocí různých digitálních zvukových systémů.

Naše vzpomínky na filmy, které tolik milujeme, mají kupodivu původ v něčem tak bezvládném, jako je kus děrovaného celuloidu. I když filmy útočí na naše city a představy, jsou závislé na hmatatelných materiálech a strojích. Bez nich by byl filmař ztracen stejně jako malíř bez barvy. Mnohé z filmařského umění, jímž se budeme zabývat v dalších kapitolách, závisí na tom, jak se filmař rozhodne využít paletu možností, kterou mu technika skýtá.

Přístroje využívající digitální média

Digitální filmové kamery se začaly běžně využívat na přelomu 20. a 21. století, tedy asi sto let poté, co se rozšířil samotný film. Mnozí předpovídali, že se 35mm formát stane v době digitální revoluce brzy zastaralý. To však nenastalo, protože má řadu výhod, kterým nemůže dostát ani ta nejprofesionálnější (*high-end*) digitální kamera s vysokým rozlišením (HD).

Jen někteří filmaři se s nadšením chopili digitálních kamer, poněvadž jim připadaly levnější, jednodušší a lépe manipulovatelné v každém stadiu filmové výroby. Většina režisérů v branži ale i nadále natáčela na filmový materiál a poté využívala digitálních nástrojů až pro střih, zvláště ní efekty a mixáž zvuku.

V určitém ohledu nejsou digitální filmové kamery tak moc jiné než 35mm kamery. Zaznamenávají scény pomocí objektivu pohlcujícího světlo. Mají hledáček dovolující kameramanovi koncipovat scénu a kontrolky umožňující ovlivňovat třeba množství světla procházejícího objektivem a rychlost snímání. Běžný pozorovatel by sotva rozpoznal rozdíl mezi digitální a 35mm kamerou. Výrobci se samozřejmě snažili, aby digitální kamery byly tak jednoduché k použití, jak je to jen možné, s ohledem na kameramany zdráhající se přijímat novou techniku. Některé z digitálních kamer mohou dokonce využívat objektivy vyrobené pro tradiční 35mm kamery.

Nejdůležitější odlišností digitální kamery je její záznamové médium. Jak světlo prochází

objektivem, dopadne na čip, který pracuje jako snímač – zachycuje na digitální pásku, pevné disky nebo paměťové karty vizuální informaci zakódovanou v kompaktní soustavě nul a jedniček. Materiál z těchto záznamových médií může být po skončení natáčení nahrán do počítače. Médium je tak opět prázdné a může být znovu použito – nemusíme tedy pracovat s drahým filmovým materiálem. Ale i tak připomíná digitální záznamová jednotka tradiční kazetu připevněnou k 35mm kameře 1.22.

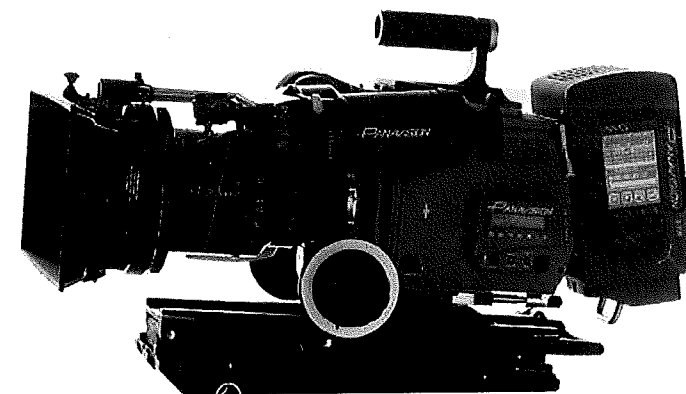
Podobně jako u filmového materiálu existují různé formáty digitálního videa a používají se v různých typech kamer. Amatérské (*consumer*) kamery jsou víceméně obdobou formátu Super 8mm. Poskytují relativně nízké rozlišení a využívají je vesměs amatéři. Jde o malé kamery, které se dají lehce držet v ruce a používají se třeba při natáčení narozeninové oslavy nebo baseballového zápasu. S těmito kamerami mohou natáčet a stříhat své vlastní filmy za pomoci jednoduchých počítačových programů i děti.

Další v pořadí je poloprofesionální (*prosumer*) kamera, srovnatelná s 16mm kamerou. Jak název napovídá, tento typ kamery se zamlouvá nejen profesionálům, ale i amatérům, kteří jsou ochotni si připlatit za kameru poskytující vyšší kvalitu obrazu. Tyto kamery využívají rovněž nezávislí filmaři. Přestože vyjdou levněji než profesionální kamery, jsou dostatečně dobré k tomu, aby se výsledek mohl promítat na festivalech nebo prodávat na DVD.

Nakonec máme profesionální HD-digitální kamery 1.22. Ty mají oproti oběma zmíněným typům dvě velké výhody: jednak využívají zejména soubory s žádnou nebo velmi nízkou kompresí a jednak natáčejí rychlostí 24 okének za vteřinu. (Neprofesionální digitální video se natáčí vyšší rychlostí.) Tyto faktory umožňují kvalitnější obraz a zjednodušují přepis na 35mm filmový materiál pro uvedení v kinech. Profesionální kamery navíc mají větší senzory za objektivem – ty bývají často stejně velké jako okénko 35mm filmu –, a tak zachycují obraz ve vyšším rozlišení.



1.20



1.22



1.21

1.20 Další filmový formát – 70mm – se používal až do devadesátých let pro historické velkofilmy a epické akční filmy. Na tomto pásu z filmu *Hon na ponorku* (*The Hunt for Red October*, 1990) probíhá stereofonní magnetický záznam zvuku po obou stranách.

1.21 Materiál pro Imax je vyvolán na 70mm film, ale obraz je na pásu horizontálně, což umožňuje, aby bylo každé okénko desetkrát větší, než je na 35mm formátu obvyklé, a třikrát větší, než je na standardním 70mm formátu. Imax film tak může být promítán na obrovské plátno bez ztráty detailů v obraze.

1.22 Kamera Panavision Genesis, která byla použita například u filmu *Superman se vrací* (*Superman Returns*, 2006). Záznamovým médiem je kazeta s digitální páskou, která se připevňuje buď vzadu, nebo nahoře. Na pásku je možné natáčet padesát minut.

s.
34–35

Filmová
technika

kapitola 1
Film
jako umění:
Tvořivost,
technika
a byznys

část I
Filmové
umění
a natáčení
filmu

U digitální techniky obecně platí, že úložná kapacita pro digitální soubory se stále zvětšuje. Kapacita digitálního záznamu se měří v pixelech (zkratka pro „picture elements“ /části obrazu/), což jsou drobné body, z nichž se skládá elektronický obraz v televizi a na monitorech. Dnes se u profesionálního digitálního záznamu běžně užívají čtyři stupně rozlišení: 720p, 1080p, 2K a 4K. Protože informace nesené v každém obraze se zvyšují jak vertikálně, tak i horizontálně, každý další stupeň ten předchozí násobí: 4K nemá dvakrát více informací než 2K, ale čtyřikrát.

Rozlišení 720p se používá zejména u pozemního (terestrického) televizního vysílání a u HD-filmů distribuovaných na internetu. Pro natáčení filmu *Star Wars: Epizoda II – Klony útočí* (*Star Wars: Episode II – Attack of the Clones*, 2002) pověřil režisér George Lucas firmu Sony, aby vyrobila velmi kvalitní digitální kameru. Ta měla rozlišení 1080p, jež i nadále zůstává nejpoužívanějším hollywoodským standardem. Michael Mann při natáčení filmu *Collateral* používal kameru se stejným rozlišením obrazu – 1080p 1.1.

Společnost, jež vyrobila první 4K-kameru, Red One, pověřila Petera Jacksona, aby natočil krátký film *Překročit linii* (*Crossing the Line*, 2008). Ten byl pak předváděn jako ukázkový film na konferencích. Steven Soderbergh použil tutéž kameru k natočení filmů *Che Guevara* (*Che: Part One*, 2008) a *Che Guevara: Partyzánská válka* (*Che: Part Two*, 2008) a tato technická novinka se velmi rychle zavedla. Mnozí tvrdí, že obraz s rozlišením 4K má vizuální kvalitu srovnatelnou s 35mm filmem.

I když stále probíhá výzkum a vývoj systému 6K, je nepravděpodobné, že se v blízké budoucnosti při natáčení filmu bude pracovat s vyšším rozlišením, než je 4K. Uvádění filmů na digitálním materiálu se navíc příliš nerozšířilo a většina digitálních projektorů má beztak rozlišení maximálně 2K. A ještě jedna věc: zhruba za šestou řadou v kině není rozdíl mezi 2K a 4K lidským okem rozpoznatelný. A co více,

k filmování a promítání ve vysokém rozlišení je třeba ohromného množství dat, s nimiž se musí nějak zacházet, jež musejí být přenášena a uchovávána.

V devadesátých letech přitahovala filmaře pracující s malým rozpočtem nízká cena a flexibilita digitálního videa. I film natočený amatérskou kamerou může vypadat atraktivně, je-li snímán zkušeným kameramanem, jako třeba film Spikea Leeho *Bamboozled* (2000), na němž pracovala kameramanka Ellen Kurasová. Je-li příběh poutavý, publikum si nedostatků v obraze ani nevšimne. Kvalitní příběh a herecké výkony pomohly vylepšit filmy *Chuck a Buck* (*Chuck and Buck*, 2000), *Večeře s April* (*Pieces of April*, 2003) nebo *Životní rychlost* (*Personal Velocity: Three Portraits*, 2002) a další nezávislé filmy natočené na digitální video.

Výjimečné kvalitě obrazu digitálního videa podleli i další režiséři. Film Larse von Triera *Tanec v temnotách* (*Dancer in the Dark*, 2000) využívá sytost obrazu digitálního videa k nastínění fantazijního světa mladé matky, jež přichází o zrak. Harmony Korine natočil film *Julien kluk-osel* (*Julien donkey-boy*, 1999) malými amatérskými kamerami, přepsal natočený materiál na film a několikrát ho překopíroval 1.23.

Jiní režiséři pracující na velkorozpočtových filmech přijali HD-digitální formát s nadšením. George Lucas tvrdil, že mu digitální kamera s vysokým rozlišením nejen umožnila vytvořit velkolepé zvláštní efekty, ale ušetřila mu miliony dolarů, když pracoval na *Star Wars: Epizoda II – Klony útočí* a *Star Wars: Epizoda III – Pomsta Sithů* (*Star Wars: Episode III – Revenge of the Sith*, 2005). Srovnatelný systém používal režisér Robert Rodriguez při natáčení filmu *Sin City – město hříchu* (*Sin City*, 2005): HD-materiál natočený s herci zkombinoval s prostředím digitálně vytvořeným postprodukčně. Díky tomu, že kompletní projekt byl založen na digitální technice, mohl Rodriguez stříhat, mixovat zvuk a vytvářet zvláštní efekty ve svém domácím studiu v Austinu v Texasu. Tyto dva významné režiséry

nový formát zcela oslnil a oba přísahali, že už nikdy nebudou natáčet na filmový materiál. Robert Rodriguez k tomu řekl: „Už jsem navždycky opustil filmový materiál. Nemůžete se přece vracet. Je to, jako byste se snažili zase používat elpička poté, co jste si vyzkoušeli prepisovatelné DVD.“

V mainstreamové hollywoodské kinematografii zůstávají ale tito režiséři v menšině. Složitost digitální filmové techniky, nekompatibilita mezi různými typy kamer a inovace v dalším jejich vybavení vedly mnohé kameramany a režiséry k tomu, aby zůstali u ověřeného 35mm filmu. Pro natáčení téhož filmu mají k dispozici jak 35mm kamery, tak i ty digitální, a mohou tedy využívat ty nejlepší vlastnosti obou z nich. Například Michael Mann si navzdory tomu, že většinu filmu *Collateral* natáčel na digitální kamery, vybral 35mm film pro některé scény v interiérech a pro zpomalené záběry.

Někteří kameramani pochybují o tvrzení, že digitální natáčení ušetří peníze, a poukazují na mnoho času stráveného na place řešením různých technických nedostatků. Christian Berger, který natáčel film Michaela Hanekeho *Utajený* (*Caché*, 2005), si postěžoval: „Nakonec jsme potřebovali šest kamer, protože byly velmi poruchové, a beztak jsme měli problémy se zaostřením dva- či třikrát denně... Nakonec to dobře dopadlo, ale natáčet na digitální materiál rozhodně *nebylo* pro producenta levnější.“

Tato debata a názorová různost budou bezpochyby pokračovat i nadále, ale momentálně většina režisérů a kameramanů spoléhá hlavně na filmový materiál a k HD-technice se obrací jen při natáčení některých vybraných scén.

Většina profesionálních filmů, ať už vznikají pomocí 35mm, nebo digitálních kamer, se natáčí na pronajaté kamery a k dispozici jsou stále i starší modely. K mání je pořád model Viper použitý u filmu *Collateral* a 2K- či 4K-kamery ho sotva odsunou do pozadí. Všechny totiž už poskytují natolik kvalitní obraz, že diváci v kinech budou i tak spokojeni.

Natáčení filmu: filmová produkce

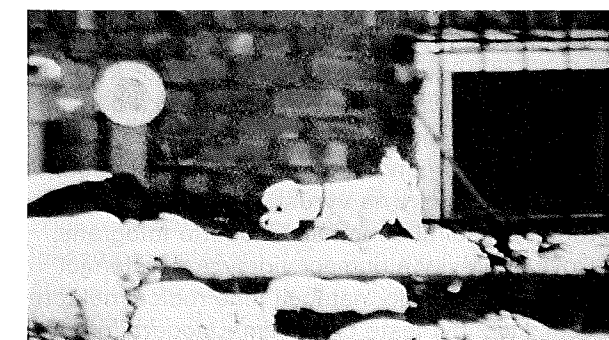
Filmy jsou součástí společenských institucí, a to je stejně důležité jako zmiňovaná technika. Někdy bývá společenský kontext filmů velmi intimní, třeba když si rodina natočí film ze svého života, aby ho ukázala kamarádům a příbuzným. Ale filmy, které jsou určeny širokému publiku, vstupují do různorodé škály institucí. Obvykle film prochází třemi fázemi: *produkce*, *distribuce* a *uvádění*. Skupina nebo společnost natočí film, distribuční firma půjčuje kopie kinům, která pak film uvádějí. Později se DVD a blu-ray verze filmu distribuují do supermarketů a videopůjčoven, film se vysílá v televizi a přehrává na počítačové obrazovce nebo na přenosných displejích. Pro mnohé amatérské filmy a pro video na vyžádání (*video on demand*)¹ slouží jako distribuční médium internet.

Pro celý tento systém je ale nezbytné, aby existovaly filmy, takže začneme tím, jak se vyrábí. Výroba většiny filmů prochází čtyřmi odlišnými fázemi:

1. Literární příprava a plán financování.

Objev se nápad na film, který je postupně rozvíjen a scenáristou dále přepracováván do scénáře. Filmaři současně pro svůj projekt získávají finanční podporu.

2. *Období přípravných prací* (součástí je též *průzkum realizace*). Když je scénář víceméně hotov a jsou zajištěny alespoň nějaké finance, filmaři sestavují plán natáčení.



1.23

1.23 *Julien kluk-osel*. Pixely a zrnka obrazu vykazují unikátní texturu a vysoký kontrast až příliš zvýrazňuje „čisté“ barvy a tvary, což vytváří halucinační dojem.

s.
36–37

Filmová
technika

kapitola 1
Film
jako umění:
Tvořivost,
technika
a byznys

část I
Filmové
umění
a natáčení
filmu

3. *Období natáčení.* Filmaři vytvářejí obrazovou a zvukovou podobu filmu.

4. *Dokončovací práce* (též *postprodukce*). Obrazy a zvuky jsou zkombinovány do konečné formy. Součástí dokončovacích prací je střih obrazu a zvuku, realizace zvláštních efektů, vložení hudby, dalších dialogů a titulků.

■ Tyto fáze nemusí být nutně oddělené a mohou se vzájemně překrývat. Filmaři se totiž současně mohou honit za penězi, film natáčet a zároveň ho už dávat dohromady. Část dokončovacích prací se ostatně obvykle odehrává již během období natáčení. A navíc každou z fází do jisté míry ovlivňují fáze předchozí. Úvodní nápad na film může být výrazně přetvořen, když se uhladí do scénáře. Nicméně ani ten není definitivní, protože jím popisovaný děj lze výrazně měnit v období natáčení, přičemž natočený materiál pak ještě nabývá nových významů během dokončovacích prací. Jak řekl francouzský režisér Robert Bresson: „Film se zrodí v mé hlavě a na papíře ho zase zahubím. Je znovuzrozen díky hercům a pak zase zahuben kamerou. Zrodí se ke svému třetímu a poslednímu životu ve střihně, kde jsou jednotlivé kousky pospojovány do konečné podoby.“²

■ V uvedených čtyřech fázích jsou zapojeni lidé řady profesí. Většina filmů, které vidíme v kinech, je výsledkem mnoha specializovaných úkolů stovek odborníků. Tato propracovaná dělba práce se stala spolehlivým způsobem, jak připravit, natočit a dokončit nákladné filmy. U menších produkcí jednotlivci obvykle vykonávají několik rolí. Režisér může film nakonec i sestříhat a *principal sound recordist* kromě záznamu zvuku během natáčení může současně dohlížet i na jeho pozdější mixáž. Pro film *Zatracený* (*Tarnation*, 2003), což jsou vzpomínky na vyrůstání v problematické rodině, sesbíral Jonathan Caouette fotografie, zvukové nahrávky a domácí videa za devatenáct let. Některé nahrávky natáčeli jeho rodiče, některé on sám, když byl ještě chlapcem. Caouette natočil nové záběry, všechno sestříhal v počítačovém

programu iMovie³, namixoval zvuk a přepsal výsledek na digitální video. Při natáčení tohoto osobního dokumentu vlastně Caouette pracoval na všech fázích filmové výroby zcela sám.

Literární příprava a plán financování

V této fázi jsou nejdůležitějšími profesemi producent a scenárista. Úkoly *producenta* jsou zejména ekonomické a organizační. Může jít o „nezávislého“ producenta, který objeví nějaký filmový projekt a pokouší se přesvědčit produkční společnost nebo distributory, aby ho financovali. Producent ale může i pro nějakou distribuční společnost pracovat a sám vymýšlet, jaký film by se dal natočit. V některých případech producenta filmové studio najme, aby dal dohromady nějaký konkrétní balíček (*package*)⁴.

Producent piplá projekt od psaní scénáře, získá finanční prostředky a organizuje najímání štábu, který bude na filmu pracovat. Během natáčení a postprodukce bývá obvykle spojujícím článkem mezi scenáristou nebo režisérem a společností, jež film financuje. Poté, co je film dokončen, má producent často za úkol jak zařídit distribuci, propagaci a marketing filmu, tak i kontrolovat pokrytí nákladů.

Všechny tyto úkoly může vykonávat jeden producent, ale v současném americkém filmovém průmyslu je práce producenta dále rozdělena. *Výkonný producent* (*executive producer*) je většinou ten, kdo zajišťuje financování projektu či vyjednává autorská práva (i když si mnozí filmaři stěžují, že jako výkonní producenti jsou někdy uvedeni lidé, kteří příliš mnoho práce neodvedli). Když už je film ve výrobě a natáčí se, dohled nad každodenní prací režiséra, herců a štábu má na starosti *line producer*. Ten má svého asistenta (*associate producer*), jenž zajišťuje komunikaci s laboratořemi a technickým štábem.

Hlavním úkolem *scenáristy* je připravit *scénář*. Někdy scenárista pošle scénář agentovi, který ho nabídne produkční společnosti, případně se zkušený scenárista potká s producentem

na *pitching fóru*, kde mu představí nápady na scénář. První scéna filmu Roberta Altmana *Hráč* (*The Player*, 1992) si dělá z *pitching fóra* legraci, když ukazuje slavné scenáristy, jak navrhují bizarní témata jako: „*Pretty Woman* zkřížíme se *Vzpomínkami na Afriku*...“ Někdy má ale naopak producent nápad na film a najme si scenáristu, aby ho rozpracoval. Tento přístup bývá běžný, když producent zakoupí práva na román nebo divadelní hru a chce natočit filmovou adaptaci.

▲ Scénář prochází několika fázemi: první fází představuje *treatment*, což je základní osnova děje – synopse. Poté následuje jeden nebo více literárních scénářů (*full lenght scripts*) a pak konečná verze: *technický scénář* (*shooting script*). Na výrazném přepisování literárního scénáře není nic neobvyklého a scenáristé se často musí smířit s tím, že je jejich práce znovu a znovu přepracována.

Často se ale proměňují i scénáře technické, protože: 1. někteří režiséři hercům umožňují přizpůsobovat si dialogy a 2. se mohou jednotlivé scény měnit v důsledku problémů na place. Scény natočené podle scénáře pak nakonec procházejí finálními změnami během dokončovacích prací a jsou dodatečně kráceny, upravovány nebo úplně vypouštěny.

Nejsou-li producent nebo režisér se scénářem určitého scenáristy spokojeni, mohou najmout k přepracování jeho textu další scenáristy. Většina hollywoodských scenáristů si vydělává tím, že přepisuje scénáře někoho jiného. Dokážete si představit, že to často způsobuje spory o to, který scenárista či scenáristé by měli být nakonec v titulcích uvedeni. V americkém filmovém průmyslu tyto konflikty rozhoduje profesní organizace filmových scenáristů *Writers Guild of America*.

Zatímco někdo píše či přepisuje scénář, producent plánuje filmový rozpočet. Našel režiséra a hvězdy, aby plánovaný film vypadal jako slibná investice, a pak musí připravit přehledný rozpočet. Ten obsahuje náklady „nad čarou“ (*above-the-line*; náklady na autorská práva

a platy scenáristy, režiséra a hlavních představitelů) a náklady „pod čarou“ (*below-the-line*; náklady vyhrazené na platy štábu, vedlejšího obsazení, na natáčení, postprodukci, pojištění a reklamu). Součet nákladů „nad čarou“ a „pod čarou“ se nazývá *výrobní náklady* (*negative cost*). Jde tedy o celkové náklady na výrobu původního negativu. V Hollywoodu se v roce 2005 tyto náklady pohybovaly průměrně kolem šedesáti milionů dolarů.

Některé filmy se hotového scénáře nedrží. Například psát předem kompletní scénář pro dokumentární film je obtížné. Ovšem pro shánění financí je obvykle třeba, aby i u takového projektu existoval sepsaný stručný obsah nebo alespoň hrubé rozvržení jeho možné podoby. Někteří dokumentaristé mají raději předem napsaný plán, i když je jim jasné, že se film do konečné podoby vyvine až v průběhu natáčení. Při tvorbě střihového dokumentu (*compilation documentary*), který využívá již existujícího obrazového nebo zvukového materiálu, si filmaři často připraví soupis hlavních bodů, jež by měly být zaznamenány v komentáři, a teprve potom napíšou konečnou verzi toho, co ve filmu v souladu s obrazem zazní.

Období přípravných prací

Jakmile jsou finance víceméně zajištěny a poslední verze scénáře dopsána, mohou se filmaři připravovat na výrobu filmu. U komerčního filmu se tomuto stadiu říká *předprodukce* (*pre-production*). *Režisér* se sice mohl účastnit projektu již dříve, ale teprve v této a ve všech následujících fázích hraje hlavní roli: koordinuje štáb při natáčení filmu. Ačkoli jeho pravomoci nejsou neomezené, bývá obvykle považován za osobu, která nese největší odpovědnost za konečnou podobu filmu.

V tomto okamžiku si producent a režisér zřídí kancelář, najmou štáb, obsadí role a obhlídí lokace pro natáčení. Také připravují denní natáčecí plán. To vše se děje s ohledem na dostupné finanční prostředky. Producent předpokládá, že se jednotlivé záběry budou natáčet v jiném pořadí,

■ V článku „Do filmmakers deserve the last word?“ píšeme o tom, že interpretace, které nabízejí sami tvůrci, bychom měli vždy přijímat s jistou opatrností. www.davidbordwell.net/blog/?p=1174

■ Pro případné budoucí filmaře by možná bylo užitečné podívat se na „The magic number 30, give or take 4“. www.davidbordwell.net/blog/?p=1300

▲ „Filmový scénář je něco jako notový zápis skladby pro symfonický orchestr. Jsou lidé, kteří umí číst noty a ‚slyšet‘ symfonii – ale žádní dva režiséři neuvídí tytéž obrazy, když budou číst filmový scénář, protože

dvojměrné vzory barevného světla jsou daleko komplexnější než jednorozměrná zvuková linie.“
Arthur C. Clarke, spoluscenárista filmu *2001: Vesmírná odysea* (2001: *A Space Odyssey*, 1968)

než ve kterém se objeví ve filmu – tedy způsobem, jenž bude produkci nejvíce vyhovovat. Do správného pořadí se pak seřadí až ve střížně. Poněvadž nejvyšší výdaje případnou na přepravu vybavení, štábu a herců na lokace, producenti obvykle dávají přednost tomu, aby se všechny scény odehrávající se v jedné lokaci točily najednou. Na začátku natáčení *Jurského parku* vznikl během třítydenního pobytu na Havaji začátek i konec filmu – příjezd hlavních hrdinů na ostrov i jejich závěrečný odjezd. Producent musí plánovat natáčení i s ohledem na herce, kteří nemohou být na place přítomni každý den. Mnoho producentů se snaží realizovat nejnáročnější scény co nejdříve, ještě než na štáb a herce začne padat únava. Komplikované sekvence boxerských zápasů ve filmu *Zuřící býk* (*Raging Bull*, 1980) byly natočeny jako první, zatímco na dialogových scénách se pracovalo až později. S ohledem na všechny tyto eventuality vymýšlí producent natáčecí plán, který co nejefektivněji skloubí herce, štáb, lokace a třeba i roční doby.

Během předprodukce probíhá pod dohledem režiséra a producenta několik činností najednou. Scenárista může přepisovat scénář, zatímco *castingový režisér* (*casting supervisor*) vyhledává herce. Díky specializované dělbě práce při velkorozpočtové produkci režisér koordinuje práci několika štábů. Pracuje se štábem (*set unit* neboli *production design unit*), vedeným *filmovým architektem* (*production designer*)⁵, který odpovídá za podobu filmových prostředí. Jeho štáb vytváří nákresy a plány určující architekturu a barevnost staveb či dekorací. Pod jeho vedením dohlíží na konstrukci a vymalování prostředí *art director*. Člověk zodpovědný za stavby (*set decorator*), často jde o někoho se zkušeností s výzdobou interiérů, upravuje jednotlivá prostředí pro určité účely a dohlíží nad rekvizitáři a nad pracovníkem, jenž během natáčení kontroluje a uspořádává věci na place (*set dresser*). *Návrhář kostýmů* (*costume designer*) odpovídá za návrhy a realizaci kostýmů pro natáčení.

Graphic artist může být požádán, aby ve spolupráci s filmovým architektem vytvořil *storyboard*, což je sled „komiksových“ obrázků odpovídajících záběrům jednotlivých scén, jež jsou doplněny poznámkami o kostýmech, osvětlování a práci kamery 1.24. Většina režisérů sice *storyboard* nevyžaduje pro každou scénu, nicméně detailního rozkreslení do *storyboardu* se často využívá u akčních sekvencí, záběrů se zvláštními efekty nebo při záběrech vyžadujících komplikovanou práci kamery. *Storyboard* naznačuje trikařům a štábu kameramana, jak by asi měly výsledné záběry vypadat. *Storyboardové* obrázky mohou být natočeny, sestříhány a přehrány se zvukem, aby tak ještě více napomohly při vizualizaci jednotlivých scén. Jde o jednu z forem tzv. *animatics*.

Plánování scén ale ještě více napomohla počítačová grafika, jejíž pomocí je během previzualizace (nebo též „previz“) *storyboard* přepracován do 3D-animace a přidají se pohybující se postavy, dialogy, ruchy a hudba. Dnešní software umí vytvořit prostředí i postavy velmi podobné těm později natáčeným, a to včetně stínování a textur. Tato animace se nejčastěji využívá k plánování komplikovaných akčních scén nebo zvláštních efektů 1.25. Pro film *Star Wars: Epizoda III – Pomsta Sithů* vytvořil previzualizační tým George Lucase šest a půl tisíce detailních záběrů, z nichž pak třetina byla použita jako předloha pro záběry ve výsledném filmu. Previzualizace navíc režisérovi pomáhá vyzkoušet si inscenování scén, pohyby kamery a načasování sekvencí.

Období natáčení

Třebaže pojem *výroba filmu* odkazuje k celému procesu filmové výroby od psaní scénáře po dokončovací práce, hollywoodští filmaři ho používají i k označení samotného *období natáčení*. Natáčení se v americkém kontextu říká také *principal photography*.

Během natáčení režisér dohlíží na takzvaný *štáb režiséra* (*director's crew*), složený z následujících pracovníků:

▲ *skript* známý v klasické studiové éře jako „skriptka“ (dnes však tvoří pětinu hollywoodských skriptů muži) odpovídá za kontinuitu všech jednotlivostí mezi záběry; tento člen štábu kontroluje detaily na zjevu herců (...byl v poslední scéně karafiát v levé, nebo pravé knoflíkové dírce?), dále rekvizity, osvětlování, pohyby, pozici kamery a dobu trvání jednotlivých záběrů;

– *první asistent režie* (*first assistant director, AD*) plánuje s režisérem každodenní natáčecí plán, upravuje každý záběr a očekává režisérovo schválení, má přehled o hercích, sleduje bezpečnostní podmínky a všechny povzbuzuje;

– *druhý asistent režie* je prostředníkem mezi prvním asistentem režie, štábem kameramana a štábem osvětlovací techniky;

– *třetí asistent režie* slouží jako poslíček pro režiséra a štáb;

– *dialogue coach* napovídá hercům jejich promluvy a během záběrů zachycujících jen některé postavy odříkává repliky těch, které stojí mimo obraz;

– *režisér druhého štábu* (*second unit director*) natáčí třeba scény s kaskadéry, záběry lokací nebo akční scény odehrávající se na jiných místech, než kde probíhá hlavní natáčení.

Nejvíce vidět je *herecké obsazení*.

Do něho mohou spadat *hvězdy* – dobře známí herci, kteří byli obsazeni do hlavních rolí, aby se film stal pro diváky atraktivnější. Mezi herce patří také představitelé *vedlejších rolí* (*supporting players*), *epizodních rolí* (*minor players*) a *komparz* – tito anonymní lidé, kteří přejdou po ulici, tvoří davové scény a zaplní vzdálené stoly v rozlehlé kanceláři. Jednou z hlavních úloh režiséra je dohlížet na herecké výkony. Většina režisérů stráví spoustu času vysvětlováním, jak pronést konkrétní slova či provést nějaké gesto. Připomínají též hercům pozici konkrétní scény v celkovém filmu a pomáhají jim tak dosáhnout uceleného výkonu. První asistent režie obvykle pracuje s komparzem a aranžuje davové scény.

▲ „Když nikým nezvaný bloudíte po place, vždycky poznáte asistenta režie, protože je to zrovna on, kdo vás pravděpodobně vyhodí. Je to právě asistent režie, který řve: ‚Na místa!‘ – ‚Ticho na place!‘ – ‚Půl hodiny na oběd!‘ a ‚Pro dnešek hotovo!‘ Je to velmi rituální, podobně jako budíčky

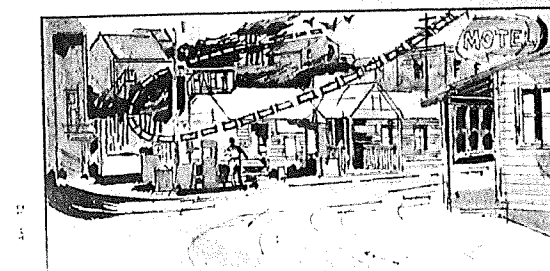
a večerky na vojenské základně, iritující a podivně uklidňující zároveň.“
Nezávislá producentka Christine Vachonová o asistentech režie



473-B FOUR GULLS DIVE TOWARDS HIGHWAY

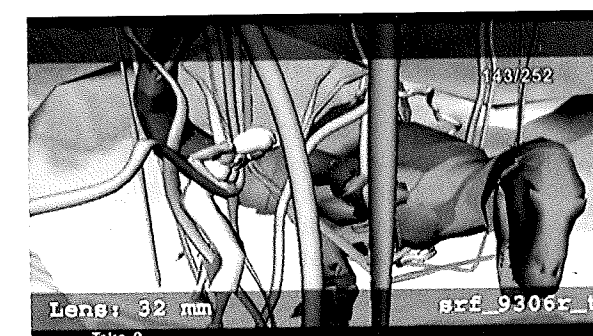


473-C



474 GULL MISSES ATTENDANT.

1.24



1.25

1.24 Stránka ze storyboardu Hitchcockova filmu *Ptáci* (*The Birds*, 1963).

1.25 *King Kong* (2005). Animovaná previzualizace.

s.
40–41

Natáčení
filmu:
filmová
produkce

kapitola 1
Film
jako umění:
Tvořivost,
technika
a byznys

část I
Filmové
umění
a natáčení
filmu

U některých produkcí existují ještě specializovanější role. *Kaskadéry (stunt artists)* bude řídit jejich *koordinátor (stunt coordinator)* a profesionální tanečníci budou pracovat s *tanečním choreografem*. Jestliže se ve filmu objeví i zvířata, bude na ně dohlížet jejich *cvičitel (těž drezér; wrangler)*. Na filmech už spolupracovali třeba krotitel prasat (*Šílený Max pod Kopulí hromu – Mad Max Beyond Thunderdome, 1985*), hadů (*Dobývatele ztracené archy – Raiders of the Lost Ark, 1981*) či pavouků (*Arachnofobie – Arachnophobia, 1990*).

Dalším specializovaným týmem je *štáb kameramana (photography unit)*. Vedoucím pracovníkem je *kameraman (cinematographer* nebo též *director of photography* čili *DP*). Je to odborník na fotografické procesy, osvětlování a kamerovou techniku. Již dříve jsme si ukázali, jak důležití byli při práci na zamýšlené podobě filmu Michaela Manna *Collateral* dva kameramani Dion Beebe a Paul Cameron (s. 25–26). Kameraman se radí s režisérem, jak bude která scéna osvětlována a natočena 1.26. Dohlíží na tyto pracovníky:

– *švenkr (těž kameravodič; camera operator)* ovládá kameru a mívá k dispozici asistenty, kteří zakládají film (*zakladač*), uzpůsobují a dodržují zaostření (*ostříř*), tlačí kamerový vozík a podobně;

– *vedoucí kamerové techniky (key grip)* dohlíží na *pracovníky kamerové techniky (grips)*, kteří přenášejí a rozestavují přístroje, rekvizity a další součásti prostředí či osvětlovací techniky;

– *vrchní osvětlovač (gaffer)* je hlavní technik dohlížející na rozmístění a instalaci světel.

Obdobou štábu kameramana je *štáb zvukaře (sound unit)* vedený *mistrem zvuku (production recordist* též zvaný *sound mixer*). Jeho hlavní úlohou je zaznamenávat dialogy během natáčení. Obvykle používá kazetový nebo digitální rekordér, několik druhů mikrofonů a zvukový stůl pro vyvážení a mixáž jednotlivých vstupů. Když nikdo z herců právě nemluví, snaží se mistr zvuku

zachytit také ambientní zvuk. Tyto šумы později vyplní pauzy v dialogích. Štáb mistra zvuku tvoří:

– *mikrofonista (těž bidloman; boom operator)* manipuluje s mikrofonem na tyči (tágu či bidlu) a ukrývá radiomikrofony umístěné na kostýmech herců;

– *third man* umísťuje další mikrofony, pokládá kabely a odpovídá za ambientní zvuk.

Na výrobě některých filmů se podílí také *sound designer*. Ten se účastní již období přípravných prací a plánuje zvukový styl vhodný pro celý film.

Štáb trikového natáčení (visual-effects unit) pod dohledem vedoucího pracovníka odpovídá za přípravu a natáčení trikových záběrů, miniatury, maskované záběry, CGI-grafiku a další technicky náročnější záběry 1.27. Během období přípravných prací režisér a filmový architekt rozhodnou, jaké triky budou zapotřebí, a *vedoucí štábu trikového natáčení (visual-effect supervisor)* potom pravidelně konzultuje práci svého štábu s režisérem a kameramanem. Štáb trikového natáčení tvoří i stovky pracovníků, počínaje loutkáři a modeláři až po odborníky na digitální kompozici.

Mezi další pracovníky patří *maskéři, kostyméři, kadeřníci* a také *řidiči*, kteří převážejí členy štábu a herce. Během natáčení producenta zastupuje *štáb producenta (producer's crew)*. Nejdůležitější z něj je *line producer*, který se stará o každodenní organizaci, například o zajištění stravování a ubytování. *Účetní (těž ekonom; production accountant* nebo *production auditor)* kontroluje výdaje, *sekretariát produkce (production secretary)* koordinuje telefonní komunikaci mezi jednotlivými štáby a producentem. *Asistenti produkce (production assistants, PAs)* různě vypomáhají, kde je zrovna zapotřebí. Nováčci ve filmovém průmyslu často začínají právě jako asistenti produkce.

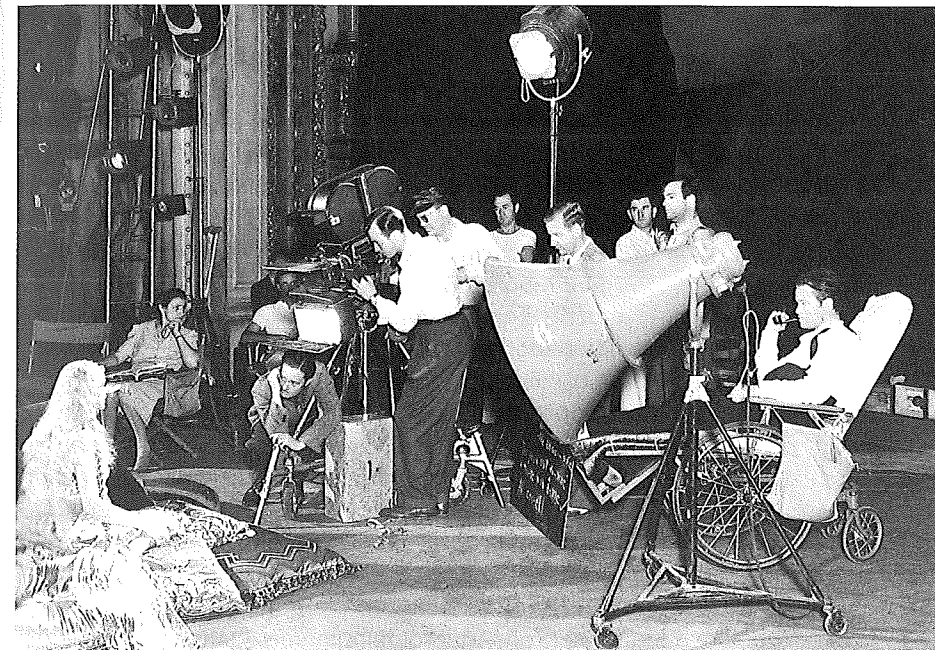
Všechno toto koordinované úsilí snad stovek pracovníků vede k mnoha tisícům metrů exponovaného filmu a k zaznamenanému zvuku.

Každý záběr předepsaný ve scénáři nebo storyboardu režisér obvykle natáčí v několika verzích neboli *jetích*. Má-li být například ve filmu jeden záběr na hovořícího herce, režisér může jeho promluvu natočit v několika jetích a herce pokaždé požádat, aby daná slova podal jiným způsobem. Ne všechna jetí se vyvolávají a jenom jedno z nich se stane právě tím záběrem, který bude nakonec součástí výsledné podoby filmu. Nepoužitý materiál může být využit pro upoutávky (těž foršpany či trailery) a elektronické press kity.

Vzhledem k tomu, že scény jsou většinou natáčeny na přeskáčku, režisér a štáb musejí mít nějaký způsob, jak jednotlivá jetí označovat. Jakmile se spustí kamera, jeden pracovník ze štábu kameramana drží před objektivem *klapku*. Na ní je napsáno jméno filmu a označení scény, záběru a jetí. Horní pohyblivá část klapky udělá

ostrý zvuk, který během postprodukce mistrovi zvuku umožňuje synchronizovat zvukovou stopu s natočenými záběry 1.28. Každé jetí je tak označeno pro případné budoucí použití. Existují také elektronické klapky, které si automaticky pamatují jednotlivá jetí a poskytují digitální výstupy.

Při natáčení scény dodržuje většina režisérů a techniků stále stejný postup. Zatímco štáb připravuje osvětlování a ozvučení, režisér nacvičuje scénu s herci a instruuje kameramana. Následně dohlíží na natočení *hlavního záběru (master shot)*. Ten obvykle zachycuje kompletní akci či dialogy ve scéně a bývá natáčen několikrát. Poté jsou části scény změněny a natočeny ve větších detailech nebo z jiných úhlů. Těmto záběrům se říká *coverage*, přičemž každý z nich může vyžadovat několik jetí. *Coverage* většina režisérů nezdědka natáčí s užitím dvou či více



1.26

1.26 Při natáčení filmu *Občan Kane (Citizen Kane, 1941)* režiséruje Orson Welles ze svého kolečkového křesla zcela napravo, kameraman Gregg Toland se krčí pod kamerou a herečka Dorothy Comingoreová klečíc nalevo. Vlevo vzadu sedí skriptka.

1.27 Vytváření modelu dinosaura pro film *Ztracený svět: Jurský park (Jurassic Park: The Lost World, 1997)*. Model byl naskenován do počítače, aby s ním bylo možné manipulovat pomocí digitální techniky.

1.28 Klapka ze začátku záběru ve filmu Jeana-Luca Godarda *Číňanka (La Chinoise, 1967)*.



1.27



1.28

kamer najednou. Skript dohlíží na to, aby v těchto záběrech odpovídaly všechny detaily.

Po většinu dějin kinematografie se filmové scény natáčely obvykle jen jednou kamerou, která se vždy pro natočení dalšího záběru přemístila na jiné místo. V posledních letech se ale zvýšil tlak na co nejrychlejší průběh natáčení, a proto režisér ve spolupráci se štábem kameramana často používá dvě i více kamer najednou. Akční scény se často natáčejí simultánně z několika úhlů, protože honičky, nehody a exploze se obtížně opakují pro další záběry. Bítevní scény se v *Gladiátorovi* (*Gladiator*, 2000) natáčely na sedm kamer, přičemž pro kaskadérské scény ve filmu *xXx* (2002) bylo kamer použito dokonce třináct. Dialogové scény se běžně natáčejí dvěma kamerami – A a B, což umožňuje zachytit dva herce ve dvou různých záběrech současně. Nižší náklady při použití digitální videokamery dovolily některým režisérům experimentovat s natáčením dialogů z mnoha úhlů najednou, neboť doufají, že tak zachytí neočekávanou bezprostřednost herců. V některých scénách filmu *Tanec v temnotách* použil režisér Lars von Trier sto digitálních kamer.

Pokud mají být ve filmu zvláštní efekty, musí se s nimi při natáčení počítat. Herci budou často snímáni na modrém nebo zeleném pozadí, aby jejich postavy mohly být vloženy do počítačem vytvořeného prostředí. Režisér může herce natáčet i s vědomím toho, že do rámu bude zakomponováno ještě něco jiného 1.29. Jestliže se má pomocí počítače vytvořit pohybující se postava nebo zvíře, specializovaný štáb použije tzv. *motion capture*. Tento postup spočívá v tom, že jsou po celém těle natáčeného subjektu umístěny malé senzory a jak se člověk či zvíře na prázdném jednobarevném pozadí či na place pohybuje, speciální kamera tento pohyb zaznamenává 1.30, 1.31. Každý senzor odpovídá jednomu bodu na modelu figury v počítači. S tímto obrazem lze pak dále pracovat, až nakonec nabude výsledné podoby člověka či zvířete, který může být digitálně vsazen do filmu.

Dokončovací práce

Filmaři používají pro dokončovací práce na filmu též termín postprodukce. (Pokud se během natáčení něco nezdaří, mohou si filmaři říci, že to „napraví v postu“ /*fix it in post!*.) Tato fáze nicméně nezačíná až po ukončení natáčení, protože členové štábu odpovědní za postprodukci nepozorovaně pracují již během něj.

Režisér nebo producent najmou *střihače* patrně už předtím, než se vůbec začne natáčet. Ten natočené záběry shromažďuje a sepisuje. Na co nejlepším sestřihu natočeného materiálu pak střihač tvůrčím způsobem spolupracuje s režisérem.

▲ Střihačova práce může být nesmírně rozsáhlá, protože každý záběr obvykle existuje v několika jetích, celý film je natáčen na přeskáčku a metoda natáčení s hlavním záběrem (*master shot*) a tzv. *coverage* vyžaduje velké množství natočeného materiálu. Stominutový film, který je zaznamenaný na bezmála třech kilometrech 35mm materiálu (*čistá metráž*), může být sestřihán třeba ze sto padesáti kilometrů natočeného filmového materiálu (*natočená metráž*). Postprodukce největších hollywoodských filmů proto nezřídka trvá až sedm měsíců. Někdy na ní pracuje i několik střihačů a asistentů.

Ke střihačovi se obvykle vyvolaný materiál z laboratoře dostává tak rychle, jak je to jen možné. Tomuto materiálu se říká *denní práce* (*dailies* nebo *rushes*). Střihač ho prohlédne a nechává na *asistentovi střihu* (*assistant editor*), aby synchronizoval obraz se zvukem a roztřídil záběry podle scén. Střihač se na denní práce dívá společně s režisérem, a v případě, že se zrovna natáčí někde daleko, alespoň informuje režiséra o tom, jak denní práce vypadají. Opakované natáčení záběrů je nákladné a problematické, a proto bývá důležitá neustálá kontrola denních prací, aby se včas předešlo problémům se zaostřením, expozicí, rámováním nebo jinými vizuálními faktory. Režisér z denních prací vybere nejlepší jetí a střihač jeho volbu zaznamená. Aby se ušetřily peníze, prohlíží

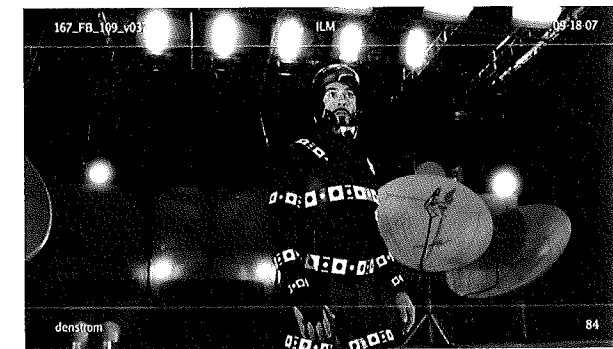
si režisér a střihač denní práce na videu, ale protože videozáznam může skrýt nedostatky v originálním materiálu, před samotným sestřihem zkontroluje střihač původní záběry na filmové kopii.

Jakmile je natočený materiál pohromadě, střihač ho sestaví do podoby *hrubého sestřihu* (*rough cut*) – záběry jsou jen volně pospojovány do sekvencí, bez ruchů a hudby. Hrubý sestřih bývá obvykle dlouhý. Například k filmu *Apokalypsa* (*Apocalypse Now*, 1979) trval sedm a půl hodiny. Z hrubého sestřihu střihač po konzultaci s režisérem vytvoří *konečný sestřih* (někdy též *čistý střih*; *fine cut* nebo *final cut*). Zatímco se pracuje na konečném sestřihu, *druhý štáb* (*second unit*) může natáčet *vsuvky* (*inserts*), záběry doplňující na určitých místech konečný film. Ve většině případů jde o celky zachycující třeba města a letiště, případně o detaily různých objektů. V tomto momentě se připravují titulky a může probíhat práce v laboratořích a na zvláštních efektech.

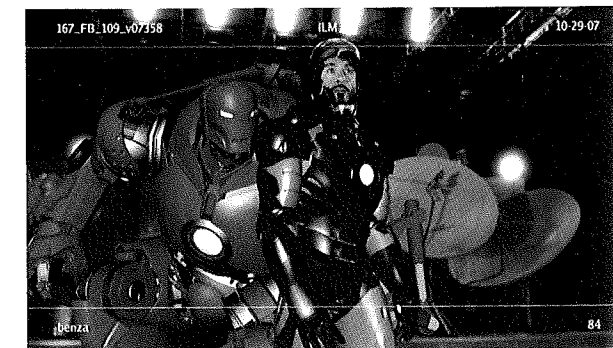
Až do poloviny osmdesátých let střihači pracovali s *pracovní kopii* (též *servisní kopii* nebo-li „*serviskou*“), materiálem vyrobeným z původního negativu, který rozstřihávali a spojovali. Pro ověřování různých možností střihu museli ručně měnit pořadí záběrů. Dnes jsou takřka všechny komerční filmy střihány digitálně. Denní práce se nejprve přepisují na kazetu nebo jiné záznamové médium a poté se ukládají na pevný disk. Střihač si dělá poznámky o každém záběru přímo do počítačové databáze. Popsané digitální střižové systémy (známé jako *nelineární systémy*) umožňují libovolně přistupovat ke kompletnímu uloženému materiálu. Střihač si může jakýkoli záběr v databázi najít, vložit vedle jiného, upravit ho nebo vyřadit. Některé systémy mu dovolují, aby si vyzkoušel také zvláštní efekty a hudbu. Třebaže nelineární systémy proces filmového střihu značně urychlily, střihač obvykle stejně požádá o promítnutí klíčových scén z 35mm kopie, aby zkontroloval barvu, detaily a tempo.



1.29



1.30



1.31

▲ „Pár kluků se sejde v kavárně, aby sepsali nějakou legrační scénku, pár kluků s kamerami se sejde, aby ji natočili, a pár kluků ve střižně se sejde, aby z toho všeho šuntu, co jim

hodili na stůl, udělali něco smysluplného.“ David Mamet, režisér (*Labyrint lží – The Spanish Prisoner*, 1997, a *Červený pás – Redbelt*, 2008)

1.29 *Jurský park*. Ve vrcholné scéně filmu byli herci natočeni na place v návštěvnickém centru, ale velociraptor a tyranosaurus rex byli generováni počítačem a přidání později.

1.30 Robert Downey jr. hrál ve filmu *Iron Man* (2008) v obleku pokrytém senzory, které dokážou zachytit pohyb.

1.31 Tatáž scéna částečně doplněna počítačovou animací.

s.
44–45

Natáčení
filmu:
filmová
produkce

Kapitola 1
Film
jako umění:
Tvořivost,
technika
a byznys

část I
Filmové
umění
a natáčení
filmu

Zblízka

Některé pojmy a profese ve filmové produkci

Nárůst balíčkových produkcí (*packaged production*), tlaky odborů a další faktory přiměly producenty, aby v titulcích uváděli každého, kdo se na filmu podílel. Díky specializaci filmového průmyslu mezitím vznikl příslušný žargon. Nejběžnější pojmy jsou vysvětleny v hlavním textu. Zde uvádíme některé další, s nimiž se ve filmových titulcích můžete setkat:

ACE – objevuje se za jménem střiháče a jde o zkratku pro profesní asociaci Američtí filmoví střiháči (*American Cinema Editors*);

ASC – vyskytuje se za jménem kameramana a jde o zkratku pro profesní asociaci Americká společnost kameramanů (*American Society of Cinematographers*), britským ekvivalentem je BSC;

dodatečné záběry (additional photography) – štáb pod dohledem kameramana natáčí materiál doplňující hlavní natočené záběry (*principal photography*);

asistent (best boy) – termín pocházející z klasické studiové éry, který původně označoval člověka asistujícího vrchnímu osvětlovači (*gaffer*), dnes je ale možné v titulcích filmu najít nejen *asistenta vrchního osvětlovače (best boy electric)*, ale i *asistenta vedoucího kamerové techniky (best boy grip)*, který pomáhá *vedoucímu kamerové techniky (key grip)*;

vedoucí castingu (casting director) – člen štábu, který vyhledává a zkouší herecké adepty pro film

a navrhuje obsazení *hlavních rolí (leading roles)*, dalších typově vyhraněných či standardizovaných rolí (*character parts*) a *komparzů (extras)*; jde o role v pozadí nebo role bez dialogů);

klapka (clapper boy) – člen štábu, který má na starosti klapku označující jednotlivá jeří;

scénograf (concept artist) – výtvarník, který na základě režisérovy představ vytváří návrhy kostýmů a prostředí;

střiháč dialogů (dialogue editor) – střiháč zvuku, v jehož náplni práce je zajištění srozumitelnosti zaznamenaných promluv;

kamerová služba (dolly grip) – člen štábu, který manipuluje s vozíkem, na němž je umístěna kamera; buď přesouvá kameru z jednoho natáčecího místa na druhé, nebo jí manipuluje, když kamera snímá situaci za jízdy;

ruchař (též zvukový imitátor; foley artist) – specialista na ruchy vytvářející zvuky chůzí přes velké plochy tvořené různými materiály (písek, hlína, sklo a podobně), případně tím, že přes nádrže přesouvá různé objekty; pojmenováno podle Jacka Foleyho, zakladatele zvukové postprodukce;

greenery man – člen štábu, který vybírá a udržuje stromy, keře a trávu v místě natáčení;

asistent stavby (lead man) – člen štábu odpovědný za různé rekvizity a dekorační předměty na place;

zakladač (též klapák; loader) – člen štábu kameramana, který zakládá filmový materiál do kamery a vyjímá jej, vede záznam o natočených záběrech a posílá film do laboratoře;

matte artist – člen štábu trikového natáčení, jenž maluje kulisy, které se později stanou pomocí kamery nebo digitální techniky součástí výsledného záběru – mají za úkol evokovat určité prostředí;

modelář (model maker) – 1. člen štábu filmového architekta připravující architektonické modely, na jejichž základě jsou posléze postaveny dekorace; 2. člen štábu trikového natáčení, který vyrábí zmenšené modely lokací, vozidel nebo postav, které bývají využívány jako náhrady za skutečné;

rekvizitář (property master) – člen štábu, který při natáčení dohlíží na všechny *rekvizity*, tedy na předměty, jež lze přemísťovat;

mluvčí – člen štábu producenta, který vytváří propagační materiály týkající se výroby filmu, může také pro tisk a televizi organizovat rozhovory s režisérem a hvězdami, případně podává masmédiím informace o výrobě filmu;

malíř pozadí (scenic artist) – člen štábu odpovědný za malbu povrchů natáčených prostředí;

fotograf (still photographer) – člen štábu, který fotografuje na place i v zákulisí herce a další členy štábu, tyto fotografie mohou být užitečné při kontrole osvětlování, barev nebo rozvržení natáčeného prostředí, přičemž mnoho z nich se dále použije pro reklamní účely a propagaci filmu;

časovač (timer, color timer) – pracovník laboratoře, který prozkoumá negativ filmu a přizpůsobí světlo kopírky tak, aby konečný produkt získal konzistentní barevnost;

odkuk (video assist) – použití videokamery, umístěné hned vedle filmové kamery; využívá se k ověření osvětlování, rámování a hereckých výkonů; tímto způsobem mohou režisér a kameraman vyzkoušet záběr nebo scénu na videozáznamu ještě předtím, než ji natočí na filmový materiál.

Zatímco jedni členové stříhačova štábu řadí natočený materiál, druhí mění podobu záběrů na počítači. Jestliže se natáčelo na filmový materiál, je každé okénko jedno po druhém naskenováno do souborů, a tvoří tak *digitální intermediát* (DI). S tím je možné různě manipulovat, například pozměňovat vzhled okének pomocí *digitální barevné korekce* (*digital color grading*). Odborník zabývající se korekcí barev pracuje na nízkorozpočtových filmech sám, u filmů s vyšším rozpočtem dohlíží na skupinu asistentů.

Při vytváření zvláštních efektů filmářům pomáhá CGI (*počítačově generovaný obraz; computer-generated imagery*).⁶ Role CGI může být velmi prostá – má třeba vymazat rušící element v pozadí nebo vytvořit dav jen z několika diváků. George Lucas se nechal slyšet, že kdyby herec mrkl, kdy neměl, digitálně by toto mrknutí odstranil. CGI může též vytvořit i svět, který by jinak nebyl na filmovém materiálu myslitelný 1.32. Počítače umí vyčarovat fotorealistické postavy, jako je třeba Glum ve filmu *Pán prstenů* (s. 240–241). Ačkoli se živnou půdou pro rozvoj CGI staly sci-fi a fantasy filmy, výhod CGI využívají i všechny ostatní žánry – od komického zmnohonásobení jediného herce ve filmu *Karlík a továrna na čokoládu* (*Charlie and the Chocolate Factory*, 2005) až po děsivý realismus digitálně vylepšeného vylovení na pláži Omaha ve filmu *Zachraňte vojína Ryana* (*Saving Private Ryan*, 1998). V *Podivuhodném příběhu Benjamina Buttona* (*The Curious Case of Benjamin Button*, 2008) nahradilo CGI tradiční líčení, což dodalo věrohodnosti stárnutí postav v podání Brada Pitta a Cate Blanchettové.

▲ Jakmile se setříděné záběry blíží konečné verzi, *stříhač zvuku* (*sound editor*) převezme zodpovědnost za vytvoření zvukové stopy. Režisér, skladatel, stříhač a stříhač zvuku zhlédnou film a dohodnou se, kde bude hudba a kde ruchy. Tomuto procesu se říká *spotting*. Stříhač zvuku má někdy spolupracovníky, kteří se specializují na mixáž dialogů, hudby nebo ruchů.

V konečné podobě filmu obvykle zůstane překvapivě málo ze zvuku nahraného během natáčení. Často se totiž minimálně polovina dialogů postprodukčně nahrává znovu, a to během procesu zvaného *postsynchron* (*automated dialogue replacement; ADR*). Postsynchron obvykle nabízí kvalitnější zvuk než ten zaznamenaný během natáčení. Stříhač zvuku nahrává ve studiu herce pronášející své promluvy (to se nazývá *dabing*), přičemž zvuk nahraný na place jim slouží jako *pomocný zvuk* (*guide track*). V postsynchronech pak bývají přidávány i nesynchronizované promluvy, například šum davu (v Hollywoodu se mu říká „walla“).

A podobně bylo při natáčení nahráno poměrně málo ruchů, které ve filmu uslyšíme. Stříhač zvuku přidává ruchy buď pomocí databáze již existujících zvuků, nebo vytváří nové přímo pro daný film. Rutinně vyrábí zvuky kroků, nárazů aut, výstřelů z pistolí a úderů pěstmi (které jsou často imitovány úderem sekerou do melounu). Ve filmu *Terminátor 2: Den zúčtování* (*Terminator 2: Judgement Day*, 1991) byl zvuk kyborga T-1000 procházejícího skrz vězeňské mříže vytvořen pomocí zvuku, který vydává psí žrádlo pomalu klouzající z plechovky. Ruchaři mají velmi citlivý sluch. Jeden dlouholetý odborník vysvětlil rozdíly mezi zvuky dveří takto: „Zavírání dveří do koupelny rozvíří vzduch daleko méně než zavírání dveří do komory. Zavírání vstupních dveří musí znít bytelně, musíte v něm slyšet zvuk závořů... Nemůžete jen tak zvolit dveře, jaké se vám zachce, musíte si být jisti, že jsou to ty správné.“

Střih zvuku je dnes stejně jako střih obrazu závislý na počítačové technice. Stříhač zvuku může shromažďovat zaznamenané zvuky v databázi a podle své vůle je třídit a řadit. Kvalita zvuku se dá digitálně modifikovat – je možné upravit vysoké nebo nízké frekvence, změnit výšku, rezonanci, úroveň nebo rychlost. Dunění a hukot podvodní akce ve filmu *Hon na ponorku* byly zpomaleny a upraveny z tak přízemních zvukových zdrojů, jakými jsou potopení potápěče do bazénu, bublající voda ze zahradní hadice

nebo hukot klimatizace v Disneylandu. Jeden z filmových techniků nazval digitální střih zvuku „zvukovým sochařením“.

Do diskuse o zvukové stopě se během postprodukce zapojuje také *hudební skladatel*. Dá dohromady hudební scénář, v němž se uvádí, kde přesně a jak dlouho bude hudba hrát. Skladatel napíše filmovou hudbu, i když ji pravděpodobně nebude sám instrumentovat. Zatímco skladatel komponuje, hrubý sestřih je sladěn s *prozatímním mixem* (*temp dub*), tedy doprovodem pocházejícím z již nahraných písní nebo skladeb klasické hudby. Filmovou hudbu muzikanti nahrají podle tzv. *click tracku*, což je řada synchronizačních bodů v obraze, jakýsi určitým způsobem nastavený metronom, jehož úhozy jsou sladěny s konečným sestřihem filmu.

Dialogy, ruchy a hudba jsou nahrané na zvláštních stopách a i ty nejnepatrnější zvuky mohou být na samostatné stopě. Během mixáže zvuku se u každé scény několikrát přehrává obrazová stopa – jedenkrát pro každou část zvukové stopy –, aby byly obraz a zvuk naprosto přesně synchronizovány. Tuto práci provádí *rerecording mixer*, což je odborník, který obvykle dohlíží na tým dalších pracovníků. Každá scéna se může skládat z desítek stop jednotlivých zvuků, které se všechny společně mísí. V tomto

momentě je zapotřebí provést vyrovnání, zkrusovací efekty a jiné úpravy. Režisér obvykle dohlíží na závěrečnou fázi mixáže, kdy konečné sladění zvuku vede k finální mixáži. Pracuje se s takovým množstvím zvukových stop, že režisér často může změnit i hudební instrumentaci – prostě zrušit některý hudební nástroj nebo zvýšit hlasitost jedné části orchestru. Po dokončení mixáže se *finální mixáž* (*master track*) přepíše na zvukový 35mm filmový pás, na němž je zakódována jako optická nebo digitální informace.

Originální negativ, jenž byl zdrojem denních prací a z něhož se vyrábí pracovní kopie, je příliš cenný na to, aby se z něj vyráběly filmové kopie, které jdou do kin. Obvykle laboratoř vyvolá z negativu *duplikační kopii* (též zvaná *intermediát pozitiv; interpositive*), z něhož poté vznikne *duplikátní negativ* (též *intermediát negativ; internegative*). Ten je následně upraven v souladu s konečným střihem a slouží jako hlavní zdroj filmových kopií. Případně se digitálním naskenováním okénka po okénku z duplikátního negativu vytvoří *digitální intermediát* (*digital intermediate*). Výsledek je pak zpětně nahrán na filmový materiál jako duplikátní negativ. Digitální intermediát umožňuje kameramanovi jednoduše upravit barvu, odstranit škrábance i prach a přidat zvláštní efekty.



1.32

▲ „Dialogové postsynchrony ve filmu *Apokalypsa* se strašlivě vleklely kvůli hercům, protože v postsynchronech musel být předělán zvuk pro celý film. Proto byli

po natáčení herci zavřeni v nahrávací místnosti dlouhé dny a překřikovali buď zvuk helikoptéry, nebo lodě.“ Walter Murch, mistr zvuku

1.32 *Star Wars: Epizoda II – Klony útočí*. Při vzdušné honičce ve městě Coruscantu byli herci natáčeni před modrou nebo zelenou plochou, pozadí a pohybující se vozidla byla generována počítačem.

s.
48–49

Natáčení
filmu:
filmová
produkce

kapitola 1
Film
jako umění:
Tvořivost,
technika
a byznys

část I
Filmové
umění
a natáčení
filmu

Když je duplikátní negativ hotov, přidá se s obrazem synchronizovaný finální mix zvuku. První kompletní pozitivní kopie obsahující obraz i zvuk se nazývá *první kombinovaná kopie (answer print)*. Poté, co ji schválí režisér, producent a kameraman, vyrábí se *distribuční kopie (release print)*. Výhodou digitálního intermediátu je, že pokud se používané duplikátní negativy opotřebují, dají se z něj vyrobit duplikátní negativy nové. Všechny tyto nově vytvořené duplikátní negativy mají původní kvalitu, aniž by se při tom musel použít originální negativ nebo duplikační kopie.

Práce na filmu nekončí vyrobením filmové kopie pro uvedení v kinech. Štáb postprodukce připravuje za konzultace s producentem a režisérem verze pro aerolinie a televizní stanice. Pokud je film úspěšný, může být na DVD vydána rozšířená verze filmu nebo „director's cut“. V některých případech se pro uvedení v různých zemích připravují různé verze filmu. Pořadí scén ve filmu Sergia Leoneho *Tenkrát v Americe (Once Upon a Time in America, 1984)* bylo pro uvedení v USA zcela zpřeházeno a filmové kopie filmu Stanleyho Kubricka *Spalující touha (Eyes Wide Shut, 1999)* uvedené v Evropě obsahovaly daleko více nahoty než kopie uvedené v USA, na nichž byly některé nahé páry zakryty digitálně přidanými postavami v popředí. Když jsou jednotlivé verze odsouhlaseny, každá z nich je zkopírována na *výchozí video pásku (master videotape)* nebo na pevný disk, což jsou pak zdroje budoucích verzí. Přepis na video si často vyžaduje další rozhodování o kvalitě barev a vyváženosti zvuku.

Proces filmové výroby se objevuje v mnoha hraných filmech. Film Federica Felliniho *8 1/2 (1963)* ukazuje přípravnou fázi filmu, jenž je ovšem zapomenut dřív, než začne samotné natáčení. Filmy *Americká noc* Françoise Truffauta, *Velké trable malého města (State and Main, 2000)* Davida Mameta, *Nominace na Oscara (For Your Consideration, 2006)* Christophera Guesta a *Život v oblouznění (Living in Oblivion, 1995)* Toma

DiCilla se všechny odehrávají v průběhu natáčení filmu. Děj filmu Briana De Palmy *Výstřel (Blow Out, 1981)* začíná, když se sestřihává zvuk nízkorozpočtového filmu, a *Zpívání v dešti (Singin' in the Rain, 1952)* představuje celý proces výroby filmu, přičemž poslední záběr vyplní ohromný reklamní billboard na film nazvaný *Zpívání v dešti*.

Umělecké důsledky výroby filmu

Tvorba každého umělce je něčím omezená: časem, finančními prostředky nebo dostupnými možnostmi. Ze všech umění se film potýká snad s nejvíce omezeními. Musí se dodržovat rozpočet, respektovat termíny, počasí i lokace jsou nepředvídatelné a koordinace jakékoli skupiny lidí přináší problémy, s nimiž nelze dopředu počítat. I hollywoodské blockbustery, jež se na první pohled těší absolutní svobodě, bývají v mnohém omezeny. Filmaři pracující s velkým rozpočtem se občas unaví koordinací stovek pracovníků a žonglováním s miliony dolarů a začínají toužit po menších projektech nabízejících více času při rozmyšlení nad tím, co by bylo v danou chvíli nejlepší.

Jestliže si uvědomíme, že každý film během své výroby čelí řadě omezení, se kterými se musí pomocí různých kompromisů vyrovnávat, více je oceníme. Když Mark a Michael Polishové vymýšleli svůj nezávislý film *Dvojčata Fallsova z Idaha (Twin Falls Idaho, 1999)*, plánovali, že se děj bude odehrávat v několika zemích. Náklady spojené s cestováním a natáčením v lokacích je však donutily změnit zápletku filmu: „Museli jsme se rozhodnout, jestli film vypráví o dvojčatech, nebo o cestování.“ Podobně může film již ve stadiu psaní scénáře ovlivnit angažování schopného režiséra. V původním scénáři k filmu *Svědék (Witness, 1985)* byla hlavní hrdinkou Rachel, vdova z amišské komunity, do níž se zamiluje policista John Book. Ústřední dějovou linii tvořil milostný románek a Rachelin rozporuplný vztah k Bookovi. Režisér Peter Weir chtěl ale zvýraznit rozpor mezi pacifismem a násilím. William Kelley a Earl

Wallace proto přepsali scénář, v němž zdůraznili detektivní linii, přičemž do popředí postavili Booka a problém vzniklý zanesením městské zločinnosti do světa mírumilovné komunity Amišů. Scenáristé čelili novému omezení a našli pro scénář k filmu *Svědék* novou formu.

Někteří filmaři se snaží navzdory omezením posouvat hranice toho, co je chápáno jako proveditelné. Výroba filmu *Občan Kane*, který budeme rozebírat v dalších kapitolách, byla v mnoha ohledech zcela novátorská. Ovšem i tento projekt se musel podřídit studiovým rutinám a omezením daným tehdejší technikou. Častěji ale filmaři pracují s tímtež souborem možností, který mají k dispozici i ostatní. Při režírování filmu *Collateral* se Michael Mann rozhodl využít digitální kamery, minimálního umělého osvětlování a struktury scénáře, pro něž by se mohli stejně tak rozhodnout i jiní filmaři pracující v roce 2004 – na rozdíl od nich však Mann viděl ve využití těchto postupů nové možnosti. Jeho volby zároveň vedly k experimentům s novým druhem osvětlování, tedy k použití panelů s elektroluminiscenčním displejem (ELD) pro osvětlení interiéru taxi. Podobného vizuálního stylu předtím žádný jiný film nedosáhl, ale brzy ho další filmy začaly kopírovat.

Všechno, čeho si můžeme v konečné podobě filmu všimnout, pramení z rozhodnutí filmařů během jeho výroby. Naše studium filmového umění jsme začali přehledem jednotlivých fází vzniku filmu, což nám pomůže pochopit některé z možností, které obrazy a zvuky nabízejí. V dalších kapitolách budeme probírat umělecké důsledky rozhodnutí učiněných v průběhu výroby filmu – všechno od strategií vyprávění příběhů až k postupům v inscenování, natáčení, střihu a práci se zvukem. Filmaři vytvářejí filmovou formu a styl volbami v rámci omezení, kterým čelí během výroby filmu.

Mody produkce

Studiové produkce

Pečlivě strukturovaná organizace práce, jak byla popsána výše, je charakteristická pro *studiovou* filmovou výrobu. Mezi nejslavnější hollywoodská studia patřily firmy Paramount, Warner Bros., Columbia a další, jejichž vliv byl nejvýraznější ve dvacátých až šedesátých letech 20. století. Tyto společnosti vlastnily veškeré vybavení a rozlehlé provozy, přičemž s většinou pracovníků měly podepsané dlouhodobé smlouvy. Všechny projekty plánovalo u každého z těchto studií vedení, a to pak pověřovalo konkrétní vedoucí pracovníky, aby ze stálých zaměstnanců studia vybrali členy štábu a obsadili herecké role.

Studia byla dobře fungujícím obchodem a stála u zrodu tradice pečlivého dokumentování celého výrobního procesu v písemných záznamech. Na začátku každého projektu byly různé verze scénáře; během výroby se zaznamenávalo vše o natočeném materiálu, záznamu zvuku, práci se zvláštními efekty a laboratorních výsledcích; během postprodukce se katalogizovaly informace o všech záběrech zpracovávaných při střihu, notové záznamy a údaje o mixáži, dabingu a podobě titulků. Tomuto způsobu uchovávání záznamů zůstávají v případě vysokorozpočtových produkcí studia věrná i dnes, ovšem záznamy už zpracovávají především počítače.

Třebaže mohou studiové produkce trochu připomínat pásovou výrobu, v porovnání s tovární montáží aut nebo televizorů vyžadovaly větší spolupráci mezi lidmi a zároveň bývaly vždy více tvořivější a méně předvídatelné. Každý film je jedinečný produkt, nejde o repliku nějakého prototypu. Ve studiovém natáčení se zkušenosti specialisté podílejí na vytváření jedinečného produktu, přičemž neustále respektují „plány“ připravené vedením 1.33.

Centralizovaný systém studiových produkcí dnes již takřka vymizel. Giganti hollywoodského zlatého věku se proměnili především

s.
50–51

Natáčení
filmu:
filmová
produkce

kapitola 1
Film
jako umění:
Tvořivost,
technika
a byznys

část I
Filmové
umění
a natáčení
filmu

v distribuční společnosti, i když často podněcují, financují a kontrolují výrobu filmů, které distribuují. Dříve měla studia smlouvy s hvězdami a štábem, takže tatáž skupina lidí mohla společně pracovat na jednom filmu za druhým. Nyní je každý film plánován jako samostatný balíček a režisér, herci, štáb i technici jsou najímáni speciálně pro daný projekt. I když studio může štábu poskytnout vlastní ateliéry, dekorace a kanceláře, producent se většinou ještě dohodne s dalšími firmami, aby obstaraly kamery, catering, lokace, zvláštní efekty a cokoli dalšího, co je zapotřebí.

Jednotlivé výrobní fáze se však příliš neliší od toho, jak je známe z dob největšího rozkvětu studiové produkce. Výroba filmu se vlastně výrazněji zkomplikovala až v nedávné době, zejména kvůli výraznému navyšování rozpočtů a rozvíjejícím se možnostem digitálně vytvářených zvláštních efektů. Například závěrečné titulky filmu *Titanic* (1997) obsahují více než tisíc čtyři sta jmen.

Exploatační filmy, nezávislé produkce a „vyrob si sám“ (DIY)

▲ Ne všechny filmy s výše popsanou organizací dělby práce disponují vysokým rozpočtem od velkých filmových společností. Existují také nízkorozpočtové *exploatační* filmy vyrobené na zakázku specifického trhu – dříve pro okrajová kina a autokina, nyní pro videopůjčovny a videotrhy. Troma Entertainment, výrobce filmu *Toxický mstitel* (*The Toxic Avenger*, 1985), je zřejmě nejznámější exploatační společností produkující horory a lechtivé komedie pro teenagery, jejichž rozpočet nepřesahuje sto tisíc dolarů. Nicméně i filmaři pracující pro tyto společnosti si obvykle dělají práci podle studiových zvyklostí. Existují zde pozice producenta, režiséra a podobně, přičemž také úkoly během natáčení bývají děleny způsobem, který přibližně odpovídá praktikám masové výroby filmů.

Filmaři jsou však nezřídka při vzniku exploatačních produkcí okolnostmi donuceni, aby se ujalí více pracovních pozic najednou. Robert

Rodriguez natočil film *El Mariachi* (1992) ve španělštině jako exploatační film pro videotrhy. Jedenačtyřicetiletý režisér byl současně producentem, scenáristou, kameramanem, šenkem, fotografem a zvukařem. Rodriguezův kamarád Carlos Gallardo ve filmu hrál, spolu s ním ho produkoval a spolupracoval na scénáři. Pracoval také jako vedoucí produkce a kamerová služba. Stravu pro herce a štáb zajišťovala Gallardova maminka. *El Mariachi* stál nakonec něco kolem sedmi tisíc dolarů.

■ Většina exploatačních filmů se na rozdíl od *El Mariachiho* do kin nedostane, ovšem mohou se v nich objevit jiné nízkorozpočtové filmy, kterým se nepřesně říká *nezávislé*. Tyto filmy jsou vyráběny pro kina, ale nejsou financovány žádným z velkých distributorů. Někteří velmi známí nezávislí režiséři, jako například Spike Lee, David Cronenberg nebo Joel a Ethan Coenové, upřednostňují práci s daleko nižším rozpočtem, než bývá ve filmovém průmyslu obvyklé. Menší závislost na investorech dává filmařům větší svobodu ve výběru příběhů a hlavních představitelů. Obvykle je to režisér, jenž projekt vymyslí a společně s producentem ho realizuje. Finance často pocházejí od evropských televizních společností, a pokud se projekt jeví jako slibný, koupí práva na jeho uvádění některý z hlavních amerických distributorů. Například nízkorozpočtový film Davida Lynche *Příběh Alvina Straighta* (*The Straight Story*, 1999) financovaly francouzská a britská televize a až poté ho do distribuce zakoupila společnost Disney. Výroba filmu Dannyho Boyla *Milionář z chatrče* (*Slumdog Millionaire*, 2008) stála asi patnáct milionů dolarů. Kdyby se společnost Warner Bros. nevzdala distribučních práv, byl by film uveden pouze na DVD. *Milionáře z chatrče* se ale nakonec ujal distributor artových filmů Fox Searchlight a film dosáhl neočekávaného kritického i finančního úspěchu. Zhruba polovina *Milionáře z chatrče* byla natočena na 35mm materiál, zbytek byl nasnímán na digitální kamery s rozlišením 2K, které jsou menší a zjednodušily natáčení v přeplněných ulicích Bombaje.

Jak lze předvídat, natáčení nezávislých filmů bývá organizováno velmi podobným způsobem jako při produkci ve velkém studiu. Protože jsou však projekty méně finančně náročné, režisér může vyžadovat větší kontrolu nad výrobním procesem. Například Woody Allen má podle smlouvy právo přepsat a znovu natočit i delší části filmu, a to klidně až po vzniku prvního sestřihu.

Kategorie nezávislých produkcí je rozsáhlá a vejdu se do ní i skromnější projekty méně známých filmařů. Jako příklad uveďme filmy Victora Nuñeze *Uleeovo zlato* (*Ulee's Gold*, 1997), Phila Morrisona *Junebug* (2005) a Mirandy Julyové *Já a Ty a všichni ostatní* (*Me and You and Everyone We Know*, 2005). I když jsou rozpočty nezávislých filmů daleko nižší než rozpočty většiny komerčních produkcí, i tak se musí potýkat s mnohými překážkami 1.34. Filmaři někdy musí financovat projekt sami, případně s finanční pomocí příbuzných a přátel. Musí si rovněž sami nalézt distributora, který se zaměřuje na nezávislé a nízkorozpočtové filmy. I tak ale mnozí filmaři věří, že výhody nezávislých produkcí převažují nad jejich nevýhodami. Nezávislé produkce se mohou věnovat tématům, jež vysokorozpočtové studiové projekty ignorují. Žádné filmové studio by nepodpořilo film Jima Jarmusche *Podivnější než ráj* (*Stranger Than Paradise*, 1984) nebo film Kevina Smithe *Mladí muži za pultem* (*Clerks*, 1994). Protože nezávislé filmy k pokrytí svých nákladů nepotřebují početné publikum, mohou být osobnější a kontroverznější. Bez ohledu na výši rozpočtu ale proces filmové výroby stále spočívá na základních rolích a fázích, zavedených během studiové éry.

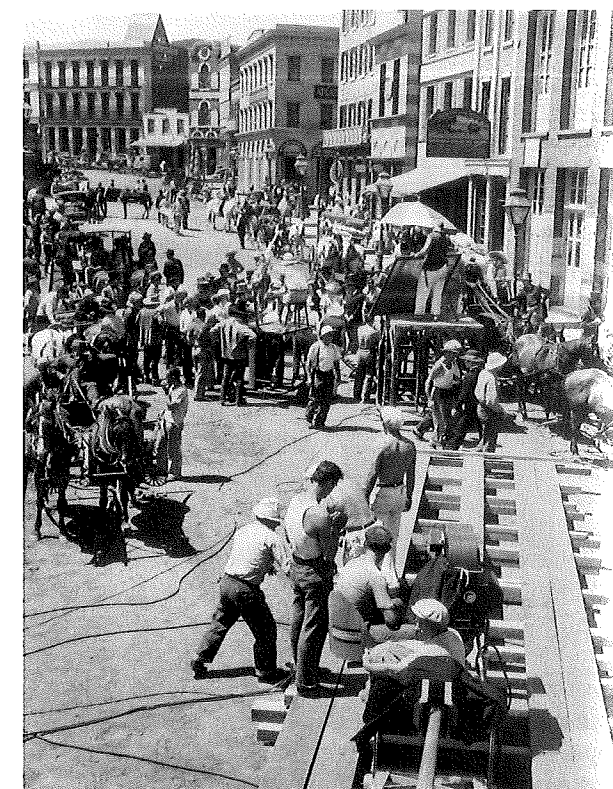
Skromné produkce

Při velkých a nezávislých produkcích pracuje na filmu mnoho lidí, z nichž se každý specializuje na jednu konkrétní úlohu. Také se ale stává, že jeden člověk dělá vše: vymyslí film, financuje ho, hraje v něm, stojí za kamerou, zaznamenává zvuk a vše pak dává dohromady.

▲ „Všichni ve Spojených státech zoufale potřebují v hloubi duše věřit, že jednou přijde zlom v jejich životě a oni opustí své pozice likvidátorů pojišťovacích úřadů, sekretářek v právních kancelářích, autorizovaných účetních zručů či gangsterů, vyhodí

si z kopytka a natočí svůj vlastní nízkorozpočtový film. Bez toho je budoucnost příliš bezútěšná.“ Joe Queenan, kritik a nezávislý filmař

■ Filmy nezávislé a filmy vyrobené ve studiích nejsou vždy tak odlišné.



1.33



1.34

To ukazujeme v článku „Independent film: How different?“. www.davidbordwell.net/blog/?p=22

1.33 Studiovou produkci charakterizovalo obrovské množství úzce specializovaných zaměstnanců. Zde připravuje několik štábů

jízdu kamery pro film *Wells Fargo* (1937).

1.34 Prostě jen další holka v metru (*Just Another Girl on the IRT*, 1992). Nezávislá režisérka Leslie Harrisová natáčela v lokacích bez speciálního osvětlování, aby mohla udělat film rychle – trvalo jí to jen sedmáct dní.

s.
52–53

Mody
produkce

kapitola 1
Film
jako umění:
Tvořivost,
technika
a byznys

část I
Filmové
umění
a natáčení
filmu

Takové filmy zřídka uvidíme v komerčních kinech, ale v oblasti experimentální a dokumentární kinematografie mají nezastupitelnou roli.

Například díla Stana Brakhage patří mezi ty nejpřiznanější osobní filmy, jaké vůbec existují. Některé z nich, jako *Window Water Baby Moving* (1959), jsou lyrickými studiemi jeho domova a rodiny 1.35. Jiné, například *Dog Star Man* (1964), se řadí mezi mytická pojednání o přírodě a další, třeba film *23rd Psalm Branch* (1967), jsou kvazidokumentárními zamyšleními nad válkou a smrtí. Brakhage své filmy financoval z vlastních zdrojů či z grantů a sám je plánoval, točil a stříhal takřka bez pomoci. Když pracoval ve filmové laboratoři, tak si své filmy také vyvolával a vyráběl filmové kopie. Brakhage natočil více než sto padesát filmů a dokázal, že filmař sám může být i řemeslníkem, jenž vykonává všechny základní role, které jsou při výrobě filmu nezbytné.

Skromné produkce obvykle využívají digitální video nebo 16mm filmový materiál. Finanční podporu si často zajišťují filmaři samotní, případně pochází z grantů či od ochotných přátel a příbuzných. Neexistuje téměř žádná dělba práce: filmař dohlíží na veškeré úkony spojené s natáčením filmu a mnohé z nich přímo vykonává. Ačkoli někdy vypomáhají technici či herci, umělecká rozhodování spočívají na filmaři. Experimentální film Mayi Derenové *Odpolední osidla* (*Meshes of the Afternoon*, 1943) natočil její manžel Alexander Hammid, ale ona film napsala, režírovala, stříhala a hrála hlavní postavu 1.36. Amos Poe natočil film *Empire II* (2007) tak, že umístil malou digitální kameru do okna svého manhattanského bytu a během celého roku narázově, v různých intervalech, zaznamenával jednotlivá okénka 1.37. Poe si film sám sestíhal, digitálně upravil obraz a sestavil zvukovou stopu z různých již existujících písní a původní Maderovy hudby.

Podobné skromné produkce bývají běžné také při natáčení dokumentů. Francouzský antropolog Jean Rouch natočil několik filmů buď

zcela sám, nebo jen s malým štábem. Snažil se v nich zaznamenat život neprobádaných skupin domorodců žijících v málo známých kulturách. Svůj první známější film *Šlení mistři* (*Les Maîtres fous*, 1955) Rouch sám napsal, režíroval i natáčel. Zkoumá v něm obřad gňanského kmene, jehož členové žijí dvojí život: většinu času pracují jako mizerně placení dělníci, ale ve svých rituálech se dostávají do zběsilého transu a přijímají identity svých kolonizátorů a nadřizených.

Podobně strávila Barbara Koppleová čtyři roky natáčením filmu *Harlan* (*Harlan County, U.S.A.*, 1976). Jde o záznam boje kentuckých horníků za odbory. Když od několika nadací konečně získala finance, žila se svým malým štábem během třináctiměsíční stávky společně s horníky. V průběhu natáčení Koppleová zaznamenávala zvuk, pomáhala kameramanovi Hartu Perrymu a někdy i osvětlovala. Velký štáb byl nemyslitelný nejenom z důvodů rozpočtu, který měla Koppleová k dispozici, ale také proto, že filmaři museli přirozeně splynout s komunitou. Stejně jako horníci byli i filmaři pod neustálou hrozbou násilí ze strany stávkokazů 1.38.

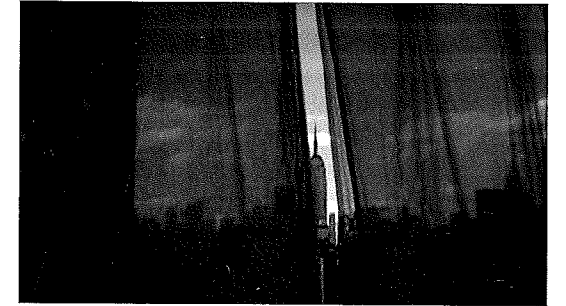
Někdy se ze skromné produkce stane produkce *kolektivní*. Místo toho, aby projekt tvořil jeden filmař, spolupracuje na něm stejným dílem hned několik tvůrců. Skupina má společné cíle a demokraticky se rozhoduje o průběhu natáčení. Někdy si také tvůrci postupně předávají role: zvukař může další den pracovat jako kameraman. Nedávným příkladem kolektivní produkce je kanadský film *Rychlý běžec* (*Atanarjuat: The Fast Runner*, 2001). Tři Inuité (Zacharias Kunuk, Paul Apak Angilirq a Paul Qulitalik) a jeden Newyorčan (Norman Cohn) založili v roce 1990 firmu Igloodik Isuma Productions. Poté, co natočili několik krátkých filmů a televizní seriál, dala tato skupina dohromady scénář na motivy lidové pověsti o lásce, vraždě a pomstě. S financemi od televizní stanice a Národního filmového výboru (National Film Board) strávil štáb a herci šest měsíců natáčením na Arktidě, přičemž bydleli ve stanech a jedli

tulení maso. Jak vysvětluje Cohn: „Nemáme žádnou hierarchii. Není zde režisér ani jeho první, druhý, třetí nebo čtvrtý asistent. Jsme parta lidí, kteří se snaží přijít na to, jak natočit tento film.“ Život Inuitů je velmi společenský, takže se během práce na projektu tvůrčí kolektiv Igloodiku rozšířil i o místní obyvatele. Někteří z nich se museli znovu naučit, jak se tradiční cestou vyrábějí nástroje a oblečení z kostí, kamene a zvířecích kůží. Cohn k tomu poznamenal: „Inuitský způsob myšlení je velmi jednotný. My jsme náš film natočili po inuitsku: díky dohodě a spolupráci.“ *Rychlý běžec* předvádí ty nejlepší vlastnosti digitálního Beta videa 1.39, díky čemuž získal roku 2002 cenu za nejlepší debut na Mezinárodním filmovém festivalu v Cannes. To přesvědčilo lidi, že: „...banda Eskymáků z míst, kde lišky dávají dobrou noc, může být natolik schopná, že dokáže natočit film,“ dodává Norman Cohn.

Skromné produkce umožňují filmařům udržet si naprostou kontrolu nad projektem. Rozvoj digitálních videoformátů tyto produkce zviditelnil. Filmy *Všichni mošní sběrači a já* (*Les glaneurs et la glaneuse*, 2000; 5.42), *The Yes Men* (2003), *Setkání na konci světa* (*Encounters at the End of the World*, 2007) a další nedávno uvedené filmy dokládají, že na filmovém trhu a festivalech je místo pro filmy natočené jediným filmařem nebo minimálním výrobním štábem.



1.36



1.37



1.38



1.39



1.35

■ Více informací o Poeově filmu *Empire II* a odkaz na jeho webové stránky najdete na: www.davidbordwell.net/blog/?p=1709

1.35 *The Riddle of Lumen* (1972). Stan Brakhage proměnil stíny a každodenní předměty do sugestivních a podivuhodných tvarů.

1.36 *Odpolední osidla*. Maya Derenová, režisérka a hlavní představitelka filmu, se na tomto záběru objevuje hned dvakrát.

1.37 *Empire II*. Tento dráždivý pohled na manhattanské panoráma Amos Poe digitálně upravil, a tím mu přidal na lyričnosti.

1.38 *Harlan*. Řidič projíždějího nákladního vozu střílí na filmový štáb.

1.39 *Rychlý běžec*. Hrdina filmu se na chvíli zastaví ve svém rychlém běhu přes ledové pláně.

s.
54–55

Mody
produkce

kapitola 1
Film
jako umění:
Tvořivost,
technika
a byznys

část I
Filmové
umění
a natáčení
filmu

Uvedení amatérských a poloprofesionálních digitálních kamer a cenově dostupný software pro počítačovou postprodukcí vedly k rozšíření přístupu „vyrob si sám“ (DIY). Jedinci nebo malé skupiny amatérů mohou natáčet vlastní filmy a sdílet je prostřednictvím YouTube nebo jiné webové stránky na internetu. Zřejmě nejvýznamnější DIY film je projekt Arina Crumleye a Susan Buiceové *Čtyřoká monstra* (*Four Eyed Monsters*, 2005), audiovizuální rekonstrukce jejich nekonvenčního milostného vztahu. I když byl film promítán v několika kinech a na několika festivalech, hlavním distribučním kanálem bylo DVD, které Crumley a Buiceová sami vydali. Dvojice propagovala svůj film na vlastní webové stránce a také na Second Life a YouTube. Film *Čtyřoká monstra* nakonec dosáhl toho, že byl uveden na kanále Independent Film Channel, který rovněž zajistil uvedení nové verze tohoto filmu na DVD.

Umělecké důsledky jednotlivých modů produkce

Filmy třídíme podle toho, jak byly vyrobeny. Rozeznáme *dokument* od *fikčního filmu* poněvadž se liší jejich výrobní fáze. Dokumentaristé obvykle dohlížejí pouze na určité proměny během období přípravných prací, období natáčení a dokončovacích prací. Některé části (jako scénář a herecké zkoušky) mohou být vypuštěny, zatímco jiné (jako je prostředí, osvětlování a chování postav) jsou sice přítomny, ale často nad nimi dokumentarista nemá žádnou moc. Při rozhovorech se svědky určité události má filmař obvykle kontrolu nad prací kamery a nad střihem, ale zároveň svědky nenavádí, co mají dělat nebo říkat. Například dokument *Hledání konsenzu: Noam Chomsky a média* (*Manufacturing Consent: Noam Chomsky and the Media*, 1992) neměl žádný scénář. Filmaři Mark Achbar a Peter Wintonick místo toho natáčeli dlouhé rozhovory s Chomským, jenž vysvětloval své myšlenky. Pro fikční film je naopak typická daleko větší kontrola nad přípravnou fází a nad samotným natáčením.

Stříhový dokument je sestaven z již existujících obrazových a zvukových materiálů, které poskytují historické podklady k pojednávanému tématu. Autor stříhového dokumentu může fázi natáčení omezit na minimum a stvořit příběh pouze z archivních materiálů. K seriálu *Moc nočních můr aneb Vzestup politiky strachu* (*The Power of Nightmares: The Rise of the Politics of Fear*, 2004) nashromáždil Adam Curtis týdeníky, televizní záběry, reklamy a ukázky z fikčních filmů, aby poukázal na vzrůst fundamentalistické politiky a náboženství po druhé světové válce.

Ještě jeden druh filmu můžeme odlišit na základě způsobu jeho výroby. *Animovaný film* se natáčí okénko po okénku. Obrazy je možné kreslit přímo na filmový pás, snímat je kamerou nebo natáčet trojrozměrné modely, jako jsou například figurky ve filmech s Wallacem a Gromitem. Ale třeba film *Mrtvá nevěsta Tima Burtona* (*Corpse Bride*, 2005) byl vyroben bez použití filmových kamer. Místo toho byl každý rámeček zaznamenán na digitální fotoaparát a pak přepsán na film. Dnes je většina animovaných filmů – ať už míří do kin, nebo na internet – vyrobena pomocí příslušného softwaru přímo na počítači.

Výroba a autorství Proces výroby má pro film jako umění i další důsledky. Často se ptáme: Kdo je vlastně „autor“, osoba odpovědná za film? Při produkcích, na nichž se podílí jediný člověk, musí být autorem on sám – Stan Brakhage, Louis Lumière, vy. Důsledkem kolektivní produkce je kolektivní autorství: autorem je celá skupina. Otázka autorství začne být složitá v případě velkých produkcí, zejména těch řízených studií.

▲ Studiové produkce přidělují role tolika lidem, že je často obtížné určit, kdo co kontroluje nebo kdo o čem rozhoduje. Je autorem producent? V době rozkvětu hollywoodského systému producent někdy neměl s natáčením nic společného. Scenárista? Jeho scénář může být v průběhu natáčení a střihu zcela změněn. Máme co do činění se skupinovým autorem jako

u kolektivních produkcí? Taky ne, protože zde existuje hierarchie, v níž významná rozhodnutí činí jen několik důležitých hráčů.

A navíc – když nás bude zajímat nejen kontrola a rozhodování, ale také osobitý styl, je snad jasné, že někteří z pracovníků studia zanechávají na filmech, které spoluvytvářejí, zřetelné a jedinečné stopy. Kameraman Gregg Toland, výtvarník Hermann Warm, návrhářka kostýmů Edith Headová, choreograf Gene Kelly – přínos těchto lidí je v některých filmech nepřehlédnutelný. Jak potom tedy u filmu vyrobeného velkým studiem k problému autorství přistupovat?

Většina odborníků chápe jako hlavního „autora“ filmu režiséra. I když scenárista připraví scénář, další fáze výroby filmu ho mohou změnit k nepoznání. Ačkoli producent řídí celý proces výroby, zřídka má kontrolu nad veškerým děním na place. Je to režisér, kdo dělá klíčová rozhodnutí týkající se hereckých výkonů, inscenování, osvětlování, rámování, střihu a zvuku. Celkově vzato, je to režisér, kdo má nejvíce kontroly nad tím, jak bude film vypadat a znít.

To neznamená, že režisér je odborník na každou profesi nebo že dohlídí na každíčký detail. Může zadat úkoly lidem, kterým důvěřuje, přičemž obvykle pracuje se stejnými herci, kameramany, hudebními skladateli a střihači. Ve studiové éře se režiséři naučili, jak ve filmu jako celku skloubit různorodé talenty herců a členů štábu. Zvláštní nadání Humphreyho Bogarta jinak využil Michael Curtiz ve filmu *Casablanca* (1943), jinak John Huston v *Maltézském sokolovi* (*The Maltese Falcon*, 1941) a ještě jinak Howard Hawks v *Hlubokém spánku* (*The Big Sleep*, 1946). Kameramanské umění Gregga Tolanda jinak uplatnil Orson Welles ve filmu *Občan Kane* a jinak William Wyler v *Nejlepších letech našeho života* (*The Best Years of Our Lives*, 1946).

V padesátých letech minulého století označovali mladí francouzští kritici slovem *auteur* (autor) hollywoodské režiséry, kteří sice pracovali v rámci hollywoodského studiového

systému, ale přesto podle nich přišli se specifickým přístupem ke kinematografii. Američtí kritici tuto „auteur theory“ brzy přijali a později se stala základním konceptem pro studenty i pedagogy filmových studií. I dnes můžete tu a tam číst recenze nebo zahlédnout ukázkou v televizi, kde se tento pojem objevuje – zůstal běžným označením respektovaných režisérů.

■ Dobře zavedení současní režiséri jsou schopni velké produkce do značné míry kontrolovat. Steven Spielberg nebo Ethan a Joel Coenové mohou třeba trvat na ručním střihu místo digitálního. Robert Altman zase neměl rád post-synchrony a ve filmu využíval kontaktního zvuku, jak to jen šlo (totéž dělá Martin Scorsese). V době hollywoodského studiového systému režiséři svůj vliv uplatňovali spíše nepřímou. Většina studií režisérům nepovolovala dohled nad střihem, ale třeba John Ford si film předem sestříhal „ve své hlavě“, často pro každý záběr natočil jen jedno jetí, a tak vlastně střihače donutil, aby spojil záběry tak, jak to on sám předem naplánoval.

Po celém světě bývá režisér obvykle chápán jako nejdůležitější z tvůrců filmu. V Evropě, Asii a Jižní Americe jsou to často režiséři, kteří film iniciují a posléze úzce spolupracují se scenáristy. V Hollywoodu jsou režiséři obvykle na volné noze a ti nejlepší si své projekty vybírají. Skoro vždy je to režisér, kdo ovlivňuje specifickou formu a styl filmu, přičemž právě tyto dvě složky jsou pro film jako umění nejdůležitější.

Jak dostat film k publiku: distribuce a uvádění filmů

Nějakou dobu jsme se tady zabývali filmovou výrobou, protože právě tady filmové umění začíná. Ale co další dvě fáze, které tvoří součást filmového průmyslu? Stejně jako při natáčení také při distribuci a uvádění filmů hrají velkou roli peníze. Uvidíme, že i tyto fáze mají vliv na film jako umění a na divácké zážitky z jednotlivých filmových děl.

s.
56–57

Mody
produkce

kapitola 1
Film
jako umění:
Tvořivost,
technika
a byznys

část I
Filmové
umění
a natáčení
filmu

▲ „Je mi z toho smutno, že dnes a denně potkávám spoustu mladých lidí, kteří nevědí vůbec nic o filmové historii... Je šokující, jak moc jich neví, že Orson Welles natočil film *Občan Kane*... Jsou zaslepeni

byznysem a jeho leskem, a ne filmařinou.“
Producentka Stacey Sherová (*Pulp Fiction: Historky z podsvětí – Pulp Fiction*, 1994, a *Erin Brockovich*, 2000)

■ Scenáristům se tato myšlenka příliš nezamlouvá, ale my jsme se za ní postavili v článku „Who the devil wrote it? (Apologies to Peter Bogdanovich)“.
www.davidbordwell.net/blog/?p=41

Distribuce: centrum moci

Distribuční společnosti mají v komerčním filmovém průmyslu ohromnou ekonomickou sílu. Filmaři se bez nich neobejdou, pokud mají být jejich filmy uváděny, a provozovatelé kin je potřebují, aby měli co hrát. V Evropě i Asii působí významné mediální společnosti, ale mezi největšími světovými distributory zůstává šestice distribučních firem, jejichž jména jistě znáte: Warner Bros., Paramount, Walt Disney/Buena Vista, Sony/Columbia, Twentieth Century Fox a Universal.

Tyto firmy poskytují mainstreamovou zábavu kinům po celém světě. V USA a Kanadě tvoří vstupenky na filmy, které tyto společnosti uvádějí, devadesát pět procent všech prodaných lístků. V celosvětovém měřítku je to pak přibližně polovina. V hlavních městech po celém světě si tyto velké společnosti udržují pobočky, které propagují jejich filmy, dohlížíjí na jejich uvádění do kin a uzpůsobují kopie příslušnému jazyku (buď dabováním původního znění, nebo přidáním titulků). Pomocí silných marketingových oddělení v každém regionu mohou distribuovat vedle hollywoodských titulů i filmy zahraniční. Například populární animované filmy Hajaoa Miyazakiho (*Cesta do fantazie – Sen to Čihiro no kamikakuši /2001/* a *Zámek v oblacích – Hauru no ugoku širo /2004/*) jsou uváděny do videodistribuce pobočkou Disneyho společnosti Buena Vista. A to včetně Miyazakiho rodného Japonska.

Silný vliv těchto hlavních distributorů je zapříčiněn tím, že velké společnosti mohou lépe odolávat rizikům spojeným s výrobou celovečerních filmů. Filmování je drahé a většina filmů při uvedení do kin nevydělá. V celosvětovém měřítku tržby z uvádění deseti procent nejúspěšnějších filmů odpovídají padesáti procentům veškerých tržeb. Tržby z uvádění třiceti procent nejúspěšnějších filmů odpovídají osmdesáti procentům veškerých tržeb. Obvykle film pokryje náklady nebo vydělá, jen když je uveden v kabelové nebo satelitní televizi a na videonosičích.

Majitelé kin ve Spojených státech amerických nabízejí za každý film uvedený distributory na trh určitou cenu, přičemž ve většině států USA mají možnost daný film vidět předem. Jinde ve světě mohou distributoři přinutit provozovatele kin, aby film nasadili do programu, aniž by ho předem viděli (tomu se říká *prodej naslepo – blind booking*), a někdy dokonce ještě předtím, než byl film vůbec dokončen. Pokud provozovatelé kin vážně stojí o několik určitých filmů, mohou být někdy nuceni pořídit si je v „balíku“ společně s filmy jinými (jde o *navěšování – block booking*).

▲ Jakmile provozovatel kina podepíše smlouvu o uvádění filmu, může si distributor začít klást vysoké nároky. Kina si nechávají překvapivě malou část tržeb. Jedna z běžných dohod zaručuje distributorovi minimálně devadesát procent tržeb z prvního týdne uvádění filmu, což postupně po několika týdnech klesne na třicet procent. Tyto podmínky jsou pro provozovatele kin nevýhodné. Propadák, který z pláten brzy zmizí, kinu takřka nic nepřinese, a i úspěšný film vydělá nejvíce peněz v prvních dvou nebo třech týdnech, kdy provozovatel kina dostává menší podíl. Trhák, který se uvádí dlouho, přinese kinu průměrně méně než padesát procent z tržeb. Jako kompenzaci těchto nevýhod povoluje distributor provozovateli kina, aby si z tržeb odečetl režijní náklady (jde o domluvenou částku). Provozovateli kina navíc případnou veškeré příjmy z prodeje občerstvení, jež mohou tvořit až sedmdesát procent výdělku – bez drahého občerstvení nemohou kina přežít.⁷

■ Tržby se rozdělí mezi provozovatele kina a distributora. Když distributor získá svůj podíl dále jej rozděluje. Hlavní distributoři v USA si obvykle berou jako svůj podíl třicet pět procent z půjčovního. Jestliže distributor pomáhal film financovat, připadají mu ještě další procenta. Odečteny jsou rovněž náklady na výrobu kopií a reklamu. Co zůstane, jde zpět filmařům. Ze zisku musí producent platit všechny, kteří mají na zisku podíl: režiséra, herce, výkonného producenta a také investory, kteří si vyjednali podíl z půjčovního.

U většiny filmů bývá suma, jež se vrací produkční společnosti, relativně malá. Jakmile jsou zaplacení pracovníci, kteří dostávají fixní mzdy, musejí producent a další důležití členové štábu obvykle čekat, než dostanou svůj podíl z videotruhu a ostatních trhů. Kvůli tomuto zpoždění a kvůli podezření z klamavého účetnictví hlavních distributorů mohou významní herci a režiséři vyžadovat podíl, kterému se říká „první dolar“. To znamená, že jejich podíl bude vyplacen z prvních peněz, které se distributorovi vrátí.

■ **Majors a Minors** Všichni *Major* distributoři patří nadnárodním korporacím působícím v zábavním průmyslu. Například mediální konglomerát Time Warner vlastní firmu Warner Bros., která jednak vyrábí a distribuuje filmy a jednak kontroluje další menší společnosti New Line Cinema, Picturehouse a Warner Independent Pictures. Time Warner je navíc majitelem internetového poskytovatele America On Line (AOL). Konglomerát vlastní také televizní stanice a kabelové služby, jako je CNN, HBO a Cartoon Network, vydavatelství a časopisy (*Time, Life, Sports Illustrated, People* a *DC Comics*), hudební společnosti (Atlantic, Elektra), zábavní parky (Six Flags) a sportovní týmy (Atlanta Braves a Atlanta Hawks). Poněvadž distribuční firmy neustále získávají další nové společnosti a jiných se zbavují, tento přehled se může nečekaně proměňovat. Koncem roku 2005 například Paramount koupil produkční společnost DreamWorks SKG, která byla do té doby pevně spojena s Universalem. Roku 2008 DreamWorks oznámil, že Paramount opouští, aby se stal nezávislou společností distribuující filmy pomocí Universalu, přičemž počátkem roku 2009 se nečekaně ukázalo, že místo toho bude jejich distribučním partnerem Disney.

Nezávislí a zahraniční režiséři obvykle nemají k přímému financování *Major* distribučních společností přístup, a tak se snaží prodávat distribuční práva předem, aby vůbec mohli zaplatit natáčení. Jakmile je film hotov, pokouší se přilákat pozornost distributorů na filmových

festivalech. Společnost DreamWorks SKG se například rozhodla pro americkou distribuci filmu Woodyho Allena *Match Point – Hra osudu (Match Point, 2005)* poté, co se roku 2005 setkal s dobrým kritickým přijetím na Mezinárodním filmovém festivalu v Cannes. V tomtéž roce jihoafrický film *Tsotsi (2005)* vyhrál Cenu publika na Mezinárodním filmovém festivalu v Torontu a práva na uvádění v Severní Americe koupila Buena Vista.

Specializovaní distributoři, jako jsou třeba newyorské firmy Kino a Milestone, kupují práva na zahraniční a nezávislé filmy pro jejich uvádění v kinech pro náročné diváky, na univerzitách a v muzeích. V devadesátých letech se potenciální publikum těchto filmů rozšířilo, a proto se snažili vstoupit na tento trh i velcí distributoři. Nezávislá firma Miramax už vyrobila tolik nízkorozpočtových filmů, že ji zakoupila korporace Disney. S výhodou financování a širších distribučních možností, které Disney nabízí, vydělaly některé filmy vyrobené či distribuované Miramaxem – *Pulp Fiction: Historky z podsvětí, Vříškot (Scream, 1996), Zamilovaný Shakespeare (Shakespeare in Love, 1998)* a *Hrdina (Hero, 2002)* – více peněz, než by jinak bylo možné. Sony Pictures Classics financovala umělecké filmy, které se někdy dostaly i do multiplexů. Mezi ně patří třeba *Tygr a drak (Crouching Tiger, Hidden Dragon, 2000)*. A úplně nedávno uvedla společnost Fox Searchlight film *Milionář z chatrče*, který společnost Warner Bros. předtím odmítla. Film se nakonec těšil velké popularitě mezi diváky i kritiky.

▲ Filmoví distributoři patří nadnárodním konglomerátům, a proto mají přístup k bankovním půjčkám, cenným papírům a dalším zdrojům financování. Pobočky v jednotlivých zemích pak mohou film prosadit i na mezinárodní trhy. Rozsáhlá působnost firmy Sony dovolila vydat na CD jedenáct různých verzí soundtracku k filmu *Spider-Man 2 (2004)*, přičemž na každém vystupují umělci známí v příslušném regionu. Důležité je i to, že mediální konglomeráty dokážou vytvořit *synergii* – což je koordinace různých odvětví v rámci

s.
58–59

Jak
dostat
film
k publiku:
distribuce
a uvádění
filmů

kapitola 1
Film
jako umění:
Tvořivost,
technika
a byznys

část I
Filmové
umění
a natáčení
filmu

▲ „Moje práce je prodávat jídlo. A to, že pracuji v kině, je jen náhoda.“
Manažer kina na severu státu New York

■ Každé pondělí přicházejí nové údaje o víkendových tržbách, ale o čem to vypovídá? Trochu jsme to osvětlili v článku „What won the weekend? or how to understand box-office figures“.
www.davidbordwell.net/blog/?p=21

■ Příklad toho, jak taková změna ovlivní zbytek filmového průmyslu, najdete v našem příspěvku „Filling the New Line gap“ o pohlední společnosti New Line Cinema firmou Warner Bros., k němuž došlo roku 2008.
www.davidbordwell.net/blog/?p=2983

▲ „Média si jsou podobná jako vejce vejci – to je naše hlavní filozofie.“
Rupert Murdoch, majitel News Corp. a Twentieth Century Fox

jedné společnosti prostřednictvím nějakého spojovacího tématu, obvykle konkrétní značky nebo motivu. Známými příklady toho, jak se v rámci jedné firmy navzájem posilují film, televize, vydavatelství a hudební oddělení, je *Batman* (1989) a *Akta X – Film* (*The X-Files*, 1998). Jeden produkt propaguje druhý a každá část mateřské společnosti se do tohoto podnikání nějak zapojí. Jeden film tak může během příběhu propagovat film jiný 1.40. Synergie ne vždy uspějí a nejvíce z nich jistě dokážou vytěžít giganti v oblasti multimédií.

Distributoři určují datum premiéry, vyrábějí kopie a organizují reklamní kampaň. Pro velké společnosti může být distribuce výhodná, protože náklady se rozdělí mezi mnoho různých částí společnosti. Návrh na plakát se může použít na několika různých trzích a distributor, který si z laboratoře objedná tisíc kopií, zaplatí za jednu méně než filmař, který si objedná jen jednu. Velké společnosti se mohou také nejlépe vyrovnat s navýšením distribučních nákladů. Výroba hollywoodského filmu stojí dnes průměrně asi 70,8 milionu dolarů a na dalších 35,9 milionu dolarů vyjde jeho distribuce.

Natáčení filmů pro masový trh je riskantní. Z tohoto důvodu největší distributoři vyvinuli dvě strategie: *postupnou distribuci* (též *postupné uvedení; platforming*) a *širokou distribuci* (též *široké uvedení; wide release*). Při postupné distribuci se film nejprve uvádí v několika velkých městech a poté se šíří do dalších kin v zemi, i když se nemusí nutně hrát všude. Je-li tato strategie úspěšná, bývá film napjatě očekáván a zůstává po mnoho měsíců předmětem diskuse. *Major* distributoři užívají tuto strategii zpravidla pro neobvyklé filmy, jako byly třeba *Mnichov* (*Munich*, 2005) nebo *Zkrocená hora* (*Brokeback Mountain*, 2005), které potřebují čas, aby získaly podporu kritiků a aby se o nich začalo pozitivně mluvit. Menší distributoři tuto strategii využívají, protože musejí – nemohou si totiž dovolit vyrobit tolik kopií, aby film uvedli v mnoha kinech současně, nicméně postupné šíření „šeptandy“ může být k užítku i jim.

Při široké distribuci má film premiéru ve stejnou chvíli na mnoha místech. Tento způsob uvádění filmů je možný jen v případě *Major* distributorů s dostatkem finančních prostředků, protože třeba pro širokou distribuci jen v USA je třeba vyrobit tisíce kopií. Tato strategie bývá typická pro mainstreamové filmy, přičemž každý víkend mají v USA premiéru dva nebo tři tituly ve dvou až čtyřech tisícovkách kinosálů. Film, který se pomocí této strategie uvádí, přitom nemusí být příliš nákladný – komedie, akční film, horor, sci-fi anebo dětský animovaný film. Avšak může to být také velmi nákladný *stěžejní film* (*tentpole*), jako například *Válka světů* (*War of the Worlds*, 2005) nebo nejnovější díl Harryho Pottera.

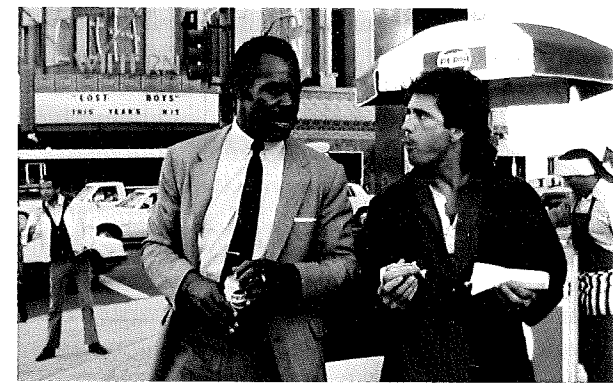
Distributoři doufají, že uvedení na mnoha místech naráz dává jasný signál, že „tenhle film se musí vidět“, protože jde o velkou věc. Stejně důležitý je fakt, že tato strategie pomáhá rychle vrátit náklady, neboť distributor získává větší část tržeb hned po uvedení filmu na trh. Ovšem bývá to sázka do loterie. Jestliže film neuspěje hned první týden, takřka nikdy se mu nepodaří dostat se znovu do popředí a může velice rychle přicházet o výděly. I tržby úspěšných filmů obvykle padají s každým týdnem uvádění o čtyřicet procent. Když dva vysokorozpočtové filmy mají premiéru tentýž víkend, duel je zhoubný pro všechny zúčastněné. Společnosti se proto snaží plánovat premiéry svých stěžejních filmů tak, aby se přímému střetu vyhnuly. Jeden víkend v květnu 2005, když měl takřka ve 3700 sálech USA premiéru poslední díl ságy *Star Wars* od společnosti Fox, žádný další titul nebyl jinými distributory uveden pomocí stejné strategie. A tak film *Star Wars: Epizoda III – Pomsta Sithů* vydělal jen v USA téměř 160 milionů dolarů za čtyři dny.

Široké uvedení expandovalo do celého světa. Když se rozšířilo pirátské kopírování filmů, distribuční společnosti si uvědomily, jak je riskantní uvést film na mnoha místech současně pouze v rámci Spojených států a pak týdny nebo měsíce čekat na uvedení v dalších zemích. V té

době už totiž mohou být tyto filmy k dispozici jak ke stažení na internetu, tak na nelegálních DVD. Proto americké společnosti začaly experimentovat se *souběžnou distribucí* (*day-and-date*) svých stěžejních filmů. Film *Matrix Revolutions* (*The Matrix Revolutions*, 2003) byl v den premiéry současně nasazen do osmi tisíc sálů v USA a deseti tisíc sálů v dalších sto sedmi zemích. Se smyslem pro efektivní načasování byla premiéra synchronizována tak, aby začala v tutéž minutu, a to bez ohledu na časové zóny.

Jak se film prodává Distributor zajišťuje nejenom uvedení filmu, ale i s ním spojenou reklamní kampaň. Kino dostane k dispozici *trailer*, krátkou upoutávku na připravovaný film. Mnoho vysoce postavených představitelů filmového průmyslu se domnívá, že trailer představuje nejučinnější reklamu. Protože se promítá v kinech, získá si pozornost pravidelných filmových diváků. Umístěním na oficiální webové stránky filmu, YouTube a mnohé jiné fanouškovské stránky se trailer nakonec dostane k nejširšímu publiku.

Mluví umožní novinářům, aby udělali rozhovor s hvězdami a nejdůležitějšími členy štábu v hotelech nebo přímo v místě natáčení (říká se tomu *press junket*). „Infotainment“ (spojení informace a zábavy) v tištěných médiích, televizi nebo na webu buduje povědomí diváků o daném filmu. Studio dodá „film o filmu“, který může být vyslán v kabelových televizích. Pokud jde o významný film, tisk se mu souběžně s uvedením do kin znovu věnuje 1.41. Novinářům distributor poskytuje tištěný i elektronický *press kit* (EPK), kde najdou fotografie, zákulisní informace, rozhovory s hvězdami i úryvky z důležitých scén filmu. Důkladnou reklamní kampaň mívají i skromné produkce, jako třeba *Až si vydechnu* (*Waiting to Exhale*, 1996): pět různých hudebních klipů, návštěvy hvězd v pořadu Oprah Winfreyové a propagaci v tisícovkách knihkupectví a salonů krásy. Výroba filmu *Moje tlustá řecká svatba* (*My Big Fat Greek Wedding*, 2002) stála pět milionů dolarů,



1.40



1.41

1.40 *Smrtonosná zbraň* (*Lethal Weapon*, 1987). Když Murtaugh a Riggs opouštějí stánek, kde se prodávají párky v rohlíku, míjejí před kinem reklamu na film *Ztracení chlapi* (*The Lost Boys*, 1987), jiný film společnosti Warner Bros. (uvedený do kin čtyři měsíce po *Smrtonosné zbrani*). Důležité místo, které zaujímá logo firmy Pepsi-Cola, je příkladem *product placementu* – za objevení se

dobře známé značky ve filmu společnost buď zaplatí, nebo s tvůrci filmu uzavře barterovou dohodu.

1.41 *Pán prstenů: Návrat krále* (*The Lord of the Rings: The Return of the King*, 2003). Součástí světové premiéry filmu byla tisková konference, která se konala 1. prosince 2003 v muzeu Te Papa ve Wellingtonu na Novém Zélandu.

s. 60–61

Jak dostat film k publiku: distribuce a uvádění filmů

kapitola 1
Film jako umění: Tvořivost, technika a byznys

část I
Filmové umění a natáčení filmu

■ S pomocí několika kolegů zkoumáme současný fenomén franšizingu a obhajujeme tento způsob podnikání v článku „Live with it! There'll always be movie sequels. Good thing, too“.
www.davidbordwell.net/blog/?p=836

■ Comic-Con a podobné události organizované filmovými nadšenci poskytují v poslední době hollywoodským distributorům novou možnost, jak propagovat populární filmy přímo mezi diváky. Píšeme o tom v článku „Comic-Con 2008, Part 2: Hollywood cares“.
www.davidbordwell.net/blog/?p=2710

ale za reklamní kampaň distributor utratil více než dvojnásobek.

Roku 1999 našli dva mladí režiséři cílové publikum pro svůj film tím, že vytvořili webovou stránku, jejímž účelem bylo pátrat po záhadných zjeveních v Blair Witch. „Film byl rozšířením webové stránky,“ poznamenal vysoce postavený představitel studia. Film *Záhada Blair Witch (The Blair Witch Project, 1999)* vydělal v USA více než 130 milionů dolarů, díky čemuž distributoři konečně pochopili sílu internetu. Nyní má každý film svou webovou stránku a ta láká diváky shrnutím děje, životopisy hvězd, hrami, šetrnými obrazovky a odkazy na prodej nejrůznějšího zboží spojeného s filmem. Distributoři si uvědomili, že pokud se to internetovým uživatelům umožní, budou prostřednictvím „septandy“ nadšeně vytvářet *virální marketing*.

Fanouškovské stránky, jako jsou třeba *Ain't It Cool News* Harryho Knowlese, mohou připravovaný film propagovat pomocí neustálého uveřejňování nových informací o něm a zvláštního přístupu pro zaregistrované návštěvníky. Díky on-line soutěžím lze získat e-mailové adresy pro reklamu s filmem souvisejících produktů i pro propagaci jiných filmů. Peter Jackson využil bujícího webového zájmu o *Pána prstenů* a uveřejnil na fanouškovské stránce takřka devadesát videodeníků z natáčení filmu *King Kong*, které byly později vydány jako dvoudisková edice v exkluzivním balení. Bezdrátová komunikace se stala dalším logickým krokem – trailery se dají nahrát do mobilních telefonů nebo může probíhat kampaň prostřednictvím SMS jako u filmu *Cry Wolf (2005)*.

Merchandising je finančně mimořádně efektivní forma propagace, v rámci níž výrobní společnosti zakoupí práva na to, aby mohly na svých výrobcích použít titul filmu, jméno filmové postavy nebo obrazový materiál s filmem spojený. Tyto licenční poplatky zaplatí náklady na výrobu a distribuci filmu, a jestliže se produkty ujmou, mohou pro distributora představovat dlouhodobé příjmy i od zákazníků, kteří třeba daný film nikdy

ani neviděli. I když film *Tron* v kinech roku 1982 propadl, videohra *Discs of Tron* se stala oblíbenou atrakcí v hernách. Dnes skoro všechny významnější filmy spoléhají na merchandising, i kdyby to měl být pouze román inspirovaný filmem nebo soundtrack na CD. Filmy určené dětskému publiku však mají k dispozici často rozsáhlou škálu možností: hračky, hry, oblečení, svačिनové krabičky nebo školní tašky. Existuje telefonní vyzvánění ve stylu *Shreka (2001)* a jeho motivy se dají najít také na bowlingových koulích nebo na lékařském oblečení. Impérium zábavy George Lucase je založeno na tom, že si podržel práva na veškerý merchandising spojený se ságou *Star Wars*.

Podobnou taktikou je *vzájemná marketingová podpora (cross-promotion neboli brand partnering)*, která umožňuje souběžnou propagaci filmu a produktu. Partnerské společnosti souhlasí, že se budou na reklamě do určité míry finančně spolupodílet – tato praxe tak může ušetřit studiu desítky milionů dolarů na propagaci filmu. MGM se dohodla s firmami Heineken, Smirnoff, BMW, Visa a Ericsson, že se hvězdy bondovky *Zítřek nikdy neumírá (Tomorrow Never Dies, 1997)* objeví v jejich reklamách. Těchto pět partnerů utratilo bezmála 100 milionů dolarů na kampaň, která film propagovala po celém světě. Výměnou film obsahoval scény, v nichž byly příslušné produkty viditelně umístěny. U filmu *Shrek 2 (2004)* se k vzájemné propagaci zavázalo několik společností, například Burger King, Pepsi-Cola, General Mills, Hewlett-Packard a Activision. Obchody se zmrzlinou Baskin-Robbins vystavovaly velké kartonové stojany s postavami Shreka, Oslíka a Kocoura v botách, stojícími kolem obrovského „Shrekova poháru s horkou polevou“. Do celé akce se zapojila i poštovní společnost US Postal Service: miliardy dopisů byly orázkovány obrázky se Shrekem a Oslíkem. Na vzájemnou marketingovou podporu spoléhají i filmy pro užší publikum. Kavárny Starbucks zaplnily své provozovny plakáty a dalším propagačním materiálem na film *Akeelah (Akeelah and the Bee, 2006)*. Dokument *Hoop*

Dreams (1994) byl zase propagován firmou Nike a Národní basketbalovou asociací (National Basketball Association).

Veřejné a neveřejné uvádění filmů

Pro nás je nejnámější fází ta poslední: uvádění filmu. Chvilu, kdy si zaplatíme vstupenku do kina, podíváme se na DVD nebo si stáhneme film z internetu. *Veřejným uváděním* filmů myslíme promítání pro veřejnost, která zaplatila za vstup, jako je tomu v běžných, komerčních kinech. Jinými místy pro veřejné uvádění filmů jsou kulturní centra, muzea, filmové festivaly a filmové kluby. *Neveřejným uváděním* filmů myslíme všechna ostatní předvádění: domácí kino, kabelové nebo satelitní vysílání a projekce ve školách a na univerzitách.

Veřejné projekce filmů se odehrávají zejména v komerčních kinech. Většina kin uvádí filmy, které největší distributoři nabízejí pomocí strategie široké distribuce, jiná se specializují na zahraniční nebo nezávislé filmy. Obecně platí, že publikum navštěvující kina není příliš početné. V USA chodí do kina průměrně asi 30 milionů diváků týdně, což se zdá jako obrovské číslo, dokud si neuvědomíme, že televizi týdně sleduje asi 200 milionů lidí. Jen zhruba pětina populace chodí do kin pravidelně.

Nejnávštěvovanější kina patří řetězcům a ve většině zemí jsou kontrolována jen několika společnostmi. Až do osmdesátých let měla většina kin jen jeden sál, nicméně provozovatelé kin si začali uvědomovat, že existence více sálů pod jednou střechou může snížit náklady. Multiplexy nabízející tři a více sálů a megaplexy s minimálně šestnácti sály nalákají podstatně více lidí než jednosálové kino. Náklady snižuje prodej občerstvení a skutečnost, že více sálů má společnou promítací kabinu. Rozmach multiplexů umožnil provozovatelům kin kvalitnější promítání, úpravu hledišť do strmějšího stadionového typu, zavedení digitálního zvuku a v některých případech také 3D-projekce a promítání filmů ve formátu Imax.

■ I oscarové klání se stalo předmětem značné publicity. O jednom triku, který využilo studio k upoutání na oscarové šance svého filmu *Až na krev (There Will Be Blood, 2007)*, píšeme v článku „I drink your Oscar promo“.
www.davidbordwell.net/blog/?p=1959

■ V článku „Snakes, no, Borat, yes. Not all Internet publicity is the same“ se snažíme přijít na to, proč není webová stránka sama o sobě zárukou úspěchu.
www.davidbordwell.net/blog/?p=269

Multiplexy občas mohou také vyhradit místo pro zvláštní program, jako jsou živé přenosy operních představení nebo dopolední promítání pro matky s dětmi. Multiplexy jsou dnes v Severní Americe, Evropě a v části Asie zcela běžné, přičemž občerstvení v nich se přizpůsobuje místním chutím – popcorn a sladkosti bývají k dostání skoro všude, ale lze si tam koupit také pivo (v Evropě) a sušené olivně (v Hongkongu).

Nejlukrativnějším trhem pro veřejné uvádění filmů jsou Spojené státy americké – vybere se zde třicet dva procent z celkových tržeb (viz tabulku). Druhé v pořadí zemí je Japonsko, a to zejména kvůli vysokým cenám vstupného. Následuje západní Evropa a asijsko-pacifická oblast. Z hlediska regionu je vedle Severní Ameriky nejdůležitějším trhem západní Evropa (včetně Velké Británie a severských zemí), kde se vybere dvacet pět procent z celkových tržeb. Právě proto se filmaři na celém světě snaží, aby jejich filmy byly distribuovány právě v těchto prosperujících zemích.

K méně významným trhům patří Latinská Amerika, východní Evropa, pevninská Čína, Indie, Střední východ a Afrika. Strategii multiplexů bylo prodat se i do těchto regionů, kde byl vzhledem k počtu obyvatel dosud velmi nízký počet sálů (viz tabulku). Podnikatelé tak odstartovali ambiciózní multiplexové projekty v Rusku, Číně a Latinské Americe. Hollywoodští distributoři chápou zahraniční multiplexy jako úžasnou příležitost. Tím, že do nich investují, zajišťují si odbytiště pro své produkty. (Protitrustový zákon jim znemožňuje vlastnit kina v USA.) Jsou známy případy, kdy hollywoodští distributoři odmítli poskytnout filmy mnoha zemím, pokud byla cena za vstupenku v příslušné lokalitě příliš nízká, aby mohla přinést výdělek. Roku 2000 se průměrná cena vstupenky na Filipínách udržovala kolem sedmdesáti centů a v Indii kolem dvaceti centů. Jak se v zaostalejších zemích rozšiřovala střední třída, pohodlné multiplexy začaly lákat majetnější diváky, kteří by do chátrajících jednosálových kin nešli. Zejména

▲ „Gus Van Sant: Vaše filmy dominovaly muzejním přehlídkám v Americe – v Minneapolis, Columbu...
Derek Jarman: Ano, zejména v Minneapolis. Tam se moje filmy vplížily studentům do seznamu povinných projekcí, a tak začaly žít svým vlastním životem. A nyní

jsou dostupné na videu. Necítím se nijak vyřazený.“
Rozhovor režiséra Guse Van Santa s nezávislým filmařem Derekem Jarmanem

■ Proč si předcházet matky a děti? To zkoumáme v článku „Women and children first“.
www.davidbordwell.net/blog/?p=2917

Filmy na plátnech celého světa: stručný přehled za rok 2007

Celosvětová produkce filmů do kin: 5039 filmů
Celosvětová návštěvnost kin: 7,1 miliardy prodaných lístků

Počet filmových pláten na celém světě: 147 207

Celosvětové tržby: 26 miliard \$

Tržby v USA: 8,84 miliardy \$

Tržby v západní Evropě: 7,5 miliardy \$

Tržby v Japonsku: 1,69 miliardy \$

Země a počty pláten

nejvíce: USA 38 974, Čína 36 112, Indie 10 189,

Francie 5398, Německo 4832, Španělsko 4296,

Itálie 4071, Mexiko 3936, Velká Británie 3596,

Japonsko 3221

nejméně: Lucembursko 24, Omán 19, Ázerbájdžán 17,

Alžírsko 10

Plátna na milion obyvatel

nejvíce: Island 156

nejméně: Indie 9,2

další: USA 129, Švédsko 115, Španělsko 95,

Austrálie 95, Kanada 91, Velká Británie 59, Čína 27,

Japonsko 25, Rusko 19

Průměrná cena vstupenky

nejvyšší: Norsko 12,80 \$, Dánsko 12,47 \$,

Švýcarsko 12,17 \$, Švédsko 11,71 \$

nejnižší: Peru 1,79 \$, Bolívie 1,67 \$, Filipíny 1,61 \$,

Indie 0,53 \$

další: Velká Británie 10,12 \$, Austrálie 8,87 \$,

Francie 8,16 \$, Kanada 7,70 \$, USA 6,82 \$

Podíl domácích filmů na celkových tržbách (mimo USA)

nejvyšší: Čína 54,5 %, Japonsko 47,7 %, Jižní

Korea 44,6 %

nejnižší: Rakousko 1,9 %, Litva 2,6 %, Portugalsko 2,7 %

další: Itálie 31,7 %, Mexiko 13,2 %, Lotyšsko 5,4 %

Zdroj: Screen Digest

díky expanzi multiplexů představovala roku 2007 průměrná cena vstupenky na celém světě 3,73 dolaru, což je dosavadní maximum.

V roce 1999 umožňovala digitální projekci čtyři z 3126 kin, v nichž se promítal film *Star Wars: Epizoda I – Skrytá hrozba* (*Star Wars: Episode I – The Phantom Menace*, 1999). Těm čtyřem byla ale věnována velká pozornost a mnozí předvíkali, že digitální projekci se nakonec postupně přizpůsobí i všechna ostatní kina. Výhody byly zřejmé. Tisíce 35mm kopií potřebných pro tak širokou distribuci stály nesmírně mnoho peněz a náklady na dopravu představovaly pro distributory i kina další přítěž. Kdyby se filmy do kin dodávaly na přenosných pevných discích, bylo by to mnohem levnější. Zmizel by filmový pás, dobře placení promítači by byli zbyteční a manažer kina by mohl projekci začít stisknutím tlačítka bez ohledu na to, kolik má kino sálů. Na kopiích by navíc nepřibývaly škrábance a prach.

Ovšem problém byl, že vybavení jednoho sálu vším potřebným pro digitální projekci by přišlo nejméně na sto padesát tisíc dolarů, zatímco 35mm promítací stroj, který vydrží dlouhou řadu let, stojí jen kolem třiceti tisíc – a navíc mnohá kina už promítací stroje měla. Digitalizace kin postupovala oproti očekáváním mnohem pomaleji, přičemž hollywoodská studia hodně tlačila na váhající provozovatele kin a nabízela slevy na půjčovném. Producenti jako Jeffrey Katzenberg z DreamWorks Animation a režiséři jako James Cameron chtěli pracovat už jen na 3D, což vyžadovalo digitální projektory. V polovině roku 2008, kdy se zřetelně projevil rozsah celosvětové finanční krize, bylo v USA digitalizováno jen 4847 sálů z celkového počtu 38 159. Vážná ekonomická krize digitalizaci kin navíc dále zpomalovala. Roku 2009 se Katzenberg vzdal svého plánu na 3D-uvedení filmu *Monstra vs. Vetřelci* (*Monsters vs. Aliens*) ve více než pěti tisících sálech. Musel se spokojit s přibližně dvěma tisíci.

Ačkoli se filmy promítají v místech, jako jsou muzea, archivy a filmové kluby, nejdůležitější

alternativou vůči veřejnému uvádění filmů v komerčních kinech se staly *filmové festivaly*.

První z významných pravidelných festivalů se konal v Benátkách roku 1932. I když musel být po dobu druhé světové války pozastaven, byl poté opět obnoven a odehrává se každoročně až dosud. Festivaly jsou organizovány v Cannes, Berlíně, Karlových Varech, Moskvě, Edinburghu a mnoha dalších městech. Dnes po celém světě probíhají tisíce festivalů – některé velké a vlivné, jako třeba Filmový festival v Torontu, a jiné oslovující především místní publikum, kterému přinášejí filmy, jež jinak v kinech nelze vidět, jako například Filmový festival ve Wisconsinu v Madisonu. Některé festivaly jsou věnovány jednotlivým žánrům, například Mezinárodní filmový festival fantasy a sci-fi filmů v Bruselu, nebo specifickým tématům jako Gay a lesbický filmový festival v New Yorku.

Někdy se na festivalech promítají i velké hollywoodské filmy. V roce 2006 byl festival v Cannes zahájen projekcí filmu *Šifra mistra Leonarda* (*The Da Vinci Code*, 2006). Obvykle se však festivaly na mainstreamovou kinematografii nezaměřují. Některé festivaly jako v Cannes a v Pusanu v Jižní Koreji slouží zároveň jako obchodní platforma, kde mohou filmy uváděné na festivalech nalézt své distributory. Mezinárodní filmový festival v Rotterdamu dokonce pomáhá financovat filmy vznikající v rozvojových zemích. Ne na všech festivalech se rozdávají ceny, ale na těch větších – zejména v Cannes, Benátkách a Berlíně – mohou ocenění upozornit na díla, která by jinak mezi stovkami filmů obíhajícími po festivalech zapadla.

Festivaly nabízejí příležitost pro distribuci a uvádění filmů, které by jinak byly sotva vybrány pro uvedení v jiné zemi než v té, v níž byly natočeny. Například v polovině osmdesátých let přitahovala programové ředitele festivalů nová a výjimečná díla z Íránu. Filmy Abbáse Kiarostamího, Mohsena Machmalbáfa a jejich krajanů se stávaly hlavními festivalovými atrakcemi, i když

se v běžných kinech prakticky nepromítaly. Jejich proslulost vedla k tomu, že tyto filmy byly příležitostně uváděny v komerční distribuci v Evropě a Severní Americe. Přestože promítání na festivalech filmům nijak finančně nepomohlo, íránská vláda tato díla sponzorovala, neboť v tom viděla možnost, jak získat po celém světě větší popularitu pro svou zemi a kulturu.

Pro mnohé filmy se uvádění na festivalech stalo způsobem distribuce a někdy bývá podpořeno i hvězdami nebo režisérem, kteří se po promítání účastní diskusí. Jestliže si film nenajde kinodistributora, může se distribuovat přímo na DVD nebo promítat na specializovaných kabelových programech, jako jsou Sundance Channel a Independent Film Channel v USA.

Promítání na filmových festivalech je „veřejné“, poněvadž filmy se většinou uvádějí v místních kinech a prodávají se na ně vstupenky. Například na dvoutýdenním Mezinárodním filmovém festivalu v Palm Springs se filmy promítají v jednom multiplexu s devíti sály, v jednom se třemi sály, v muzejní aule a v místním kulturním centru.

Ostatní trhy: filmy mimo prostor kina

Film žije i potom, co definitivně opustí kinodistribuci. Koncem sedmdesátých let nabídlo široké možnosti video. Ostatní trhy obvykle vydělají víc než uvádění filmů v kinech. Distributoři načasování filmů na videu pečlivě plánují: nejprve film nasadí na leteckých linkách a v hotelových televizních systémech, pak v *pay-per-view* televizích, následně na DVD a nakonec případně v celoplošném televizním vysílání či na satelitních a kabelových stanicích, kde bývají i reprízovány. Video dokázalo pomoci i menším distributorům. Zahraniční a nezávislé filmy sice nevykazují vysoký příjem v kinech, ale díky videotruhu mohou přece jen vydělat.

Vzhledem k tomu, že jen pětina obyvatel USA chodí pravidelně do kina, filmovému trhu výrazně napomáhá televize, ať už v jakékoli formě.

Během šedesátých let začaly televizní společnosti podporovat hollywoodská studia tím, že skupovaly vysílací práva jejich filmů. Filmaři, natáčející filmy s nižším rozpočtem, se museli spoléhat na prodej do evropských televizí, případně filiálce amerických kabelových televizí. Televize vytvořila významný trh pro neveřejné uvádění filmů a studia ho stále využívají.

Když se v osmdesátých letech zpopularizovalo půjčování videokazet, studia byla zprvu přesvědčena, že jejich podnikání utrpí újmu. To se ovšem nestalo. Během devadesátých let 20. století návštěvnost kin celosvětově výrazně vzrostla. V roce 1997 se poprvé objevilo DVD a zákazníci ho přijali s nadšením. Disk se dal snadno přenášet, nezabíral tolik místa jako videokazeta a nabízel kvalitnější obraz i zvuk. Mohl se pustit na standardních i přenosných přehrávačích, herních konzolách a počítačích. Kvalita DVD podněcovala rodiny, aby si pořizovaly domácí kina s velkoplošnými televizemi a řadou reproduktorů. A DVD se dala sehnat kdekoli. Hlavním dodavatelem disků se v USA stal řetězec supermarketů Wal-Mart: jimi prodávaná DVD tvořila třetinu všech prodaných disků. A navzdory obavám studií se přitom ani tentokrát nepodařilo odlákat lidi z kinosálů.

Velká studia v USA vytvořila své vlastní pobočky zaměřené na domácí zábavu a začala prodávat DVD. Protože vyrobit disk bylo levnější než vyrobit videokazetu, studium se to velmi vyplatilo. Roku 2007 velká studia v USA vydělala z kinodistribuce celosvětově asi 9,6 miliardy dolarů, zatímco videoprodej a videopůjčování jim přineslo 24 miliard dolarů. Většinu z této částky inkasovala studia za prodej DVD, přinášející daleko vyšší výdělek než půjčování.

Trh s DVD dnes udržuje při životě většinu filmového průmyslu na světě. I tak ale zůstávají kina pro uvádění filmů klíčová. Představení v kinech přitahuje zájem lidí. Kritici na filmy píšou recenze, televize a tisk je propagují – a všichni o nich mluví. Uvádění filmu v kinech slouží jako odrazový můstek

a obvykle rozhoduje o tom, jak úspěšné budou ostatní trhy. Největší kinohity mohou tvořit dokonce až osmdesát procent tržeb z půjčování.

I když celosvětově návštěvnost kin v devadesátých letech 20. století vzrostla, většina růstu jde na vrub novým trhům. Zdá se, že návštěvnost v USA a Evropě pomalu upadá. Komerční kina soutěží s domácími kiny, videohrami a zábavou na internetu. Od počátku 21. století se provozovatelé kin obávají především zmenšování časového rozestupu mezi uvedením filmu v kinech a na DVD či v dalších médiích. Mají strach z toho, že jakmile se DVD vydá příliš brzy po uvedení filmu v kinech, diváci si prostě raději počkají na DVD. Některé malé distribuční společnosti experimentují a uvádějí film naráz v kinech, na DVD a v kabelové televizi. Tato praxe by rozestup mezi uváděním v kinech a na DVD zcela zrušila. Jenže ten zase napomáhá provozovatelům kin.

Provozovatelé kin chtějí nalákat a získat si publikum tím, že v multiplexech zavádějí systém Imax a uvádějí studiové trháky v tomto působivém formátu. Třeba výdělků filmů *Polární expres* (*The Polar Express*, 2004) a *Strašpytlík* (*Chicken Little*, 2005) z velké části pocházejí z Imaxů a 3D-Imaxů. V Imaxech i klasických kinech se též hrají filmy s Harrym Potterem či Batmanem. Z vyšší ceny vstupného pro Imaxy profituje jak provozovatel kina, tak i filmové studio.

Kromě toho, že Hollywood na internetu své filmy propaguje, využívá zároveň služeb on-line obchodů typu Amazon.com. Ty nabízejí daleko rozsáhlejší výběr titulů než kamenné obchody a mohou je dodávat do vzdálených částí USA i do jiných zemí, kde takové obchody neexistují. Půjčování DVD se může vyplatit i v případě, kdy probíhá on-line díky společnosti Netflix, nabízející půjčování na neomezenou dobu za fixní měsíční poplatek. Velké řetězce půjčoven jako Blockbuster přišly s podobnou službou, která doplňuje jejich kamenné půjčovny.

Studia se dále snaží omezit náklady na výrobu filmových kopií tím, že umožňují filmy

zakoupit ve formě stažitelného videa na internetu, případně je půjčují jako streamované video. Poněvadž širokopásmový přístup se rozšiřuje a čím dál více lidí má vysokorychlostní internet, jakkoli dlouhý film může být k dispozici k zhlédnutí on-line. Video na vyžádání (*video on demand*) slibuje vysoké výdělky a je možné ho digitálně zakódovat, aby nebylo možné vytvořit kopii sledovaného filmu. Distributoři se snaží vytvořit takový systém, který by nezávisel ani tolik na nakupování nebo půjčování, ale spíše na zaplacení konkrétní služby.

Ve snaze podpořit tento plán Netflix rozšířil svou nabídku o službu „*Sleduj hned*“ („*Watch Instantly*“). Za měsíční poplatek mají zákazníci přístup k filmům ve formě streamovaného videa v kvalitě takřka srovnatelné s DVD. Diváci nemusejí na stažení celovečerního filmu určitou dobu čekat, ale mohou se na něj začít dívat okamžitě. Nemohou si jej ale uložit ani není možné vypálit si jeho kopii. Podobnou službu nabízí také Apple pomocí aplikace iTunes: pronajímá přístup k filmům ve formě streamovaného videa na PC, na počítačích společnosti Apple, iPhonech a iPodech. Zcela nové filmy jsou zde k dispozici měsíc po vydání na DVD a starší tituly je možné zhlédnout za nižší poplatek.

Formát DVD se setkal s okamžitým úspěchem, ale zároveň se distributoři měli čeho obávat. Disky bylo jednoduché zkopírovat a vyrábět ve velkém, takže pirátství na celém světě jen kvetlo. Nelegální kopie DVD hollywoodského filmu se může v Číně prodávat i za pouhých 80 centů. Koncem roku 2005 bylo navíc k dispozici takřka šedesát tisíc titulů, přičemž nájem skladovacích prostor stále rostl, a tak se řetězec se zlevněným zbožím začaly zbavovat méně prodávaných filmů a nabízely je se slevami. Maloobchodní ceny DVD začaly klesat. Distributoři doufali, že nový formát HD-DVD zamezí pirátství a znovu nastartuje trh, neboť donutí diváky, aby si své oblíbené tituly znovu koupili. Předpokládali také, že v delším

časovém horizontu si zákazníci přestanou podobných médií úplně všimnout. Daleko lepší je koupit si film on-line a pomocí konzolí, jako je Xbox 360 nebo PlayStation, se na něj dívat doma na televizní obrazovce. Ovšem pak by byla kina v ještě větším ohrožení.

Video trh ve všech svých podobách umožňuje, abychom se na komerční filmy dívali v klidu svých domovů. Dalším rozsáhlým typem neveřejného uvádění jsou amatérské a studentské filmy. Většina z nich je sdílena na YouTube a dalších stránkách. Někteří filmaři však svá díla chtějí předvést před živým publikem.

Aby to bylo možné, vznikly festivaly „vyrob si sám“ (DIY) filmů, třeba losangeleský DIY filmový festival putující i po jiných městech. Další festival vznikl roku 2001, když deset malých filmařských týmů ve Washingtonu přijalo výzvu natočit za 48 hodin krátký film. Všechny krátké filmy se měly okamžitě po dokončení promítnout. Akce nakonec vedla k soutěži nazvané The 48 Hour Film Project, který konfrontuje filmaře s podobnými výzvami každý rok ve stále větším počtu měst. V roce 2009 jich bylo už sedmdesát. Méně formálním projektem bylo hnutí Kino, vzniklé roku 1999 v Montrealu se sloganem: „Natoč to dobře bez peněz, natoč to lépe za pár drobných a natoč to hned teď!“ Do hnutí se zapojila sdružení z asi padesáti měst v různých zemích. Obvykle se jedenkrát měsíčně setkávají, aby si promítla nejnovější filmy svých členů.

S postupujícími možnostmi mobilních telefonů natáčet videa na malém formátu a s rozvojem levnějšího postprodukčního softwaru, může filmy tvořit čím dál více lidí bez příslušného vzdělání. Většina z toho, co natočí, zůstává hrubým materiálem. Mohou ho ukázat kamarádům či přítelům a pak vymazat. K přenosným hudebním přehrávačům byla přidána obrazovka, a tak se lze na filmy dívat kdekoli. Díky digitálním technologiím je neveřejné promítání běžnější, než tomu bylo dříve, a je vsutku všudypřítomné.

s.
66–67

Jak
dostat
film
k publiku:
distribuce
a uvádění
filmů

kapitola 1
Film
jako umění:
Tvořivost,
technika
a byznys

část I
Filmové
umění
a natáčení
filmů

Internet nabízí velké množství filmů, které se dají legálně či nelegálně stáhnout. To však neznamená, že každý film, který byl kdy natočen, bude někdy k dispozici on-line. O tom, proč tomu tak je, mluvíme s dvěma odborníky na restaurování filmů v článku „The celestial multiplex“. www.davidbordwell.net/blog/?p=595

Pro zamyšlení o sledování filmů na iPodech viz článek „Area man lives in fear that attractive woman will ask what's on his iPod“. www.davidbordwell.net/blog/?p=40

O obalech pirátských DVD mluvíme v článku „Our first anniversary,

with a note on the unexpected fruits of film piracy“. www.davidbordwell.net/blog/?p=1351

Pozbyly filmy svou váhu ve věku nových médií? Někomu by se zdálo, že tomu tak je, my s tím ale nesouhlasíme. Čtěte „Movies still matter“. www.davidbordwell.net/blog/?p=475

Ztratily hollywoodské filmy ve světě na popularitě? Ani s tím nesouhlasíme, jak vysvětlujeme v článku „World rejects Hollywood blockbusters!“. www.davidbordwell.net/blog/?p=458

Umělecké důsledky distribuce a uvádění filmů

Může se zdát, že tržby, synergie, cena vstupenek a filmy na herních konzolách nemají nic společného s filmem jako uměním. Jenže film je technické médium oslovující obvykle širokou veřejnost, tudíž způsoby oběhu a uvádění filmů mohou diváckou zkušenost ovlivnit. Ačkoliv video učinilo ze sledování filmů zábavu jednotlivců nebo malých skupin, zhlédnutí filmu v plném kině stále vyvolává jinou odezvu. Většina lidí má pocit, že komedie jsou vtipnější v kinech, kde se hledištěm šíří nakažlivý smích. Filmaři si tento rozdíl uvědomují a snaží se načasovat komedie dostatečně pomalu, aby důležité repliky nepřekrýval smích publika.

Distribuce a uvádění filmů na videu umožnily nové způsoby vyprávění příběhů. Až do osmdesátých let si diváci nemohli dopřát opakované sledování filmu, kdykoli se jim zachtělo. Existence videokazet a zejména pak DVD divákům umožnila dívat se na filmy mnohem důkladněji. Bonusové materiály je ponoukají, aby se k filmu vrátili a soustředili se na to, co jim uniklo. Někteří filmaři této možnosti využili a přišli s *filmovými skládkami (puzzle films)*, jako jsou třeba *Memento* (2000) a *Donnie Darko* (2001), jež fanoušci pozorně prozkoumávají, aby přišli záludností vyprávění na kloub 1.42, 1.43. Videoverze dokážou zkomplikovat podobu filmu, v jaké ho diváci znali z kina, jako třeba pomocí alternativního závěru filmu *Osudový dotek (The Butterfly Effect)*, 2004). Některé interaktivní filmy na DVD dovolují divákům, aby ovlivnili další dějový vývoj. DVD filmu Grega Marckse *Zkurvená noc (11:14)*, 2003 umožňuje divákům, aby se na některých místech filmu zaměřili na paralelní příběhové linie, čímž se změní uspořádání celkové formy filmu.

Protože se internet zavedl jako běžnější distribuční platforma, měli bychom očekávat obměny v narativní formě. Krátké filmy jsou dnes už zcela běžně dostupné v on-line podobě – ať už jde o komedie, nebo o kreslené filmy. Tvorbu

krátkých filmů podporují i akce jako The 48 Hour Film Project, které už předem předpokládají, že většina výsledných filmů bude později umístěna právě na internetu. Našli bychom filmy vyrobené speciálně pro mobilní telefony a i televizní seriály jako *24 hodin (24, 2001–2010)* dnes vytvářejí „mobisody“, tedy epizody opouštějící hlavní příběhovou linii seriálu vysílaného v televizi. Web je logicky vhodným místem pro interaktivní filmy využívající odkazy na jiné webové stránky, aby děj umocnily, případně od něj odbočily.

Reklamní kampaň a merchandising mohou fascinujícím způsobem rozvinout příběh filmu promítaného v kinech. V románech a videohrách *Star Wars* postavy prožívají další a další dobrodružství, čímž se původní divácký zájem o filmy ještě více prohlubuje.

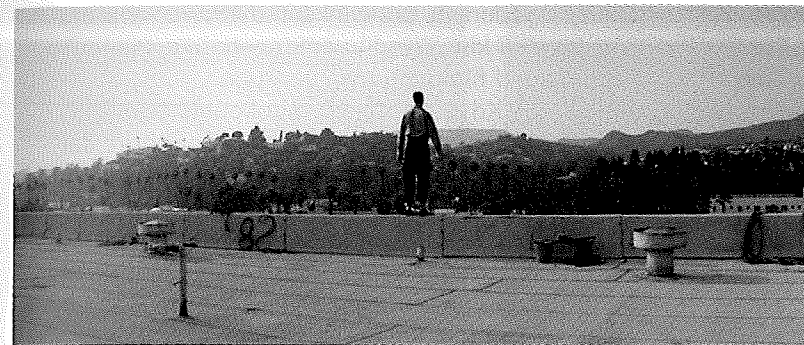
Webová stránka k filmu *Memento* naznačila, jak film interpretovat. Videohry *Matrix* dávaly pomocí důležitých informací návod k pochopení událostí filmové série a do druhého filmu trilogie byly naopak propašovány náznaky toho, jak vyhrát hru. Jak se svět příběhu přesouvá z jedné platformy na druhou, vzniká multimediální saga a podle toho se také mění zážitky diváků. Diváci *Matrixu (The Matrix, 1999)*, kteří nikdy nehráli hru, chápou příběh filmové trilogie trochu jinak než její hráči.

Distribucí a uváděním filmů může být ovlivněn filmový styl, což je zřejmé u velikosti obrazu. Od dvacátých do padesátých let byly filmy určeny k uvádění ve velkých kinosálech 1.44. Běžné městské kino mělo tisíc pět set sedadel a chlubilo se plátnem širokým patnáct metrů. Takto velký obraz byl velmi působivý a detaily dobře viditelné. Režiséři mohli v dialogových scénách ukázat ve filmovém rámu několik postav, přičemž všechny byly stejně nápadné 1.45. V tehdejších kinech by velký detail zapůsobil dosti silně.

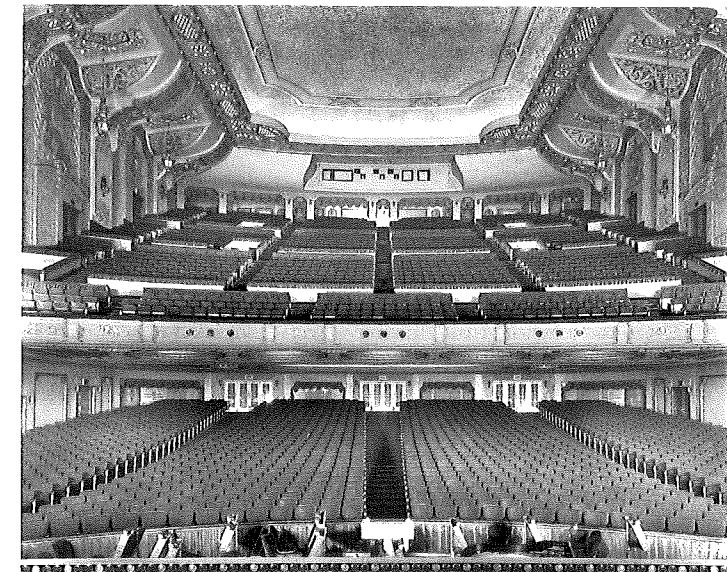
Když se v padesátých letech zpopularizovala televize, její obraz byl velmi malý a spíše nejasný. V některých případech měla obrazovka úhlopříčku pouhých pětadvacet centimetrů. Rané



1.42



1.43



1.44

s.
68–69

Jak
dostat
film
k publiku:
distribuce
a uvádění
filmů

kapitola 1
Film
jako umění:
Tvořivost,
technika
a byznys

část I
Filmové
umění
a natáčení
filmu

▲ „*Matrix* je zábava pro věk mediální konvergence – sjednocuje rozmanité texty a vytváří vyprávění tak rozsáhlé, že se do jednoho jediného média prostě nevejde.“
Henry Jenkins, analytik médií

■ Obrazovou dokumentaci velkolepě restaurovaných „filmových paláců“ najdete v článku „A tale of 2 – make that 1 and 1/3 screens“.
www.davidbordwell.net/blog/?p=3941

1.42 *Magnolie (Magnolia, 1999)*. Předzvěstí neobyčejné meteorologické události v závěru filmu je opakované objevování se čísla 82, které odkazuje k osmé kapitole a druhému verši v druhé knize Mojžíšově.

1.43 *Magnolie*. Do podoby číslice 82 je zkroucena hadice na střeše domu.

1.44 Interiér kina Paramount v Portlandu ve státě Oregon, postaveného v roce 1928. V době, kdy město mělo asi tři sta tisíc obyvatel, nabízel biograf tři tisíce sedadel. Všimněte si propracovaných, pro tehdejší „filmové paláce“ typických dekorací na stěnách a stropě.

televizní pořady se vesměs spoléhaly na detaily 1.46, které byly na malé obrazovce zřetelné. V šedesátých a sedmdesátých letech klesla návštěvnost kin, která se v důsledku toho začala zmenšovat. Se zmenšujícím se plátnem začínali filmaři více spoléhat na detaily, podobně, jako tomu bylo zvykem u televize. Tento trend nadále přetrvává. I když plátna v moderních multiplexech mohou být dost velká, publikum si zvyklo na scény, v nichž se často objevují velké tváře 1.47. Dnes, kdy diváci vidí většinu filmů na videu (a v budoucnosti budou mnohé z nich sledovat na přenosných přehrávačích), se zdá, že natáčení dialogových scén v detailech v případě komerčních filmů přetrvává i nadále. V tomto smyslu vytvořily technika a okolnosti uvádění soubor určitých stylistických omezení. Přesto někteří filmaři zůstali věrni starým postupům 1.48, což vlastně vyžaduje, aby publikum jejich filmy zhlédlo na velkých plátnech kin.

▲ ■ Záleží rovněž na proporcích obrazu, přičemž i tady uplatnila televize svůj vliv. Od poloviny padesátých let takřka všechna kina promítala filmy na plátno, jehož poměr stran byl jiný než poměr stran dobové televizní obrazovky. Desítky let se proto filmy pro promítání v televizi ořezávaly, přičemž určité části obrazu byly prostě vynechány 1.49–1.51. Někteří filmaři na to zareagovali a komponovali své záběry tak, aby zachovali „bezpečnou zónu“. Důležitou akcí umísťovali do prostoru, který se bez problému vešel na televizní obrazovku. To zapříčinilo jemné rozdíly v podobě záběrů a také ve vizuálních účincích, které záběr vyvolává 1.52, 1.53. Spoléhání se na bezpečnou zónu často podnítilo filmaře, aby užívali více záběrů zachycujících jen jednoho herce. Na širokoúhlém plátně může takový záběr kompenzovat ořezání, které si případně vyžádá televize 1.54.

▲ Většina filmů uváděných v kabelových televizích a distribuovaných na DVD dnes využívá *letterbox* formát. Černé pruhy v horní a spodní části obrazu film přibližují tomu, jak by asi vypadal promítaný na plátně. Většina filmařů to

schvaluje, ale Stanley Kubrick upřednostňoval, když byly videoverze některých jeho filmů promítány ve *full-frame* formátu. Proto zde reprodukuje záběry z filmu *Osvícení* (*The Shining*, 1980; 2.6, 2.7) ve formátu *full-frame*, i když v kině nikdo v horní části obrazu tolik prostoru vidět nemohl. Ve *full-frame* dnes nejsou takřka žádná komerční kina schopna promítat, nicméně třeba Jean-Luc Godard obvykle komponuje své záběry právě pro tento formát. Není možné převést záběr na obrázku 1.55 do *letterboxu*, aniž bychom tím nenarušili jeho kompozici. Filmař byl výše uvedenými podmínkami distributory a provozovateli kin původně omezován, ale existence videoverzí filmů mu uvolnila ruce.

Když se objevily širokoúhlé televizní obrazovky, znamenalo to pro filmový obraz další problém. Tradiční obrazovky mají poměr stran 4 : 3, částečně proto, že program byl z velké části tvořen starými filmy nebo formáty natáčenými na filmový materiál. Širokoúhlé televize mohou být vhodné pro současné filmy, ale přinášejí újmou jak starším filmům, tak televizním programům natočeným pro standardní rozměry obrazovky. Širokoúhlý televizní obraz má poměr stran 16 : 9. Jestliže znásobíme standardní poměr 4 : 3 třemi, dostaneme 12 : 9. To znamená, že širokoúhlý televizní obraz je o třetinu širší než standardní. Některé obrazovky umožňují přizpůsobení poměru stran a povolují černé pruhy na stranách obrazu, aby vytvořily *windowboxing*, tedy vertikální ekvivalent *letterboxingu*. Pokud ale *windowboxing* možný není, obraz je horizontálně roztažen, takže lidé a předměty vypadají rozplácle 1.56. Mnoho diváků netuší, jak se dá poměr stran změnit, navíc řešení tohoto problému u některých obrazovek bývá složité.

■ Umělecké možnosti nabízí i *product placement* (*umísťování výrobku*). Obvykle nás bije do očí, když se v obraze znenadání objeví nákladák značky Toyota nebo krabice s cereáliemi Frosted Flakes, nicméně třeba film *Návrat do budoucnosti* (*Back to the Future*, 1985) tyto



1.45



1.46



1.47



1.48

▲ „Teprve když jsem znovu viděl *Na sever Severozápadní linkou* na velkém plátně, konečně jsem si uvědomil, jak strašně moc záleží na velikosti obrazu... To může být jeden z důvodů, proč mají mladí lidé problémy se staršími filmy: viděli je jen na obrazovce, a to oslabuje tajemství a mytický vliv filmu.“
Režisér Peter Bogdanovich (*Poslední představení – The Last Picture Show*, 1971, a *Maska – Mask*, 1985)

■ Další problém spojený se sledováním filmů na videu – všudypřítomná loga – zmiňujeme v článku „Bugs: the secret history“. www.davidbordwell.net/blog/?p=3296

▲ „A co takhle kdyby každý film měl verzi pro mobilní telefon? Možná, že v budoucnosti budou existovat čtyři verze – film pro kina, pro TV, na DVD a pro mobily. Dnes ještě nikdo neví.“
Arvind Ethan David, vedoucí ředitel multimediální společnosti Slingshot

■ Filmy Jeana-Luca Godarda jsou velkou výzvou pro promítače a vydavatele DVD, jak ukazujeme v článku „Godard comes in many shapes and sizes“. www.davidbordwell.net/blog/?p=1592

1.45 *Hubený muž* (*The Thin Man*, 1934). Na velkém plátně biografu by byly dobře vidět tváře všech postav z tohoto záběru.

1.46 *Dragnet* (1953). Rané televizní programy kvůli malé velikosti obrazovky často spoléhaly na detaily.

1.47 *Noční let* (*Red Eye*, 2005). Velké detaily tváře jsou v moderní kinematografii běžné, zčásti proto, že většina lidí se na filmy dívá na videoformátech.

1.48 *Šanghajské květiny* (*Chaj-šang chua*, 1998). Každá scéna tohoto filmu Hou Hsiao-hsiena je založena na celcích zachycujících několik postav. Na malé obrazovce se informace ztrácí, a proto je třeba vidět film na plátně v kině.

s.
70–71

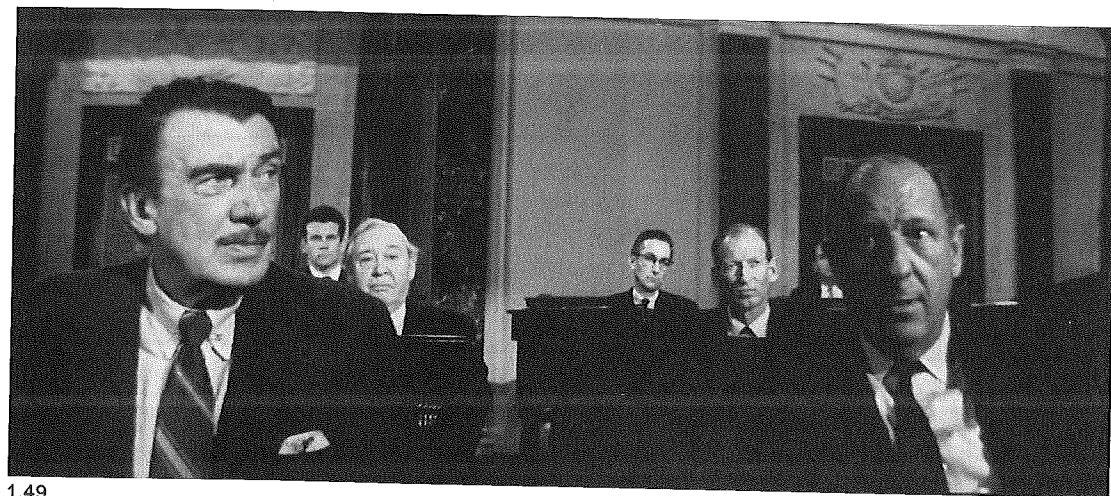
Jak
dostat
film
k publiku:
distribuce
a uvádění
filmů

kapitola 1
Film
jako umění:
Tvořivost,
technika
a byznys

části I
Filmové
umění
a natáčení
filmů

produkty chytře zapojil do příběhu. Marty McFly je přenesen z roku 1985 do roku 1955. Uvězněn v době, kdy ještě neexistovaly dietní nápoje, si chce dát v restauraci Pepsi Free, ale prodavač mu odpoví, že není „free“ (zadarmo) a že za ni bude muset zaplatit. Později si Marty koupí láhev Pepsi z automatu, kterou se snaží zuřivě otevřít otočením víčka.⁸ Jeho „budoucí“ otec George

McFly ji nakonec ležérně otevře otvírákem, který je vestavěnou součástí automatu. Pepsi se ve filmu opakovaně vrací, čímž stvrzuje Martyho komickou neschopnost adaptovat se na dobu, kdy byli jeho rodiče mladí – a snad i navodí trochu nostalgie u diváků, kteří si pamatují, jak se od doby jejich mládí proměnily drobnosti každodenního života.



1.49



1.50



1.51

s.
72–73

Jak dostat film k publiku: distribuce a uvádění filmů

kapitola 1
Film jako umění: Tvořivost, technika a byznys

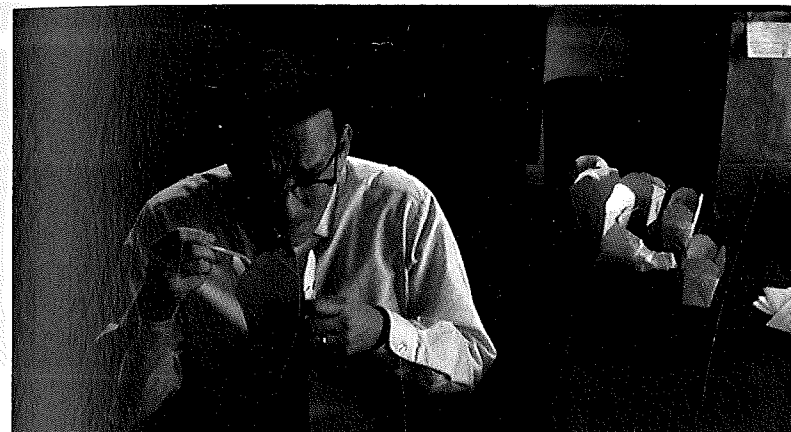
část I
Filmové umění a natáčení filmů



1.52



1.53



1.54



1.55



1.56

1.49 Ve filmu Otto Premingera *Rada a souhlas* (*Advise and Consent*, 1962) se jeden záběr v původní verzi...

1.50 ...stává dvěma záběry ve verzi televizní...

1.51 ...a ztrácí tak smysl záběru původního, totiž, že herci reagují jeden na druhého.

1.52 *Titanic*. Když je hrdinka filmu Rose nadšená z „létání“

na předí lodi, horizontální kompozice zdůrazňuje její paže roztažené jako křídla na pozadí širokého horizontu.

1.53 Ve videoverzi se význam horizontální kompozice téměř ztratil.

1.54 *Chyť mě, když to dokážeš* (*Catch Me If You Can*, 2002). Podobně jako u většiny moderních širokoúhlých filmů by se do televizního formátu vešla klíčová

informace v levé části záběru. Oříznutí záběru by ale způsobilo ztrátu vedlejší informace: spousta prázdných krabiček z rychlého občerstvení, která prozrazuje, že agent Hanratty sedí u svého pracovního stolu již několik dní.

1.55 Nahuštěný záběr z vrcholné scény Godardova filmu *Detektiv* (*Déetective*, 1985). Ačkoli Godardovy filmy jsou někdy oříznuty

pro promítání v kinech a pro verze na DVD, kompozice nejlépe vynívají na starším, čtvercovém formátu.

1.56 Záběr z filmu *Andělská tvář* (*Angel Face*, 1952) na televizní obrazovce s nesprávně nastaveným formátem.

Shrnutí

Umění filmu je závislé na technických prostředcích. A to již od raných experimentů se zdánlivým pohybem až k současným počítačovým programům. Závisí rovněž na lidech, kteří tyto prostředky využívají: sejdou se, aby filmy natočili, distribuovali a promítali. Jakmile je film zacílen na publikum, ať už jakkoli vyhraněné, vstupuje do společenského řetězce produkce, distribuce a uvádění. Filmaři pomocí techniky a pracovních procesů vytvářejí zážitky pro diváky. Nevyhnutelně přitom volí formu a styl. Jaké možnosti mají k dispozici? Jak mohou uspořádat film jako celek? Jak mohou využít vlastností média? Tyto možnosti zkoumáme v dalších dvou částech knihy.

Kam dál

Natáčení filmu *Collateral*

Naše případová studie o výrobě filmu *Collateral* částečně vychází od filmu o filmu *Město noci: Jak se natáčel Collateral (City of Night: The Making of Collateral, 2004)*. Tento devětatřicetiminutový dokument poukazuje na rozhodnutí o natáčení na video s vysokým rozlišením, o osvětlování interiéru taxi a o hudebním doprovodu ve třech větvích, který zazní během vrcholné scény filmu. Bonus *Město noci* spolu s několika krátkými filmy o přípravě herců na natáčení a o zvláštních efektech v závěrečné scéně je součástí dvoudiskové DVD-edice (DreamWorks Home Entertainment, katalogové číslo 91734; toto DVD existuje pouze ve formátu *letterbox*).

Článek Jaye Holbena „Hell on Wheels“ v časopise *American Cinematographer* (s. 40–51, srpen 2004) se detailně zabývá osvětlováním a kamerami použitými při natáčení. David Goldsmith popisuje původní verzi scénáře, odehrávající se v prostředí New Yorku, v článku

„*Collateral: Stuart Beattie's Character-Driven Thriller*“ (*Creative Screenwriting* 11, 2004, č. 4, s. 50–53). Dva texty na internetu se zabývají stylem filmu a volbami učiněnými při natáčení: článek Bryanta Frazera „How DP Dion Beebe Adapted to HD for Michael Mann's *Collateral*“ (srpen 2004; www.studiodaily.com/main/search-list/How-DP-Dion-Beebe-adapted-to-HD-for-Michael-Manns-Collateral_4680.html)⁹ a článek Daniela Restuccia „Seeing in the Dark for *Collateral: Director Michael Mann Re-invents Digital Filmmaking*“ (srpen 2004; www.highbeam.com/doc/1G1-121210931.html).

Iluze filmového pohybu

Asi osmdesát let všichni trvali na tom, že ve filmech vidíme pohyb díky doznívání zrakového vjemu. Kdokoli se však dnes zabývá vnímáním, bude toto vysvětlení pravděpodobně považovat za nepřijatelné. Svou roli hraje několik optických procesů, ale jak jsme ukázali na s. 30, nejdůležitějšími jsou kritická frekvence splývání a zdánlivý pohyb. Konkrétněji řečeno, stimul ve filmu je příkladem krátkodobého zdánlivého pohybu, přičemž nepatrné změny v zobrazení probouzejí aktivitu v různých částech mozkového centra vidění. Pohyb filmu se vlastně odehrává v mozku, nikoli na sítnici. Vysvětlení těchto teorií a podrobnou kritiku původního tvrzení najdete v článku Josepha a Barbary Andersenových „The Myth of Persistence of Vision Revisited“ (*Journal of Film and Video* 45, 1993, č. 1, s. 3–12; on-line verze je k dispozici na: http://academic.evergreen.edu/curricular/emergingorder/seminar/week_1_anderson.pdf).

Technika jako podstata kinematografie

André Bazin se domníval, že lidstvo o kinematografii snilo už dlouho předtím, než se objevila: „Představa, kterou si o ní lidé vytvořili, existovala již ucelená v jejich myslích, jakoby v platonském nebi“ (*Co je to film?* Praha,

ČSFÚ 1979, s. 19). Ať už má ale kinematografie jakékoli předchůdce ve starověkém Řecku a v období renesance, technicky možnou se stala až v 19. století.

Pohyblivé obrazy závisely na mnoha objevech v různých vědeckých a průmyslových odvětvích: v optice a výrobě čoček, kontrole světla (zejména pomocí obloukových lamp), chemii (a to hlavně výrobě celulózy), výrobě oceli, v přesném strojovém obrábění a na vynálezech v dalších oblastech. Filmové stroje jsou blízcí příbuzní jiných strojů z téhož období. Inženýři vytvořili v 19. století například stroje, které dokázaly přerušovaně a ve stálém tempu odvinout, posunout, proděravět, opět posunout a smotat pruh materiálu. Hnací aparát kamer a promítacích strojů je pozdějším vývojovým krokem techniky, která již dříve umožnila existenci šicích strojů, telegrafu a kulometu. Skutečnost, že film vznikl v 19. století a byl založen na mechanických a chemických procesech, je zřetelná zejména dnes, když jsme si již zvykli na elektronická a digitální média.

O historii filmové techniky si můžete přečíst v knize Barryho Salta *Film Style and Technology: History and Analysis* (London, Starword 1983) a knize Lea Enticknapa *Moving Image Technology: From Zoetrope to Digital* (London, Wallflower 2005). Douglas Gomery se jako první zabýval ekonomickou historií filmové techniky. Pro získání bližších informací poslouží kniha Roberta C. Allena a Douglase Gomeryho *Film History: Theory and Practice* (New York, Knopf 1985). Nejúplnější příručkou na toto téma je kniha Iry Königsberga *The Complete Film Dictionary* (New York, Penguin 1997). Zábavnou poctou filmové technice je článek Nicholsona Bakera „The Projector“ v jeho knize *The Size of Thoughts* (New York, Vintage 1994, s. 36–50). Brian McKernan nabízí přehled vzniku a vývoje digitální techniky v knize *Digital Cinema: The Revolution in Cinematography, Postproduction, and Distribution* (New York, McGraw-Hill 2005).

Distribuce a uvádění filmů

Podrobný výzkum těch nejdůležitějších médií, která nám dnes „poskytují obsah“, najdete v knihách: Benjamin M. Compaine a Douglas Gomery *Who Owns the Media? Competition and Concentration in the Mass Media Industry* (Mahwah /NJ/, Erlbaum 2000), Barry R. Litman *The Motion Picture Mega-Industry* (Boston, Allyn & Bacon 1998), Edward S. Herman a Robert W. McChesney *The Global Media: The New Missionaries of Global Capitalism* (London, Cassell 1997).

Edward J. Epstein nabízí výtečný přehled hlavních aktivit distributorů v knize *The Big Picture: The New Logic of Money and Power in Hollywood* (New York, Random House 2005). Douglas Gomery v knize *The Hollywood Studio System: A History* (London, BFI 2005) sepsal dějiny distributorů a poukázal na jejich původ ve vertikálně integrovaných studiích, jež kontrolovala výrobu i uvádění filmů.

Podrobnosti o návštěvnících kin lze nalézt v následujících knihách: Bruce A. Austin *Immediate Seating: A Look at Movie Audiences* (Belmont /CA/, Wadsworth 1988), Gregory A. Waller (ed.) *Moviegoing in America: A Sourcebook in the History of Film Exhibition* (Oxford, Blackwell 2002), Richard Maltby, Melvyn Stokes a Robert C. Allen (eds.) *Going to the Movies: Hollywood and the Social Experience of Cinema* (Exeter, University of Exeter Press 2007). K dějinám promítání filmů v USA se vyjadřuje Douglas Gomery v knize *Shared Pleasures: A History of Moviegoing in America* (Madison, University of Wisconsin Press 1992).

Fáze filmové výroby

Velice dobrým přehledem výroby filmu je příručka Stephena Asche a Edwarda Pinouse *The Filmmaker's Handbook* (New York, Plume 1999). O filmových producentech píšou Paul N. Lazarus III: *The Film Producer* (New York, St. Martin's Press 1991) a Lynda Obstová

ve svých hořkých pamětech *Hello, He Lied* (New York, Broadway 1996). Art Linson, producent filmů *Neúplatní* (*The Untouchables*, 1987) a *Klub rváčů* (*Fight Club*, 1999), napsal dvě čtivé knihy o své práci: *A Pound of Flesh: Perilous Tales of How to Produce Movies in Hollywood* (New York, Grove Press 1993) a *What Just Happened? Bitter Hollywood Tales from the Front Line* (New York, Bloomsbury 2002). Detaily organizace práce během období přípravných prací a natáčení jsou vysvětleny v knize Alaina Silvera a Elizabeth Wardové *The Film Director's Team: A Practical Guide for Production Managers, Assistant Directors, and All Filmmakers* (Los Angeles, Silman-James 1992). Přehled práce režiséra najdete v knize Toma Kingdona *Total Directing: Integrating Camera and Performance in Film and Television* (Beverly Hills /CA/, Silman-James 2004). V mnoha knihách o natáčení filmů je publikována část storyboardů; příklady je možné najít třeba v knize Stevena D. Katze *Film Directing Shot by Shot* (Studio City /CA/, Michael Wiese 1991). O dekoracích a architektuře pojednává kniha Warda Prestona *What an Art Director Does* (Los Angeles, Silman-James 1994). Norman Hollyn nabízí podrobný přehled střihu obrazu i zvuku v *The Film Editing Room Handbook* (Los Angeles, Lone Eagle 1999). Metody využívající počítač rozebírá Gael Chandler v knize *Cut by Cut: Editing Your Film or Video* (Studio City /CA/, Michael Wiese 2004). Mnoho různých pracovních pozic, od asistenta režie až po *Mouth/Beak Replacement Coordinator*¹⁰, je vysvětleno samotnými pracovníky v knize Barbary Bakerové *Let the Credits Roll: Interviews with Film Crew* (Jefferson /NC/, McFarland 2003).

Několik knih popisuje způsob financování, výroby a prodeje nezávislých filmů. Nejobsažnějšími z nich jsou publikace Davida Rosena a Petera Hamiltona *Off-Hollywood: The Making and Marketing of Independent Films* (New York, Grove Weidenfeld 1990) a Gregoryho Goodella *Independent Feature Film Production: A Complete Guide from Concept Through Distribution* (New

York, St. Martin's Press 1998). Billy Frolick v knize *What I Really Want to Do Is Direct* (New York, Plume 1997) provází sedm absolventů filmových škol na jejich cestě k výrobě nízkorozpočtového filmu. Christine Vachonová, producentka filmů *Kluci nepláčou* (*Boys Don't Cry*, 1999) a *Daleko do nebe* (*Far from Heaven*, 2002), se dělí o své názory v *Shooting to Kill* (New York, Avon 1998). Také neopomeňte knihu Marka Polishe, Michaela Polishe a Jonathana Sheldona *The Declaration of Independent Filmmaking: An Insider's Guide to Making Movies Outside of Hollywood* (Orlando /FL/, Harcourt 2005).

V autobiografii *How I Made a Hundred Movies in Hollywood and Never Lost a Dime* (New York, Random House 1990) vypráví Roger Corman o své kariéře v oblasti exploatačního filmu. Tady je ukázka: „V první polovině roku 1957 jsem reagoval na senzační titulky o ruském vypuštění satelitu Sputnik... Za necelých deset dnů jsem natočil film *Válka satelitů* (*War of the Satellites*, 1958). Nikdo ani netušil, jak by ten satelit měl vypadat. Bylo to na mně, abych to rozhodl...“ (s. 44–45) Corman napsal též úvod do knihy Lloyd Kaufmana *All I Needed to Know about Filmmaking I Learned from the Toxic Avenger: The Shocking True Story of Troma Studios* (New York, Berkeley 1998), která detailně popisuje výrobu klasických děl společnosti Troma, například filmů *Atomové gymnázium* (*The Class of Nuke 'Em High*, 1986) a *Motorkářky ze Zombietownu* (*Chopper Chicks in Zombietown*, 1989). Viz též rozhovory uveřejněné v knize Philipa Gainese a Davida J. Rhodese *Micro-Budget Hollywood: Budgeting (and Making) Feature Films for \$50,000 to \$500,000* (Los Angeles, Silman-James 1995).

John Pierson, producent, distributor a „hledáč talentů“ na festivalech, zkoumal úspěch nízkorozpočtových filmů, jako byly třeba filmy *Mladí muži za pultem*, *Ona to musí mít* (*She's Got to Have It*, 1986), *Sex, lži a video* (*sex, lies, and videotape*, 1989) v knize *Spike, Mike, Slackers, and Dykes* (New York, Hyperion Books 1995).

Knihy Emanuela Levyho *Cinema of Outsiders: The Rise of American Independent Film* (New York, New York University Press 1999) nabízí dějiny nezávislého filmu. Ranými dějinami Miramaxu, klíčového distributora nezávislých filmů, se zabývá Alisa Perrenová v článku „sex, lies, and marketing: Miramax and the Development of the Quality Indie Blockbuster“ (*Film Quarterly* 55, 2001/2002, č. 2, s. 30–39).

O výrobě filmů se můžeme mnoho dozvědět z podrobných případových studií. Viz Rudy Behlmer *America's Favorite Movies: Behind the Scenes* (New York, Ungar 1982), Aljean Harmetz *The Making of „The Wizard of Oz“* (New York, Limelight 1984), John Sayles *Thinking in Pictures: The Making of the Movie „Matewan“* (Boston, Houghton Mifflin 1987), Ronald Haver „*A Star Is Born*“: *The Making of the 1954 Movie and Its 1985 Restoration* (New York, Knopf 1988), Stephen Rebello *Alfred Hitchcock and the Making of „Psycho“* (New York, Doubleday 1990), Paul M. Sammon *Future Noir: The Making of „Blade Runner“* (New York, HarperPrism 1996), Dan Auiler „*Vertigo*“: *The Making of a Hitchcock Classic* (New York, St. Martin's 1998). Vzpomínky Johna Gregory Dunnea *Monster: Living off the Big Screen* (New York, Vintage 1997) zachycují osm let strávených prepisováním scénáře, z něhož nakonec vznikl film *Intimní detaily* (*Up Close and Personal*, 1996). Zdokumentováno bylo natáčení mnoha filmů Spikea Leea, publikovány byly i deníky a produkční poznámky. Viz například „*Do The Right Thing*“: *A Spike Lee Joint* (New York, Simon & Schuster 1989). Co se týče nezávislé scény, již zmíněná kniha Christine Vachonové *Shooting to Kill* zachycuje mimo jiné natáčení filmu Todda Haynese *Sametová extáze* (*Velvet Goldmine*, 1998).

Filmaři mají slovo

V posledních desetiletích se hojně objevují knihy rozhovorů s filmaři. O rozhovorech s návrháři, kameramany, střihači, zvukaři a dalšími členy štábu se zmíníme v kapitolách

pojednávajících o jednotlivých filmových postupech. Na celkový proces natáčení nicméně dohlíží režiséři, takže zde je seznam těch nejlepších knih rozhovorů s nimi: Peter Bogdanovich *Who the Devil Made It* (New York, Knopf 1997), Mike Goodrich *Directing* (Crans-prés-Céligny, 2002), Jeremy Kagan *Directors Close Up* (Boston, Focal Press 2000), Andrew Sarris (ed.) *Interviews with Film Directors* (Indianapolis, Bobbs-Merrill 1967), Gerald Duchovnay *Film Voices: Interviews from Post Script* (Albany, SUNY Press 2004). Paul Cronin uspořádal texty Alexandra Mackendricka v knize *On Filmmaking* (London, Faber & Faber 2004). Mackendrick byl slušný režisér i výtečný učitel a kniha nabízí britké rady ke všem fázím výroby filmu, počínaje psaním scénáře („Náhodou použij, když chceš postavy dostat do průšvihů, ne abys jim pomohl se z něj dostat.“) až po střih („Rozložení scény musí být publiku okamžitě jasné...“). Viz též knihu Laurenta Tirarda *Moviemakers' Master Class: Private Lessons from the World's Foremost Directors* (New York, Faber & Faber 2002). Někteří významní režiséři napsali knihy o svém řemesle sami. Jedním z nich je Edward Dmytryk s knihou *On Screen Directing* (Boston, Focal Press 1984). Dále viz David Mamet *On Directing Film* (New York, Penguin 1992), Sidney Lumet *Making Movies* (New York, Knopf 1995) či Mike Figgis *Digital Filmmaking* (New York, Faber & Faber 2007).

Rick Lyman měl výborný nápad požádat režiséry a herce, aby si vybrali film a v průběhu promítání jej komentovali. Výsledkem je kniha *Watching Movies: The Biggest Names in Cinema Talk About the Films That Matter Most* (New York, Henry Holt 2003). Viz též knihu Marka Cousinse *Scene by Scene: Film Actors and Directors Discuss Their Work* (London, Laurence King 2002).

Scenáristika a pravidla

Při natáčení filmů pro široké publikum se očekává, že scenárista bude respektovat konvenční pravidla pro psaní příběhu. Několik

desetiletí Hollywood toužil po scénářích s impozantním hlavním hrdinou, který se snaží dosáhnout jasně vytyčených cílů. Podle většiny odborníků by měl mít scénář třífaktovou strukturu, přičemž první vyvrcholení by mělo nastat přibližně ve čtvrtině filmu, druhé asi ve třech čtvrtinách a posledním vyvrcholením bude závěrečné řešení protagonistova problému. Očekává se také, že scenáristé zahrnou do scénáře zvraty ve vyprávění (*plot points*), náhlé změny, které akci odvedou jiným směrem.

Tyto návody probírají Syd Field v knize *Jak napsat dobrý scénář: Základy scenáristiky* (Praha, Rybka Publishers 2007), Linda Segerová v *Making a Good Script Great* (New York, Dodd/Meade 1987) a Michael Hauge ve *Writing Screenplays That Sell* (New York, HarperCollins 1988). Kristin Thompsonová trvá na tom, že mnoho filmů nemá tři, ale čtyři hlavní části, závišející na tom, jak protagonista definuje a mění své hlavní záměry. Viz její knihu *Storytelling in the New Hollywood: Understanding Classical Narrative Technique* (Cambridge /MA/, Harvard University Press 1999). Viz též David Bordwell *The Way Hollywood Tells It: Story and Style in Modern Movies* (Berkeley, University of California Press 2006). Další užitečné knihy o scenáristice jsou staršího data: *The Technique of Screenplay Writing* Eugena Valeho (New York, Grosset & Dunlap 1972) a *A Practical Manual of Screen Playwriting for Theater and Television Films* Lewise Hermana (New York, New American Library 1974).

Filmař J. J. Murphy popisuje a zkoumá rozdílné konvence psaní scénářů pro nezávislé filmy v knize *Me and You and Memento and Fargo: How Independent Screenplays Work* (New York, Continuum 2007).

Roger Ebert nabízí zábavnou sbírku otřelých konvencí psaní příběhů v *Ebert's Little Movie Glossary* (Kansas City, Andrews & McMeel 1994). Dočtete se o „Chybě upovídáního zabijáka“ a o tom „Který drát přestříhnout, abychom zneškodnili výbušniny“.

Skromné produkce

O skromných a kolektivních filmových produkcích bylo publikováno několik studií, tady uvedeme pár nejpodstatnějších. Více o Jeanu Rouchovi najdete v knize, kterou editoval Mick Eaton *Anthropology-Reality-Cinema: The Films of Jean Rouch* (London, BFI 1979). Tvůrci filmu *Harlan* a další nezávislí dokumentaristé mluví o svých produkčních metodách v knize Alana Rosenthala *The Documentary Conscience: A Casebook in Film Making* (Berkeley, University of California Press 1980). Filmy Mayi Derenové analyzuje P. Adams Sitney v knize *Visionary Film: The American Avant-Garde, 1943–2000* (New York, Oxford University Press 2002). Stan Brakhage rozebírá svůj přístup k natáčení v knize *Brakhage Scrapbook: Collected Writings* (New Paltz /NY/, Documentext 1982). Informace o dalších režisérech experimentálních filmů je možné najít v knihách Scotta MacDonalda *A Critical Cinema: Interviews with Independent Filmmakers* (Berkeley, University of California Press 1988) a Davida E. Jamese *Allegories of Cinema: American Film in the Sixties* (Princeton /NJ/, Princeton University Press 1989).

O kolektivních filmových produkcích píše Bill Nichols v *Newsreel: Documentary Filmmaking on the American Left* (New York, Arno Press 1980) a Michael Renov v článku „Newsreel: Old and New – Towards an Historical Profile“ (*Film Quarterly* 41, 1987, č. 1, s. 20–33). Kolektivní produkce ve filmu a dalších médiích zkoumá kniha Johna Downinga *Radical Media: The Political Experience of Alternative Communication* (Boston, South End Press 1984).

„Vyrob si sám“ (DIY) produkce kvetou vesměs na internetu. Informace o DIY filmovém festivalu najdete na: www.diyconvention.com. Informace o The 48 Hour Film Project jsou k dispozici na: www.48hourfilm.com. Mnohé z filmů je možné najít na těchto webových stránkách nebo na YouTube. Hledejte buď „DIY film“, nebo „48 Hour Film Project“, a dostanete tisíce odkazů. Seznam měst, kde probíhá lokální promítání filmů projektu

48 Hour, je na: en.wikipedia.org/wiki/48_Hour_Film_Project. Na Novém Zélandu vznikla verze projektu 48 Hour, která je na: www.48hours.co.nz. Filmy z tohoto festivalu lze najít na YouTube, když budete hledat „48 Hour New Zealand“.

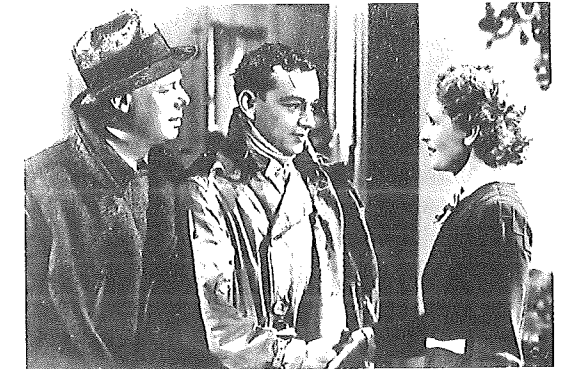
Fotografie z natáčení versus zvětšená okénka filmu

Film může přežívat v naší paměti díky našemu zážitku, ale můžeme si ho též vybavit pomocí fotografií. Ty mohou být reprodukcí jednoho okénka z dokončeného filmu, tomu se obvykle říká zvětšené okénko (*frame enlargement*). Většina fotografií z filmů, které vidíme v knihách a časopisech, jsou však fotografiemi z natáčení (*production stills*) – nafotil je tedy fotograf na place.

Fotografie z natáčení jsou obvykle ostřejší než zvětšená okénka a mohou být využity pro zkoumání detailů výpravy nebo kostýmů. Liší se ale od obrazu, který je na filmovém páse. Fotograf si herce obvykle jinak uspořádá a osvětlí a fotografuje je z úhlu a vzdáleností, které se neshodují s aranžováním záběru v konečném filmu. Zvětšená okénka tak nabízejí daleko věrnější doklad o natočeném filmu.

Například jak fotografie na obrázku 1.57, tak i ta na obrázku 1.58 bývají používány jako obrazový doprovod při rozboru *Pravidel hry* (*Le Règle du jeu*, 1939) od Jeana Renoira. Na fotografii z natáčení na obrázku 1.57 byli herci naaranžováni do vyváženější kompozice a tak, aby byli všichni tři dobře vidět. To ale neodpovídá záběru v konečném filmu. Skutečný záběr z filmu je ukázán na obrázku 1.58. Zvětšené okénko dokládá, že kompozice je uvolněnější než na fotografii z natáčení. Taky odhaluje, že Renoir využil průhled dveřmi, aby ukázal hloubku pole, v níž se akce odehrává. Fotografie z natáčení v tomto případě nedokáže zachytit důležité rysy vizuálního stylu režiséra, a to se stává často.

Takřka všechen obrazový doprovod v této knize proto pochází ze zvětšených okének filmů.



1.57



1.58

1.57 Fotografie z natáčení Renoirova filmu *Pravidla hry*.

1.58 Okénko z filmu *Pravidla hry*.

Webové stránky Obecně

www.imdb.com Základní stránka k získání informací o filmech, lidech a společnostech z celého světa. Užitečné je zejména vyhledávání. IMDb není neomylná, takže raději ověřujte údaje i na jiných webových stránkách.

afi.chadwyck.com Katalog filmů natočených v USA na stránce zřízené Americkým filmovým institutem (American Film Institute). U každého filmu nabízí detailní informace včetně rozsáhlých synopsí. Stránka je zpoplatněna a přístupná z knihoven.

fi.chadwyck.com Rejstřík zahraničních filmů (Film Index International) obsahující bibliografické informace o filmech a lidech. Stránka je přístupná z knihoven.

O filmovém průmyslu

www.cjr.org/tools/owners Stránka časopisu *Columbia Journalism Review* o mediálních konglomerátech s aktualizovanými daty o vlastnících.

www.boxofficemojo.com Souhrn údajů o tržbách nejnovějších filmů v USA i ve světě; obsahuje též údaje o filmech uvedených v předchozích desetiletích.

www.indiewire.com Poskytuje aktuální informace o nezávislé kinematografii v USA.

www.wis-kino.com/kino.htm Nabízí odkazy na hnutí Kino na celém světě.

www.aintitcoolnews.com Oblíbená fanouškovská stránka spravovaná Harrym Knowlesem.

www.mpa.org/ Oficiální stránka největších distribučních společností s velkým důrazem na protipirátské aktivity.

www.natoonline.org Oficiální stránka Národní asociace majitelů kin (National Association of Theatre Owners); obsahuje i některá statistická data.

O dvou podcastech (audio RSS), o filmovém průmyslu a natáčení filmu, se zmíníme v článku „Movies on the radio“ na: www.davidbordwell.net/blog/?p=902.

Doporučená DVD

Hollywoodská setkání (Sunday Morning Shootout: Best of Season 1, 2003). Peter Bart, redaktor časopisu *Variety*, a Peter Guber ze studia Mandalay Pictures diskutují o současných trendech ve filmovém průmyslu. Citát na okraji od Stacy Sherové je z třetího disku této edice.

Doporučené bonusy na DVD

Před vznikem laserových disků a DVD nebylo zvykem natáčet filmy o filmu, ale bylo natočeno několik dokumentů o starších filmech s využitím současných metod: obsahují rozhovory s herci a členy štábu, záběry z filmu, fotografie a další materiál. Výtečnými dokumenty jsou například *Film o filmu Americké graffiti (The Making of American Graffiti, 1998)*, *Film o filmu Čelisti Stevena Spielberga (The Making of Steven Spielberg's Jaws, 1995)*, *Jak vznikal Amadeus (The Making of Amadeus, 2002)*, *Zbraně k pronajmutí: Film o filmu Sedm statečných (Guns for Hire: The Making of The Magnificent Seven, 2000)* a *Místo určité Hitchcock: Film o filmu Na sever Severozápadní linkou (Destination Hitchcock: The Making of North by Northwest, 2000)*. Bonusy na DVD *Vetřelec (Alien, 1979)* jsou rozříděny do sekcí „předprodukce“, „natáčení“ a „postprodukce“ a obsahují i obzvláště zdařilý příklad kamerové zkoušky Sigourney Weaverové. Jedním z bonusů na DVD *20 000 mil pod mořem (20,000 Leagues under the Sea, 1954)* je i *Film o filmu 20 000 mil pod mořem (The Making of 20,000 Leagues under the Sea, 2003)* a díky tomu je toto DVD ve srovnání s jinými, které se věnují starším filmům, neobvykle komplexním projektem.

Když se objevily laserové disky a zejména pak DVD, stalo se natáčení bonusů samozřejmě součástí natáčení filmu, přičemž rozhovory

a natáčení na place se plánovaly dopředu. Dobrým raným příkladem je *Film o filmu Jurský park (The Making of Jurassic Park, 1995)* a další bonusy, které ho provázejí. Jakmile byla popularita bonusů na DVD nezpochybnitelná, připravovaly se delší a systematictější bonusy. Výjimečným příkladem je dokument o natáčení filmu *Master & Commander: Odvrácená strana světa (Master and Commander: The Far Side of the World, 2003)* s názvem *Sto dní (The Hundred Days, 2004)*. Rozšířená edice několika DVD k filmu *Pán prstenů* pozvedla latku v podrobném zachycení natáčení se dvěma bonusovými disky pro každý film trilogie.

Mezi bonusy také často bývají části storyboardu a různý obrazový materiál. Režisér Ridley Scott studoval malbu a grafický design a některé z jeho sugestivních obrázků ze storyboardu k filmu *Vetřelec* jsou součástí příslušného DVD. Sekce „Příběh“ na DVD *Toy Story: Příběh hraček (Toy Story, 1995)* obsahuje dokument, kde storyboardista vysvětluje štábu děj filmu, přičemž náčrty ze storyboardu doprovázejí jeho přednášku. Později jsou tyto náčrty porovnány se scénou v dokončeném filmu.

Mnohé filmy o filmu se zaměřují na nejdůležitější součásti natáčení: design, komponování hudby, herecké obsazení. Občas se ale dostane i na méně obvyklé části procesu. Třeba takové kročení zvířat... oblíbeným tématem jsou koně; dokument *Domov Pánů koní (Home of the Horse Lords, 2004)* se zabývá koňmi v *Pánovi prstenů*. Film o natáčení *Mlčení jehňátek (The Silence of the Lambs, 1991)* s názvem *Uvnitř labyrintu: Film o filmu Mlčení jehňátek (Inside the Labyrinth: The Making of The Silence of the Lambs, 2001)* se zmínuje o krotiteli můr. Nejlegračnejším dokumentem je dozajista *Útok veverek! (Attack of the Squirrels!, 2005)* na DVD *Karlík a továrna na čokoládu*.

Mezi další neobvyklé bonusy patří nekonvenční deník z natáčení nezávislého filmu *Magnolie* a poutavý osmiminutový sestřih z natáčení filmu *Terminátor 2: Den zúčtování* s názvem

T2: na place (T2: On the Set, 2003). Dokument *Film o filmu Mé soukromé Idaho (The Making of My Own Private Idaho, 1991)* ukazuje, kde se dá ušetřit na nízkorozpočtovém nezávislém filmu.

Poté, co se běžnou součástí natáčení stala previzualizace, začaly se mezi bonusy na DVD objevovat některé její části – třeba na DVD *Válka světů* (kde se *animatics* objevuje v rozděleném obraze společně se záběry z konečného filmu), *animatics* pro každý film z trilogie *Pán prstenů*, jedna část dvojdisku *King Kong: deník režiséra (King Kong: Peter Jackson's Production Diaries, 2005)* s názvem *Dvacátý sedmý den: Previzualizace (Day 27: Previsualization, 2004)* a také krátký film o previzualizaci na tomtež disku *Jak se točí záběr: souboj s tyranosaurem (The Making of a Shot: The T-Rex Fight, 2004)* – ten zahrnuje i scénu z obrázku 1.25.

O reklamní kampani se na DVD mluví zřídka, když nepočítáme to, že většina disků obsahuje i trailery a plakáty. Existuje několik vzácných případů, kdy je zachycen fotograf, jak přímo na place dělá fotografie z natáčení: *Fotografie jako svědectví (Taking Testimonial Pictures)* na DVD *Perný den (A Hard Day's Night, 1964)* a *Sto dvacátý sedmý den: reklamní fotografování (Day 127: Unit Photography, 2005)* na DVD *King Kong: deník režiséra*. Na dvou posledně zmíněných DVD je též rozhovor s tiskovým manažerem Beatles s názvem *Jak zacházet s „lidmi od tisku“ (Dealing with „The Men from the Press“)* a *Padesátý třetí den: Mezinárodní Press Junket (Day 53: International Press Junket, 2004)*, v němž mluvčí filmu *King Kong* provází skupinu novinářů po scéně.

Dvojdisk *King Kong: deník režiséra* se obecně zabývá mnoha úkony nezbytnými při natáčení a distribuci, o nichž jsme se zmínili v této kapitole: *Dvacátý pátý den: Klapky (Day 25: Clapperboards, 2004)*, *Šedesátý druhý den: Kamerate (Day 62: Cameras, 2004)*; švenkři na place v tomto dokumentu otevrou své stroje, aby předvedli, jak pracují, *Sto třináctý den: Druhý*

štáb (*Day 113: Second Unit*, 2005) a *Sto desátý den: Global Partner Summit* (*Day 110: Global Partner Summit*, 2005) o distribučním junketu.

Agnès Vardová na francouzském vydání DVD *Bez střechy i bez zákona* (*Sans toit ni loi*, 1985) uveřejnila i výtečný filmový esej o natáčení filmu. (Jak film samotný, tak i tento bonus mají anglické titulky.) Režisérka Vardová se ve svém osobním filmu o filmu s nonšalancí zabývá natáčením, reklamní kampaní i uváděním filmu na mezinárodních filmových festivalech. Vardová též připravila intimní krátký film o filmu *Slečinky z Rochefortu* (*Les Demoiselles de Rochefort*, 1967) svého manžela Jacquesa Demyho; film je bonusem na DVD vydaném Britským filmovým institutem (British Film Institute).

DVD k filmu *Hellboy II: Zlatá armáda* (*Hellboy II: The Golden Army*, 2008) obsahuje rozsáhlý dokument o jeho natáčení *Hellboy: Ve službách ďábla* (*Hellboy: In Service of the Demon*, 2008), jenž se zabývá téměř všemi fázemi produkce. Součástí DVD k filmu *Piráti z Karibiku – Truhla mrtvého muže* (*Pirates of the Caribbean: Dead Man's Chest*, 2006) jsou dva podrobné, překvapivě otevřené bonusy: *Naplánovaný návrat* (*Charting the Return*, 2006) o preprodukci a *Podle plánu: drásavý a pravdivý příběh Truhly mrtvého muže* (*According to Plan: The Harrowing and*

True Story of Dead Man's Chest, 2006) o samotném natáčení. DVD k filmu *Zlatý kompas* (*The Golden Compass*, 2007) obsahuje sérii krátkých dokumentů, které jsou zajímavější, než naznačují jejich nic neříkající názvy: *Jak najít Lyru Belaquovou: Seznamte se s Dakotou Blue Richardsovou* (*Finding Lyra Belaqua: Introducing Dakota Blue Richards*, 2007) neukazuje jen nahrávky z castingu, ale sleduje proces obsazování rolí, *Začínáme: Uvedení filmu* (*The Launch: Releasing the Film*, 2007) se krátce dotkne *press junketů*, a dokonce obsahuje rozhovory s jejich organizátory. Dalším zdařilým filmem o filmu je *Rozluštěný Zodiak* (*Zodiac Deciphered*, 2008) k filmu *Zodiak* (2007) a *Jsem Iron Man* (*I Am Iron Man*, 2008) k filmu *Iron Man*.

Více informací o některých bonusech, které tu doporučujeme, najdete v článku „Beyond praise: DVD supplements that really tell you something“ na: www.davidbordwell.net/blog/?p=1339, a „Beyond praise 2: More DVD supplements that really tell you something“ na: www.davidbordwell.net/blog/?p=4004. V tomto článku se zmiňujeme o DVD *Šifra mistra Leonarda*. Více najdete v příspěvku „Another little Da Vinci Code mystery“ na: www.davidbordwell.net/blog/?p=224. Až přijde čas, přidáme k těmto titulům další.

část II

Filmová forma

