

# Srovnání workflow při výrobě českého audiovizuálního díla

Bc. Michal Címl

---

Diplomová práce  
2021



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací

---

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně  
Fakulta multimediálních komunikací  
Ateliér Audiovize

Akademický rok: 2020/2021

## ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Bc. Michal Ciml**  
Osobní číslo: **K18447**  
Studijní program: **N8209 Teorie a praxe audiovizuální tvorby**  
Studijní obor: **Produkce**  
Formastudia: **Prezenční**  
Téma práce: **Teoretická část:**  
**Srovnání workflow výroby českého audiovizuálního díla**  
**Praktická část:**  
**Produkce audiovizuálního díla (vyrobeného v systému řízené výroby FMK) v minimální délce 20 min, ve výstupní kvalitě uvedené ve Výrobní knize AAV.**

### 1. Teoretická část:

Rozsah práce: minimálně 30 normostran textu bez započítání obsahu, rejstříku a obrazových příloh.

Formální podoba: Jednotná formální úprava teoretické části práce, její uložení a zpřístupnění se řídí aktuální verzí příslušné směrnice rektora. Student odevzdává 1 ks fyzické (tištěné) práce v pevné vazbě. Tištěná verze práce obsahuje originální „Zadání DP/BP“ včetně příslušných podpisů a studentem podepsané Prohlášení o původnosti práce. Práce v elektronické podobě obsahuje nascalované „Zadání DP/BP“ se všemi formálními náležitostmi a také nepodepsané Prohlášení studenta o původnosti práce. Plný text elektronické verze ve formátu PDF/A a případné přílohy (zkomprimované do jednoho zip souboru) student odevzdá nahráním do IS/STAG a do příslušné složky na NAS-AAV (viz níže).

Pokyny k vypracování: prostudujte a analyzujte dostupné materiály z profesního hlediska a formulujte závěry a získané vědomosti do podoby akademického/odborného textu.

### 2. Praktická část:

Přípustné varianty praktické části:

- 1) Produkce audiovizuálního díla (vyrobeného v systému řízené výroby FMK) v minimální délce 20 minut, ve výstupní kvalitě uvedené ve Výrobní knize AAV.
- 2) Produkce souboru audiovizuálních děl oficiálně schváleného před odevzdáním Výrobní komisí ateliéru Audiovizuální tvorba, ve výstupní kvalitě uvedené ve Výrobní knize AAV.
- 3) Převod zadaného literárního scénáře celovečerního hraného filmu do technického scénáře (pojmenování obrazu – číslo, počet záběrů, délka, označení prostředí, určení doby děje, roční období, počasí apod.) Varianta musí být schválena před odevzdáním Výrobní komisí ateliéru Audiovizuální tvorba.

Požadované materiály praktické části (var. 1 a 2):

- a) Upoutávka, teaser či trailer na předložené audiovizuální dílo (var. 1 a 2).
- b) Písemná explikace z pohledu dané specializace. Minimální rozsah 2 normostrany (var. 1, 2, 3).
- c) Anotace (var. 1, 2, 3).
- d) Technický scénář (var. 1).
- e) Štábová listina (var. 1, 2, 3).
- f) Grafický návrh bookletu: PDF/AI, CMYK, 300dpi, texty v křivkách (var. 1, 2).
- g) Návrh filmového plakátu formát 70x100: PDF/AI, CMYK, 300dpi, texty v křivkách (var. 1).
- h) Vyplněné a předané formuláře pro OSA, NFA (var. 1, 2).
- i) Soubor, který obsahuje (var. 1, 2):
  - Případovou studii o realizaci praktické části ve všech fázích výroby v rozsahu 2 normostrany,
  - dialogovou listinu,
  - synopsi (česky i anglicky) minimální rozsah 15 řádků, jen digitální verze,
  - distribuční záměr,
  - technický scénář,
  - rozpočet filmu,
  - štábovou listinu,
  - natáčecí plán,
  - denní dispozice,
  - denní zprávy,
  - seznam uzavřených smluv,
  - vyúčtování filmu,
  - ohlasy na film v tisku a další dle dispozic vedoucího práce.

Požadované materiály praktické části (var. 3):

Rozbor technického scénáře:

- Obsah – přehledné číslování stran celé práce,
- produkční úvaha nad realizací, předpokládaná technologie realizace, marketingová a distribuční strategie (do 5 normostran),
- scénosled,
- složky technického scénáře,
- technické listy (obsazení, podle motivů a prostředí, lokace),
- harmonogram projektu,
- natáčecí plán,
- plán postprodukce,
- rozpočet,
- finanční plán.

Výstupy: technický scénář, rozbor technického scénáře

Doporučené nástroje: excel/word, Movie Magic Scheduling/Budgeting, Gorilla

Všechny odevzdávané materiály musí splňovat vnitřní technické normy dle Výrobní knihy AAV pro odevzdávání prací a musí být řádně popsány (jméno, název, logo fakulty, formát, rozlišení). Součástí závěrečné práce je vytištěný a podepsaný formulář "Údaje o diplomové práci studenta".

Uložení na NAS:

Ve složce na NAS-AAV, označené „Bakalářská / Magisterská práce“ uložte:

1. Teoretickou práci ve formátu PDF/A a případné přílohy (zkomprimované do jednoho zip souboru) dle specifikací výše.
2. Vytvořte podsložku Praktická práce, která bude obsahovat materiály částí a- i. Řádně nazvaný film/absolventské dílo odevzdávejte ve formátech splňujících vnitřní technické normy AAV pro odevzdávání prací.
3. Vytvořte podsložku s názvem Katalog, která bude obsahovat "Podklady pro katalog FMK UTB ve Zlíně": 10 kusů obrazové dokumentace praktické části závěrečné práce pro využití v publikacích FMK. Formát pro bitmapové podklady: JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250 mm delší strana. Formáty pro vektory: AI, EPS, PDF. Loga a texty v křivkách. V samostatném textovém souboru uveďte jméno a příjmení, login do portálu UTB, obor (ateliér), typ práce, přesný název práce v češtině i v angličtině, rok obhajoby, osobní e-mail, osobní web, telefon. Přiložte svou osobní fotografii v tiskovém rozlišení.

Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

**Seznam doporučené literatury:**

RYAN, Maureen A. *Producer to producer: a step-by-step guide to low-budget independent film producing*. 2nd edition. Studio City, CA: Michael Wiese Productions, [2017]. ISBN 978-1615932665.  
KELLISON, Cathrine. *Producing for TV and new media: a real-world approach for producers*. 2nd ed. Boston: Michael Wiese Productions, c2009. ISBN 978-024-0810-874.  
HONTHANER, Eve Light. *The complete film production handbook: a real-world approach for producers*. 4th ed. Burlington, MA: Focal Press, c2010. ISBN 978-024-0811-505.  
FOUST, James C., Edward J. FINK a Lynne S GROSS. *Video production: disciplines and techniques*. Twelfth edition. New York: Routledge, 2018. ISBN 978-1138051812.  
KERRIGAN, Finola. *Film Marketing*. Butterworth-Heinemann, 2009. ISBN 978-0750686839

Vedoucí teoretické části: **MgA. Lubomír Konečný**  
Ateliér Audiovize

Vedoucí praktické části: **Mgr. Viktor Mayer**  
Ateliér Audiovize

Datum zadání diplomové práce: **4. května 2021**

Termín odevzdání diplomové práce: **21. května 2021**



L.S.

---

**Mgr. Josef Kocourek, Ph.D.**  
děkan

---

**MgA. Irena Kocí, Ph.D.**  
vedoucí ateliéru

Ve Zlíně dne 4. května 2021

## PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové práce využít ke komerčním účelům;
- pokud je výstupem diplomové práce jakýkoliv softwarový produkt, považuji se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji, že:

- jsem na diplomové práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně dne: 21.7.2021 .....

Jméno a příjmení studenta: MICHAL CIML .....

podpis studenta

## **ABSTRAKT**

Tato diplomová práce má za cíl věnovat se srovnání workflow neboli postupu práce ve výrobě audiovizuálního díla v Čechách. Pokusí se zmapovat a porovnat jednotlivá workflow a postupy při práci producentů, a také výkonných producentů v českém prostředí filmového průmyslu. Jednou z výzkumných otázek je také vztah producenta a výkonného producenta. Práce by měla přispět k lepšímu povědomí o vzniku audiovizuálních děl v České republice a zároveň přiblížit ostatním studentům a čtenářům práci producentů a porovnání jejich workflow. Čtenář by tak po získání poznatků měl být schopný mít jasnou a ucelenou představu o procesu vzniku audiovizuálního díla v českém prostředí a práci producenta. Zvolených cílů bylo dosaženo pomocí rozhovorů, telefonických hovorů, schůzek a emailové komunikace s konkrétními producenty a výkonnými producenty z českého prostředí. Dále pak provedením analýzy shromážděných informací, jejich porovnáním a formulováním poznatků v závěru této práce.

Klíčová slova: Audiovizuální dílo, workflow, producent, výkonný producent, software

## **ABSTRACT**

This master thesis focus on comparison of workflow during the production of audiovisual art in Czechia. This work conducts a survey of individual workflows of Czech producers and line producers. Part of the research includes relationship between line producer and producer. This master thesis should give a better awareness about producing Czech audiovisual art and point out the work of producers and their workflow. The reader should get proper knowledge about the process of producing the art and also the producer's workflow. The goals were achieved through several interviews, calls, meetings and email communication with different producers. The conclusion is analysis and comparison of data from talks with personal attitude.

.

Keywords: Audiovisual art, workflow, producer, line producer, software

Poděkování patří hlavně MgA. Lubomíru Konečnému, který se mi vždy snažil pomoci, konzultoval se mnou vše potřebné a dával mi zpětnou vazbu. Dále bych chtěl poděkovat svým rodičům a přítelkyni, kteří mi byli v době psaní oporou.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

*"Tajemství úspěchu v životě není dělat, co se nám líbí, ale nalézt zalíbení v tom, co děláme." Thomas Alva Edison*

# OBSAH

<b>ÚVOD.....</b>	<b>10</b>
<b>I TEORETICKÁ ČÁST .....</b>	<b>12</b>
<b>1 DEFINICE KLÍČOVÝCH POJMŮ .....</b>	<b>13</b>
1.1 AUDIOVIZUÁLNÍ DÍLO.....	13
1.2 WORKFLOW .....	13
1.3 PRODUCENT .....	13
1.4 VÝKONNÝ PRODUCENT .....	13
1.5 SOFTWARE .....	13
<b>2 JEDNOTLIVÉ ETAPY VZNIKU AUDIOVIZUÁLNÍHO DÍLA.....</b>	<b>14</b>
2.1 JEDNOTLIVÉ ETAPY VZNIKU AUDIOVIZUÁLNÍHO DÍLA .....	14
2.1.1 Vývoj – development .....	14
2.1.2 Výroba.....	17
2.1.3 Distribuce .....	19
2.2 PRODUKČNÍ TÝM .....	21
2.2.1 Producent.....	21
2.2.2 Produkční společnost .....	22
2.2.3 Výkonný producent .....	23
2.2.4 Vedoucí natáčení .....	23
2.2.5 Produkční .....	23
2.3 POTŘEBNÝ HARDWARE A SOFTWARE.....	24
2.3.1 Microsoft Office.....	24
2.3.2 Emailový klient .....	24
2.3.3 Úložiště .....	25
2.3.4 Komunikační a projektové klienty .....	25
2.3.5 Movie Magic .....	26
2.3.6 Gorilla .....	26
<b>II ANALYTICKÁ ČÁST.....</b>	<b>27</b>
<b>3 METODIKA .....</b>	<b>28</b>
3.1 METODICKÁ STRUKTURA ROZHOVORŮ.....	28
3.1.1 Volba kritérií pro výběr projektu .....	28
3.1.2 Spolupráce s dalšími lidmi – delegování práce.....	28
3.1.3 Řízení projektu z pozice producenta .....	29
3.1.4 Způsob komunikace a správa projektu.....	29
3.1.5 Možnosti distribuce a volba marketingové strategie.....	29
3.2 OSLOVENÉ OSOBNOSTI Z ŘAD PRODUCENTŮ.....	29
3.2.1 Tomáš Hoffman .....	29
3.2.2 Marek Novák.....	30
3.2.3 Jan Unger .....	30
3.2.4 Ondřej Zima .....	30



3.2.5	Dagmar Sedláčková .....	30
3.2.6	Jitka Kotrlová .....	31
3.2.7	Martin Hulovec .....	31
3.2.8	Jan Macola .....	31
3.2.9	Daria Špačková .....	31
3.2.10	Martina Stránská .....	32
3.2.11	Aleš Týbl .....	32
3.2.12	Veronika Kührová .....	32
3.2.13	Tomáš Magnusek .....	32
3.2.14	Viktor Mayer .....	32
<b>III</b>	<b>VÝSLEDEK ANALYTICKÉ ČÁSTI.....</b>	<b>33</b>
<b>4</b>	<b>ANALÝZA A VÝSLEDEK Z ROZHOVORŮ .....</b>	<b>34</b>
4.1	PRVNÍ FÁZE WORKFLOW – VOLBA PROJEKTU A ROZPRACOVÁNÍ TÉMATU .....	35
4.2	DRUHÁ FÁZE – VÝROBA .....	39
4.3	TŘETÍ FÁZE – DISTRIBUCE A MARKETING.....	43
	<b>ZÁVĚR .....</b>	<b>47</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A ZDROJŮ .....</b>	<b>48</b>
	<b>SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK.....</b>	<b>51</b>
	<b>SEZNAM OBRÁZKŮ .....</b>	<b>52</b>
	<b>SEZNAM TABULEK.....</b>	<b>53</b>
	<b>SEZNAM PŘÍLOH.....</b>	<b>54</b>

## ÚVOD

Cílem této diplomové práce je porovnání jednotlivých workflow ve výrobě audiovizuálního díla v České republice. Téma bylo zvoleno z důvodu absence podobné práce v českém jazyce a zároveň z důvodu nedostatku informací o této problematice mezi studenty audiovizuálních oborů a nejen jich. Řada studentů z tohoto odvětví nemá dostatek informací o celém procesu vzniku audiovizuálního díla a jeho třech základních krocích, kterými je vývoj, výroba a distribuce a s tím spojená činnost producentů a výkonných producentů. Práce přibližuje jednotlivé etapy a pracovní postupy při vzniku audiovizuálního díla. Vzhledem k tomu, že pojem audiovizuální dílo je mezi producenty poměrně obecný, pro účely této práce jsem se z toho důvodu zaměřil na dlouhometrážní hraný a dokumentární film. Nicméně i dále je v práci použit pojem audiovizuální dílo, přestože je tím míněn především dlouhometrážní hraný a dokumentární film. Tato forma audiovizuálního díla se ukázala pro účely práce jako nejvhodnější, vzhledem k délce a složitosti a rovněž i četnosti jeho tvorby. Výsledkem analýzy a porovnání dat z rozhovorů a přístupů jednotlivých producentů v závěru práce je ucelený popis workflow producenta. Tato práce tak může přispět budoucím studentům k jejich lepší přípravě při nástupu na vyšší pozice v produkci po absolvování vzdělání a práci na studentských filmech či nižších pozicích. Není to ale pouze práce pro studenty. Vzhledem k tomu, že jde o analýzu a porovnání konkrétních workflow, měla by přispět k efektivitě jednotlivých producentů, kteří mohou se zde mohou inspirovat novými či rozdílnými postupy svých kolegů.

V teoretické části práce jsou vysvětleny jednotlivé pojmy potřebné pro běžné porozumění tématu a problematice vzniku audiovizuálního díla, na které navazuje vymezení jednotlivých profesí, které spolupracují při vzniku díla. Konkrétně producent, výkonný producent, vedoucí natáčení, produkční a asistent produkce.

V dnešní době je samozřejmé využití moderních technologií jako telefonů, tabletů, počítačů a současně aplikací a programů. Nejpoužívanější technologie při výrobě audiovizuálního díla s rozdělením na hardware a software jsou popsány v další kapitole této práce.

Na základě dostupné literatury, online zdrojů, zkušeností konkrétních lidí z filmového průmyslu a osobní zkušenosti tak vznikne menší ale důležité shrnutí vysvětlení jednotlivých pojmů z oblasti produkce a hardware a software k tomu potřebných.

Analytická část diplomové práce se věnuje konkrétnímu výzkumu, který spočívá především v několika stěžejních rozhovorech s producenty nebo výkonnými producenty českého

filmového průmyslu. Producent a výkonný producent je jeden z klíčových lidí ve výrobě audiovizuálního díla. Mějme na paměti, že film je kolektivní dílo a vzniká tedy vzájemnou spoluprací jednotlivých profesí. Rozhovory jsou vedeny volně formou dialogu a je snaha je mít strukturalizované do pěti větších okruhů. První okruh otázek se týká počátku práce, a především kritérií pro výběr projektů. Druhý okruh otázek směřuje na možnosti spolupráce s dalšími subjekty, což je především výkonný producent. V třetí části se rozhovory týkají řízení projektu a dělby práce. Tato část bude nejobsáhlejší, neboť se zabývá celým časovým obdobím výroby audiovizuálního díla, včetně jeho příprav. Čtvrtý okruh otázek, také velmi podstatný, je směřován na nezbytné prostředky moderní doby pro práci producentů a výkonných producentů, a to je hardware a software. Pátý okruh je pomyslná závěrečná část, kde se zaměříme na distribuci a marketingovou strategii projektu. Nepsaný šestý okruh otázek směřovaných na producenty či výkonné producenty je osobitého rázu a dává prostor dotazovaným říci vlastní názor, tip, poznatky a případně jiné myšlenky a dodatky k této práci a obecně k práci producenta/výkonného producenta.

V třetí části celé práce je provedena analýza rozhovorů, kde na základě praktických zkušeností nabytých od jednotlivých producentů budou popsány jednotlivé etapy při vzniku audiovizuálního díla z pohledu praxe. Tato část je stěžejní pro naplnění cíle práce a je zde porovnán praktický postup a práce producenta v jednotlivých fázích projektu. Práce kombinuje teorii doplněnou o praktické poznatky a zkušenosti jednotlivých lidí s mnohaletou praxí. Z rozhovorů vyplynulo, že výsledné workflow se odvíjí od zvoleného tématu a s tím souvisejících možností financování.

Přestože bylo napsáno několik vysokoškolských prací zabývajících se produkcí, producentem samotným apod., je snahou této práce o odlišení se, a to především o skloubení teoretických a praktických znalostí v práci producenta. Do této práce bych rád zahrnul své praktické zkušenosti z natáčení několika studentských filmů. Záměrem práce je také především posloužit odborníkům pro inspiraci, či studentům produkce a ostatním adeptům na pozici výkonného producenta nebo i laické veřejnosti, aby získala základní povědomí o práci producenta, a především výkonného producenta.

## **I. TEORETICKÁ ČÁST**

## 1 DEFINICE KLÍČOVÝCH POJMŮ

V této části práce jsou jasně a přehledně definovány jednotlivé pojmy potřebné k porozumění dané problematice a následným rozhovorům.

### 1.1 Audiovizuální dílo

Dílo vytvořené uspořádáním děl audiovizuálně užitých, zpracovaných, či nezpracovaných, které sestává z řady zaznamenaných spolu souvisejících obrazů, vyvolávajících dojem pohybu, ať již doprovázených zvukem, či nikoli, vnímatelných zrakově, a jsou-li doprovázeny zvukem, vnímatelných i sluchem.<sup>1</sup>

### 1.2 Workflow

Termín anglického původu. Sled kroků od začátku do konce pracovního procesu. Zkráceně řečeno průběh práce nebo pracovní postup.<sup>2</sup>

### 1.3 Producent

Výrobce díla, který je držitelem nebo jedním z držitelů oprávnění k výkonu práva užití audiovizuální dílo, včetně autorských děl a uměleckých výkonů v něm audiovizuálně užitých, a zároveň mu náleží práva výrobce zvukově obrazového záznamu k záznamu audiovizuálního díla nebo podíl na těchto právech.<sup>3</sup>

### 1.4 Výkonný producent

Funkce najímaná producentem pro exekutivu při výrobě. Výkonný producent má na starost rozpočet a veškeré nakládání s ním při výrobním procesu filmu.

### 1.5 Software

Programy a aplikace pro uživatele poskytující určité funkce. V případě producentů funkce pro tvorbu rozpočtů, harmonogramů, tabulek, souboru informací a další.

---

<sup>1</sup> KAČÍREK, Michal. DÍLO AUDIOVIZUÁLNÍ A DÍLA AUDIOVIZUÁLNĚ UŽITÁ. In: *Https://autorske-pravo.info* [online]. [cit. 2020-11-11]. Dostupné z: <https://autorske-pravo.info/dilo-audiovizualni-a-dila-audiovizualne-uzita/>

<sup>2</sup> Workflow. *Dictionary.cambridge.org* [online]. [cit. 2020-11-11]. Dostupné z: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/workflow>

<sup>3</sup> Zákon č. 496/2012 Sb., o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie a o změně některých zákonů (zákon o audiovizu). In: . 2012, ročník 2012, číslo 496.

## 2 JEDNOTLIVÉ ETAPY VZNIKU AUDIOVIZUÁLNÍHO DÍLA

V této fázi práce si představíme jednotlivé etapy vzniku audiovizuálního díla. To nám pomůže jednodušeji problematiku pochopit a rozfázovat si velmi dlouhý a složitý proces do dílčích částí.

### 2.1 Jednotlivé etapy vzniku audiovizuálního díla

Etapy vzniku audiovizuálního díla jsou tři. První etapu tvoří vývoj neboli development. Druhá etapa je výroba, která je klíčová pro tuto práci. Výroba se dělí na tři části – preprodukce (přípravné práce), produkce (samotné natáčení) a postprodukce. Třetí etapou vzniku díla je distribuce.<sup>4</sup>

#### 2.1.1 Vývoj – development

Pojem vývoj neboli development, v celé své šíři, nebyl v českém audiovizuálním profesním prostředí příliš aplikován. Přesto postupem času nahrazuje zastaralý souhrnný název *literární příprava a plán financování*. Důležité jsou možnosti financování projektů přes zahraniční granty a programy na podporu audiovize. S postupem času a přílivem moderních technologií a možností se i audiovizuální prostředí dále vyvíjí.

Součástí producentské přípravy na projekt by měl být, ale ne vždy to tak je, „průzkum realizace“, což byl dříve v podstatě souhrnný název pro vývoj. Ostatně ten nejvíce odráží smysl této etapy práce producenta. Součástí průzkumu realizace je ověření podmínek, zda je projekt uskutečnitelný z hlediska lokací, složení štábu, rekvizit v případě dobového filmu, hereckého obsazení atd. Probíhá v úzkém štábu většinou ve složení režisér, kameraman, architekt a výkonný producent.<sup>5</sup>

Vývoj projektu zahrnuje celkovou přípravu projektu na jeho realizaci. K tomu je zapotřebí kompletní tvorba scénáře, připravené financování, marketingová a distribuční strategie, rámcový výběr hlavních lokací a obsazení. Po vyhodnocení všech těchto dílčích součástí se producent rozhodne, zda půjde s projektem do výroby. Rozsah developmentu v podstatě začíná tématem nebo námětem u scénáristy, producenta nebo režiséra a končí finální verzí literárního scénáře a kompletně připraveným aproximačním rozpočtem a finančním

---

<sup>4</sup> DUNLOP, Renee. *Production pipeline fundamentals for film and games* [online]. 1. Burlington: Focal Press, 2014, Chapter 2 - Stages of production [cit. 2021-6-30]. ISBN 9781317936220. Dostupné z: [ereader.perlego.com/1/book/1550216/9](http://ereader.perlego.com/1/book/1550216/9)

<sup>5</sup> KALLISTA, Jaromír. *Filmová produkce* [online]. In: . s. 33 [cit. 2021-7-17]. Dostupné z: [https://www.famu.cz/media/Texty\\_k\\_%C3%BAvod%C5%AFm\\_do\\_oboru\\_produkce.doc](https://www.famu.cz/media/Texty_k_%C3%BAvod%C5%AFm_do_oboru_produkce.doc)

plánem. Paralelně s tím se pracuje na možnosti obsazení, využití a cíle filmu, strategii a další. Až poté by měl jít do výroby.<sup>6</sup>

Za tuto dílčí část by měl být zodpovědný vedoucí vývoje (Head of Development). V českém prostředí však mnohdy tuto pozici zastává sám producent. K projektu by měl být ve fázi vývoje scénáře přizván i dramaturg (Script Editor). Ten vyhodnotí danou látku, aby se držela daného cíle, představy, žánru. Dramaturg by měl korigovat koncept a poskytnou nezávislý pohled. Producent by měl využít i lektorský posudek scénáře. Režisér jako autor díla se nemusí účastnit této fáze. Mnohdy není ani zřejmé, kdo bude daný projekt režírovat, pokud vůbec přejde do fáze výroby.<sup>789</sup>

Literární složka je však jen jednou částí. Ještě je potřeba zmínit, jak se producent k látce ke zpracování dostane. Ve většině případů je to tak, že naopak sama látka si najde producenta. Autoři námětu či scénáře automaticky oslovují konkrétní producenty, nebo se snaží oslovit všechny případné možné zdroje.<sup>10</sup>

Důležitým pilířem developmentu je financování. V českém prostředí jsou tyto dominantní zdroje financí: Statní fond kinematografie, Česká televize, soukromé televize a vlastní zdroje producenta. Další možnost je koprodukce se zahraničním producentem nebo zahraniční fondy a granty. Menší část zdrojů pak tvoří zdroje typu sponzoring, barterová dohoda a minimální garance.

Pro získání zdrojů z různých fondů a grantů je důležité myslet na vhodnou přípravu. S touto přípravou a následnou prezentací se pojí termín „pitching“.

*Pitchingem označujeme onen komplikovaný proces, při němž se projekt, scénář, příběh představují – snad úspěšně – dalším lidem.<sup>11</sup>*

Pitching je proces prezentace, která má vzbudit zájem o produkt. Sibylle Kurz zmiňuje všechny důležité faktory, na které je třeba myslet při přípravě na pitching. Je potřeba si správně promyslet o čem projekt je a vyjádřit myšlenku a emoce stručně a jasně. K tomu slouží několik dokumentů, které projekt představí a rozeberou.

<sup>6</sup> VLACH, Jiří. *Development z pohledu českého producenta celovečerních filmů* [online]. Praga, 2008 [cit. 2020-11-25]. Dostupné z: <http://hdl.handle.net/10318/2814>. Magisterská práce. Akademie muzických umění

<sup>7</sup> MAYER Viktor. *FILMOVÁ PRODUKCE PŘEDNÁŠKA*. UTB 2018-2019

<sup>8</sup> *Studie vývoje českého hraného kinematografického díla* [online]. Praha, 2015 [cit. 2020-11-24]. Dostupné z: [https://fondkinematografie.cz/assets/media/publikace/studie\\_vyvoj\\_hrany\\_final.pdf](https://fondkinematografie.cz/assets/media/publikace/studie_vyvoj_hrany_final.pdf)

<sup>9</sup> HELLERMAN, Jason. What Does a Development Executive Do? *Nofilmschool* [online]. 2020 [cit. 2021-7-2]. Dostupné z: <https://nofilmschool.com/development-executive-explanation>

<sup>10</sup> VACHON, Christine. *SHOOTING TO KILL* [online]. EpubEdition. HarperCollins e-books, 2007, CHAPTER 2 - Development: The immaculate conception [cit. 2021-7-2]. ISBN 9780380798544. Dostupné z: [ereader.perlego.com/1/book/1623897/16](http://ereader.perlego.com/1/book/1623897/16)

<sup>11</sup> KURZOVÁ, Sibylle. *Pitch it!*. V Praze: Akademie múzických umění, 2013, s. 9. ISBN 9788073312848.

Důležité prvky v prezentaci pitchingu tedy jsou:

- Log-line (krátké souvětí, které ve zkratce představí příběh projektu)
- Synopse (cca 3-5 stran, stručný popis kostry příběhu, nastínění postav)
- Treatment (obsáhlý dokument, objasnění dramaturgické záměru, detailnější představení postav a obrazu, popis obrazové představy atd.)
- Aproximativní rozpočet nebo alespoň rámcová představa
- Plán financování
- Distribuční záměr (označení cílové skupiny, představení unikátnosti snímku)

Pitching má za cíl projekt prodat a přitáhnout potenciální investory.

Posledním hlavním pilířem vývoje je marketingová a distribuční strategie. Tato část je neméně důležitá, protože špatně zvolenou strategií může výsledné dílo utrpět tím, že nesplní finanční či jiné stanovené výsledky. Je tedy důležité na tuto část myslet a pracovat na ní od začátku vývoje.

Při určování strategie projektu je stěžejní pracovat s daty, stanovit cíle projektu a cílové skupiny. Využít přednosti projektu ve svůj prospěch. Je klíčové dělat strategii každému projektu přímo na míru.<sup>12</sup>

Producent tedy při vývoji vybírá materiál pro zpracování. Zajišťuje potřebná práva. V případě, že má pouze téma, které chce zpracovat, tak musí najít scénáristu. Zajišťuje financování této fáze.

Shrnutí této kapitoly: Fáze development se tedy většinou účastní profese – producent, scénárista, dramaturg a režisér. Je důležité dbát na tři hlavní pilíře developmentu – vývoj scénáře, financování projektu a kvalitní marketingovou a distribuční strategii. Jak říká ve své knize Christine Vachon uznávaná americká producentka, tak všechny tyto pilíře musí jít ruku v ruce.<sup>13</sup>

---

<sup>12</sup> JAK PRODAT FILM? ANKETA S FILMOVÝMI DISTRIBUTORY A PRODUCENTY. *Cinepur* [online]. 2016, 2016(108), 12 [cit. 2020-11-24]. Dostupné z: <http://cinepur.cz/article.php?article=3904>

<sup>13</sup> SHOOTING TO KILL. VACHON, Christine. *SHOOTING TO KILL*. EpubEdition. HarperCollins e-books, 2007. ISBN 9780380798544.



## 2.1.2 Výroba

Výroba se skládá ze tří částí: preprodukce (přípravné práce), produkce (natáčení) a postprodukce.

### 2.1.2.1 Preprodukce – příprava natáčení

Po potvrzení režiséra, který by měl být vybrán již během vývoje, je potřeba zajištění hlavních složek štábu a jejich asistentů. Klíčovou osobou je výkonný producent, který bude pomáhat producentovi k zajištění a vykonání potřebných kroků ve výrobě. Výkonný producent zpravidla vše konzultuje s producentem. Dílčí procesy však zajišťuje on. Mezi další hlavní profese patří kameraman, mistr zvuku, architekt, výtvarník a lokační manažer. Zbytek štábu většinou navazuje na hlavní profese. Režisér si vybírá pomocného režiséra. Producent s výkonným producentem a koproducenty sestavují zbytek produkčního týmu (vedoucí produkce, produkční a asistenti) Film je kolektivní dílo a je potřeba, aby dané profese spolu dobře komunikovaly a spolupracovaly.

Producent s režisérem konzultuje casting neboli obsazení hlavních herců. Producent se radí s koproducenty a hlídá financování projektu. S tvorbou podrobnějšího rozpočtu pomáhá výkonný producent.<sup>14</sup>

Producent nebo výkonný producent se účastní i obhlídek lokací. Kontroluje a potvrzuje lokace v souladu s rozpočtem. Obhlídky se dělají často vícekrát. K dalšímu výběru lokací bývá přizván i pomocný režisér a vedoucí produkce.

Producent dohlíží na přípravu technického scénáře, který je konzultován s režisérem. Dále je potřeba si uvědomit, že producent má jako svého zástupce výkonného producenta z toho důvodu, že se obvykle věnuje v jedné chvíli několika projektům zároveň. Proto je zde výkonný producent, který řeší dílčí kroky a následné rozhodnutí konzultuje s producentem.<sup>15</sup>

V rámci preprodukce už by tedy měl být projekt ve fázi, kdy je hotový konečný scénář (s drobnými úpravami se počítá), dále také připravený harmonogram celého projektu. Ke scénáři je důležité zmínit, že máme literární a technický. V této fázi už musí mít připravený režisér s kameramanem i technický scénář. V technickém scénáři jsou rozepsané jednotlivé obrazy s veškerými podstatnými informacemi především pro kameru a zvuk. Nezbytnými

---

<sup>14</sup> Definice činnosti producenta. In: *Asociace producentů* [online]. [cit. 2020-11-25]. Dostupné z: <https://asociaceproducentu.cz/files/definice-producenta.doc>

<sup>15</sup> MAYER Viktor. FILMOVÁ PRODUKCE PŘEDNÁŠKA. UTB 2018-2019

dokumenty jsou také natáčecí plán a s ním korespondující rozpočet, připravené lokace a hotové ohlídky, vybrané herecké obsazení a také vyhodnocení všech prací s hlavními složkami. Je potřeba pamatovat i na administrativu, takže předpřipravit co nejvíce smluv a dalších potřebných materiálů.<sup>16</sup> Film se samozřejmě neustále vyvíjí a je potřeba reagovat na změny a okolnosti s tím spjaté.

### 2.1.2.2 *Produkce – natáčení*

V této fázi běží natáčení dle natáčecího plánu. Výkonný producent je přítomen a zastupuje producenta. Producent se většinou několik natáčecích dnů natáčení také účastní, aby viděl realizaci a měl případnou představu o tom, jak celý proces probíhá.

Producent si přes výkonného producenta hlídá a usměrňuje natáčecí plán v souladu s rozpočtem. Natáčecí plán je vždy velmi „flexibilní“, protože se mění spousta okolností, jako závazky herců, počasí a další. Tyto dílčí věci samozřejmě operativně řeší vedoucí produkce s výkonným producentem a pouze pomocí denních zpráv informují producenta. Denní zprávy jsou důležitým zdrojem informací pro producenta, pokud se nemůže sám natáčení účastnit. Z toho je zřejmé, že svým způsobem přípravné práce fázi „produkce – natáčení“ nekončí. Při výrobě každého audiovizuálního díla je mnoho proměnných a na ty je potřeba reagovat, takže souběžně s natáčením běží i přípravné práce na další natáčecí dny dle plánu.<sup>17</sup> Důležité je zmínit také denní dispozice. Je to dokument obsahující přehled na další natáčecí den. Všechny členy štábu a další potřebné spolupracovníky informuje o přehledu harmonogramu, připravovaných obrazů atd. Zjednodušuje tedy přípravu na další den.<sup>18</sup>

Producent průběžně konzultuje s režisérem průběh natáčení a výroby. Schvaluje denní a týdenní výkazy, propozice a řeší hlavní administrativu. Zajišťuje proplácení faktur a hlídá si výdaje korespondující s rozpočtem.

Po dokončení natáčení dle plánu se veškerý natočený materiál musí zpracovat v postprodukcí. Není však pravda, že by dosud žádné postprodukční práce neběžely. Každý

---

<sup>16</sup> HONTHANER, Eve. The complete film production handbook. *The complete film production handbook* [online]. 4. Taylor and Francis, 2013, Chapter 6 - Pre-production [cit. 2021-6-30]. ISBN 9781136053054. Dostupné z: [ereader.perlego.com/1/book/1623897/14](http://ereader.perlego.com/1/book/1623897/14)

<sup>17</sup> HONTHANER, Eve. The complete film production handbook. *The complete film production handbook* [online]. 4. Taylor and Francis, 2013, Chapter 8 - During the shoot [cit. 2021-6-30]. ISBN 9781136053054. Dostupné z: [ereader.perlego.com/1/book/1623897/16](http://ereader.perlego.com/1/book/1623897/16)

<sup>18</sup> Příklad denní zprávy a denních dispozic z mého diplomového filmu Trofej je možné si prohlédnout v příloze č.II

den se po natáčení materiál zálohuje, třídí a předběžně srovnává právě jako příprava pro následnou postprodukcí.

### **2.1.2.3 Postprodukce**

V postprodukcí je řídící osobou už mnohdy sám producent. Výkonný producent se již nadále projektu neúčastní, neboť jeho přítomnost není nutná. Producent chodí během postprodukce na kontrolní projekce. Řeší na základě konzultací s režisérem a postprodukčním týmem (střihač, mistr zvuku atd.) potřebné věci. Konkrétně například s režisérem hudbu, případné užití vizuálních efektů. Ze zkušeností producentů se zde mnohdy právě objevují drobnosti, které vyžadují užití postprodukčních technik na jejich odstranění. Je na producentovi, zda má k dispozici prostředky a povolí nad rámec rozpočtu a harmonogramu tyto extra práce. Producent schvaluje finální podobu hudby, gradingu, stříhu a účastní se závěrečné projekce před finálním exportem. V této fázi projektu velmi často figuruje koordinátor postprodukce. Pracovník postprodukčního studia má za úkol komunikovat s klientem. V případě dlouhometrážního hraného a dokumentárního filmu s producentem. Průběžně informuje a připravuje přehled o stavu projektu a komunikuje s celým postprodukčním týmem. Připravuje dokumentaci a podklady pro producenta.

### **2.1.3 Distribuce**

Obecně je distribuce proces předávání produktu dodavateli, který ho poté zprostředkovává pro spotřebitele. V podstatě obdobný proces platí v audiovizuálním průmyslu. Distribuce má za cíl usnadnit prodej koncovému zákazníkovi, v případě audiovizuálního díla tedy divákovi.

Distribuční strategie už by měla být součástí vývoje, neboť při tomto procesu se vrací postupně finanční prostředky vložené do filmu. Mnoho filmových tvůrců tuto část celého procesu podceňuje a neuvědomuje si její důležitost. Jednou z ideálních podmínek je mít distributora již před zahájením samotného natáčení, neboť to dává formu jistoty distribuce

filmu k divákovi. Dobrou zprávou je, že v dnešní době je mnoho možností distribuce – internet, VOD, kino, paměťová média a další.<sup>19</sup>

Místem, kde se divák setkává s filmem, je nepochybně kino. Distributor dodá film do kina a kino ho zahrne do programu a promítá divákovi. Výnos ze vstupného je primární zdroj vrácení investice pro producenty. V Čechách je model komerčního filmu v kinech poměrně zažitý. Umělecké filmy a filmy s cílem účasti na festivalech nemívají komerční zájem a jejich návratnost bývá minimální, respektive téměř nulová. V poslední době se díky digitálním technologiím stává častou formou distribuce také Video na vyžádání neboli VOD (Video on demand). Mezi hlavní představitele VOD platform podle počtu uživatelů patří Netflix (cca 200 milionů uživatelů), Amazon Prime (cca 150 milionů), HBO GO + HBO MAX (cca 50 milionů), dále také na trh vstoupil Apple se službou Apple+ a studio Disney se službou Disney+ (cca 70 milionů). V Čechách pak funguje streamovací služba Voyo (cca 30 tisíc uživatelů, od roku 2017 data Nova veřejně nesdíljuje) od televize Nova anebo moderní „půjčovna“ Aerovod. Vlastní videotéku mají samozřejmě také Česká Televize nebo Prima.<sup>20</sup>

Tyto služby představují nové možnosti distribuce. Uživatelé platí předplatné v podobě měsíčního poplatku a mají možnost si prohlížet videotéku dané služby a pustit si kdykoliv a cokoliv. To je velmi pohodlné pro značnou část uživatelů a skýtá to nové možnosti pro distribuci. Vše potvrzují výše zmíněná čísla počtu uživatelů daných služeb. Všechny tyto firmy si uvědomují potřebu mít obsáhlé portfolio nabídky audiovizuálních děl, aby zaujaly a uspokojily potřebu co nejvíce diváků. Proto nakupují a domlouvají spolupráce s lokálními producenty a distributory, aby jejich nabídka byla široká. Pro producenty se tak otevírá možnost film tvořit v koprodukcii s danou společností, anebo jí film prodat.

Několik týdnů či měsíců po uvedení na trh je možné film koupit na DVD nebo Blu-Ray discích. Tento druh distribuce se celosvětově blíží pravděpodobně ke svému konci, neboť ho právě zmiňované VOD platformy postupně vytlačují z trhu. Důvod je jednoduchý, měsíční předplatné stojí většinou méně než jedno fyzické DVD nebo Blu-Ray, jako poslední

---

<sup>19</sup> The complete guide to film and digital production. WALES, Lorene. *The complete guide to film and digital production* [online]. 3. New York: Routledge, 2017, Chapter 21 - Marketing and Distribution [cit. 2021-6-30]. ISBN 9781315294872. Dostupné z: [ereader.perlego.com/1/book/2192976/33](https://ereader.perlego.com/1/book/2192976/33)

<sup>20</sup> ZELENKA, Filip. Streamovací služby prolomily rekordní hranici miliardy předplatných. *E15* [online]. [cit. 2021-7-16]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/byznys/technologie-a-media/streamovaci-sluzby-prolomily-rekordni-hranici-miliardy-predplatnych-1379020>

fází může být uvedení snímku na televizních obrazovkách. Nemusí to platit vždy. Audiovizuální dílo může být přímo prodáno televizi nebo v případě koprodukce může mít televize výhradní právo atd.<sup>21</sup>

Distribuce je velmi rozsáhlý proces, který je nedílnou součástí workflow producenta a úzce souvisí i s výrobou, jelikož díky distribuci producent získává postupně finanční prostředky zpět a následně může v rámci cashflow začít financovat další projekty, samozřejmě poté, co uhradí případné pohledávky.

Jak bylo zmíněno, tak už v době vývoje a preprodukce se producent aktivně zapojuje do marketingové a distribuční strategie, a tak je součástí jeho workflow také průběžné schvalování menších kampaní, zpráv pro média a další.

Závěrem této kapitoly je nutno zdůraznit, že distribuci by měl producent věnovat minimálně stejné úsilí jako předchozím etapám vzniku audiovizuálního díla.

## 2.2 Produkční tým

U definic pozic je potřeba zmínit, že se jejich práva a povinnosti neustále vyvíjejí. Tyto definice mají poskytnout pouze obecnou představu o tom, co daný konkrétní člověk u většiny projektů dělá.

Produkční tým má u většiny projektů jasnou strukturu a můžeme ho definovat následně. Ve vedení je producent, který projekt řídí prostřednictvím funkce výkonného producenta, který projektem „žije“. Výkonný producent zase řídí produkční tým, který se skládá z vedoucího natáčení a dalšího produkčního (někdy asistent produkce). V případě potřeby se ještě objevuje další asistent produkce. A v neposlední řadě k produkčnímu týmu mnohdy patří i runner (asistent, který plní požadavky celého štábu).<sup>22</sup>

### 2.2.1 Producent

Producent je stěžejní osoba kteréhokoli audiovizuálního díla. Dle zákona o audiovizuálních dílech je producentem, respektive výrobcem, osoba, která je držitelem nebo jedním z držitelů

---

<sup>21</sup> RASMUS, Larsen. *Sales of UHD Blu-ray players in decline* [online]. [cit. 2021-7-17]. Dostupné z: <https://www.flatpanelshd.com/news.php?subaction=showfull&id=1582199517>

<sup>22</sup> Runner, broadcasting/film/video. *Prospects* [online]. 2021 [cit. 2021-7-2]. Dostupné z: <https://www.prospects.ac.uk/job-profiles/runner-broadcasting-film-video>

oprávnění k výkonu práva užít audiovizuální dílo, včetně autorských děl a uměleckých výkonů v něm audiovizuálně užitých, a zároveň jí náleží práva výrobce zvukově obrazového záznamu k záznamu audiovizuálního díla nebo podíl na těchto právech.<sup>23</sup>

Jednodušeji řečeno fyzická nebo právnická osoba, která zajistí proces výroby a následné uvádění filmu a celkově jeho dokončení, a je držitelem vlastnického práva k filmu.

Dalo by se říct, že je to tzv. CEO každého filmu. Ve skutečnosti producenti v českém prostředí většinou řeší především výběr projektu a jeho následné financování. Konkrétní výkony – (obhlídky, smlouvy, štáb, lokace atd.) už zařizuje zpravidla někdo jiný – výkonný producent. Producent se svým přístupem k výběru projektu, respektive látky na zfilmování a způsobem jejího zpracování stává prostředníkem mezi uměleckým a finančním cílem filmu. Logicky film musí vydělat co nejvíce peněz, ale autor námětu a také režisér kladou důraz na uměleckou stránku filmu, která mnohdy naopak ohrožuje finanční výsledky daného díla.

Producent by měl umět delegovat práci a být osobou, která má schopnost určit, co je pro vznik díla a jeho úspěch vhodné a co nikoliv.<sup>24</sup> Dobrý producent je člověk se širokým záběrem v mnoha odvětvích jako je komunikace, řízení projektu. Dále by měl mít manažerské schopnosti, přehled o světě audiovize, finanční gramotnost na vysoké úrovni atd.

### 2.2.2 Produkční společnost

Producent může pracovat individuálně jako fyzická osoba na základě živnostenského listu. Druhou možností bývá společnost, většinou s.r.o., založená pro účely vytváření audiovizuálních děl. Společnost je založená buď jedním producentem nebo sdružuje několik producentů pod jednou značkou. Společnost funguje jako právnická osoba a subjekt. Je tedy jednodušší pro tvorbu díla uzavírat smlouvy a dohody. Produkční společnost má rovněž větší možnosti pro získávání grantů, dotací a obecně financí potřebných pro vznik

---

<sup>23</sup> Zákon č. 496/2012 Sb., o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie a o změně některých zákonů (zákon o audiovizi). In: . 2012, ročník 2012, číslo 496.

<sup>24</sup> The complete guide to film and digital production. WALES, Lorene. *The complete guide to film and digital production* [online]. 3. New York: Routledge, 2017, Chapter 1 - Film Development and the producers [cit. 2021-6-30]. ISBN 9781315294872. Dostupné z: [creader.perlego.com/1/book/2192976/3](http://creader.perlego.com/1/book/2192976/3)

audiovizuálního díla. Pokud se jedná o sdružení více producentů jejich portfolio společnosti bývá pestřejší a má větší vliv.

Obecně lze říci, že obě varianty mají své výhody a nevýhody, ať praktické či ekonomické.

### 2.2.3 Výkonný producent

Výkonný producent je zjednodušeně řečeno pravá ruka producenta, která je zodpovědná za supervizi administrativní, finanční a technickou a vůbec veškeré dění kolem konkrétního projektu od doby začátku spolupráce až do konce. V hollywoodském prostředí je to ekvivalent pozice s názvem Line producer. Výkonný producent zároveň většinou působí jako prostředník mezi štábem a producentem. Tato pozice je velmi náročná na psychiku, neboť musí daný člověk mít schopnosti rychle uvažovat a řešit problém, ovládat finance a umět komunikovat s lidmi. Zároveň musí mít přirozenou autoritu.<sup>25</sup>

### 2.2.4 Vedoucí natáčení

Vedoucí natáčení má za úkol denní plnění natáčecího plánu. To znamená zajištění technického zázemí na místě lokace, zodpovědnost za denní dispozice. Rovněž připravuje pro výkonného producenta a producenta denní zprávy a řeší organizaci na místě natáčení.

Přímo v době natáčení většinou rovněž řeší administraci a připravuje všechny podklady na další natáčecí dny.

### 2.2.5 Produkční

Pozice, která pracuje ruku v ruce s vedoucím natáčení je právě produkční. Pomáhá s úkoly vedoucího natáčení, které by ho zdržovaly od hlavní náplně práce. Zpravidla zajišťuje transporty, ubytování štábu, umístění agregátu, cateringu a technického zázemí (tzv. base). V době natáčení je většinou přítomen přímo na místě natáčení a je připraven řešit produkční záležitosti na místě za produkční tým.

---

<sup>25</sup> HONTHANER, Eve. The complete film production handbook *The complete film production handbook* [online]. 4. Taylor and Francis, 2013, Chapter 1 - The production team and who does what [cit. 2021-6-30]. ISBN 9781136053054. Dostupné z: [creader.perlego.com/1/book/1623897/2](http://creader.perlego.com/1/book/1623897/2)

## 2.3 Potřebný hardware a software

Je zřejmé, že bez hardwaru a softwaru by to dnes měl producent a produkční tým velmi těžké. Takže bezesporu je samozřejmostí a nutností mít počítač nebo laptop pro práci. Další nedílnou součástí dnešní doby jsou mobilní telefony celého štábu. Ve větších či pokrokovějších produkcích a obecně managementech to však mohou být také vlastní servery, vlastní cloudová uložení apod.

### 2.3.1 Microsoft Office

Asi nejběžnějším softwarem používaným každým člověkem, který se podílí na jakémkoliv projektu i neaudiovizuálním je bezesporu balíček Microsoft Office. Tento balíček obsahuje programy jako Word, Excel, Power Point a další.

Microsoft Word je nejběžnějším textovým editorem. Tento nástroj se používá k vytváření veškerých textových dokumentů potřebných k práci producenta. Jsou to hlavně smlouvy s členy štábu a herci. Smlouvy ohledně lokací a pronájmů, různá povolení, písemná korespondence, formuláře apod. Všechny tyto věci se tvoří stále v prostém textovém editoru.

Microsoft excel se může zdát na první pohled jako banální a zbytečný nástroj. Tento nástroj umožňuje vytvářet nekonečné tabulky se spoustou možností formátování, a hlavně také užitečných funkcí. Tyto funkce usnadňují například počítání rozpočtů, vytváření seznamů transportů, ubytování. Propočty a informace ohledně jednotlivých lokací atd. Excel navíc umožňuje propojení a kopírování funkcí mezi dokumenty.

Microsoft Power Point je používán především pro prezentování a vytváření ucelených přehledů. V našem případě je používán především producenty v rané fázi projektu pro prezentování projektu ostatním budoucím koproducentům, sponzorům atd.

Celkově je tedy Microsoft Office velmi důležitý balíček a je nedílnou součástí výbavy každého producenta.

### 2.3.2 Emailový klient

Opět se může zdát emailový klient jako naprostá banalita. Nicméně emaily patří stále v dnešní době k jednomu z hlavních prostředků pro komunikaci. Mezi nejčastěji používané



emailové klienty patří Office 365 od Microsoftu, Gmail platforma od Google, v České republice je časté používání Seznam klienta. Případně vlastní na míru vytvořený klient v rámci webu dané firmy.

Emailová komunikace je nedílnou součástí jakékoliv komunikace každého producenta a umožňuje efektivní a rychlou realizaci řady podstatných věcí v práci, a hlavně přehlednost a zálohování všech dokumentů.

Jsou to především sortovací možnosti, štítkování, automatické odpovědi, přeposílání, sdílení, víceúčelová komunikace, komunikace ve skupině atd.

Email je tedy nezbytnou součástí pro práci na audiovizuálním díle

### **2.3.3 Úložiště**

V dnešní době je žádoucí komunikovat a sdílet informace tzv. online. To znamená, že je potřeba dané dokumenty a soubory někde skladovat. K tomu slouží dnes již většinou fyzické hardwarové úložiště nebo velmi populární cloudové úložiště, ke kterém má člověk přístup odkudkoli, kdykoli a kdekoli pouze za pomoci internetu.

Mezi nejčastěji užívaná úložiště patří Dropbox, Google Drive, Microsoft One Drive.

Cloudová úložiště opět mají několik výhod, jejich ukládání a práce se soubory funguje v reálném čase. To znamená, že s danými soubory může operovat několik lidí najednou.

### **2.3.4 Komunikační a projektové klienty**

Další velmi užitečný prostředek pro správu projektu jsou komunikační nástroje nebo aplikace pro správu celého projektu. Mezi ty patří například Slack, Trello, Google.

Tyto programy mají za cíl sloučit komunikaci a různé tzv. office záležitosti opět online a na jedno místo. Slack je nejčastěji používán ve firmách jako interní komunikační prostředek a pro sdílení souborů a vytváření konverzací mezi departmenty.

Trello naopak umožňuje sdílení menších souborů, poznámek a vytváření To-Do listů apod. Je tak spíše funkční pro menší okruh lidí, jakým může být například právě produkční tým audiovizuálního díla.

### 2.3.5 Movie Magic

Movie Magic, jak už název napovídá, je specifický soubor aplikací speciálně vytvořených pro filmovou tvorbu. Movie Magic má dva nejčastěji používané programy. Jedním z nich je Movie Magic Scheduling, který velmi a efektivně umožňuje pracovat s natáčecím plánem a kalendářem. Zahrnuje také soupis herců, rekvizit, kostýmů, efektů a dalších důležitých dílčích prvků. Druhý nejčastěji užívaný program je Movie Magic Budgeting, který je určený pro tvorbu rozpočtů a všemožných kalkulací důležitých k práci na audiovizuálním díle.

### 2.3.6 Gorilla

Gorilla je druhý nejčastěji užívaný software speciálně vyvinutý a určený pro filmovou tvorbu. Obsahuje opět program pro práci s natáčecím plánem a také s rozpočtem. Tento program je spíše zahraniční záležitostí.

## II. ANALYTICKÁ ČÁST

### 3 METODIKA

V této kapitole je popsána metodika výzkumu a jednotlivá kritéria pro získání výsledků.

#### 3.1 Metodická struktura rozhovorů

Rozhovory představují významný zdroj informací pro tuto práci a z toho důvodu jsou ze zvukové podoby stručně přepsány a jsou součástí přílohové části této práce. Velmi doporučuji všem čtenářům si rozhovory přečíst. Cílem rozhovorů je především získání podkladů pro naplnění tématu této diplomové práce, obsahující navíc řadu zkušeností, tipů a triků jednotlivých velmi zkušených producentů filmového průmyslu.

Samotným rozhovorům předcházela přípravná fáze, ve které byly sestaveny základní okruhy témat, které přímo vychází z cílů této práce. Rovněž výběr dotazovaných v sobě zahrnoval škálu osobností dle věku, pohlaví, a především odborného zaměření. Rozhovory byly vedeny formou volného dialogu se snahou držet strukturu těchto předem připravených okruhů:

##### 3.1.1 Volba kritérií pro výběr projektu

Cílem této otázky bylo analyzovat, zda pro tázanou společnost, či producenta je prioritní komerční nebo umělecký úspěch. Dále, zda se do výběru projevují subjektivní osobní preference, nebo je tato část čistě profesní záležitostí. Jako poslední část tohoto okruhu byla samozřejmě kritéria pro výběr typu audiovizuálního díla (dokumentární, celovečerní hraný film a další). *Dle jakých kritérií si vybírá vaše společnost projekt a rozhoduje o jeho realizaci? Kdo všechno je zapojený do vývoje/developmentu?*

##### 3.1.2 Spolupráce s dalšími lidmi – delegování práce

Film je kolektivní dílo a účelem okruhu otázek tohoto podtématu bylo zjistit, v jaký moment producent deleguje činnosti spojené s tvorbou audiovizuálního díla na další spolupracovníky. Práce se v definici fáze development věnuje i otázce, zda je také jedním z prvních spolupracovníků dramaturg. V případě celkového workflow je pro producenta klíčovým spolupracovníkem výkonný producent. *Do role výkonného producenta nasazujete někoho z vlastních lidí nebo pracujete s externisty? Můžete zmínit konkrétní jména výkonných producentů, abych je mohl kontaktovat a následně se zeptat na další otázky?*

### 3.1.3 Řízení projektu z pozice producenta

Tato část rozhovorů se věnuje výrobě, a to především tomu, jakým postupem se snaží producenti řídit projekt. Jakým způsobem do toho zasahují nebo zda nechávají zodpovědnost na výkonném producentovi. Zařadil jsem zde otázky ohledně schůzek a reportů. Dále jsem se doptával na osobní účasti na natáčení.

### 3.1.4 Způsob komunikace a správa projektu

Nezbytnou součástí veškerých projektů je bezpochyby komunikace a správa projektu.

V této části rozhovorů jsem s producenty řešil způsob jejich práce, co se týká používání techniky od telefonu až po typy softwaru. Na tuto část jsem si předtím udělal vlastní rešerši na internetu a z vlastních zkušeností, co se nejvíce ve filmovém průmyslu používá a následně podával konkrétní otázky na konkrétní způsob. Například: *Používáte Movie Magic, pokud ano, tak proč?*

### 3.1.5 Možnosti distribuce a volba marketingové strategie

Závěrečný okruh otázek se týkal distribuce a zvolení způsobu marketingové strategie. Zda na distribuci a marketingovou strategii producenti pracují sami či delegují tuto část filmu na odborníky a pouze působí jako supervizor. Touto „závěrečnou“ fází filmu chci zároveň končit rozhovory a následně pouze nabídnout doplnění rozhovoru v případě, že bylo něco opomenuto.

## 3.2 Oslovené osobnosti z řad producentů

V této kapitole jsou stručně představeni oslovení producenti a výkonní producenti se kterými byl veden rozhovor. Přepisy rozhovoru s jednotlivými osobnostmi jsou součástí příloh této práce.

### 3.2.1 Tomáš Hoffman

Tomáš Hoffman patří k producentům, kteří se zaměřují na komerční filmy – především rodinné komedie. Jeho cílem je točit filmy, které ho baví a zároveň se drží pravidla, že film se musí zaplatit. Vlastní společnost Infinity Prague. V začátcích své práce stojí například za známým filmem Účastníci Zájezdu. Jeho poslední film Ženy v běhu je velmi vysoko v žebříčku nejvíce navštěvovaných filmů u nás s počtem 1,5 milionu diváků.

### 3.2.2 Marek Novák

Mladý filmový producent, který zatím směřuje svou tvorbu na experimentální filmy a dokumentární tvorbu. Jeho nejznámějším počinem je Cirkus Rwanda. Musí mít blízko k tématu a klade důraz na autenticitu.

### 3.2.3 Jan Unger

V současné době výkonný producent působící v Čechách. Jan Unger má více než dvacetiletou praxi jako line producer v americkém Hollywoodu. Z tohoto důvodu má velmi blízko k zakázkám zahraničních producentů, kteří přijíždí do Čech tvořit svá audiovizuální díla.

### 3.2.4 Ondřej Zima

Jeden z producentů společnosti Evolution films, která se zaměřuje na tvorbu celovečerních filmů, seriálů, dokumentů. Velmi často spolupracuje se scénáristou a režisérem Janem Prušinovským, se kterým založil společnost Offside Men. Účelem společností je zaměřit se na vývoj, produkci a distribuci vlastní autorské tvorby především pro kina a VOD. Společně s Janem Prušinovským natočili například úspěšný Okresní přebor nebo získali Českého lva za film Kobry a užovky. V roce 2015 založil společně s dalšími producenty společnost Film kolektiv, která sdružuje několik producentů, aby mohli spojit síly a tvořit audiovizuální díla náročnější na produkci.<sup>2627</sup>

### 3.2.5 Dagmar Sedláčková

Jedna ze tří zakladatelů společnosti MasterFilm. Tato pražská nezávislá producentská společnost se zaměřuje na autorská audiovizuální díla s velkým uměleckým záměrem a potenciálem mezinárodního přesahu a možností koprodukce. Cílem je tvořit umělecké filmy s cílením především na festivaly a festivalové obecnstvo. Dagmar musí filmy a dané téma osobně zajímat a bavit a mít k němu osobní pouto, jinak to pro ni ztrácí význam a na takových projektech nechce spolupracovat. Jako producenti ve společnosti však spolupracují minimálně na svých projektech. Společnosti využívají jako sdružení a možnosti působit jako

---

<sup>26</sup> OFFSIDE MEN - O nás [online]. [cit. 2021-7-13]. Dostupné z: <https://www.offsidemen.cz/onas>

<sup>27</sup> FILM KOLEKTIV IS A GROUP OF ENTITIES WITH ONE GOAL: TO CREATE GREAT FILMS. [online]. [cit. 2021-7-13]. Dostupné z: <https://www.filmkolektiv.cz/about/>

společnost s větším portfoliem a více možnostmi. Dagmar se také věnuje producentství podcastů a dalších typů uměleckých děl využívajících audio nebo vizuální prostředky.<sup>28</sup>

### 3.2.6 Jitka Kotrlová

Jitka patří mezi trio žen ve společnosti FrameFilms. Ta klade důraz na autorský přístup, kontinuitu spolupráce s kmenovými tvůrci a úzkou kolektivní tvorbu. Jitka vystudovala filmovou vědu a začínala na festivalech. Mezi její hlavní festivaly patří samozřejmě mezinárodní festival v Karlových Varech (KVIFF). Následně se rozhodla zapojit i do producentské činnosti a společně se Zuzanou Kučerovou a Hanou Šilarovou založily právě zmiňovanou společnost FrameFilms. Klade důraz na mezilidské vztahy a vztah člověka a přírody. Musí sdílet vizi s tvůrcem.

### 3.2.7 Martin Hulovec

Martin patří mezi producenty s širokým záběrem. Spolu s přáteli z FAMU založil v roce 2003 společnost PunkFilm. Začínal v reklamním průmyslu, spolupracoval na zahraničních projektech, vyzkoušel animované audiovizuální dílo a samozřejmě se věnuje i standardnímu audiovizuálnímu dílu zmíněnému v této práci, tedy dlouhometrážní hrané a dokumentární tvorbě. Martin však také spolupracoval na tvorbě videoklipů hudební skupiny Visací zámek nebo na vydání DVD Edice Járy Cimrmana.

### 3.2.8 Jan Macola

Zakladatel produkční společnosti Mimesis Film. Je známý především svým producentským debutem *Cesta ven*. Ve spolupráci s režisérem Petrem Václavem vytvořili toto drama, které obdrželo obdivuhodných 7 Českých lvů. Dále také znovu otevřel kino Pilotů v Praze a je jedním z jeho provozovatelů. Jan se zaměřuje na dlouhometrážní dokumenty a hrané filmy.<sup>29</sup>

### 3.2.9 Daria Špačková

Dlouhá léta spolupracuje s předním českým producentem a režisérem Davidem Ondříčkem. Působí především jako výkonná producentka. Je členkou LuckyManFilms, která směřuje svoji tvorbu především na komerční audiovizuální díla.

---

<sup>28</sup> *Info - Master film* [online]. [cit. 2021-7-13]. Dostupné z: <https://www.masterfilm.cz/>

<sup>29</sup> *Mimesis* [online]. [cit. 2021-7-13]. Dostupné z: <http://mimesis.cz/o-nas/>

### 3.2.10 Martina Stránská

Martina Stránská je výkonná producentka na volné noze. Často spolupracuje s Evouliton Films a LuckyMan films nebo je pro své zkušenosti najímána i na zahraniční zakázky. Je pro ni důležité, aby byl projekt dostatečně zafinancovaný, a mělo tedy smysl se pouštět do dlouhodobé spolupráce s tvůrci.

### 3.2.11 Aleš Týbl

Výkonný producent a pedagog s mnohaletou praxí, který v současné době působí na volné noze. Dal by se zařadit do „Barrandovské staré školy“. Jedná se o generaci producentů s předrevolučními zkušenostmi.

### 3.2.12 Veronika Kührová

Nezávislá mladá producentka, která si společně s Michalem Kráčmerem založila společnost Analog Vision. Její tvorbu dosud charakterizují dokumentární filmy primárně s festivalovým zaměřením a ambicemi.

### 3.2.13 Tomáš Magnusek

Nezávislý producent, herec, režisér a tvůrce. Původně byl pedagog a v roce 2009 se rozhodl, že vstoupí do českého audiovizuálního průmyslu. Sám přiznává, že v začátcích chtěl dělat většinu věcí sám. Nyní se snaží soustředit pouze na práci producenta a režii. Je známý pro sérii komerčních filmů Bastardi a svůj netradiční přístup.

### 3.2.14 Viktor Mayer

Podobně jako Aleš Týbl je Viktor výkonný producent a pedagog s dlouholetou praxí. Má velké zkušenosti s dobovým dlouhometrážním hraným filmem nebo i loutkovými projekty. Rovněž má jednu neobvyklou specializaci. Zaměřuje se na projekty, které by nikdo jiný nechtěl dělat nebo se dostanou do určité tísně. Producenti si následně Viktora Mayera najímají, aby jim pomohl z problémů. Viktorovi se skutečně většinou daří projekt dokončit, neboť má ohromné množství zkušeností.



### **III. VÝSLEDEK ANALYTICKÉ ČÁSTI**

## 4 ANALÝZA A VÝSLEDEK Z ROZHOVORŮ

V této části práce je za pomoci rozboru jednotlivých rozhovorů vytvořen souhrnný soupis a podrobný popis dílčích postupů producenta v konkrétních fázích projektu. Dále tato kapitola zachycuje a srovnává konkrétní možnosti přístupu producenta k jednotlivým etapám vzniku audiovizuálního díla, a to i z pohledu, zda se jedná o látku komerční nebo spíše uměleckou. Zároveň je potřeba připomenout, že producenti se obvykle věnují několika projektům zároveň. Workflow producenta tedy vztahujeme v tuto chvíli k jednomu projektu, ale v každé podkapitole je alespoň z části zmíněno, co ještě vše producent dělá.

## 4.1 První fáze workflow – volba projektu a rozpracování tématu

DEVELOPMENT									
JMÉNO	POZICE	TÉMA - ZÁLEŽÍ NA NĚM?	AUTOR SCÉNÁŘE - VZTAH	MOŽNOSTI FINANCOVÁNÍ	DRAMATURG JE SOUČÁSTÍ	VÝKONNÝ PRODUCENT JE SOUČÁSTÍ PŘÍPRAVY	PŘIPRAVUJI DISTRIBUCI A MARKETINGOVOU STRATEGII	POČET PROJEKTŮ V DEVELOPMENTU	KDY PROJEKT POKRAČUJE DO VÝROBY?
TOMÁŠ HOFFMAN	PRODUCENT	ANO - SPÍŠE KOMERČNÍ	ANO	TV, SFK, DIS, VF	ANO	NEBÝVÁ	ANO	CCA 3-5	DLE PROJEKTU, NIKDY NEČEKÁ NA 100%
JAN UNGER	VÝKONNÝ PRODUCENT	ANO, ALE ŘEŠÍ I HONORÁŘ	NEŘEŠÍ JAKO VP	NEŘEŠÍ JAKO VP	ANO	ANO, PŘÍPRAVA ROZPOČTU	NENÍ SOUČÁSTÍ PROCESU	NEÚČASTNÍ SE	CCA 70% FINANCI
ONDŘEJ ZIMA	PRODUCENT	ANO	ANO, VELMI	VF, SFK, ZF, DIS	ANO, SAMOZŘEJMĚ	ANO, PŘÍPRAVA ROZPOČTU	ANO, PR MANAGER	CCA 10	DLE PROJEKTU, NIKDY NEČEKÁ NA 100%
DARIA ŠPAČKOVÁ	VÝKONNÝ PRODUCENT	NEZODPOVĚZENO	NEZODPOVĚZENO	SFK, KOP, TV, VF	ANO	ANO, PŘÍPRAVA ROZPOČTU	NENÍ SOUČÁSTÍ PROCESU	NEÚČASTNÍ SE	INDIVIDUÁLNĚ DLE PROJEKTU A ZKUŠENOSTI PRODUCENTA
JITKA KOTRLOVÁ	PRODUCENT	ANO, VELMI	ANO, VELMI	SFK, TV, ZK	ANO	NE, SAMA FUNKCI ZASTÁVÁ	ANO, FESTIVALOVÉ ZAMĚŘENÍ, U DOKUMENTU V PRŮBĚHU	CCA 10 (O 20 CELKEM POVĚDOMÍ)	DOKUMENT - MNOHO MATERIÁLU PŘEDEM, HRANNÁ TVORBA VĚTŠÍ ČÁST FINANCI
DAGMAR SEDLÁČKOVÁ	PRODUCENT	ANO (FESTIVALOVÝ NÁMĚT, PŘESAHA)	ANO, VELMI	SFK, KOP, TV	ANO	NE, SAMA FUNKCI ZASTÁVÁ, ALE ROZPOČET NEDELA SAMA	NENÍ TO TAK VŽDY. U DOKUMENTŮ SE STANE, ŽE TO ŘEŠÍ AŽ POZDĚJI	NEZODPOVĚZENO	100% (DVA BUDGETY - IDEÁLNÍ A JEDEN, ZA KTERÝ TO JEŠTĚ NATAČÍME)
VIKTOR MAYER	VÝKONNÝ PRODUCENT	SPÍŠE NE	NE	SFK, DIS, KOP, VF	ANO, MĚL BY TAM VŽDY BYT	ANO	OSOBNĚ NE	OSOBNĚ ŘEŠÍ PRIMÁRNĚ I PROJEKT	ROZHODNUTÍ DĚLÁ PRODUCENT A MĚL BY MÍT FINANCE NA VÝROBU V TUTO CHVILI
TOMÁŠ MAGNUSEK	PRODUCENT	ANO	ANO	VF, KOP, SPO	JIŽ ANO A JE TO DŮLEŽITĚ	ANO	NE, VŮBEC TO NEŘEŠÍ	CCA 3-5	100% FINANCI
MARTIN HULOVEC	PRODUCENT	ANO - MĚNĚ	ANO, VELMI	SFK, TV, DIS, VF, KOP	ANO	NEBÝVÁ	ANO, VELMI	CCA 10	CCA 80% FINANCI JE ZAJIŠTĚNO
MARTINA STRÁNSKÁ	VÝKONNÝ PRODUCENT	ANO, ALE NIJAK ZVLÁŠT	NE	NEŘEŠÍ JAKO VP	ANO	ANO PŘÍPRAVA ROZPOČTU	NENÍ SOUČÁSTÍ PROCESU	NENÍ SOUČÁSTÍ PROCESU	SNAŽÍ SE DĚLAT PROJEKTY, CO JSOU FINANČNĚ PŘIPRAVENÉ
VERONIKA KÚHROVÁ	PRODUCENT	ANO, VELMI	ANO, VELMI DŮLEŽITÝ KE SPOLUPRÁCI	SFK, KOP, SPO, TV	ANO, SAMOZŘEJMĚ	NE, SAMA FUNKCI ZASTÁVÁ. PŘÍPADNĚ SE STRÍDAJÍ S KOLEGOU	ANO, PR MANAGER A VLASTNÍ PRÁCE	CCA 15-20	DLE PROJEKTU, ALE VĚTŠINOU, KDYŽ MÁME PODPORU OD SFK A ZAFINANCOVANOU VĚTŠÍ ČÁST
ALEŠ TÝBL	VÝKONNÝ PRODUCENT	TÉMA PRO NĚJ NENÍ ZÁSADNÍ	ŘEŠÍ PRO JAKÉHO REŽISÉRA PRACUJE	NEŘEŠÍ JAKO VP	NEZODPOVĚZEN O	ANO VĚTŠINOU JE, ZÁLEŽÍ NA PROJEKTU	NENÍ SOUČÁSTÍ PROCESU	NEÚČASTNÍ SE	NEZODPOVĚZENO
JAN MACOLA	PRODUCENT	ANO (FESTIVALOVÝ PŘESAHA)	ANO, VELMI	SFK, DIS, KOP	NEZODPOVĚZEN O	ANO, SPOLUPRÁCE VENDULA FENCLOVÁ	ANO	NEZODPOVĚZENO	NEZODPOVĚZENO
MAREK NOVÁK	PRODUCENT	ANO, VELMI	ANO, VELMI	SFK, DIS, KOP,	NEZODPOVĚZEN O	NE, SÁM FUNKCI ZASTÁVÁ	ANO, DĚLÁ A SUPERVIZUJE SI JI SÁM	NEZODPOVĚZENO	NEZODPOVĚZENO

Tabulka č.1: Přehled odpovědí producentů na otázky týkající se fáze developmentu.

Zdroj: Vlastní rozhovory vedené s producenty

\*TV= Televize, SFK = Státní fond kinematografie, DIS = Distributorova minimální garance, KOP = Koproducent, VF = Vlastní finance, ZF= Zahraniční fondy, ZK = Zahraniční koprodukce, SPO = Sponzoři, VP = Výkonný producent

Z odpovědí producentů vyplývá, že všichni producenti se shodují na hlavním faktoru pro volbu projektu a tím je téma a s ním úzce spojená otázka financování. Mezi další okolnosti pro výběr projektu patří: autor díla, osobní vztah k tématu, představy o hereckém obsazení, potenciální cílová skupina. Všechny tyto činitelé jsou proměnnou, která určuje další fázi workflow producenta vzhledem k danému projektu.

V případě splnění dvou zásadních kritérií pro volbu projektu, tedy ztotožnění se s tématem a potenciálně reálných možností financování se producent zaměří na rozpracování tématu a zajištění finančních prostředků. Z časového hlediska může tato fáze trvat v řádu měsíců až několika let. Opět zde hraje roli faktor kvality prvotní látky a také osobní rovina. Mnohdy se stane, že je potřeba se vrátit na začátek nebo projekt úplně opustit. Jak říká například Dagmar Sedláčková: „Je velmi důležité umět projekt opustit a ukončit.“

Během této přípravné doby producent zjišťuje konkrétní možnosti financování, s tím souvisí i zpracování řady podkladových materiálů pro další subjekty. Mezi tyto materiály patří aproximativní rozpočet, harmonogram celého projektu, natáčecí plán výroby. Počet natáčecích dní a předběžný odhad lokací a herců umožní jednodušší a přesnější informace pro sestavení kalkulace aproximativního rozpočtu. Samozřejmě se dále pracuje s látkou námětu nebo scénáře jako takovou. Z rozhovorů je patrné, že již v této fázi většina producentů přizve ke spolupráci dramaturga nebo si nechává zpracovat posudky scénáře. Paralelně probíhá konzultace a tvorba nových verzí scénáře příslušného autora. V této etapě obvykle bývá zahájena spolupráce s výkonným producentem, zvláště v oblasti financování. Výkonný producent vytváří detailnější aproximativní rozpočet a dle možností zpracovává natáčecí plán. S ohledem na typ projektu může natáčecí plán připravovat i pomocný režisér.

Dle poznatků z rozhovorů můžeme producenty rozdělit na dvě skupiny. První skupinu tvoří producenti, kteří dělají komerční projekty s cílem získat co největší počet diváků v kinech a pokusit se o prodej do zahraniční distribuce. Druhá skupina producentů se zabývá více uměleckým směrem a tématy. Projekty mají většinou menší rozpočet a jejich distribuční záměr se skládá z prezentace na festivalech a případného dalšího prodeje. Většinou bývají tyto umělecké filmy méně divácky úspěšné i pokud najdou distributora do kin. Toto rozdělení koresponduje i s dělením v případě odměňování producentů za jejich práci.

Jakmile je producent přesvědčený, že zpracovávaná látka je ve stádiu kvalitního scénáře a zároveň je vznik díla financovatelný, zváží distribuční potenciál. Případné marketingové

analýzy a vyhodnocení bývají pro českého producenta nákladné, a tak se často spoléhá především na svůj úsudek a intuici. Producent by si měl udělat alespoň základní rešerši trhu a mít obecně přehled o dění na trhu, aby byl schopný sám vyhodnotit přínos daného díla. Po úspěšném vyhodnocení všech zmiňovaných aspektů se tak s tímto projektem posouvá do výroby a její dílčí fáze preprodukce.

Postup vracení, předělávání scénáře je často opakovaný několikrát, nejde jen o jedno či dvě opakování. V průběhu času mohou producenti i přijít na to, že je látka v tuto chvíli nevhodná a na čas se práce na projektu vzdají. Přerušování práce na projektu může způsobit i nedostatek financí a často tak producent vlastní mnoho látky do šuplíku.

Finanční stránka je stěžejní faktor, který producenti řeší a který jim bohužel odčerpává mnoho pracovních kapacit. Všichni producenti se shodují na několika možných zdrojích financování, ze kterých je potřeba poskládat celý rozpočet.

### **Hlavní zdroje financování:**

Veřejné státní zdroje: Státní fond kinematografie, lokální fondy a samosprávy a další.

Evropské fondy a instituce: MEDIA, EURIMAGES.

Soukromé koprodukce: Finanční nebo nefinanční v podobě věcného plnění – často postprodukční studio, České televize v podobě finančního plnění, nebo soukromé televize a další.

Zahraniční koprodukce

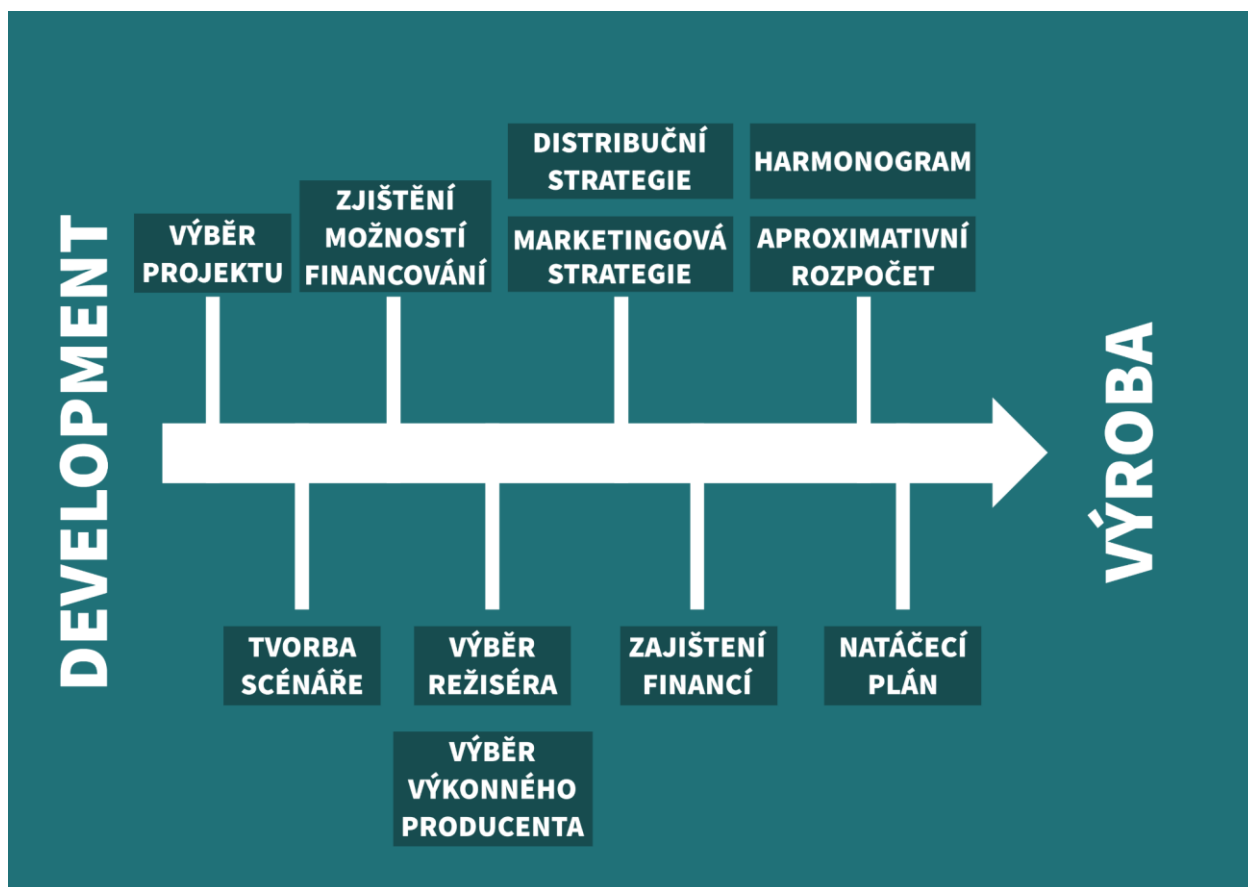
Ostatní zdroje: Sponzoring, minimální garance, předprodej, úvěr a další.

A jako poslední samozřejmě vlastní finance.

U financování je zajímavé zmínit, že všichni producenti si jsou vědomi faktu, že před spuštěním projektu do výroby by měli mít pohromadě sto procent všech financí. Víceméně tak ale nečiní téměř nikdo z nich. Uznávaný producent Tomáš Hoffman sám přiznává, že při čekání na sto procent rozpočtu by se asi nic nenatočilo a mnohdy je potřeba pomoci si i menším úvěrem. Stejného názoru je i další z uznávaných producentů Ondřej Zima. Osobně je mi jejich přístup velmi sympatický, neboť vyjadřuje z mého pohledu balanc mezi rozumem a přiměřeným rizikem, které je vždy v podnikání potřeba. Naopak producent Tomáš Magnusek toto nepsané pravidlo dodržuje a pokud na film nemá peníze, tak nespustí

natáčení, jelikož už se jednou poučil a kvůli natáčení se zadlužil. To spatřuji jako velmi zajímavé z důvodu, že tedy přeci jen určitým způsobem lze dosáhnout kompletního financování audiovizuálního díla v počátečních fázích projektu.

Shrnutí producentova workflow v první fázi je následující. Především jde o výběr projektu a souběžné vyhodnocení přínosu daného tématu, finančních kapacit, možnosti distribuce. Stále je nutné mít na paměti, že každý producent dělá několik projektů paralelně. Nejvíce projektů je většinou ve fázi developmentu a pak například jeden ve výrobě a jeden v postprodukcí nebo distribuci. Producent je jediný kompetentní pro zásadní rozhodnutí o vzniku audiovizuálního díla.



Obrázek č.1: Přehled dílčích částí od fáze developmentu do počátku fáze výroby  
Zdroj: vlastní tvorba

## 4.2 Druhá fáze – výroba

VÝROBA										
JMÉNO	POZICE	ÚČASTNÍTE SE NATÁČENÍ?	DENNÍ ZPRÁVY/REPORTY PO TELEFONU/MAILU ?	ZASAHUJETE DO VÝBĚRU ČLENŮ ŠTÁBU?	KOMUNIKACE (MAIL, TELEFON, ZPRÁVY)	SOFTWARE - MOVIE MAGIC vs EXCEL	DALŠÍ SOFTWARE	SMLOUVY DĚLÁTE VY NEBO VÝKONNÝ PRODUCENT	HONORÁŘE	POSTPRODUKCE (ZASAHUJETE DO NÍ)
TOMÁŠ HOFFMAN	PRODUCENT	ANO, PO CELOU DOBU, JE TO JEDNODUŠÍ + LEPŠÍ ATMOSFÉRA VE ŠTÁBU	NE	ANO, JDE MI O LIDSKÝ PŘÍSTUP	ANO	OBOJÍ	NIC ZVLÁŠTNÍHO NEPOUŽÍVÁME A NEPOTŘEBUJEME	DLE KONKRÉTNÍ SMLOUVY, ALE MÁME ŠABLONY	MUSÍME SE VEJÍT DO ROZPOČTU, TO JE V ROLI VÝKONNÉHO PRODUCENTA	NEZODPOVĚZENO
JAN UNGER	VÝKONNÝ PRODUCENT	ANO, TĚMĚR PO CELOU DOBU	ANO	HLAVNÍ POZICE SI VYBÍRÁ PRODUCENT/REISÉR. JÁ ŘEŠÍM POUZE ZBYTEK	ANO	OBOJÍ	SLACK A PAK DLE TOHO, CO KDO MÁ, MÁ A GOOGLE NEMÁM MOC RÁD.	DĚLÁ ON SÁM, KOPRODUČENTSKÉ DĚLA PRODUCENT	NA LIDECH BY SE PŘEDEVŠÍM NEMĚLO ŠETŘIT, RADEJÍ MÁM MĚNĚ LIDI S VĚTŠÍM HONORÁŘEM, NEŽ NAOPAK	NENÍ SOUČÁSTÍ PROCESU
ONDŘEJ ZIMA	PRODUCENT	ANO V RÁMCI MOŽNOSTÍ	ANO	PŘEDEVŠÍM HLAVNÍ POZICE SE SNAŽÍM SI VYBÍRAT SAM NEBO ALESPŮJÍ MÍT PŘEHLED.	ANO	OBOJÍ	ZKOUŠELI JSME VŠECHNO JMENOVANÉ, NAKONEC MÁME GOOGLE DRIVE A VLASTNÍ CLOUDOVÉ	HLAVNÍ ONDŘEJ, ZBYTEK VÝKONNÝ PRODUCENT.	HLAVNÍ HERCE, POKUD NEMÁ VÝKONNÝ PRODUCENT S NÍM LEPŠÍ VZTAH. JINAK OSTATNÍ DELEGUJI	NIJAK ZVLÁŠT NAOPAK ŘEŠÍME INTEZIVNĚ DISTRIBUCI
DARIA ŠPAČKOVÁ	VÝKONNÝ PRODUCENT	ANO, PO CELOU DOBU	ANO, ČETNOST DLE PROJEKTU	ANO VYBÍRÁ SI PRODUČNÍ TÝM	ANO	OBOJÍ	DROP BOX, SKYPE, GOOGLE DRIVE	DLE FIREMNÍCH ŠABLON VĚTŠINU DĚLA DARIA	DLE ROZPOČTU A DOHODY S KONKRÉTNÍMI LIDMI, NE JORÁŽÍ NENÍ VŽDY NEJLEPŠÍ	NEUČASTNÍ SE
JITKA KOTRLOVÁ	PRODUCENT	ANO, TĚMĚR PO CELOU DOBU (LEPŠÍ DOPAD NA TÝM)	ANO	DŮLEŽITÉ JE ABY TÝM FUNGOVAL, NECHÁVÁM VĚTŠINU VOLNOST	ANO	EXCEL	GOOGLE DRIVE, VLASTNÍ TABULKY, JINAK ZŮSTÁVA "KONZERVATIVNÍ" A EKOLOGICKY NECHCE TISKNOU	ŠABLONY Z MINULÝCH PROJEKTŮ	SNAŽÍM SE DRŽET SVÝCH PRAVIDEL, ALE NE VŽDY TO JDE, HLAVNĚ U HERCŮ	POUZE KONTROLNÍ PROJEKCE
DAGMAR SEDLÁČKOVÁ	PRODUCENT	ANO, ALE U DOKUMENTU NE (TVŮRČI CHTĚJÍ MÍT "INTIMNÍ PROSTŘEDÍ")	NE, ZAKLÁDÁ SI NA DŮVĚŘE A NECHCE NAŘÍZOVAT "KAŽDÝCH XY NĚCO POSLÍ"	NIJAK ZVLÁŠT. NECHÁVÁM TO NA VÝKONNÉM PRODUCENTOVÍ	ANO	EXCEL	GOOGLE DRIVE, JINAK ZŮSTÁVA "KONZERVATIVNÍ"	MUSTRY NEBO NOVE V PŘÍPADĚ ODLIŠKOSTÍ NA PROJEKTU	HLAVNÍ HERCE ŘEŠÍM. JÁ A JE TO OTRAVNĚ. DALŠÍ DELEGUJI NA VÝKONNÉHO PRODUCENTA	SNAŽÍM SE SI TO HLÍDAT SAMÁ, V PŘÍPADĚ KOPRODUKCE JE TO SLOŽITĚJŠÍ
VIKTOR MAYER	VÝKONNÝ PRODUCENT	ANO, TĚMĚR PO CELOU DOBU	ANO	DOHODA MEZI REŽISÉREM A PRODUCENTEM. PRODUČNÍ TÝM SI ŘEŠÍ	ANO	OBOJÍ	NIC NAVÍC	ŠABLONY A VĚTŠINU SMULV DĚLÁ SAM	MĚNĚ, ŘEŠÍ DLE PŘEDEM STANOVENÉHO ROZPOČTU	ANO
TOMÁŠ MAGNUSEK	PRODUCENT	ANO	ANO	ANO	ANO	EXCEL	DROPBOX	ŠABLONY, PŘÁVNÍCI A VLASTNÍ KONTROLA	SÁM DÁVÁ NÁVRH, JE NĚKOLIK ASPEKTŮ OVLIVŇUJÍCÍ HONORÁŘE	CHODÍM NA PROJEKCE, ALE OSTATNÍ VĚCI POSTPRODUKCE JE TO NEŘEŠÍ
MARTIN HULOVEC	PRODUCENT	SPIŠE NE, KOLEGA ONDRA ANO	ANO	KONZULTUJEME, ALE JE TO NA VÝKONNÉM PRODUCENTOVÍ	NEJRADĚJI JEN MOBIL (ALE ANO)	EXCEL (ZKOUŠELI MM)	VLASTNÍ FIREMNÍ SERVER, GOOGLE DRIVE, DROPBOX	ŘEŠÍ VÝKONNÝ PRODUCENT, JÁ ŘEŠÍM POUZE TY HLAVNÍ - KOPRODUČENTSKÉ ATD.	DRŽÍME SE ÚZUSU A ROZPOČTU	ANO, HODNĚ HO ZAJÍMÁ HUDBA A GRADINGU
MARTINA STRÁNSKÁ	VÝKONNÝ PRODUCENT	ANO, TĚMĚR PO CELOU DOBU	ANO	POUZE PRODUČNÍ TÝM, JINAK TO NECHÁVÁM NA HLAVNÍCH SLOŽKÁCH	ANO	EXCEL	DROPBOX	ANO, VĚTŠINU ŠABLONY OD PRODUCENTA	MUSÍM SE VEJÍT DO ROZPOČTU, JE TO SLOŽITÉ	NENÍ SOUČÁSTÍ PROCESU
VERONIKA KŮHROVÁ	PRODUCENT	DLE PROJEKTU, ALE SNAŽÍME SE TO DELEGOVAT	ANO DLE MOŽNOSTÍ	ANO, U DOKUMENTŮ TO NENÍ TAK ZÁSADNÍ	ANO	EXCEL	ONEDRIVE, GOOGLE DRIVE	SMLOUVY SI DĚLÁME SAMI DLE ŠABLON A KONZULTUJEME S PŘÁVNÍKY	NEZODPOVĚZENO	NE, DĚLÁ JI KOLEGA MICHAL
ALEŠ TÝBL	VÝKONNÝ PRODUCENT	ANO, VŽDY. A PRODUCENT BY SE MĚL TAKÉ ÚČASTNIT	ANO	ANO, V PŘÍPADĚ POTŘEBY. PRODUČNÍ TÝM SI STAVÍ SÁM	ANO	OBOJÍ	MOVIE MAGIC BUDGETING, POZN. NEMÁ RÁD SOCIÁLNÍ SÍŤ, INDIVIDUÁLNÍ CLOUD	VĚTŠINU SMULV DĚLÁM JÁ, NĚKTERÉ STEŽEJNÍ SI DĚLA PRODUCENT SAM	SNAŽÍ SE DRŽET ROZPOČTU A ZASAD, NĚKDY NECHÁ HERCE NA PRODUCENTOVÍ	NENÍ SOUČÁSTÍ PROCESU
JAN MACOLA	PRODUCENT	ANO, DLE ČASOVÝCH MOŽNOSTÍ	ANO	ANO	ANO	OBOJÍ	GOOGLE DRIVE, DROPBOX	SPOLUPRÁCE S VÝKONNOU PRODUCENTKOU	NEZODPOVĚZENO	NEZODPOVĚZENO
MAREK NOVÁK	PRODUCENT	ANO SUPERVIZUJE SI SÁM	ANO	ANO, OSOBNĚ	ANO	EXCEL	GOOGLE DRIVE, MM BUDGETING PŘI VELKÝCH PROJEKTECH	SMLOUVY SÁM DLE MUSTRŮ	CHCE MÍT PŘEHLED	SUPERVIZUJE. KONTROLNÍ PROJEKCE

Tabulka č.2: Přehled odpovědí producentů na otázky týkající se fáze výroby.

Zdroj: Vlastní rozhovory vedené s producenty

Z rozhovorů je patrné, že v této fázi a její části zvané preprodukcí začíná producent delegovat, co nejvíce práce na výkonného producenta.

Dle citace z rozhovoru s Tomášem Hoffmanem: „Vy si najmete výkonného producenta a on řeší rozpočet, konzultuje ho s Vámi, nadále řeší natáčení a dělá dle toho plán?“ „Já mu

*řeknu, že na to máme tolik a tolik a on se do toho musí vejít. Podle toho se nastavují natáčecí dny, plán a případně se musí korigovat scénář. Domlouvá ceny s dodavateli a pak garantuje, že se držíme rozpočtu. Výkonný producent dostane zadání v podobě scénáře a rozklad peněz. A kooperuje samozřejmě s režisérem a pomocným režisérem“.*

Ve výpovědích producentů je zmiňováno, že není v jejich časových možnostech věnovat se přípravným činnostem, jelikož jim běží v jednu chvíli paralelně několik projektů, a tak pouze kontrolují zásadní rozhodnutí.

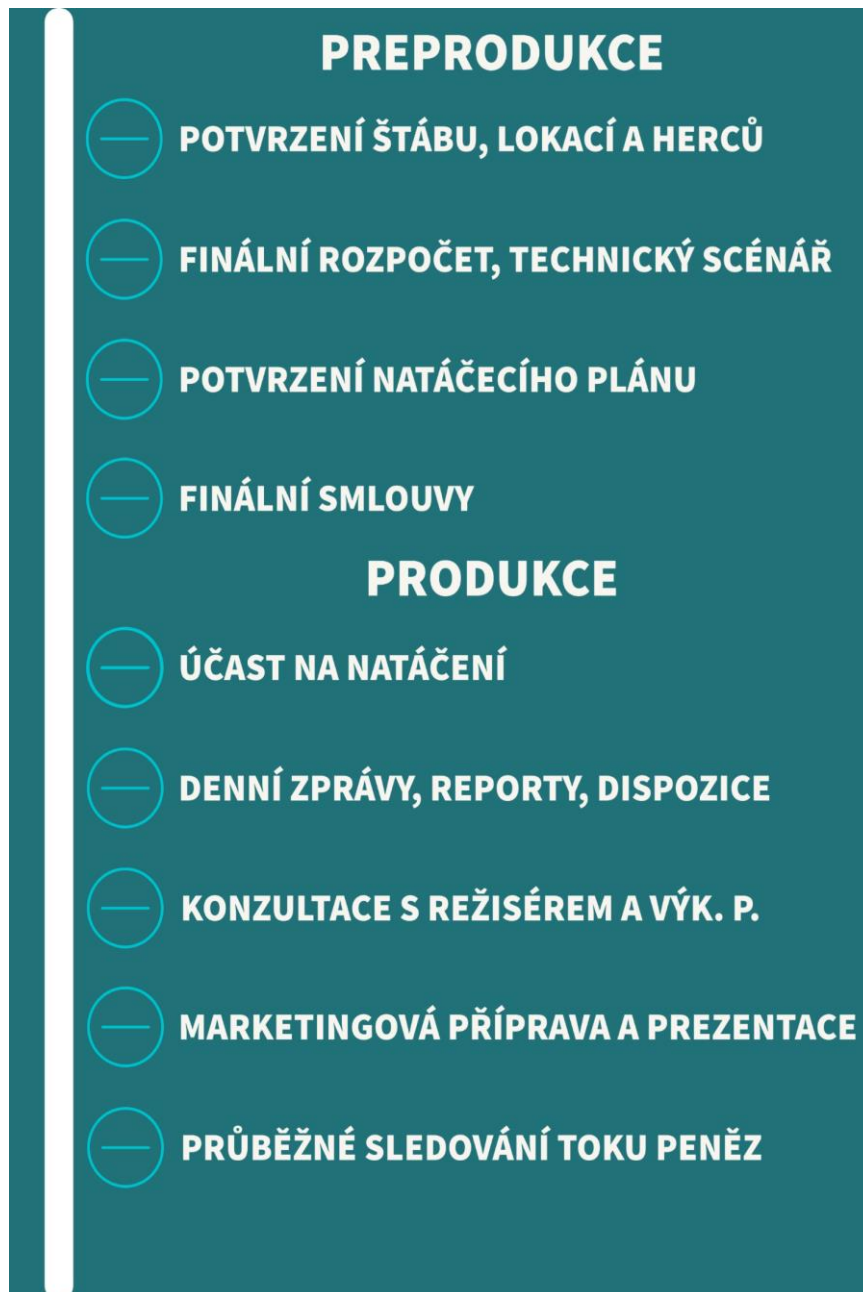
Většinou souběžně s výkonným producentem k projektu přichází i režisér, pokud to není přímo autor scénáře, který spolupracoval již v předchozí fázi, případně i režisér mohl být osloven již dříve. V rámci přípravných prací je potřeba zajišťovat obhlídky, připravovat technický scénář, vytvořit celý štáb a určit jeho hlavní složky, vyřešit herecké obsazení. Zásadním dokumentem pro výrobu je natáčecí plán, který obsahuje rozpis jednotlivých natáčecích dnů a jejich složení. Jak bylo zmíněno natáčecí plán vzniká ve spolupráci výkonného producenta a případně pomocného režiséra. Důležitým zdrojem dat pro natáčecí plán je technický scénář. V průběhu natáčení se samozřejmě plán může upravit dle okolností a nenadálých situací. Všechny tyto dokumenty poskytují informace, které následně musí korespondovat s rozpočtem. Producenti v této fázi doslova důvěřují svým výkonným producentům a pouze se věnují zásadním rozhodnutím ohledně rozpočtu. Dále si společně s režisérem schvalují finální podobu scénáře. Producenti v České republice kladou důraz na zpracování látky scénáře. Následný výběr lokací a herců schvaluje producent s výkonným producentem a režisérem. Producenti si jsou vědomi, že herec opravdu dělá tvář filmu a zároveň pak souvisí se strategií distribuce a marketingem. Co se komunikace a administrace týká, tak producenti v této fázi komunikují osobně formou schůzek, přes telefon, nebo emailem.

V další fázi výroby, nazývané produkce, se producenti rozdělují na dvě skupiny. Jedna skupina chodí osobně kontrolovat natáčení. Druzí se jezdí podívat pouze občas, většinou v nejdůležitějších dnech (složitá scéna, hlavní herecké obsazení apod.) Všichni si i tak kontrolují denní zprávy a schvalují týdenní výkazy.

Osobně mi přijde sympatické a ztotožňuji se s názorem Tomáše Hoffmana, že je jednodušší být přímo na místě. Lépe se pak vše hlídá a kontroluje, když je člověk přímo v centru dění. Odpadá tím zbytečná administrativa a mnoho času strávených mailováním a voláním. Na druhou stranu pan Hoffman je producent, který pracuje úspěšně na komerčních věcech. Další producenti, kteří pracují na projektech se spíše uměleckým záměrem to mají složitější, neboť



dělají mnohem více projektů zároveň a „nemohou“ si dovolit být po celou dobu na natáčení. Paralelně řeší několik projektů v developmentu, distribuci atd.



Obrázek č.2: Stručný přehled hlavních dílčích částí fáze výroby ve workflow producenta – preprodukce a výroby.

Zdroj: vlastní tvorba

Poslední etapu fáze výroby filmů představuje postprodukce. Během postprodukce producent chodí na kontrolní projekce, průběžně běží přípravy na distribuci a souběžně běží

marketingová kampaň dle možností rozpočtu daného projektu a rozhodnutí producenta do marketingu investovat.



Obrázek č.3: Přehled nejdůležitějších prvků ve workflow producenta při postprodukci  
Zdroj: vlastní tvorba

## 4.3 Třetí fáze – distribuce a marketing

DISTRIBUCE + KNOW HOW A HONORÁŘ					
JMÉNO	POZICE	MARKETINGOVÁ A DISTRIBUČNÍ STRATEGIE JAK POSTUPUJETE?	DĚLÁ SÁM NEBO PR MANAGER	KNOW - HOW	FEE / PŘÍJEM Z PRÁV / FIXNÍ HONORÁŘ
TOMÁŠ HOFFMAN	PRODUCENT	SPOLUPRÁCE S PR MANAGEREM, SUPERVIZE	PR MANAGER	NEZMÍNĚNO	PŘÍJEM Z PRÁV
JAN UNGER	VÝKONNÝ PRODUCENT	NENÍ SOUČÁSTÍ DISTRIBUCE	NENÍ SOUČÁSTÍ DISTRIBUCE	DVACETILETÁ PRAXE Z USA A ŽIVOTNÍ ZKUŠENOSTI	FIXNÍ HONORÁŘ
ONDŘEJ ZIMA	PRODUCENT	V ZAČÁTKÁCH I V PRŮBĚHU NEUSTÁLE ŘEŠÍ, V PRŮBĚHU PŘIPRAVUJÍ MATERIÁLY PRO VEŘEJNOST	PR MANAGER	FUNGUJI JAKO CELEK, FIRMA 5 PRODUCENTŮ - STŘEDNĚ VELKÁ FILMOVÁ SPOLEČNOST	PŘÍJEM Z PRÁV
DARIA ŠPAČKOVÁ	VÝKONNÝ PRODUCENT	NEZMÍNĚNO	NEZMÍNĚNO	NEZMÍNĚNO	FIXNÍ HONORÁŘ
JITKA KOTRLOVÁ	PRODUCENT	DLE PROJEKTU U HRANĚ TVORBY ANO ZA POMOCI DISTRIBUTORA, U DOKUMENTU INDIVIDUÁLNĚ	SAMI VE SPOLUPRÁCI S DISTRIBUTOREM	NEZMÍNĚNO	NEZMÍNĚNO
DAGMAR SEDLÁČKOVÁ	PRODUCENT	MNOHDY NAJÍMAJÍ STUDENTY A ZÁJEMCE O DISTRIBUCI, OBČAS DISTRIBUJÍ FILM SAMI	SAMI NEBO NAJMUTÝ "MANAGER DISTRIBUCE"	ODHAD NA LIDI, AUTORA A TÉMA	FEE
VIKTOR MAYER	VÝKONNÝ PRODUCENT	NENÍ SOUČÁSTÍ, ALE NEFUNGUJE TO V ČESKÉM PROSTŘEDÍ	NENÍ SOUČÁSTÍ DISTRIBUCE	FUNGUJE JAKO "FILMOVÝ DOKTOR" PROJEKTŮ PŘED ZKÁZOU	FIXNÍ HONORÁŘ
TOMÁŠ MAGNUSEK	PRODUCENT	OSOBNĚ TO NESTIHÁ A PŘED PROJEKTEM NERĚŠÍ	VLASTNÍ PR MANAGER	CELÉ TO DĚLÁM JINAK A EKONOMICKY A KLÍČOVÁ JE PŘÍPRAVA	PŘÍJEM Z PRÁV
MARTIN HULOVEC	PRODUCENT	ŘEŠÍ INTENTIVNĚ OD ZAČÁTKU S DISTRIBUTOREM, PR MANAGEREM. PLÁN PREMIÉRY, GRAFICKÉ PODKLADY, ROZHOVORY ATD.	PR MANAGER I SAMI SE DO TOHO ZAPOJUJÍ JAKO SPOLEČNOST	LIDSKÝ PŘÍSTUP, PROFESNÍ KREDIT A RENOMÉ, POZITIVITA	PŘÍJEM Z PRÁV
MARTINA STRÁNSKÁ	VÝKONNÝ PRODUCENT	NENÍ SOUČÁSTÍ A NEFIGURUJE V TĚTO ČÁSTI PROJEKTU	NENÍ SOUČÁSTÍ DISTRIBUCE	PŘÍSNÁ NA LIDI A JEJICH PŘÍSTUP	FIXNÍ HONORÁŘ
VERONIKA KŮHROVÁ	PRODUCENT	VLASTNÍ MOŽNOSTI + PR AGENTURA. SOCIÁLNÍ SÍŤE, SNAHA O DISTRIBUCI	PR MANAGER A Z ČÁSTI SAMA	ZKUŠENOSTI ZE ZAHRANIČÍ A ZNALOST TRHU	FEE
ALEŠ TÝBL	VÝKONNÝ PRODUCENT	NENÍ SOUČÁSTÍ, ALE DLE NĚJ TO PRODUCENTI NERĚŠÍ, TAK JAK MAJÍ	NENÍ SOUČÁSTÍ DISTRIBUCE	INDIVIDUÁLNÍ PŘÍSTUP, NOVÉ MOŽNOSTI DLE PROJEKTU	FIXNÍ HONORÁŘ
JAN MACOLA	PRODUCENT	NEZMÍNĚNO	NEZMÍNĚNO	NEZMÍNĚNO	NEZMÍNĚNO
MAREK NOVÁK	PRODUCENT	POUZE HLÍDÁ Z POZICE PRODUCENTA A KOMUNIKUJE SE SPOLUPRACOVNÍKY	PR MANAGER + SAM SUPERVIZUJE	NEZMÍNĚNO	NEZMÍNĚNO

Tabulka č.3: Přehled odpovědí producentů na otázky týkající se distribuce, know-how a honoráře.

Zdroj: Vlastní rozhovory vedené s producenty

Producent žije se svým filmem až do konce a třetí fáze, tedy distribuce. S distribucí spojený marketing je tím pomyslným koncem, který je však velmi dlouhý a trvá několik let. Tuto situaci vystihuje následující citát z rozhovoru:

*„Film máte pořád u sebe a musíte se o něj starat a prodávat ho. Těch intenzivních několik let je dlouhá doba a po absolvování projektu, na kterém strávíte 5-7 let, tak si uvědomíte, kolik těch projektů za celý život jste schopni stihnout udělat.“ – Ondřej Zima*

To jen potvrzuje, že producent dělá paralelně několik projektů, protože kdyby se zaměřil po tak dlouhou dobu opravdu jen na jeden, tak je to téměř nereálné, jak z pohledu osobního zájmu, tak i z ekonomické stránky věci. Nutnost projektového multitaskingu spočívá v jisté provázanosti, návaznosti a především cashflow. Je tedy potřeba projekt dokončit, ale v tu chvíli už mít další ve výrobě a třeba ve fázi postprodukce a další z několika projektů ve vývoji skoro připravovat pro výrobu.

Z pohledu producenta je tedy nutné delegovat veškeré dílčí činnosti výroby a pouze kontrolovat a dělat zásadní rozhodnutí. **Producent je vysoce postaveným manažerem.**

V rámci marketingu tedy opět pouze konzultuje dané kampaně a marketingové materiály s PR manažerem nebo s distributorem. Při správném nastavení spolupráce by si měl být jistý, že jeho PR manažer a hlavní distributor připravují všechny potřebné podklady na maximum tak, aby se dosáhlo co největší sledovanosti, prodeje atp. Zde se hodí další citát.

*„To je obrovská díra na trhu, kdyby někdo začal dělat filmový marketing“ „Oslovit diváka, to prostě u nás neumí ani zkušení producenti“ – Veronika Kührová*

Z rozhovorů vyplývá, že v českém prostředí je poměrně ucelený a dovolil bych si říct zjednodušený model, jak distribuovat film „Pošleme to na festival a dáme to do kina“. Marketing je postaven na dvou základních strategiích „plakát a trailer“. Grafický marketingový materiál tedy představují plakáty a billboardy. A dále český producent spoléhá na funkci traileru a jeho oblibu mezi diváky.

Trailer je skvělý nástroj, jehož cílem je zaujmout diváka a přinutit ho ke zhlédnutí filmu. Trailer je v podstatě reklama na film. Bez dobré reklamy se dnes jen velmi těžko produkt prodá. Jak zmiňuje autorka knihy o filmovém marketingu Finola Kerrigan.

*Trailery tak musí pečlivě vybírat a skládat jednotlivé vizuální a auditivní střepy z celého filmu, aby své potenciální diváky oslovily minutu až tři minuty dlouhým filmovým zážitkem<sup>30</sup>*

Několik producentů samo uznalo, že distribuci a marketingu nerozumí a nechávají vše na druhých. To dle mého osobního pohledu naráží na klasický problém. Žádná inovace ze strany distributora a jakési zakrnění ve stálém modelu. Uděláme plakát, nějakou reklamu a dáme to do kina. To však přestává fungovat, neboť doba pokročila a divák má velkou rozmanitost ve výběru, kde a co zhlédne.

Dle mého názoru by producenti ve svém workflow měli při distribuci a marketingu pracovat stejně jako v preprodukcii. Pokud sami nedosahují potřebné úrovně znalostí, měli by si najít takového sales agenta nebo PR manažera či distributora, který zajistí vše potřebné. Producenti by měli klást stejný důraz na výběr těchto spolupracovníků stejně jako dbají na výkonného producenta.

Všichni producenti se v případě hraného audiovizuálního díla shodují, že je s tím potřeba pracovat už ve fázi developmentu. V případě dokumentu se může stát, že se dokument odkloní od původní myšlenky či okolnosti nasměřují dílo trochu jinam. V takovém případě je pak nutné reagovat i s marketingem a případně distribucí. To ostatně zmiňuje i Jitka Kotrlová, která se na dokumenty zaměřuje.

Producenti by se měli více zaměřit na to jaký produkt vytváří a pro jakou cílovou skupinu. Po zrealizování této rešerše je potřeba vytvořit konceptuální marketingovou strategii, která podpoří prodej produktu. V našem případě návštěvu kina nebo prodej práv na VOD a do televize. V případě uměleckého záměru mít připravenou koncepci zaměřenou na festivaly.

Producenty můžeme rozdělit na dvě skupiny dle honoráře, který je hodnotícím kritériem. První skupina producentů jsou ti, kteří dělají komerční filmy (např. Tomáš Hoffman). Cílem této skupiny producentů je, aby film uspěl v kinech a prodal se do dalších distribucí. Vydělávají na autorských právech filmu. Neberou tedy žádný honorář. Druhá skupina

---

<sup>30</sup> KERRIGAN, Finola. Film marketing [Kindle Edition]. 1st ed. Amsterdam: Elsevier/ButterworthHeinemann, 2010. Loc. 3216. [cit. 2012-08-25]. ISBN 978-075-0686-839

producentů jsou ti, kteří se naopak zaměřují na filmy spíše umělecké. Ti jsou odměňováni z produkčního fee (poplatku), které odpovídá určitému procentu z celkového rozpočtu. Zpravidla kolem 5-7 %. Tento závěr potvrzuje i komplexní studie vytvořená v roce 2015 státním fondem kinematografie.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> SZCZEPANIK, Petr, Johana KOTIŠOVÁ, Jakub MACEK, Jan MOTAL a Eva PJAČÍKOVÁ. *Studie vývoje českého hraného kinematografického českého hraného kinematografického díla* [online]. 1. Praha, 2015 [cit. 2021-7-21]. ISBN 9788026089117. Dostupné z: [https://fondkinematografie.cz/assets/media/publikace/studie\\_vyvoj\\_hrany\\_final.pdf](https://fondkinematografie.cz/assets/media/publikace/studie_vyvoj_hrany_final.pdf)

## ZÁVĚR

Diplomová práce se zaměřuje na získání povědomí o workflow producentů formou strukturovaných rozhovorů a pečlivě zvolenou a konzultovanou metodikou otázek. Ze zpracování těchto rozhovorů je zjištěno mnoho zajímavých faktů, ohledně toho, jak producenti pracují a reagují v jednotlivých etapách vzniku audiovizuálního díla (dlouhometrážního hraného nebo dokumentárního).

Vznik audiovizuálního díla je definován ve třech etapách se zaměřením na workflow producenta. Z dat nabytých z rozhovorů vyplynulo, že workflow producenta je velmi náročné, jelikož většinou pracuje souběžně na několika projektech zároveň. To způsobuje, že se při výrobě jednoho filmu zabývá developmentem dalších několika projektů, a ještě souběžně může řešit distribuci dalších děl. Tato fakta vedou k tomu, že producenti delegují dílčí kroky jednotlivých etap na další spolupracovníky, a především na výkonného producenta.

Při výrobě producent konzultuje s výkonným producentem zásadní rozhodnutí (náročné lokace, herecké obsazení a změny rozpočtu). Paralelně s tím řeší sám nebo s PR managerem či distributorem už distribuci a marketing projektu, aby již při vstupu do postprodukce nebo distribuce bylo vše připraveno pro koncového zákazníka – v našem případě diváka.

Mnoho producentů si své workflow snažilo zjednodušit moderními technologiemi v rámci různých druhů aplikací, nicméně téměř všichni oslovení se následně vrátili k původním a osvědčeným metodám, neboť nemají časové kapacity se naučit pracovat s novými technologiemi.

V poslední kapitole této práce je popsáno obvyklé workflow producenta pro jednotlivé etapy tvorby audiovizuálního díla, tak jak vyplynulo z porovnání aktivit jednotlivých producentů zachycených v rozhovorech. Závěrem je nutno konstatovat, že „ideální workflow producenta“ neexistuje. Vznik díla a jeho konečná podoba je totiž především o osobnostech a okolnostech.

**SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY A ZDROJŮ**

KAČÍREK, Michal. DÍLO AUDIOVIZUÁLNÍ A DÍLA AUDIOVIZUÁLNĚ UŽITÁ. In: *Https://autorske-pravo.info* [online]. [cit. 2020-11-11]. Dostupné z: <https://autorske-pravo.info/dilo-audiovizualni-a-dila-audiovizualne-uzita/>

Workflow. *Dictionary.cambridge.org* [online]. [cit. 2020-11-11]. Dostupné z: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/workflow>

DUNLOP, Renee. Production pipeline fundamentals for film and games [online]. 1. Burlington: Focal Press, 2014, Chapter 2 - Stages of production [cit. 2021-6-30]. ISBN 9781317936220. Dostupné z: <ereader.perlego.com/1/book/1550216/9>

KALLISTA, Jaromír. Filmová produkce [online]. In: . s. 33 [cit. 2021-7-17]. Dostupné z: [https://www.famu.cz/media/Texty\\_k\\_%C3%BAvod%C5%AFm\\_do\\_oboru\\_produkce.doc](https://www.famu.cz/media/Texty_k_%C3%BAvod%C5%AFm_do_oboru_produkce.doc).

VLACH, Jiří. *Development z pohledu českého producenta celovečerních filmů* [online]. Praga, 2008 [cit. 2020-11-25]. Dostupné z: <http://hdl.handle.net/10318/2814>. Magisterská práce. Akademie muzických umění

MAYER Viktor. FILMOVÁ PRODUKCE PŘEDNÁŠKA. UTB 2018-2019

SZCZEPANIK, Petr, Johana KOTIŠOVÁ, Jakub MACEK, Jan MOTAL a Eva PJAJČÍKOVÁ. *Studie vývoje českého hraného kinematografického českého hraného kinematografického díla* [online]. 1. Praha, 2015 [cit. 2021-7-21]. ISBN 9788026089117. Dostupné z: [https://fondkinematografie.cz/assets/media/publikace/studie\\_vyvoj\\_hrany\\_fin\\_al.pdf](https://fondkinematografie.cz/assets/media/publikace/studie_vyvoj_hrany_fin_al.pdf)



HELLERMAN, Jason. What Does a Development Executive Do? *Nofilmschool* [online]. 2020 [cit. 2021-7-2]. Dostupné z: <https://nofilmschool.com/development-executive-explanation>

VACHON, Christine. *SHOOTING TO KILL*. EpubEdition. HarperCollins e-books, 2007, CHAPTER 2 - Development: The immaculate conception. ISBN 9780380798544.

KURZOVÁ, Sibylle. *Pitch it!*. V Praze: Akademie múzických umění, 2013, s. 9. ISBN 9788073312848.

*JAK PRODAT FILM? ANKETA S FILMOVÝMI DISTRIBUTORY A PRODUCENTY*. *Cinepur* [online]. 2016, 2016(108), 12 [cit. 2020-11-24]. Dostupné z: <http://cinepur.cz/article.php?article=3904>

Definice činnosti producenta. In: *Asociace producentů* [online]. [cit. 2020-11-25]. Dostupné z: <https://asociaceproducentu.cz/files/definice-producenta.doc>

HONTHANER, Eve. The complete film production handbook. *The complete film production handbook* [online]. 4. Taylor and Francis, 2013, Chapter 6 - Pre-production [cit. 2021-6-30]. ISBN 9781136053054. Dostupné z: [ereader.perlego.com/1/book/1623897/14](http://ereader.perlego.com/1/book/1623897/14)

Runner, broadcasting/film/video. *Prospects* [online]. 2021 [cit. 2021-7-2]. Dostupné z: <https://www.prospects.ac.uk/job-profiles/runner-broadcasting-film-video>

Zákon č. 496/2012 Sb., o audiovizuálních dílech a podpoře kinematografie a o změně některých zákonů (zákon o audiovizu). In: . 2012, ročník 2012, číslo 496.

WALENS, Lorene. *The complete guide to film and digital production* [online]. 3. New York: Routledge, 2017, Chapter 1 - Film Development and the producers [cit. 2021-6-30]. ISBN 9781315294872. Dostupné z: [ereader.perlego.com/1/book/2192976/3](https://ereader.perlego.com/1/book/2192976/3)

ZELENKA, Filip. Streamovací služby prolomily rekordní hranici miliardy předplatných. E15 [online]. [cit. 2021-7-16]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/byznys/technologie-a-media/streamovaci-sluzby-prolomily-rekordni-hranici-miliardy-predplatnych-1379020>

RASMUS, Larsen. Sales of UHD Blu-ray players in decline [online]. [cit. 2021-7-17]. Dostupné z: <https://www.flatpanelshd.com/news.php?subaction=showfull&id=1582199517>

OFFSIDE MEN - O nás [online]. [cit. 2021-7-13]. Dostupné z: <https://www.offsidemen.cz/onas>

FILM KOLEKTIV IS A GROUP OF ENTITIES WITH ONE GOAL: TO CREATE GREAT FILMS. [online]. [cit. 2021-7-13]. Dostupné z: <https://www.filmkolektiv.cz/about/>

Info - Master film [online]. [cit. 2021-7-13]. Dostupné z: <https://www.masterfilm.cz/>

Mimesis [online]. [cit. 2021-7-13]. Dostupné z: <http://mimesis.cz/o-nas/>

## SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

TV= Televize

SFK = Státní fond kinematografie

DIS = Distributorova minimální garance

KOP = Koproducent

VF = Vlastní finance

ZF= Zahraniční fondy

ZK = Zahraniční koprodukce

SPO = Sponzoři

VP = Výkonný producent

**SEZNAM OBRÁZKŮ**

Obrázek č.1 Přehled dílčích částí od fáze developmentu do počátku fáze výroby.....	38
Obrázek č.2 Stručný přehled hlavních dílčích částí fáze výroby ve workflow producenta – preprodukce a výroby .....	41
Obrázek č.3 Přehled nejdůležitějších prvků ve workflow producenta při postprodukcí ....	42

**SEZNAM TABULEK**

Tabulka č.1 Přehled odpovědí producentů na otázky týkající se fáze developmentu .....	35
Tabulka č.2 Přehled odpovědí producentů na otázky týkající se fáze výroby.....	39
Tabulka č.3 Přehled odpovědí producentů na otázky týkající se distribuce, know-how a honoráře. ....	43

## SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P I: Rozhovory

Příloha P II: Denní zpráva a denní dispozice

## PŘÍLOHA P I: ROZHOVORY

Tomáš Hoffman – infinity

### **Na čem závisí výběr projektu?**

Těch kritérií je celá řada. V zásadě ideální je, když ten projekt je realizovatelný, zafinancovatelný. To je pro mě nejdůležitější moment. Není umění natočit jeden film. Umění je točit ty filmy opakovaně a nezbláznit se z toho a nezkrachovat.

Samozřejmě ten scénář musí člověka oslovit, ale měl by tam být potenciál toho zisku.

### **Takže, aby tam byl potenciál toho zisku?**

TO není nutně pravda. Film se dá financovat z různých zdrojů. Pokud mám projekt, o kterém vím, že ho televize předkoupí a dostanu minimální garanci od distributora nebo žádat o grant. Tak ten projekt je pak zafinancovatelný. To, jestli film vydělá nebo ne je druhá otázka, kterou neví nikdo. Spíš jde o to, jestli projekt vypadá natolik atraktivně, že se na něj dají sehnat ty zdroje.

U té minimální garance je to vždy na základě scénáře a kalkulace. On si většinou odhadne tu návštěvnost. Ale stejně jsou filmy, které propadly v kině a v televize ho vidělo spousta lidí.

### **Jaké jsou zdroje financí pro Váš projekt?**

Televize – jenom česká televize chce být koproducentem, ostatní televize nechtějí být koproducentem. Jsou tyhle zdroje – minimální garance, koprodukce, pobídky, nebo grant. Samozřejmě může být koprodukce mezinárodní, ale ty peníze musíte utratit v tom místě.

Já Vám v tom udělám správný hokej v hlavě. Jsou 2 druhy producentů. Jeden žije z takzvaného fee 7 % z rozpočtu. Pro takové lidi, čím větší rozpočet, tím větší fee. Takže pro takové producenty jsou koprodukce a granty a všichni si dají plné ceny a pro ně je to výhodné.

Pak je druhá varianta, kdy vlastně sázíte na to, že při exploataci ten film bude úspěšný, a to fee Vás nezajímá a chcete ten film udělat levně a nechat si co nejvíce práv. Tam už si pak musíte zhodnotit, zda koprodukce na Slovensku pro Vás má potenciál peněz vůči divákům, kteří na film přijdou. Toto platí pro producenty, kteří nehrají za fee.

**A vaše preference jsou jaké?**

Já mám to štěstí, že mě baví filmy, na který chodí rádi lidi. To není, že bych se z vypočítavosti rozhodl, že budu točit komedie. To, co mě baví, tak mám to štěstí, že na to chodí lidi. Kdybych měl rád artové filmy, tak to asi není tak jednoduché. Já se to snažím financovat, tak, že se snažím si zachovat, co nejvíc práv a nedělám koprodukcí.

**Často dochází i k nedorozumění, že producent do toho dává vlastní peníze?**

To není pravda. V ideálním případě on je jen jako developer, on dá dohromady financování a všichni by z toho měli výnos. Je potřeba profinancovat cash-flow například úvěrem. Protože televize proplácí část peněz až po natáčení apod.

Kdybych měl rád jiné filmy, tak bych to asi musel dělat taky. Já to samozřejmě chápu, že když člověk chce a musí a ví, že nemá jinou možnost. Já osobně jsem velmi šťasten, že mě nezajímá experimentální tvorba. Ale chápu ty lidi a jejich energii s tím spojenou.

**A kdy je u vás ten zlomový bod nebo ta hranice, kdy se rozhodnete, že do toho jdete?**

Je to přesně to, jak jste zmínil. Podle toho, jak se snažím film zafinancovat. Vybírám si tu cestu, která je nejsnazší. Nikdy se nečeká na 100 %, to by se asi nic nenatočilo. Ono člověk vždy musí to risknout. Jinak by to trvalo neúměrně dlouho. A záleží opravdu na tom, jak to člověk cítí nebo jestli cítí povinnost to natočit. Určitě se ale riskuje. Hodně to odděluje producenty od ostatních lidí. Vždy to vyžaduje určitou formu šílenství a odvahy. Je to opravdu strašně riskantní. Dnes je ta výhoda, že Vám s cash-flow může pomoci úvěr od banky. Banka Vám půjčí za základě osvědčení a smlouvě například s televizí apod.

**Jak to máte s výkonným producentem? Máte někoho, s kým spolupracujete? Jak si dělíte práci?**

V našich poměrech je vlastně lehce zmatek v tom, co je výkonný producent. Protože oni to blbě překládají a divil byste se kdo všechno tomu říká executive producer, což není. Výkonný producent je to, co je line producer v Americe. To je ten, který zajišťuje fyzicky tu výrobu. Dalo by se říct, že to je hlavní produkční. Executive producer je ten co do projektu přinese peníze a nijak dál zvláště se na tom filmu nepodílí. Dobrý line producer je garance toho, že ten film vznikne hladce.

Výkonný producent je daleko důležitější v zahraničí než u nás. U nás se tahle pozice hodně kříží s vedoucím natáčením. U nás se většinou filmy točí kolem 25-30 dní. Já nevím, co vy si představujete jako výkonný producent.



**Vy si najmete výkonného producenta a on řeší rozpočet, konzultuje ho s Vámi on nadále řeší natáčení a dělá dle toho plán.**

To říkáte správně, v podstatě je to tak. Já mu řeknu, máme na to tolik a tolik a on se do toho musí vejít. Podle toho se nastavují natáčecí dny, plán a případně se musí korigovat scénář. Domlouvá ceny s dodavateli a pak garantuje, že se dodržíme rozpočtu. On dostane zadání v podobě scénáře a rozklad peněz. A kooperuje samozřejmě s režisérem a pomocným režisérem.

**Je tam ještě nějaký bod, kdy Vám to výkonný producent vrátí?**

On má prostě rozpočet a on ví, že se do něj musí vejít. Důležitá je příprava, když se udělá pečlivá příprava a plán, tak se dá dost peněz ušetřit. Zvláště, co se týká herců a dále také lokací. Potom, když se Vám podaří ušetřit někde, kde se to méně zkušeným nebo šikovným lidem může stát, tak pak ty peníze můžete použít například na production value. Například u žen v běhu si pak můžete dovolit jet natočit záběry k moři. To tomu dá vzduch a zdání většího filmu. Ty naše české filmy jsou v podstatě jako televizní filmy.

**Výkonný producent je ve fázi příprav, jak řešíte jeho zapojení? Ve které fázi? Co honorář? Jeden to dělá měsíc další 3 měsíce.**

Development se začal tady v Čechách používat před 5 lety. To se začalo používat, když si státní fond kinematografie nechal udělat studii. Hledalo se, proč jsou české filmy, tak blbý. Jeden z těch závěrů je, že české filmy nejsou dostatečně developované a nejsou připravené jít do výroby který by třeba vůbec neměly. To je regulérní názor a udělala se celá kategorie na fondu, že můžete žádat o development. Nejtěžší jsou v českém filmu většinou obhlídky. Musíte najít lokality, které budou dobré a zároveň levné.

**Co obhlídky? Řešíte je nebo necháváte na výkonném producentovi?**

Výkonný producent musí najít lokačního nebo ho má, který je důvěryhodný a je schopen ty věci najít. Je nesmysl, aby se podílel na hledání lokací. Lokační dostane zadání od kameramana a režiséra. Ve chvíli, kdy se něco vybere, tak se to objedná. Pak jsou technické obhlídky, kde se řeší logistika a tam už výkonný producent být musí. U prvních obhlídek ho zajímá v podstatě pouze kolik to stojí. Většinou je výkonný producent motivovaný být efektivní, protože má vlastní fee.

**Spolupracujete s konkrétními výkonnými producenty a režiséry?**

Já nemám rád, když je stres a všechno je v klidu. Proto já se snažím pracovat se stejnými lidmi, se kterými předchozí spolupráce byla v klidu. Co se týká režisérů, tak tam jsem dal teď příležitost Martinovi u Žen v běhu. Snažím se spolupracovat opakovaně s lidmi se kterými probíhá vše hladce a bez problému. Producent může tlačit na producenta, ale

jakmile se natáčení spustí, tak naopak zase producent spoléhá na producenta. Já osobně mám to štěstí, že kolem sebe nevidím nikoho, s kým bych si nesedl.

### **A ten debut jste se rozhodl dát příležitost Martinovi proč?**

On píše scénáře. On je to hrozně slušný a sympatický člověk a morální. To je vzácný obecně a v této profesi ještě vůbec. Protože tady jsou všichni egomaniakarání psychopati a většinou umějí ještě houby a jsou hrozně namachrovaný. A on ve svých 30 letech se rozhodl, že se stane filmařem, a tak napsal první scénář. Ten udal Milanovi Cieslar a spolu pak natočili tři filmy. A já jsem od něj vzal scénář a ten si natočil sám jako režisér. Já si to chtěl vyzkoušet z toho důvodu, že na té úrovni realizační, tak jak tady vzniká většina filmů. Režisér není tvůrce formátu Feliniho Bergmana apod. Tak to zase tak komplikované není a dělá se z toho příliš velká věda. Vzali jsme ten jeho scénář, a ještě jsme to přepsali s Jiřím Vejdělkem a není to tak komplikované a chtěl jsem si to vyzkoušet sám. Tím, že jsem si to vyzkoušel, tak jsem zjistil, že se kolem toho dělá příliš velké orákulum, že režisér je nadčlověk či co. Tady je ve skutečnosti tak 5 režisérů a ti ostatní jsou opravdu jen realizátoři. A na tom nic není. S touto zkušeností, jak je to tvárný atd. tak jsem věděl, že tomu Martinovi tu možnost můžu dát taky, když si ho ohlídám. Já jsem však věděl, že když si to ohlídám, tak se to dá. On se navíc projevil jako inteligent a šlo mu to a dotočil to. Tu šanci bych mu nedal, kdybych ale neměl sám tu zkušenost.

### **Kdybyste měl vypíchnout někoho s kým spolupracujete?**

Já často používám Janu Gospičovou, která je šikovná. A ještě je to moje sestra.

### **Jak natáčení kontrolujete? Jak komunikujete?**

Ve chvíli, kdy výkonný producent připraví plán a rozpočet, tak si pak sedneme a shodneme se všichni na tom, že je to tak správně. Je třeba si to odsouhlasit. Pak co se týká na natáčení, tak tam já se snažím vždy být první a být tam na začátku vidět, jak to funguje. Většina to tak asi nedělá, ale já osobně to tak dělám. Mně osobně se to velmi osvědčilo. Tím odpadá i komunikace po mailu, to je ztráta času. Je to jednou za rok, tak je to zároveň i zpestření.

### **Zasahujete do výběru štábu?**

Já bych nespolečně pracoval nikdy s nikým, kdo by měl... Kameraman je strašně důležitý, a nikdy bych nenechal si režiséra vybrat jen tak. I kdyby měl Oskara, tak prostě je tam více faktorů. To samé platí o střihači. Zatím ale platí vždy to, že se nějak shodneme.

**Ostatní profese?**

Asistentské pozice a další už neřeším, to už pak domlouvá výkonný producent. Základní struktura většinou vznikne nad natáčecím plánem a rozpočtem. Tam vzniká obsazení klíčových funkcí – maskérka, kostymérka, hlavní osvětlovač, architekt a další. Všichni tyhle se musí odsouhlasit v kolektivu, abychom se pak vyhnuli situaci, že kameraman nadává na osvětlovače apod.

**Smlouvy?**

Máme mustry, podle kterých to běží a většinou je to podobné.

**Co denní zprávy a reporty? To vám možná odpadá, pokud jste na natáčení?**

Mě upřímně to moc nezajímá, většinou, když je problém, tak se stejně volá. Fakticky mě denní zpráva nezajímá.

**Co software, server, komunikační možnosti?**

Já jsem na tyhle drobnější filmy to nikdy nepotřeboval.

**Používáte movie magice?**

Jana Gospičová to nepoužívá. Martin pomocný režisér to používá. Na rozpočty to nepoužíváme. Na to nám stačí excel. Na ten náš malý jednoduchý rozpočet stačí excel. Známe ho samozřejmě, ale pro naše projekty ho nepotřebujeme. Movie Magic je na ty větší věci.

**Něco, co jsem zapomněl zmínit? Vaše know-how?**

Je to šikovné, z toho, že vy naberete vlastní názor a metody toho, jak to ty lidi dělají.

### Marek Novák – Xova Film

Pouze rámcové odpovědi na okruhy.

Xova film je menší produkční společnost, a tak většinou Marek Novák zastává roli výkonného producenta sám. Na posledním projektu spolupracoval s Janem Ungerem, velmi zkušeným českým výkonným producentem.

Markovo hlavní kritérium je autentičnosti autorského záměru, originalita příběhu a režijní představa. Marek samozřejmě zohledňuje i distribuční potenciál, nicméně to není hlavní kritériem. Naopak mezi jeho kritéria také patří lidský přístup. Jelikož spolupráce od počátku do úplného konce je práce na cca 2-4 roky, tak je pro Marka důležité, aby si s tvůrcem rozuměli.

Jelikož si tedy převážně Marek roli výkonného producenta dělá sám, tak si pouze pro případně projekty, které by už nezvládl za společnost řídit najímá externisty.

V případě Marka Nováka má provázanost role producenta a výkonného producenta takový, že se podílí víceméně na všech činnostech, co tyto pozice obnáší. Nicméně ne všechno, dělá osobně. Spíše všemu supervizuje a chce mít přehled. To znamená od prvotního námětu, přes tvorbu scénáře, financování, natáčení, distribuci, PR, festivaly a dále *život filmu*.

Pro komunikaci používá především Gmail klient, dále obdobu MS office pro Mac. Google drive pro sdílení fotek z obhlídek apod. Movie Magic budgeting pouze u větších projektů pro tvorbu rozpočtu.

Jan Unger – výkonný producent

### **S kým spolupracujete jako freelancer nejčastěji?**

Pracoval jsem s Vilmou? Předtím jsem dělal na 5 až 6 ti hollywoodských projektech. S Irenou Pavláskovou Pražské orgie, dále film o teenagerech s Markem Novákem. A teď dělám s Danem Svátkem adaptaci knížky. Pracuji jako ten freelancer.

### **Máte nějaká kritéria, dle čeho si vybíráte projekt, nebo berete to, co se naskytne?**

Kritéria mám dvě, finanční situaci, jestli nutně potřebuji job. Teď s COVIDem je to vachrlaté. Jinak je to samozřejmě scénář a projekt. Snaží se vyhýbat jednoduchým filmům, například českým komediím, které mají krátkou životnost a je potřeba je co nejrychleji odbavit do kin, tak těm se vyhýbám. Takový ten projekt za málo peněz, co nejrychleji to natočit, tomu se snažím vyhýbat.

### **Z pohledu výkonného producenta (line producera), kdy vy víte, že to producent posílá do výroby?**

Když mají podepsané smlouvy na ty fáze do postprodukce. Když to zjednodušíme, postprodukce je cca 1/3 rozpočtu, 1/5 přípravy. 70 % je výroba. Když mají těch 70 % filmu zafinancovaných, tak jsou ochotni to většinou spustit, a i já to tak беру. Já najímám lidi a jsem ten zodpovědný. Kdyby byl průšvih, tak se to všechno valí skrz mě, a proto i já si to hlídám.

### **Děláte ještě i vedoucího natáčení nebo vedoucího vývoje?**

Dělám to na některých menších projektech. Je to spojená funkce, ale už se tomu vyhýbám. Dělat papírovou záležitost (smlouvy, vyúčtování atd.) a přes den ještě tu logistiku. Absorbovat ten tlak na natáčení a z toho plyne 14-16 hodin práce denně, a to už se mi opravdu nechce absolvovat. Prostě být přes den na place a zařizovat veškeré věci kolem natáčení od catering po dodržení časového plánu a následně dodávat podklady pro účetnictví a tak dále, je velmi časově náročné.

### **Vy už jste to z části zmínil, ale když je film ve výrobě, tak na natáčení jste z cca 80 % nebo jste tam každý den a dozorujete to?**

Musím si dojet pro faktury, dozorovat, zkontrolovat si nové lokace. Řeším už následující lokace a zároveň douzavírám minulé lokace.

### **Z Vašeho pohledu jezdí producenti se dívat na plac?**

Ano určitě, oni jsou spíš zvědaví, jak to vypadá s jejich penězi a dále je zajímají herci. S těmi se chtějí sblížit skamarádit, aby to v budoucnu bylo třeba jednodušší. Pokud jde o studiový film, tak to přijdou maximálně jednou. To tu většinou mají vlastního executive. Ale ještě je tu co-producer, což kolikrát bývá i firma (ČT, postprodukční studio), který si také kontroluje natáčení.

### **V případě Vašich projektů se bavíme o jaké velikosti a velikosti štábu?**

Většinou od 25-200. Takže střední až větší štáby. Ty větší studiové filmy teď nejsou.

**Stále jsme ve výrobě? Jak s Vámi komunikuje producent v průběhu projektu?**

Je to individuální. S největší pravděpodobností mi přijdou žádosti od art departmentu (Stavba, kostýmy, masky atd.). Nebo se stávají úrazy nebo indispozice herců, a to se řeší okamžitě. Řešíme to většinou telefonicky. U větších projektů je hlavní účetní/auditor a ten připravuje cost-report. Někdy ho dělám já a ten se většinou posílá exekutivnímu producentovi. Tyto reporty mám rád, když se dělají týdně. To se váže s výplatní periodou. Já se snažím, aby byla týdně, což je v Čechách nestandardní. Tady je to většinou 1x za 14 dní nebo v půlce a na konci natáčení. Člověk totiž nemá orientaci v tom cash-flow.

**Vy jste tedy dělal primárně zahraniční zakázky?**

Ano, je to tak. Já jsem dvacet let žil v USA. Tam jsem se to naučil.

**Jak řešíte výběr lidí do štábu?**

Ty hlavní pozice, jako kameraman a architekt, to si většinou vybírá režisér nebo exekutivní producent.

**A ty nižší pozice, vztáhneme to k českému filmu, co honoráře?**

Já znám sazby pro jednotlivé pozice a je to otázky nabídky a poptávky. Respektive, já se vždy musím vejít do finální částky. Osobně si myslím, že by se nikdy nemělo šetřit na lidech. To je to poslední. Ale samozřejmě vzhledem k rozpočtu se může stát, že najmu do určitého departmentu méně lidí a dám jim trochu lepší peníze.

**Co se týká herců? To si řeší producent?**

S hlavními herci si to řeší exekutivní producent. Jejich honoráře znám, ale vedlejší role řeším já. Samozřejmě vím, jaké nehorázné částky si zde berou ty rádoby hvězdy místní. S malou rolí je to jasné, tam jsou denní sazby. Důležité je, abyste se potkali s tou výslednou částkou na obou stranách.

**Jaké lidi si vybíráte?**

Hlavně schopné a zkušené, už nerad někoho zaučuju. Nerad беру lidi, který se sesypou z první krize, ale vědí, kam mají zavolat a co se v dané situaci dá zavolat. Důležité je, aby zůstali v klidu a nebudou panikařit.

**Co používáte za software a jak komunikujete?**

Zoom, slack, movie magic, excel na vyúčtování, jinak maily, skype, podle toho, kdo co má. Nebo MS Teams. Microsoft a google věci mi moc nevoní. Co osobně nemám rád, tak je dropbox. Ten systém je zastaralý a nepříjemný.

**Působíte jako Head of postproduction nebo už na projektu nepracujete?**

Vždycky najímáme někoho lokálního, respektive interní odpovědnou osobu, tam jsem osobně zbytečný.

Ondřej Zima – Evolution films

**Děláte primárně hranou tvorbu nebo se specializujete na více věcí?**

Já dělám všechno, krom animovaného filmu a reklamy.

**Spíš jsem to myslel tak, že se specializujete na hraný film?**

Hraný film zatím byl královskou disciplínou. Baví mě to strašně moc a také hrané seriály kratší série. Dokumenty jsem také dělal. Trend je takový, že každý dokumentarista je sám sobě producentem. A v Čechách je to teď převážně autorský dokument. Pro mě musí být speciální důvod, aby měl dokument producenta. Abych se tím zabýval, tak to musí pro mě mít nějaký smysl. Nejsem velký fanoušek Vachkovského dokumentu, který v české tvorbě převažuje. Zmizel observační styl tvorby. Dokument by měl být zrcadlo.

**Podle čeho si projekt vybíráte nebo kdy si řeknete, teď se tím budeme zabývat, tohle chceme natočit?**

Rozhodující je látka sama o sobě a pak samozřejmě ten, kdo jí přináší. Tím myslím, jak kreativně, tak lidsky. Čím déle práci producenta dělám, tím více mi záleží na to, s kým ji dělám. A kritérium výběru je takové, že když je něco dobré, tak je to málo.

U hraného filmu, pokud se do něčeho chci pustit, tak je to minimálně 3 a více let práce do premiéry. Film máte pořád u sebe a musíte se o něj starat a prodávat ho. Těch intenzivních několik let je dlouhá doba a po absolvování projektu na kterém strávíte 5-7 let, tak si uvědomíte, kolik těch projektů za celý život jste schopni stihnout udělat.

Po tomto jsem si uvědomil, že ten projekt musím milovat. Je to o projektu. Dobrý je málo, projekt musí mít něco víc, a to mě přiměje k tomu, že s tím budu trávit 3-10 let života.

Já osobně jsem typ producenta, že film pořád vzniká na place. Producent nemá být v kanceláři, ale i na place. Nejsem úředník sedící v kanceláři a nemohu dělat deset filmů najednou.

Vybírám si omezený počet projektů. Občas máte projekt, který se Vám líbí, ale nemáte na to kapacity.

**Velká položka jsou finance v developmentu, co je u Vás nejčastějším zdrojem?**

Zásadní jsou 3 zdroje – vlastní prostředky.

Jeden jsou vlastní prostředky, které jsou vždy na začátku. Je dobré ty autory platit, a ne jim říkat něco ve stylu „rok něco pište a pak Vám zaplatíme, když dostaneme grant“. Ty lidi musí platit svoje složenky a nechceme, aby to pro ně byla zájmová činnost. Je to jejich profese. Vždycky začínáme vlastními prostředky. Může se stát, že o tyhle prostředky přijdete.

Druhým zdrojem je státní fond kinematografie. Třetím zdrojem jsou granty z programu média „kreativní Evropa“. Občasné zdroje jsou další granty například ve Zlíně a Brně atd.

Nejčastěji kombinujeme vlastní peníze a peníze fondu, v případě mezinárodního přesahu média. Případně ještě můžeme koprodukovat film s televizí. My se snažíme si zachovat nezávislost, a proto jsme do této spolupráce zatím nešli.

### **Váš poslední film Martánské lodě jde právě do kin, tam jste v koprodukcii s Nory?**

Ten film se z části natáčel v Norsku. Poměrně často spolupracujeme s norskými televizemi. Navzájem si pomáháme, my jim servisujeme zakázky zde v Čechách. Oni na oplátku teď pomohli nám. Část filmu se odehrává v Norsku.

### **Působíte primárně jako producent, ale v developmentu přejímáte něco jako Head of development, jako bývá v Čechách zvykem?**

Je to projekt od projektu. Když je projekt větší a složitější, má strukturu a máme člověka, který je takový Head of development, hlídá termíny, schraňuje materiály a připomíná nám, co je potřeba udělat. Na projektu je dramaturg samozřejmě.

### **To byla moje další otázka. Zda užíváte dramaturga?**

Tady bylo určité období, kdy se dramaturgové neužívali. Český film se před 15 lety zvrhnul čistě v autorský film. Tam byl ten prostor pro producenta mnohem užší. Dramaturgové moc nefungovali. Autoři tak nechtěli tu spolupráci a ani je to zřejmě neučili ve škole.

Dramaturg není člověk, co to má na vizitce. Je to profese, která má funkci pomoci při psaní scénáře, treatmentů, synopsí a následně ve střižně při postprodukcii. My osobně užíváme v developmentu dramaturga, ale následně v postprodukcii někoho úplně s jinými novými očima a není tak zatížený developmentem. Scénář není beletrie a je to recept, jak se vaří film 😊. Ve chvíli, kdy ten film už je natočený a jdete s ním do střižny, tak tam reálně vzniká.

Ve střižně už neřešíte, co bylo ve scénáři. Řešíte, co se natočilo. Co je nejlepší. Snažíte se sestavit ten film, aby dával hlavu a patu a působil nejlépe emočně. Scénář už je v tuto chvíli jedno.



**Nejdete pak do kolize hodně se scénáristy?**

Ke scénáristům musí být člověk otevřený, ale když ho odevzdá, tak v té chvíli je pánem světa režisér a producent. Oni tvoří ten film. Samozřejmě, že pod nimi jsou další tvůrci a je to kolektivní autorské dílo, není to malování obrazu.

Ten, kdo má poslední slovo je režisér. Když budete mít špatného režiséra a super kameramana, architekta a další. Tak nikdo jiný za toho režiséra ten film neudělá.

**Zpět k dramaturgii.**

My jsme si v začátcích hledali ty dramaturgy a spolupracovali s nimi. Za těch několik let jsme si vybudovali kontakty. Koníček je chodit na zahrádku, ale dramaturgie je profese. Tak to tady bohužel nějakou dobu bylo, ale už to začíná fungovat a pomalu to je vidět na těch filmech. Výsledek uvidíte za 10 let.

**Kdy si řeknete, už to máme, máme dost financí, pojďme s tím do výroby?**

To tak není, jak říkáte. Vy developujete projekt a snažíte se dopsat scénář do nějaké podoby, hledáte tvůrce a pak teprve spouštíte hlavní proces financování. My to děláme tak, že máme scénář v podobě, za kterou si stojíme a jdeme to zafinancovat. Uděláte si plán a máte na mysli uzávěrky fondů, zařizujete koprodukcí. Horší je pak, když máte vše připravené, film je nacastovaný, hotové obhlídky a pak to nevyjde. To je bohužel smutné, přestože si myslíte, že jste udělal maximum.

**Dojde to do fáze, že to nedofinancujete? Co ty peníze? Co se pak děje s projektem?**

Máme v tom nějaké peníze. Budeme to chtít podat na fondy, chceme mít ty konkrétní herce, proto to děláme i rok dva dopředu. Domlouváte si ty herce, co chcete a ne ty, co mají čas. Pak spustíte ten „dražší development“. Ta žádost stojí peníze, a pokud to chcete mít neodfláknuté, tak to stojí peníze. My si většinou stanovujeme bod, kdy rozhodneme, že nám chybí několik % financí, tak všechno spustíme. Může se bohužel i stát, že i tak to nedopadne a musíme poměřit to riziko spustit natáčení, přestože nemáte film dofinancovaný. Můžete z části zadlužit firmu, ale nemělo by ji to položit a ještě, že vy jako producent přijdete o všechno. I zadlužení firmy není jednoduché. Bez rizika dnes celovečerní film nevyrobíte. I nám se stalo pouze jednou, že před natáčením jsme měli 100 % financí. A když Vám něco chybí musíte být připravení to zaplatit ze svých prostředků.

Samozřejmě se dá i zastavit natáčení, což se nám stalo. Ta struktura se nepodařila dofinancovat a celé se to rozpadlo, tak už je to velmi drahé a s tím se nedá nic dělat.

**To je tedy to velké riziko.**

Je to velké riziko a v dřívějších časech stačilo udělat jeden úspěšný film a tím se splatily dluhy, a ještě zbylo na další projekt. Dnes superúspěšným filmem zabezpečíte ty, co inkasují příjmy z internetu 😊 (Uložto, YouTube atd.)

My samozřejmě se to můžeme snažit změnit, ale to nikdo z nás nezmění. To musí politici a vláda.

**Jdeme do výroby, co teď? Předpokládám, že se sám účastníte natáčení?**

Přípravy ty větší se spouští cca 12 týdnů před natáčením. Máte k sobě výkonného producenta a přichází další bod zlomu, že všechny složky se nevejdou do rozpočtu a začíná nové kolečko. Vy už však máte k sobě ty asistenty. Výkonný producent, produkční atd.

**Jak si tedy rozděľujete práci s výkonným producentem?**

To je jasně dané. Vy mu dáváte část rozpočtu a s tou operuje. Výkonný producent končí likvidací, v českém prostředí nejsou prostředky na to, aby byl přizvaný k postprodukcii. A je to i zbytečné. Výkonní producenti jsou drazí a dobří. S výkonným producentem si tedy projdete rozpočet a stará se o výrobu. On je zodpovědný, že funguje štáb, lokace, catering a s prostředky co dostal, tak to zrealizuje.

Neustále se to vyvíjí a vždy si někdo vzpomene, že potřebuje ještě tohle a tohle. Je jedno kolik film stojí. Vždycky budou chybět. Zde je potřeba dialog mezi producentem a výkonným producentem. Potřebujete, aby ty lidi fungovali a dělali tu práci rádi, protože tak jedině bude film nejlepší. Snažím se posuzovat, co je nejlepší pro film. Těch možností a otázek je spousta.

Výkonný producent má na starost organizaci výroby, která má jasně dané mantinely. Když se něco dostane do rozporu, tak by to měl řešit producent.

**Výkonného producenta si vybíráte podle něčeho, máte ty stále se kterými spolupracujete?**

Ano, je to nezastupitelná funkce, nemůžete si to dělat sám. To jsem také zkoušel a nekontrolujete sám sebe a uděláte více chyb. Každá chyba jsou peníze. Je to tedy snazší ho mít. A vy jako producent byste měl být dále.

**A mohl byste tedy jmenovat někoho konkrétního nebo jsou všichni na stejné vlně?**

Nechci, já si myslím, že všichni, se kterými jsme spolupracovali, byli profesionálové.

**Výkonný producent u Vás musí být vždy na palce nebo to necháváte na něm?**

To je úplně na něm. Pokud to funguje, tak ať to řídí klidně vysílačkou ☺. Je na něm, jaký si udělá systém a který bude fungovat. Výkonný producent musí respektovat nějakou kulturu producenta.

**Produkční tým necháváte na výkonném producentovi?**

Konzultujeme vše. A obecně ty hlavy departmentů ty si vybírám já a on si zase vybírá ty svoje spolupracovníky. Za ty on ručí a ty já mu nemohu určit. Samozřejmě nejde to tak udělat vždy. Nesnažím se, ale do toho jinak aktivně zasahovat. Pouze v případě, že by něco bylo opravdu špatně. Informace o tom však chci mít u sebe. Placový rekvizitář je velmi důležitý například, protože je na place nejvíce a po boku režiséra. A v případě, kdyby měl režisér kolem sebe někoho, kdo mu nevyhovuje, tak to je špatně. Režisér musí mít komfort, pak je pravděpodobnost, že vám natočí dobrý film. Tím byste si podřezával větev.

**O jaké velikosti štábů se bavíme? Tak 30-50 lidí?**

Celkově má ten štáb kolem těch 40 lidí. Méně to většinou nejde. Větší projekty pak rostou k těm 60 lidem.

**Jak často komunikujete s výkonným producentem a co reporty?**

Záleží na projektu. Komunikace je neustálá, denní. Reporting podle projektu.

**Co software? Office, sdílená data atd.**

Používáme dropbox, přijde nám nejvíce „blbuvzdorný“. V kanceláři máme Google docs. Na plány Movie Magic Scheduling. Někdy děláme rozpočty v Movie Magic Budgetingu, ale někdy je to prachsprostý excell. V projektu s rozpočtem 20 milionů si myslím, že nepotřebujete Movie Magic Budgeting. Pokud ale točíte na více územích, máte více měn a větší rozpočet, tak je to super.

**Další věci jako Trello, Slack?**

Trello jsme zkoušeli a Basecamp také. Ukázalo se, že je to pak úplně... Nás je pět producentů ve firmě. To abyste to mohl používat, tak to vyžaduje firemní kázeň od všech. My nakonec máme Google Docs, DropBox a svoje velké úložiště ve firmě a koupený archivační systém.

**Je vás ve firmě více, řešíte projekty spolu nebo jak si to rozdělujete?**

Ideálně na každém projektu, aby byli dva producenti. Jeden je většinou hlavní a má k sobě druhého. To je supr. Dlouhodobě se to lépe táhne. Nejste na to sám. Ty dva lidi o tom vědí všechno. Máme každotýdenní schůze. Když se natáčí, tak samozřejmě méně. Vždy, než jde projekt někam dále, tak ho musí všichni schválit, děláme si takové programové rady. Než něco vezmeme do developmentu, tak se to snažíme schválit všichni. Jakmile už je to ve výrobě, tak za to primárně zodpovídají ti dva.

**Máte takovou dvojí kontrolu v podstatě?**

Ano, je to tak. Máte možnost se poradit, a to je výhoda. Fungujeme jako firma a to pomáhá. Nám to umožňuje více projektů developovat a natáčet. Hlavně Vám to umožňuje ne všechno, co jste developoval vyrobit. Ve chvíli, kdy jste producent a developujete projekt dva roky, tak už ho nechcete zahodit, potřebujete ho natočit. Produkční firmu dělají spíše ty projekty, co nenatočili. S tím, co my jdeme ven, tak jsme přesvědčeni o kvalitě. My, když něco připravujeme na příští rok, tak my už máme v developmentu projekty na další 3-4 roky dopředu. Stále musíte všechno posouvat. Já vlastně ty kolegy obdivuju, že to zvládají.

**Smlouvy administrativa? Honoráře?**

Hlavní herce si domlouvá producent, pokud nemáte výkonného producenta, který s ním má třeba lepší vztah.

**Distribuční a marketingová strategie? Předpokládám, že vy jako firma to řešíte už v developmentu?**

Když máte scénáře, tak potřebujete distributora. Projekt, který nemůže najít distributora na scénář je podezřelý. Minimální garance distributora jsou základ. Už s tím distributorem řešíte, jaký by to měl být film, jaká jsou očekávání. Musíte si najít vlastního PR managera. S tím začnete řešit, že už v průběhu natáčení potřebujete videa na sociální média, fotografa a grafika. Chceme prezentace a plakát, snažíme se to mít už v průběhu natáčení. Tohle všechno musíte už řešit na začátku, pak už nikdy nedáte herce dohromady apod.

Například na Poslední Aristokratce jsme měli kampaň, která měla vlastní plán a měli jsme několik desítek videí. My to máme připravené a dokud nevidíte první offline, tak pak teprve začnete doladovat kampaň. Do té doby totiž nevíte pořád, jaký máte film.

**Kolik projektů děláte zároveň?**

Tak patnáct.

**Vaše know-how, čím se odlišujete?**

Myslím si, že co nás charakterizuje je to, že fungujeme jako středně velká filmová společnost. Je nás 5 producentů a 3 další spolupracovníci. Celek se snažíme řídit jako firmu, není to rozhodnutí jednotlivce a rozhodnutí firmy.

**Díky za rozhovor. A já se Vám pak ozvu s výsledkem.**

To se těším, měl jste to hezky připravené.

Dagmar Sedláčková - Master film

### **Děláte primárně dokumentární tvorbu nebo vše?**

Já bych chtěla dělat obojí, žánr pro mě není důležitý, já se rozhoduji spíš dle tématu a autora.

### **Podle čeho si vybíráte projekt, kdy se tím chcete zabývat?**

Samozřejmě primárně je pro mě důležité téma nebo námět. Musí tam být osobní potenciál. Já se také soustředím na mezinárodní festivalový přesah. Směřuji to k zahraniční koprodukcí. Chci vždy dělat témata, která jsou pro mě osobně důležitá. To je zhruba 60 %, zbylých 40 % je opravdu chemie s tím tvůrcem. Chci se těm tématům věnovat a podílím se na nich od raného stádia. Nepodílím se samozřejmě kreativně. Diskutujeme jednotlivé fáze. Já tvorbu filmu beru jako takové 5 až 6leté manželství. Protože takovou dobu tvoříte a něco děláte s tím filmem respektive, než dojdete do distribuce. Marek Hovorka jednou řekl, že „Režisér musí být někdo, u koho Vás nebude otravovat zvednout telefon i na pohřbu babičky“. Toto jsou moje dvě hlavní kritéria.

### **Kdy s projektem postupujete do výroby?**

Jsou dvě různé varianty. S mezinárodní koprodukcí i pro ochranu investice nedělám sama. Ale obecně chci vstupovat do výroby se 100 % financováním. Respektive pracujeme s tím, že máme dva budgety. Jeden je ideální a druhý *red line*. Za ten jsme to také schopni natočit, ale například režisér a producent se vzdá honoráře apod. Těch 100 % máme potvrzených alespoň.

### **Co je u Vás nejčastějším zdrojem financí?**

Nejčastější zdroj je veřejná podpora i v případě koprodukce. Většinou tam vstupují i oni s financemi ze zdrojů lokálních fondů. Případně i Česká televize jako koproducent.

### **Působíte tedy primárně jako producent? Nebo přejímáte i jiné pozice jako vedoucí vývoje?**

Já jsem producent a někdy vstupuju jako vedoucí vývoje do projektu. Mě osobně ten vývoj baví nejvíce 😊. Já nevím, jestli to je dobře, ale já osobně preferuji mít opravdu dobrý vztah s tvůrci. Při více projektech mají samozřejmě všichni pocit, že oni si zaslouží tu plnou pozornost. To je někdy samozřejmě náročné. Ale po prvním potvrzeném financování se snažím vždy někoho najmout, kdo s tím pomůže a umí udělat jednoduchá rozhodnutí sám.

**Najímáte si dramaturga během vývoje?**

Jo určitě je pro nás ta spolupráce s dramaturgem důležitá. Také se snažíme v této fázi účastnit spoustu workshopů, akcí a tak. Můžete mít totiž sebelepší ukázkou a moodboard, ale scénář je to nejdůležitější. A to je to hlavní kritérium, kdy se ti lidé rozhodují, jestli Vám dají peníze nebo ne. Pro mě je důležité končit vývoj s hotovým scénářem. Samozřejmě pak se může pracovat na scénáři v případě castování herců apod. Ale to hlavní musí být hotové.

**Jdeme do výroby. Jak si rozdělujete práci při výrobě? Co děláte vy a co výkonný producent?**

V případě dokumentu už když máte vývoj, tak musíte mít různý předobraz a znát ty lidi. Už v tu chvíli si někoho musíte najmout, kdo s tím režisérem začne pracovat a dotáhne to s ním dokonce. V dokumentu je to v podstatě jeden člověk. U hrané tvorby já se hodně podílím hlavně v té fázi developmentu. Ve fázi výroby samozřejmě mám dřívější zkušenosti z placu, ale osobně netuším, kolik stojí gaffer atp. V tu chvíli už potřebujeme někoho, kdo sestaví rozpočet, najme lidi atd.

**Tvorbu rozpočtu delegujete tedy na výkonného producenta?**

Já se samozřejmě snažím udělat rozpočet, ale chci dělat projekt s někým, kdo bude spolupracovat s námi a on naváže a budeme nad tím společně diskutovat. Ale rozpočet deleguji na ty zkušenější.

**O jaké velikosti štábu se bavíme v případě Vašich projektů?**

Teď konkrétně na nejnovějším celovečerním štábu, kde točíme mimo jiné i v Itálii je to kolem 40 lidí. Většinou u hrané tvorby to je tento počet.

**Když máte tyto zahraniční natáčení neuvažujete o najmutí části štábu v místě natáčení?**

To by byla ideální varianta. Bohužel ten systém takhle nefunguje. Jsem producent nezávislých artových filmů a jsem závislá na financování z veřejných peněz. Když to zjednoduším jsou to peníze z daní a všichni chtějí, aby ty peníze zůstali v české republice. I státní fond má podmínku, že pokud chcete utratit více než 50 % v zahraničí tak musíte žádat o výjimku, ale oni to podporovat nechtějí.

**Vy jste ve firmě celkově 3 producenti? Jak to spolu řešíte? Každý máte vlastní projekty? Jak fungujete?**

Nespolupracujeme téměř vůbec. Zakládali jsme to jako spolužáci ještě na FAMU, což je 10 let zpět. Časem se ukázalo, že náš vkus je trochu jiný a každý chceme projekty dělat trochu jinak. Přátelství samozřejmě zůstalo a máme tendenci si pomáhat. S Tomášem Michálkem

jsme původně dělali spolu, ale přirozeně se to postupem času rozdělilo. Masterfilm pro nás funguje jako taková platforma. Čím více filmů máte za sebou, tím lepší máte možnosti a jméno a kredit u fondů a podporovatelů. Většinou, když se někam hlásíme, tak to plánujeme, abychom tam nešli například se dvěma projekty.

**Firmu tedy máte, aby to působilo věrohodněji a do budoucna Vám to otevírá nové možnosti?**

Ale samozřejmě to má i praktické výhody. Zásadní problém je cash-flow. Vygrantujete peníze a dostáváte je ve splátkách, některé peníze na výrobu dostanete po výrobě. My máme společný účet a můžeme si například vypomoci takto. Dělíme si náklady na účetní, právníky apod. Má to své praktické výhody. Konkrétní projekty spolu ale neřešíme.

**Máte vy konkrétního výkonného producenta? Někoho, s kým se Vám dobře spolupracuje?**

Nikdo konkrétní, ale mám lidi, se kterými dlouho spolupracuji.

**Požadujete, aby byl výkonný producent vždy na natáčení?**

Neřeším to, dokud ta věc funguje. Nechávám to čistě na nich. Když jim to funguje.

**Vy sama se účastníte natáčení? Alespoň třeba jednou týdně.**

To samozřejmě ano. V případě současných dvou projektů v Itálii tam budu v podstatě pořád. V případě dokumentů je to ale většinou na škodu, protože většinou tvůrci chtějí mít třeba nějakou intimitu s protagonisty.

**Jak si projekt kontrolujete, máte report od výkonného producenta? Denní zprávy?**

U dokumentů fungujeme, že výkonný producent si hlídá rozpočet a pokud není problém, tak hlásí pouze průběžné denní záznamy nebo alespoň, jak se pokračuje. Chci to ale také vědět od režiséra, jestli se daří to, co jsme si plánovali. Nefunguju úplně direktivním způsobem- „každých 14 dní mi něco pošli“. Já si zakládám opravdu na té důvěře.

**Co se týká štábu? Ostatní složky tedy necháváte na výkonném producentovi.**

Ano v podstatě tak.

**I produkční tým.**

Ano i ten.



**Co smlouvy a administrativa? Delegujete to na výkonného producenta nebo užíváte mustr z firmy?**

Buď máme mustry, které připravím já a pouze to dám do procesu. Nebo to necháváme dělat konkrétně na daný projekt. Tyhle věci si já osobně ráda kontroluji, ale realizaci nechávám na druhých.

**Co herci? Ty „dělají“ film. Tam je to největší problém v případě honorářů?**

Vždy se mi do toho hrozně nechce a je to opravdu opruz (:D). Hercům volám já a myslím, že je to lepší, že jim volá producent. Naštěstí herce zastupuje agent většinou a mám s tím dobrou zkušenost, že se dá nějakým způsobem domluvit. U velkých herců a hlavních tváří to tedy domlouvám já. U menších rolí, kde je denní sazba to neřeším, to deleguji na druhé.

**Co software a komunikace?**

K ruce mám přirostlý telefon a používám dále mail a excel. Nepoužívám žádný speciální software jako Movie Magic atd. Jedu tou starou cestou.

**Co google drive, server nebo dropbox? Sharování dat?**

Google docs klasicky.

**U hraných věcí? Komunikační věci Trello, Slack apod.?**

To vůbec nepoužíváme.

**Fáze postprodukce. Většinou výkonný producent projekt opouští a máte někoho, kdo koordinuje postprodukcí?**

Když je to jednoduchý projekt, který řekněme vzniká na Československu, tak si to managuju sama. V případě mezinárodní koprodukce, tak musíte připravit strašně moc variant a několik technických věcí na které nemám kapacitu je kontrolovat. V těchto případech se snažím mít managera postprodukce, klidně někoho z asistentů stříhu. Odpovídat na otázky postprodukčního studia atd. To si myslím, že se vyplatí.

**Nesetkala jste se s tím, že se Vám tím pádem v této fázi sesype? Tím, že to delegujete?**

Ne, ve výsledku asistent mi pouze připravuje přehledy a dělá dílčí činnost. Rozhodnutí dělám já. On pouze dodává a sestavuje materiály a dohlíží, aby se na něco nezapomnělo.

**Co distribuční a marketingová strategie? Pracujete na tom v průběhu projektu?**

To by se mělo samozřejmě řešit brzo, a ne vždy to tak prakticky je. Ne vždy na dokument seženete distributora. Dokument jsme si párkrát distribuovali i sami. Najali jsme si někoho jako manažera distribuce. Kolikrát jsme najali i někoho z FAMU koho zajímá distribuce nebo někoho, kdo rozumí hodně i sociálním médiím. Jinak to necháváme na distributorovi, pokud ho máme.

**Vaše projekty směřujete jako festivalovou tvorbu nebo divácké filmy?**

Všechno je spíše artový festivalový film. Moji primární věcí je zajistit každému projektu sales agenta. To jsou lidi, kteří tomu trhu rozumí a vědí co mají dělat. Vy se můžete bavit o propagačních materiálech, ale ve výsledku si to sales agent udělá po svém, on ví, co má dělat. Teď v této době je to otřesné a nikdo nechce nic brát a je rozdíl mezi offlinem a onlinem. Nikdo neví, jak se bude vyvíjet trh. Jako sales agent řešíte, jaký film budete nakupovat. Já například mám teď dokument, který má potenciál na festivalu. Je to ovšem film pouze pro plátno. Takový film vás na počítači bude nudit. Takový snímek by nám na offline festival všichni chtěli vzít, bohužel online festivaly s tímto snímkem absolvovat nechceme.

**Vy tedy sama se nepodílíte kreativně na marketingové a distribuční strategii?**

Já osobně vím, že nemám moc co nabídnout a nerozumím tomu. Takže si to spíš kontroluji a dělám rozhodnutí. U dokumentu si hlídám, že to bude etické a citlivé. Například u podcastu „Pohřešovaná“.

**Kolik máte za sebou celkově projektů?**

To teď nevím, ale tak cca 15.

**Kolik se snažíte dělat projektů naráz jako producent?**

To musí se dobrý producent naučit. Já sama si nejsem jistá, že to umím. Musíte umět fungovat tak, abyste měla projekt ve vývoji, produkci a postprodukci nebo více. Nemělo by Vás to zničit a měl byste fungovat jako firma i jako člověk.

**Chtěla jste někdy projekt ukončit, opustit nebo zrušit?**

To je strašně důležité. I já sama jsem opustila ambiciózní projekt. Někdy si myslíte, že Vás to netěší a je to jen pocit nebo nálada. Ale nakonec je vize autora jiná a nic Vám to nedává. Takže ta dlouholetá cesta by byla utrpení a za mě je jednodušší se rozloučit.

**Čím se odlišujete nebo kde je Vaše know-how?**

To nevím, ale moje síla nebo alespoň si to myslím, tak je odhad na lidi. V tom jsem si už sebejistá. Odhad na autora, co můžou přinést a co ne. Moje specialita je spolupráce s extrémně náročnými filmaři.

**Nerozporuje si to?**

Já ráda dělám s debutantem a musíte si projít náročným procesem. Oni jsou často naivní a je to spousta hádek, než si nastavíte mantinely.

**Něco na závěr?**

Asi už mě nic nenapadá.

Jitka Kotrlová – FrameFilms

### **Děláte primárně dokumentární tvorbu nebo vše?**

Začala jsem hranou tvorbou. Dokumenty se zaobíráme postupem času.

### **Podle čeho si vybíráte projekt, kdy se tím zabývat?**

S Kristýnou Nedvědovou jsem chtěla dělat, protože máme stejný hmat na témata. S Tomášem Elšíkem sdílíme společnou vizi. Lidé, se kterými chci dělat, protože s nimi sdílím představy. S Kristýnou jsem byla zapojena i do kreativního procesu. Tomáš přišel s vlastním tématem. Až když měl hodně natočeno, tak jsme zjistili, co je nosné a rozhodli jsme se, že to má smysl. V tuto chvíli máme s Tomášem další projekt ve vývoji. Máme společné téma vztah příroda a člověk.

Máme v produkci další projekt s Alicí Růžičkovou, se kterým přišla ona sama. Také však lidi i odmítám a to, když nechtějí o projektu diskutovat a bavit se o projektu. Nechceme dělat pouze servisní produkci.

Takže si projekty vybíráte dle blízkého tématu?

Ano, projekty si vybíráme dle společného tématu a vlastního vztahu k problematice.

### **Kdy s projektem postupujete do výroby?**

U dokumentu už se většinou mnoho materiálu točí předem, autor už mnohdy s něčím přijde. V rámci vývoje většinou ještě pročišťujeme tu „myšlenku“ a až po financování to dáváme do finální výroby. U hrané tvorby samozřejmě řešíme nejdříve financování projektu.

### **Co je u Vás nejčastějším zdrojem financí?**

Státní fond je pro nás odrazovým můstkem. Pokud nedělám vyloženě komerční projekt, tak považuji v Čechách Státní fond jako první zdroj financí. Bez něj nemohu žádat o koprodukcí. Respektive šli bychom za ním s čistým štítem, a to není dobré. Jako druhý hlavní zdroj může být televize. Koproducenty většinou se snažíme hledat zahraniční, v Čechách to většinou nemá smysl, protože partner by měl být finanční nebo v rámci věcného plnění to můžou být postprodukční studia.

**Působíte tedy primárně jako producent? Nebo přejímáte i jiné pozice jako vedoucí vývoje?**

V Českém prostředí na to nejsou peníze. Proto přejímáme mnohdy i práci výkonného producenta, protože i ti nemají mnohdy tolik času nebo my financí. Nicméně výkonného producenta se snažím mít vždy.

### **Účastníte se pak ve výrobě natáčení?**

Samozřejmě, a to z několika důvodů. Působí to dobře na tým. Zároveň i já vidím, jak tým funguje a případné problémy. Vzhledem k tomu se mi lépe dělají rozhodnutí a zároveň mě samotnou ten proces zajímá.

### **Jak si rozdělujete práci při výrobě? Co děláte vy a co výkonný producent?**

V ideálním případě by bylo, aby vše zvládl výkonný producent. U menších projektů se zapojuji mnohdy sama a práci si rozdělíme. Občas při dokumentární tvorbě, když víme, že se bude točit například 2,5 roku, tak vzhledem k časovým dispozicím výkonného producenta si to i zařizují sama.

### **O jaké velikosti vašich projektů a štábu se bavíme? Například projekt Sněží?**

Většinou se snažíme mít takový ten střední štáb kolem 25 lidí.

### **Ve Vaší společnosti figurujete tři? Jak to máte rozdělené?**

Jsme tři a každá řešíme svůj projekt. Já osobně vždy mám výkonného producenta, například u projektu Central Bus Station jsem měla výkonného producenta z Izraele. Jelikož tam jsem neměla možnost to řešit. Pak jsme měli studentku z FAMU na produkci, ale tu jsme vyhodili 😊... I potom se nám také střídali výkonní producenti. Nebyli schopní a čekalo se, než něco zařídili. Potom jsme většinu práce delegovali na výkonnou producentku z Izraele.

Vždy bereme většinou externistu „fixra“, který je vždy na místě.

### **Oslovujete v Čechách někoho konkrétního, s kým ráda spolupracujete?**

Oslovuji většinou Kristýnu Chalupovou, ale ta není vždy časově k dispozici. Takže v jiném případě hledáme další externisty. Pro delší táhle projekty se to shání hůř. Záleží většinou, jak je časově k dispozici. Často se nám stává, že se v průběhu projektu změní.

**Požadujete, aby byl výkonný producent vždy na natáčení?**

U hraných věcí určitě. U dokumentů to mnohdy není třeba, protože samozřejmě režisér s kameramanem mohou jet pouze za protagonistou na rozhovor.

**Jak si to z pozice producenta hlídáte? Kontrolujete projekt? Pravidelné schůzky?**

Minimálně každý den se bavíme, případně pokud se potkáváme v kanceláři, tak je to jednodušší. V komunikaci na dálku to řešíme pomocí denních zpráv. V případě projektů sněží jsem i kolikrát sama zaskakovala i v produkčním týmu.

**Do postprodukce posíláte projekt sama nebo necháváte stále na výkonném producentu?**

Záleží na časových dispozicích, ale mnohdy výkonný producent nedělá postprodukcí, ale pouze práci při výrobě. Během postprodukce stejně chodím koukat na kontrolní projekce. Účastním se tedy procesu spíše osobně. Stejně v případě problémů s rozpočtem apod. se informace dostane až ke mně a rozhodnutí je na mně.

**Co se týká štábu? Režiséra si vybíráte, aby Vám byl blízký. Ostatní složky?**

Dávám režisérovi svůj názor na konkrétní lidi. Většinou se mi sám ozývá režisér se scénáristou a hledají někoho do týmu. Pokud přijde režisér s celým svým sestaveným týmem, tak mnohdy narazíme, protože v případě koprodukce se většinou „dealují“ hlavní pozice v týmu. Je to většinou projekt od projektu. Za mě je stěžejní, aby tým spolu komunikoval a šlapal jako hodinky.

**Co se týká produkčního týmu? Necháváte rozhodování na výkonném producentovi?**

V případě zahraniční koprodukce do týmu vůbec nezasahuji. V českém prostředí se snažím, aby mi pomohl výkonný producent.

**Co smlouvy, administrativa, jak to řešíte?**

Smlouvy přejímáme většinou z minulých projektů, případně z asociace producentů přejímáme mustr a řešíme to individuálně. Koprodukce s ČT je stále stejná.

**Zasahujete do honorářů? Máte svůj mustr nebo jaké máte pro toto kritérium?**

Člověk si sestaví rozpočet pro konkrétní profese a záleží to opět na projektu. Mám vlastní pravidla, že nechci, aby některé složky měli více než jiné (*zapomněl jsem se doptat, které*).

Vlastní kapitola jsou herci, tam je to jiné a když nějakého herce tak dáte prostě prachy navíc (*smích :D*)

**Co software a komunikační možnosti?**

Já osobně v Movie Magicu nepracuji, nemám ráda, jak je to celé černé a spotřebovává to mnoho barvy a papíru (:D). Jinak klasický mail a excel/pages. Na data pak Google drive.

**Další nástroje jako trello, slack, dropbox atd.?**

Mám vlastní přednastavené tabulky, šablony, a proto je pro mě jednodušší užívat to. Každý projekt se však dozvíme a naučíme něco nového. U dokumentární tvorby není ani tak velká administrativa a pro jednodušší orientaci mi to vyhovuje. U hraných věcí je to otázka.

**Čím se odlišujete nebo kde si myslíte, že je vaše know-how?**

My, jak jsme spolu tři, tak hodně zasahujeme dramaturgicky do projektů. Jsme rády dramaturgicky velmi aktivní. Já osobně si určitě hledám externího dramaturga. Nebaví mě se s režiséry hádat. To je reálný fakt. V tu chvíli řeším tedy nejenom producentskou stránku, ale i tu obsahovou. Nechci se podepsat pod něčím, co mi nekoresponduje a je to hloupost. Tohle si osobně dost hlídám.

Například je pro mě stěžejní způsob humoru a do toho opravdu zasáhnu. Neznamená, že bych vyhodila tu část, ale důležitá je forma zpracování. Dramaturg nám v tomhle hodně pomáhá, měl by to být takový kamarád a prostředník mezi producentem a režisérem.

**Řešíte už ve vývoji distribuční a marketingovou strategii? Nebo to opomíjíte a necháváte to až na později?**

V případě hraných věcí je to nutné řešit v developmentu. Bez určení cílové skupiny to snad ani nejde. U dokumentu je to trochu jiné a v průběhu výroby zjistíte, co by se dalo udělat a změnit.

**U hrané tvorby s tím pracujete, kdy a jak?**

Určitě ve vývoji. Za televizí se většinou chodí rovnou jako za koproducentem. Televize už dnes moc nekupuje věci. Pak to záleží, jaké si zvolíte cíle s režisérem. Stává se, že přijde režisér, který má ambice, že chce na festivaly. Přijde však s tématem a látkou, která inklinuje spíš jako divácký film. Rozhodnout, že je to tedy naopak divácký film je součástí mojí práce. To by měl dělat snad každý producent.

**Kam zařadit tedy Vaši tvorbu? Spíš festivaly nebo divácké projekty? Jak řešíte marketing?**

Marketing děláme vždy ve vývoji. Když si stanovíme cíl festival, tak to pro mě znamená příprava podkladů, přihlášení na pitching, návštěva fóra. Snažíme se, aby byl něčím exkluzivní.

Nejde objíždět všechny festivaly samozřejmě ani pitchingy. Říct si mám vývoj nebo mám námět a dle toho si vybrat schůzky nebo festival a takhle to nějak sestavit. Ty materiály, které k tomu potřebuju je pro mě ten marketing. Pokud nás někdo vybral, tak to je ten úspěch, že ten projekt není špatný.

**V případě Sněží, který jste dělali s Bontonfilmem, měli jste třeba minimální garanci? Kdy řešíte distribuci?**

První podíl na distribuci je casting. Úplně natvrdo to je strategie číslo jedna. Prostě herci Vám dělají film. Režisérka byla debutantka a v tomto případě tím pádem minimální garance nebyla možná. Do toho nikdo nechtěl jít. Takže jsme dělali po výrobě soukromé projekce. Po projekci tedy Bonton souhlasil. Takže strategie v případě Sněží vlastně nebyla. Každopádně producent by měl na začátku vývoje vědět, kam s tím půjde. Když máte samozřejmě dobrého režiséra atd, tak je to snazší a spousta z producentů má vztah s distributory.

**Kolik máte tedy celkem za sebou projektů?**

.... 4-5 celovečerních. Z toho pouze jeden hraný a převážně dokumentární tvorba. Následně krátkasy ....

Co vaše společnost? Vy jste ji založila. Nicméně jste tam uvedené 3 producentky? Jak pracujete spolu? Komunikujete o projektech nebo každá řešíte svůj?

Určitě spolu komunikujeme a některé projekty řešíme spolu, a i se zastupujeme. U některých naopak, kde je schopný výkonný producent, tak se o něj stará jedna z nás.

**Kolik projektů děláte naráz? Stačí i pouze námět nebo ve fázi vývoje?**

Já osobně mám teďka deset projektů. Celkem jich máme asi dvacet. Někde čekáme opravdu na prvotní vývoj. Někde jsme u konce vývoje. Dva máme v produkci a jeden v distribuci. Máme i třeba hraný projekt celovečerní 1,5 roku ve vývoji a nikam to nevede.

**Neřešíte, že třeba tenhle projekt by bylo dobré opustit? Kde je ta hranice?**

Taky máme projekt, co nám třičtvrtě roku leží. Tam řeším, že sama navrhnu ukončení spolupráce. Třeba se tím naopak věci dají kupředu. U toho, na co se ptáte, tam naopak si říkám, že to stojí za to do toho ten čas investovat. Protože si sedíme. Je to i o tom. Ta lidská stránka hraje velkou roli.

**V průměru děláte tedy kolik projektů zároveň?**

Děláme jich tak 7-8. A snažíme se dělat na jednom projektu třeba dvě. Každá máme svoje.

**Jak jste k tomu přišla?**

Mám vystudovanou filmovou vědu, pak literaturu a následně jsem zkoušela filmovou produkci. Já jsem původně festivalová dramaturgyně a stále to dělám. I industry na Kviffu jsem dělala.

**Něco na závěr?**

Dnes je strašně těžké chytit ty diváky, těch filmů je mnoho...

**Děkuji za rozhovor?**

Taky díky, kdyby cokoliv tak se ozvěte...



Martin Hulovec – Punkfilm

### **Děláte primárně dokumentární tvorbu nebo vše? Nebo máte to alespoň rozdělené ve firmě?**

To jo, máme to rozdělené. Fungujeme vlastně 20 let. Po škole jsme primárně dělali reklamu nebo zakázky. To nám vytvořilo určité zázemí a finanční možnosti. Zahraniční zakázky však dnes stále tvoří cca 70 % objemu práce v tomto odvětví u nás. Je to, ale dáno díky velkému zastoupení různých profesí. Podle mě je trošku hloupé se zaškatulkovat do jednoho odvětví. Je dobré to přibírat postupně.

### **Podle čeho si vybíráte projekt, kdy se tím zabývat?**

V zásadě jsou dvě cesty. Máme námět, který si vymyslíme nebo získáme inspiraci z knihy, či s ním přijde scenárista. Podle toho si pak třeba dohledáváme režiséra. Iniciativa vychází z nás. Druhá možnost je, že sem chodí lidé s konkrétním námětem, scénářem. Když se v tom odvětví pohybujete, tak se ty nápady a projekty rodí v průběhu. My samozřejmě také máme lidi, se kterými se snažíme dělat periodicky. Když ti mají nový nápad, tak většinou přijdou jako první za Vámi. Musí Vás to bavit a musíte si rozumět s tvůrci, protože to je běh na dlouhou trať a tvorba trvá 4-5 let. Snažíme se vždy zohlednit i jestli jsme schopni ten projekt dostatečně posunout jako Punkfilm. Například: loutkový film bychom asi přenechali zkušenějším produkcím.

### **Vás konkrétně si mohu zařadit jako producenta nebo výkonného producenta?**

Já už jsem určitě producent. Do té výkonné složky se snažím míchat co nejméně. Ono to samozřejmě ne vždy jde. Jsme stále v úzkém kontaktu s tím výkonným producentem. Ale nemám kapacity na to dělat ty výkony. V podstatě ty výstupy dělá primárně on a já je často komentuji. Hodně vstupuju do scénáře. To je ryze producentská práce. Hlavně vzhledem k tomu, že třeba potřebujeme se vejít do 20 natáčecích dní apod.

### **Kdy s projektem postupujete do výroby?**

My preferujeme dlouhodobý vývoj, což trvá cca těch 4-5 let. Většinou jdete na grant a žádáte o development nebo tvorbu literárního scénáře. Následuje potom dlouhý development. Dělá se k tomu rozbor a trvá to minimálně rok. Když development úspěšně zafinancujeme, tak začíná práce s financováním celého zbytku filmu. To je nejtěžší moment ve Vašem životě jako producenta. Zvláště tady v českých podmínkách se Vám asi nestane, že máte 100 % financí. Vy musíte zjistit, kdy je ještě ten moment, než vydáte zelenou. Pak začíná utrácet opravdu velké množství peněz. Zase ovšem nemůže čekat na těch 100 %, protože by se projekt rozpadl. U nás to mnohdy bývá tedy ukazatel, že máme cca 80 %. A pak hrají roli zkušenosti.

**Co je u Vás nejčastějším zdrojem financí?**

Začíná to státním fondem kinematografie, pak další je broadcaster neboli vysílatel, u nás tedy televizi. Dalším prvkem je distributor.

**Takže využíváte minimální garanci?**

Určitě, ale na druhou stranu je krátkozraké, co dělá spousta producentů, že se snaží o co největší minimální garanci a pak chybí peníze do kampaně. Distributor většinou má součet, například v průměru 2-4 miliony. A někdo chce 3 miliony jako minimální garanci na projekt a pak zbývá pouze 1 milion na kampaň, tak je to chyba, protože pak na ten film nemusí nikdo přijít.

Dále pak zkoušíte jako zdroj koprodukcí. Má to své plus i minus. Prodlužuje to tu tvorbu. Musí se vytvořit plán, jazyk může být bariérou a je tam mnoho dalších otázek. Otvírá Vám to nové možnosti, trh a máte nový zdroj financí. Je to velmi komplikované, a ne každý film je vhodný pro koprodukcí.

Pobídky od státního fondu kinematografie jsou stěžejní. Na každý film se snažíte mít komerční partnery a snažíte se, aby to pro ně nebyl čistě jen sponzoring, ale i výhodné partnerství. Je potřeba ale opatrně. Mnohdy to může zvednout velkou vlnu nevole a nejsou to většinou až zase tak zásadní peníze.

Vždy se to tak nějak poskládá. Distribuce je vždy velká neznámá. A mnoho producentů už se spálilo.

**Berete do developmentu dramaturga nebo se spoléháte na vlastní „pocity“?**

Většinou je tam dramaturg nebo kreativní producent od koproducenta nebo televize. Já většinou vždy přizvu i externího dramaturga. Je to určitě fajn a je potřeba vybírat lidi, kteří nemají tvůrčí ambice a drželi čistě tu dramaturgii. Když je dobrý dramaturg, tak pak je to radost.

**Účastníte se pak ve výrobě natáčení?**

Když už pak začne natáčení, tak já se snažím na ten plac tolik nechodit. Ale pozor je to případ od případu, kolega Ondra naopak na ten plac chodí rád. Já tam samozřejmě chodím také, ale pouze v případech, kdy je to nutné. Když je atmosféra dobrá, všechno funguje, tak se snažím dělat další práci. První den se účastním vždy. Je dobré tam samozřejmě se občas objevit, aby vás ty lidi viděli.

**Jak si rozdělujete práci při výrobě? Co děláte vy a co výkonný producent?**

Snažím se na něj delegovat samozřejmě co nejvíce. Praktický chod a změny v plánu rozhoduje samostatně. Samozřejmě, když by se začal vytvářet úplně jiný film, tak je potřeba, aby se to hned začalo řešit. Rozpočet je předem odsouhlasený, a tak je tím pádem plně v jeho kompetenci. A pak je nutné pouze hlídat, jestli se někde časově *nepřetéká*. A samozřejmě, když by tam byla zásadní změna za milion, tak to musím vědět a řešit já. V rámci toho plánu jakékoliv změny +/- 10 % jsou v jeho kompetenci.

**O jaké velikosti vašich projektů a štábu se bavíme?**

Člověk by si rád zkusil i velké filmy a zatím jsme dělali jen servis. Velký český film zatím takový nebyl. Je to dáno i tím, že průměrný český film má rozpočet kolem 30 milionů. I na tyto projekty se i tak těžko shání peníze.

**Co se týká režiséra?**

Je to individuální projekt od projektu. Nebo, když vidíme hezký film, tak si pak s tvůrcem dáme schůzku.

**Vás je ve firmě 8 nebo 9. Kdo z vás je producent, kdo z vás je výkonný producent?**

Máme 2 producenty na film a 3 na reklamu. Pak máme ještě interní 2 výkonné producenty. Samozřejmě bereme externistu, když je potřeba. Děláme projekty i ve dvojicích.

**Jak si to z pozice producenta hlídáte? Kontrolujete projekt? Pravidelné schůzky?**

Minimálně jednou denně jsem v kontaktu aspoň telefonicky, ale denní zprávy atd. to dělá výkonný producent.

**Co se týká produkčního týmu? Necháváte rozhodování na výkonném producentovi?**

Primárně s nimi musí být výkonný producent a další vedoucí pozice většinou konzultujeme. Snaha je si vyjít vstříc s výkonným producentem a režisérem.

**Co smlouvy, administrativa, jak to řešíte?**

Většinu řeší výkonný producent. Já řeším koproducenty režisérskou smlouvu a hlavní herce.

**Zasahujete do honorářů? Máte svůj mustr nebo jaké máte pro toto kritérium?**

Existuje zde určitý úzus, kterého se stejně držíte. Určitě to většinou konzultujeme a hlídáme si, aby ty hlavní profese měli tolik a tolik a proč.

**Co herci? Herec dělá film.**

Ten casting Vám ovlivňuje i tu volbu koproducenta a získává mnohem více věcí. Většinou se o tom bavíme s režisérem a pak si dáváme mantinely, že na tuto roli je potřeba tne a ten herec. Jste producent a je potřeba být v souladu s tím výběrem

**Co software a komunikační možnosti?**

Já jsem osobně ten offlinovej. Je mi dvačtyřicet a k mé osobní práci stačí telefon a v této době ZOOM. Občas napíšu ještě SMSku a klasický email. To je zaběhlé, má to platnost a je nezastupitelný. Co se týká dalších programů, tak pracuju pouze v MS office. Na takovou tu běžnou práci i s rozpočty děláme jen excel. My jsme i zkoušeli pracovat s Movie Magicem. A když pak chcete pracovat v koprodukcí s Movie Magicem, tak s tím musí být komfortní i ti ostatní. Ten program je tak dobrej až blbuvzdornej, že to někdy je na škodu. Jak je tam spousta věcí předem daná a uzamčená, tak se pak těžko opravuje. To je jednodušší a rychlejší v excelu. On má několik kladů, propojení s budgetingem atd. A točit bez velké věci by určitě nešlo. Pro běžný český film bohatě stačí excell. Pracujete pro fond, pro televizi, která Movie Magic vyloženě odmítá. Zakázky na tom ovšem fungují. My jsme v podstatě překloupili strukturu z Movie Magicu do našich excell tabulek ☺. Občas se to samozřejmě rozpadne.

**Další nástroje jako cloud, trello, slack, dropbox atd.?**

Máme vlastní firemní server. Samozřejmě všichni využíváme Google drive a rychlé sdílení tabulek apod. A většina z nás je na dropboxu na to rychlé sdílení. Vy se smějete, ale před 20 lety se tu ještě posílali faxy apod. A není to vlastně ještě tak dávno.

**Co se týká postprodukce? Necháváte to na výkonném producentovi.**

Výkonný producent do určitého bodu zůstává. Výkonný producent je u nás většinou in-house a proto zůstává. V případě externího, to tak většinou není. A když už, tak bychom se domluvili na nějakém paušálu. Nejsme firma, že bychom tu měli post-produkčního manažera. Pro mě jako producenta je to náročné, protože řešíte kampaň. Na které fakt makáte. Pro mě osobně jsou náročné přípravy a čas před premiérou. Kampaně si dělám sám jako producent.

Kreativně se hodně vyjadřuji k hudbě, barevnému míchání. Strih je opravdu kreativní, aby se z filmu A nestal film B.

**Řešíte už ve vývoji distribuční a marketingovou strategii? Nebo to opomíjíte a necháváte to až na později?**

Určitě to řešíme na začátku, on to vyžaduje i fond. Začíná to především potvrzením distributora. Je dobré mít PR managera. Řeší se načasování kampaně. Zapojíte do toho partnery. Klasické věci jako billboard a plakát mi ale přijdou, že stále fungují velmi efektivně. Plánuje se premiéra, rozhovory do médií, novinářské projekce atd. Je tam opravdu hodně práce.

**Distributora máte opravdu na začátku?**

Než začnete točit, tak je potřeba mít distributora. Jinak je to opravdu velký punk. My upřednostňujeme dlouhý vývoj. Řešíte už tím pádem projekty i s distributorem. My děláme často s Falconem a Bontonem?

**Kolik projektů děláte naráz a máte za sebou?**

V tuto chvíli já osobně mám 1 premiéra, 2 natáčení paralelně, ve vývoji je těch projektů vždy výrazně víc. Třeba cca 5. A pak cca dalších 5 jsou někde ve víru. A to si myslím, že je opravdu maximum, co jako producent jsem schopný zvládnout.

**Stalo se Vám, že jste někdy projekt museli ukončit nebo opustit?**

Ne, ale samozřejmě v developmentu se utnulo několik projektů. My samozřejmě to děláme taky a je to dobře. Ve světě je to standard. Český producent dle studie SFK je zabezpečenej a má nutkání to dokončit a mnohdy za to zaplatí.

**Co je takové Vaše know-how? Čím se odlišujete?**

Já nevím, to je těžké definovat. Já si myslím, že se nelišíme, ale spíš se snažíme. Určitě vás to musí živit, bavit a flákat. To je ten osobní rozměr. Profesně se snažíme udržovat nějaký kredit a nedělat podrazy a snažit se držet linii. Mít dobré spolupracovníky a ty se pak následně rádi vracejí. Zkrátka dělat to pozitivně.

**Něco na závěr?**

Držím Vám palce. Práce je náročná a ti, co to nedělají tak to nepochopí.

Jan Macola – Producent Mimesis

Jan Macola působí jako producent ve společnosti Mimesis, působí jako producent ve společnosti Mimesis, projekty si vybírá především podle autora nebo režiséra. Mezi další kritéria patří téma, financování a festivalový či distribuční potenciál. Na většinu hraných projektů najímá externí Vendy Fenclovou.

Jako producent projekt řídí pravidelnými schůzkami s výkonnou producentkou Vendy, kontrolování termínů, hlídá veškerou agendu. Na natáčení se snaží být, co nejvíce přítomen. Toto v roli producenta není úplně obvyklé. Ze Software používá nejvíce mail, excel, Gdrive, Dropbox a Movie Magic Scheduling.

Software používající v Mimesis – emaily, Excel, Google Drive, Dropbox, Moviemagic Scheduling

Daria Špačková – výkonný producent Lucky Man Films

Daria pracuje jako výkonný producent ve společnosti LuckyMan Films. Vzhledem k dlouhodobé spolupráci ve firmě neřeší téma projektu a autor je většinou David Ondříček, který působí jako producent a režisér zároveň. Jako hlavní možnosti financování Daria zmínila Státní fond Kinematografie, koproducenty, Českou televizi a vlastní finance společnosti. Dramaturg je součástí na všech projektech. Ona jako výkonný producent se podílí na přípravě rozpočtu a smluv. Smlouvy používají dle šablon od právníků a ty se následně upravují na míru. Jako výkonný producent nefiguruje v přípravách marketingové a distribuční strategie. Do výroby s projekty ve společnosti postupují individuálně, záleží na zkušenostech producenta a potenciálu projektu se uplatnit v komerční sféře.

Při výrobě se Daria vždy účastní natáčení po celou dobu, pokud to okolnosti dovolí. Denní reporty a zprávy jsou zásadní především v případě koproducentů nebo spolupráce s Českou televizí. Tvorba štábu závisí na kooperaci režiséra, kameramana a výkonného producenta. Je to dáno tím, že režisér je zvyklý spolupracovat s konkrétním kameramanem a pomocným režisérem.

Komunikace probíhá standardní formou přes telefon a emaily, jako software používají ve společnosti Movie magic scheduling i budgeting, zároveň je však potřeba používat i MS Office. Dále jako úložiště používají Dropbox, Google drive a další. Pro komunikaci se zahraničními koproducenty je ještě častý Skype.

Postprodukcí jsme z časových důvodů, a i vzhledem k prvnímu rozhovoru neřešili do detailů, a tak není v této části zmíněna.

Martina Stránská – freelance executive producer/production manager

Já funguji jako výkonný producent a vedoucí natáčení. K tomu se dostaneme, ono se to na tom českém trhu dost slévá

26.1.2020 Martina Stránská působí posledních 5 let v 90 % případů jako výkonný producent.

### **Jak se dostáváte ke své práci?**

Působím na volné noze a nechávám se najímat jako produkční.

### **A máte někoho, s kým spolupracujete často?**

Hodně dlouho jsem teď působila ve spolupráci s Evolution films a LuckyMan films.

### **Za Vámi tedy přijde producent s určitým projektem a případně rozpočtem kolik na to má?**

Tak nějak, já se na to většinou podívám, spočítám si to pro sebe a řeknu za tolik to jde nebo nejde.

### **Pracujete na něčem třeba měsíc nebo dva, řešíte, že to nemusí vyjít?**

To je prostě to riziko. Ale snažím se nejít do projektů, který nejsou zafinancované. Nechci dělat něco, co možná někdy bude.

### **Často se stává, že producent má třeba pouze 80 %, protože je nereálné mít 100%?**

Já to mám s každým producentem jinak. Většinou mě nechají nakouknout do svých čísel a já vím, že třeba opravdu některá čísla nemůžu přesáhnout. A tím se i navzájem hlídáme. Také jsem pracovala s producentem, který mi nikdy neřekl kolik na to mám peněz. Já mu odevzdala několik verzí rozpočtu a on mi vždy pouze řekl, že se tam tak nějak vejde. To bylo náročné.

### **Jak řešíte svoji odměnu jako freelancer?**

Já si vždy domluví předem danou částku, než na tom začnu pracovat. Já jsem udělala rozhodnutí loni, že chci většinou mít podobně na tom projektu jako kameraman apod. I tak se samozřejmě může stát, že projekt trval 7 měsíců a pak to bylo nerentabilní. Snažím se tedy dodržovat to, že požaduji stejný fixní honorář jako ostatní členové, kteří ho mají. Já jako výkonný producent nemohu jít na ty denní sazby, to mi v českých podmínkách nikdo nezplatí. Ono v poslední době šly všechny honoráře nahoru, a proto se snažím, aby to odpovídalo i v produkčních složkách.



**Děláte i zakázky?**

Ano, dělám. Tam jsou ty rozpočty o polovinu jinde a honoráře jsou cca o třetinu větší.

**Jak je to, co se týká obhlídek?**

Já se většinou ohlídek účastním všech. Neposílám za sebe nikoho. Mám pak lepší přehled, kde je jaké zázemí, kde je zapotřebí jaká technika.

**Co se týká štábu? Máte vy konkrétní lidi hlavně především z produkční složky?**

Co se týká produkčních, tak jsou tak jeden nebo dva a s nimi se snažím dělat víceméně všechno. Snažím se skládat většinou ten štáb s producentem a režisérem.

**Co se týká honorářů?**

To je vždy složité. Ty lidi musíte zaplatit. A například osvětlovači teď udělali jakousi dohodu, že mají svoje sazby a přes to nejede vlak. Je potřeba si to ale hlídat s rozpočtem. Protože i 200 korun na den na osobu Vám u jedné složky může udělat něco s čím nepočítáte.

**Smlouvy řešíte s produkcemi, které mají vlastní šablony?**

Ano, většinou přejímám smlouvy od producenta a většinou já je osobně moc nedělám, nechávám to na producentovi.

**A máte všechny smlouvy před natáčením uzavřené?**

*(smích)* Vůbec. S herci to většinou děláme první natáčecí den. Nebo mají agenta, kde je to jednodušší a že se to pak dělá ex post, tak to nevadí. U lokací atp. to ale máme vždy dostatečně předem. To se nesmí stát, že Vám vypadne lokace. Smlouvy o lokaci Vám většinou vyřeší lokační. Já osobně se snažím ale nepoužívat lokační manažery, protože z vlastní zkušenosti na ně není spoleh. Mnohdy mi s tím, ale pomůže architekt, protože on má o lokacích většinou představu.

**Co komunikace? Maily, google drive atd.?**

Já moc nekamarádím s google drivem, dávám přednost dropboxu. Pokud komunikujeme smlouvy a rozpočty, tak to všechno řešíme po mailu a necháváme si to pro sebe, aby se to náhodou nedostalo omylem do špatných rukou. A samozřejmě volání.

**Denní zprávy a reportiny? Protože ne každý producent je denně na place. Vy tam jste denně?**

Já jsem většinou na place denně. Když nejsem, tak je to lokace, kde je ten štáb déle a není to potřeba. Buď já nebo vedoucí natáčení dělá denní zprávu. A všechny musí být vždy do konce týdne. Je to i kvůli státnímu fondu.

**Na různé změny máte v rozpočtu rezervu, vedete si změny živě?**

Ano, většinou se snažím si dělat každý den cost report, abych věděla, jak na tom jsem. Snažím se to upravovat denně vůči rozpočtu.

**Používáte na to Movie Magic nebo MS office?**

Já na všechno používám MS office, Movie Magic nepoužívám.

**Ani na zakázkách?**

Tam to dělám, ale jakmile se rozpočet na zakázce zamkne, tak stejně pak při aktuální situaci to děláte v excelu.

**Složení produkčního týmu je u vás jaké?**

Český projekt umožňuje většinou vedoucího natáčení, produkčního a asistenta produkce, pokud budget dovolí.

**Nějaké vlastní know-how nebo workflow čím se odlišujete?**

Já chci, aby lidé pracovali hodně a jsem na ně tvrdá. Spoléhám na to, že všichni vědí, co mají dělat. Pokud to zvládají, ať si to dělají dle svých časových možností. Vždy chci, aby věci byly hotové.

**Vaše hlavní funkce? Jak to máte rozdělené v produkčním týmu.**

Hlídám především rozpočet, řeším dlouhodobější principiální věci (lokace jsou připravené). Vedoucí natáčení, ať si hlídá plac, aby vše bylo dle dispozic a vše fungovalo. V ideálním případě má s sebou toho produkčního, který je na place a pomáhá s ubytováním a transportem atd.

**Plánujete pracovat jako producent v budoucnu?**

Já jsem s tím i šla na FAMU a nenašla jsem zatím tu látku, kterou bych chtěla natočit. Tady se s prominutím totiž točí převážně samé.....

### Aleš Týbl - výkonný producent na volné noze

Z rozhovoru s Alešem Týblem jsem vytvořil pouze stručný obsah vzhledem k jeho délce a několika úsekům, které není možné prezentovat v této práci.

Působí jako výkonný producent na volné noze. Téma pro něj není zásadní, protože několik projektů dělal i jen jako práci. Naopak je pro něj velmi důležité, s kým spolupracuje, a to nejen na pozici producenta a režie. Aleš Týbl je zkušený rozpočtář, jak sám s nadsázkou v rozhovoru řekl – jeden z nejlepších v Čechách. Spoluzakládal společnost ETAMP, kde působil dlouho jako výkonný producent za zahraničních zakázek. Zdroj financí jako výkonný producent neřeší, naopak je producenty ceněný, že operuje s přiděleným rozpočtem a dle něj staví aproximativní kalkulaci jednotlivých položek. Je tedy většinou součástí developementu a příprav projektů.

Pokud to situace dovolí, tak je po celou dobu na natáčení přítomen a reaguje na vzniklé situace, musí mít produkční tým dle svých představ, ideálně tedy vedoucího produkce (často někdo z řad jeho bývalých studentů), následně vedoucího natáčení (dělá denní dispozice a transport, podklady pro denní zprávy) a produkčního na place. Nezasahuje většinou do dalších pozic štábu. Dělá 2-3 projekty ročně, vybudoval si stabilní tým a okruh spolupracovníků. Dle jeho názoru by se producent měl jezdit dívat na natáčení. Prezentovat médiím hladký průběh natáčení a důležité momenty pro budoucí distribuci a marketing. Komunikuje s producentem většinou denně, záleží na projektu. Pokud samozřejmě vše běží hladce, tak není potřeba denně komunikovat s producentem po telefonu. Velikost štábu je většinou kolem 30-40 lidí. Denní zprávy a dispozice samozřejmě deleguje v produkčním týmu.

Používá většinu softwaru, není iniciátor, ale přizpůsobí se. Používá Movie Magic, MS office, Cloudové služby, a i když to nesouvisí se softwarem, tak nemá rád na natáčení používání sociálních sítí.

Do postprodukce Aleš Týbl nezasahuje a nefiguruje v ní na žádné pozici.

Know-how Aleše Týbla je jeho individuální přístup ke každému projektu a snaha nastavení systému každému projektu na míru. Zároveň rád objevuje nové možnosti u každého natáčení.

Veronika Kührová – producent Analog Vision

### **Dle čeho si vybíráte projekt?**

Točíte vlastní náměty nebo berete nápady od jiných autorů

Za ta léta nabídky chodí stále, ale většinu projektů iniciujeme z naší strany, protože máme mnoho nápadů a nestíháme to. My si vybíráme projekty z venku také na základě kvality textů a materiálů, co nám zašlou.

### **Používáte dramaturga v developmentu?**

Ano, určitě. Já osobně sama působím také jako dramaturg, ale ke každému projektu máme dramaturga zvlášť. S dramaturgem následně konzultuju, jak ta spolupráce funguje. Díky tomu máte nový pohled na tu spolupráci. Dramaturg Vám takhle řekne rovnou, jestli tam ten přínos a potenciál je. Ne nadarmo se říká, že dramaturg je takový doktor pro scénáře.

### **Kdy si řeknete, že už ten projekt za to stojí a jdete do výroby?**

Já to musím rozdělit na dokumenty a tu hranou tvorbu. U dokumentu musíte mít ten treatment a už nějaký materiál a stanou se různé situace a pak teprve jdete za producentem. Dokument navíc většinou vzniká až ve střižně. U dokumentu si tedy dle dosavadních materiálů a zhodnocení tématu řekneme, ano pojďme to zkusit zažádat na státní fond kinematografie

U hrané tvorby tak je to složitější. Tam čekáte na nejlepší verzi scénáře. A řešíte financování pomocí grantů. My navíc neděláme komerční filmy a my potřebujeme státní fond kinematografie.

### **Nejčastější zdroj financí je u Vás teda jaký?**

Státní fond kinematografie, pak jsme úspěšní u nadačního fondu ve Zlíně a také Česká televize. Crowdfunding neděláme, to se nám nevyplatí. Pak se snažíme o různé investory, které bereme jako čistý sponzoring. A pak samozřejmě koprodukce zahraniční. U nás těch možností moc není.

### **Jaké máte tedy vy rozpočty?**

U dokumentů máme rozpočet kolem 4-6 milionů. U hrané tvorby maximálně 20 milionů, vyšší rozpočet bychom asi v tuto chvíli nezafinancovali. Je to těžké s tím pracovat, většinou se musí osekávat naše honoráře a pracovat třeba s podílem na případném zisku.

### **Máte výkonného producenta? Nebo si to děláte sami?**

My si to děláme celé sami. Nevěříme nikomu, že to udělá správně. Protože ve výsledku si to stejně musím zkontrolovat. Většinou si to děláme na kříž s kolegou. Maximálně si občas najímáme člověka na místo natáčení.

### **A u té hrané tvorby celovečerní?**

Tam si to také chci dělat sama. Kolega Michal, ten pak bude mít na starost post-produkci.

### **Neplánovala jste naopak ušetřit ten čas a finance tím, že si najmete toho výkonného producenta a pak byste měla čas na něco jiného?**

Já bohužel zatím neměla zkušenost spolupracovat s někým, kdo by odvedl tu práci dobře, abych tím nemusela trávit čas. Pro nás je v tuhle chvíli důležité mít někoho funkčního na

place. Kdo bude hlídat, že osvětlovači nepřetahují atd. Finance si zatím řešíme sami. My hlavně nemáme v tuto chvíli v těch rozpočtech ty finance na výkonného producenta.

**Jak komunikujete tedy, když to na někoho delegujete v rámci třeba zmíněného zahraničního natáčení?**

Většinou si voláme a posíláme si fotky, hodnotíme přínos a jede se dál. Dnes už se dá posílat i rychle materiál atp.

**Vybíráte si režiséra nebo je to u Vás většinou tak, že autor scénáře je rovnou režisér?**

U nás to bylo tak zatím vždy, že autor scénáře je rovnou režisér. V tuto chvíli máme například rozepsaný scénář seriálu a tam tedy hledáme, kdo to celé bude režírovat.

**Co software, používáte movie magic nebo na Vaše projekty stačí MS office?**

My zatím používáme jenom v Excelu. Uvažujeme o tom na tom celovečerním projektu v koprodukcí. Stejně Vám všichni posílají rozpočty v jejich tabulkách, protože to všichni potřebují pro ty konkrétní fondy. A jestli pak pomocný režisér dělá natáčecí plán v Movie Magicu, tak to nám nevadí.

Jinak my používáme OneDrive sdílený s kolegou Michalem a na tom fungujeme a pak Google Drive samozřejmě, protože ho používají ostatní.

**Komunikační platformy používáte?**

WhatsApp a Signal používáme. Jinak nic speciálního nepoužíváme, na tohle je spíš kolega, který se vždy snaží něco najít na používání.

**Jak dál v postprodukcí? Pochopil jsem, že head of postproduction tedy dělá kolega Michal?**

Ano, dělá to většinou on. A celkově spoustu věcí u postprodukcí si děláme sami. Například trailery atd. si občas děláme sami nebo najímáme externí střihače.

**Co distribuce, festivaly? Spolupracujete s někým nebo si to děláte sami?**

To si všechno děláme sami, naše zkušenosti se sales agenty jsou tristní. Připravujeme si to sami a máme externí spolupracovníci, které něco připravíme a ona to pak dotáhne. To stejné s distributory. Kolega dokonce vymyslel nové jméno pro naši pozici „distribuent“.

**Co marketing? Také si ho děláte sami?**

My samozřejmě najímáme PR agenturu, která nám pomáhá oslovovat deníky, média. Tiskovou zprávu a další materiály jim stejně připravujete a opět je kontrolujete.

Obecně je zde problém s distribucí a marketingem. V tom vidím zásadní nedostatek v českém audiovizuálním průmyslu. Zatím si to tak nějak děláme sami, a i proto si i s našimi malými zkušenostmi otevíráme vlastní distribuční společnost.

**Co je vaše know-how?**

Já si osobně myslím, že mám velkou znalost mezinárodního trhu. My se s kolegou účastníme vzdělávacích workshopů a platform. Dále také objíždíme zahraniční festivaly a pozorujeme, co se „venku děje“. Snažíme se inspirovat a potkávat lidi. Ze zahraničí jsme právě si přivezli i povědomí o koprodukcích a financování a distribuci na mezinárodním poli.

Tomáš Magnusek

**Podle čeho Vy si tedy vybíráte svůj projekt?**

Každý týden mi pošlou 3-4 lidé scénář s prosbou o pomoc. Je to velmi složité, buď to čtu já nebo kolegyně. Společně řešíme, jak se nám to líbí. Já sám mám rozjeto několik námětů a témat několik. Témata jsou pořád nějaká.

**Ve fázi developmentu najímáte dramaturga?**

Teď už ano. Dříve jsem to také opomíjel. Dramaturgie je to nejdůležitější, je opravdu hrozně důležitá.

**Kde je hranice kdy postoupíte s projektem do výroby?**

Já jsem o filmu začal mluvit, až když jsem věděl, že na něj mám peníze. Takhle to není. Já nejdřív dávám peníze do scénáře a dramaturgie. Když vidím, že to má smysl, pak začnu shánět peníze a teprve potom to spustíme. Já jsem v tomhle opravdu „pankáč“, dělám to jinak než většina kolegů producentů.

**Sám se považujete za producenta a režiséra?**

Nevím, upřímně spíš za takového filmového podnikatele, abych neurazil kolegy producenty.

**V preprodukcii necháváte už práci na výkonném producentovi?**

Ne, já pokud to režíruju, tak to většinou musím vidět. Mě to ale osobně i baví a chci to vidět a být u toho. Jinak tam vždy jede výkonný producent, lokační a pak já s kameramanem.

**Když si tedy projekt režírujete, vybíráte si kameramana a další spolupracovníky?**

U mě je to specifické. Když to nerežírui, tak do toho nezasahuji.

**Nadále už ale budete mít výkonného producenta?**

Ano, už jsem se poučil a nechci mít nervy, když někdo nemá na kofolu apod. To je opravdu dobře, když to dělá někdo za Vás.

**Jak si rozdělujete práci s výkonným producentem?**

Já většinou sháním partnery, finance a pak si stejně vždy kontroluji každý den natáčení a chodím se na to dívat, jak to funguje.

Pokud si film režírui, tak je to jasné. Mě stejně nejvíce baví to hraní, takže ve filmech i hraju a pak jsem na natáčení každý den.

Byť mám režirování nejmíň rád, tak v případě kritiky můžete být pak naštvaný jen sám na sebe.

**Figurujete jen jako producent? Jak chcete komunikovat?**

Já bych nechtěl jít do něčeho jako producent, kdybych v tom nehrál. Když tam nejsem, tak mě nejvíce zajímají denní práce, co nejlepšího se ten den natočilo.

**Magnus film už nefunguje je to tak?**

Ano, vše je už na mě jako na fyzickou osobu.

**Nezvažoval jste založit si firmu nebo působit ve dvou?**

Ne, vůbec. To potřebujete, pokud nemáte dostatek peněz.

**Smlouvy a administrativu řeší kdo?**

Vždy to dělají právníci, ale snažíme se používat mustry.

**Honoráře, zasahujete do nich?**

Já vždy dávám návrh, je několik aspektů, co na to má vliv. A následně to dáme ven.

**Herce oslovujete vy?**

Když režíruju a s tím člověkem jsem nikdy nedělal, tak ano. Pokud už se známe, tak to nechávám na výkonném producentovi.

**Jak velké jsou štáby u Vás?**

20-25 lidí

**Co software? Používáte moderní možnosti nebo jste konzervativní a stačí vám Excel, email a telefon, co cloudové úložiště nebo Movie magic?**

Cloudové úložiště určitě, Movie magic ne a pak Excelové tabulky jak penzisté. Z cloudového úložiště používáme OneDrive a Dropbox.

**Děláte více projektů najednou nebo jsem pochopil, že řešíte vždy jen jeden projekt?**

Takhle jeden se vždy píše, jeden je ve výrobě a jeden v distribuci. Ideální řešení.

**Postprodukce? Máte head of postproduction? Zasahoval jste do ní?**

Ano, to jsem měl vždy. Postprodukce mě vůbec nebaví.

**Nepřijde Vám to špatně? Ve střížně ten film také vzniká?**

Samozřejmě, ono 70 % filmu dělá i hudba. Já vím, že si to nikdo nemyslí. Ale to je klíčové. Mě to nebaví, ale samozřejmě tam u toho jsem.

**V postprodukci najímáte také dramaturga?**

Ten je tam vždy celou dobu. A bereme stejné lidi jako při developmentu. Dramaturg by měl s Vámi jezdit po projekcích a stát za dveřmi, jako to dělal Hitchcock a vědět, kdy lidi budou brečet nebo se smát.

**Distribuční a marketingová strategie, řešíte ji už v developmentu?**

Já jsem fakt v tomhle jiný. Já natočím film a nevím, jestli ho vezmou kina nebo televize. Teď bere moje filmy Netflix a předem to neřeším. Já si chci natočit film a natočím ho. I když asi už to budu taky muset řešit předem.

**Vy si tedy platíte film sám?**

No, jasně. Já si chci natočit film, já jsem si zvolil téma. Tak proč by stát jako fond kinematografie měl plnit moje sny. Jo, když to bude film silný, historický. Ale když to jsou Bastardi, tak to je můj film a moje zodpovědnost.

**To chápu, ale někde jste musel začít.**

Já jsem se hrozně zadlužil, ale přišel můj druhý film Bastardi a ten to naštěstí vše zaplatil. Musíte vždycky trochu zariskovat a mít štěstí. Já jsem byl samozřejmě takový egoista, že to vše zvládnou bez školy atd. To byly moje chyby. Já natočil něco, co je špatně a pořád na mě někteří koukají skrz prsty. Já se vždy snažím, abych sehnal partnery, kteří ten film se mnou zafinancují a pak se modlím, aby se ten film zaplatil a něco pak i vydělal. Následně pak se



snažím, aby se mnou partneři šli i do dalšího filmu. To, jestli film bude úspěšný, to nikdy nevíte.

**Marketing a distribuci ale musíte dělat.**

Vždy mám PR manažera, který si to celé řídí. Mediální partnery atd. to samozřejmě máme.

**Používáte někdy sales agenty nebo jak se pak snažíte tedy film prodat?**

Tohle upřímně nestíhám a mám na to pár přátel, co mi s tím pomáhají.

**Kolik projektů teď děláte naráz?**

Teď děláme jeden online projekt, následně se snažíme distribuovat film Stáří není pro sraby. A Bastardi 4: Reparát. To je takový můj reparát za ty 3 díly.

**Stalo se Vám někdy, že jste ten projekt museli ukončit?**

Ne, vždycky to chci dokončit.

**Co si myslíte, že je Vaše know-how? Čím se odlišujete?**

Já točím prostě jinak. Dělán to celé jinak a hlavně ekonomicky. Snažím se, aby film byl zaplacený dopředu, snažím se, aby se neutrácelo zbytečně, tam kde se nemá. Postupem času financuji lidi, kteří si myslím, že si to zaslouží. Dělat to úsporně. Za to jsem nenáviděný. Klíčová je příprava. Příprava je polovina práce.

Viktor Mayer – Výkonný producent

### **Specializuješ se na hranou tvorbu nebo co je tvou doménou?**

Já jsem dělal všechno možné, co v téhle zemi vůbec vzniklo. V posledních letech dělám už jenom hranou tvorbu.

### **A podle čeho si projekty vybíráš?**

Já myslím, že ta otázka je širší. Je to nejenom o tom, co se ti líbí a co jsi dělal, ale spíše o tom, co jsi nedělal a chtěl bys zkusit dělat. Každý film je solitér a vyžaduje svůj přístup. Ještě závisí na látce. Zda je to film pro diváky nebo umělecky náročný projekt. S tím souvisí samozřejmě i doba. Dobové filmy jsou náročné, ale já osobně kdybych si mohl vybrat, tak bych dělal jenom ty dobovky. Dnes je už problém udělat 50. léta.

### **Ty se tedy považuješ za producenta nebo výkonného producenta?**

Já se považuji spíš za výkonného producenta, protože vím, kolik úsilí to dá sehnat ty peníze na ten projekt, a hlavně umět se rozhodnout o tom, že ten projekt pošlu do té realizace teprve tehdy, když mám všechny ty prostředky, který na tu výrobu potřebuju. To je dnes nejdůležitější rozhodnutí. Znáám mnoho lidí, kteří si myslí, že mají 3-4 milion korun a za tyto prostředky ten celovečerní film rozhodně nevyrobíš. Pak jsou ty konce, že se po 5-6 natáčecích dnech celý film zastaví.

### **Je potřeba tedy mít 100% financování před posunutím projektu do výroby?**

Peníze na postprodukcí například není nutné, pokud to tedy není trikový film. Film by do výroby neměl jít, pokud nejsou prostředky složené na kontě toho producenta.

### **S kým spolupracuješ nejčastěji?**

Je to okruh režisérů, se kterými pracuju rád – Milan Cieszlar, Petr Nikolajev, Biser Arichtěv.

### **A co producenti?**

Ta česká filmařská obec je dnes strašně malá a ať chceš nebo nechceš, tak narazíš na stejné osoby. Je to nepodstatné, kdo je producentem. Podstatné je, aby každý producent pracoval s projektem tak, že pustí do výroby zafinancovaný projekt.

### **Kde je ta fáze, že za tebou přijde ten producent? V developmentu?**

To je různý. Já většinou přijdu, když už se ví, že se to v českých podmínkách natočit dá nebo je tam i mezinárodní koprodukce a pak přistupuju i ve vývoji.

### **Při děláni rozpočtů, co je nejčastější zdroj rozpočtu?**

Pojďme se podívat na český nezávislý film. Zdroje vychází z možností státu. Mám možnost žádat o podporu Státního fondu kinematografie a o pobídky filmového průmyslu. To jsou dva jediný státní zdroje, které mi mohou v realizaci pomoci. Pak samozřejmě s tím souvisí vstup distributora formou minimální garance. V tu chvíli se z distributora stává koprodukce. Posledním základním zdrojem je samozřejmě televize. K tomu se samozřejmě připojují vlastní zdroje producenta, a to formou vlastního plnění nebo přímé finanční zdroje. V neposlední řadě je to otázka různých forem product placementu, což je v současné době nezanedbatelný zdroj příjmů a případně samozřejmě sponzoring.

**Sponzoring se vybírá předpokládám dle tématu filmu?**

Určitě, já si nedovedu představit, že bychom dnes našli sponzora například na film z Gotického prostředí. U dobových filmů je to složitější, u současnosti to samozřejmě skýtá velké možnosti.

**Rozpočet deleguje na tebe producent?**

Zcela určitě.

**Jsme v té fázi před výrobou? Najímá si producent dramaturga? Co si o tom myslíš?**

Téměř všichni žádají o podporu fond a ten dbá na obsah scénáře. Dle mého názoru, zde bylo mnoho projektů, které si tu podporu nezasloužily. A v současné době je v zájmu producenta, pakliže není schopen sám regulovat scénář po umělecké stránce, tak je potřeba, aby si nechal vypracovat lektorské posudky nebo přizval dramaturga. Na každém projektu by měl být takovýto člověk.

**Jak komunikuješ v průběhu výroby s producentem? Jak delegujete práci.**

To vyplývá z těch daných profesí. Producent s výkonným producentem několikrát probrali rozpočet a ty prostředky jsou někde alokovány. Buď u producenta nebo výkonného producenta. Výkonný producent je nucen za ty prostředky ten film vyrobit. Po ukončení toho vývoje, by se měl ten aproximativní rozpočet upravit na skutečnost podle herců, lokací atd. Za tyto reálné peníze je potom odpovědný výkonný producent. Ten výkonný producent musí vědět, kolik lidí může najmout atd. Dnes víme, že jedna z těch největších položek je výprava, kostýmy a masky, případně triky. Samozřejmě herci také, ale tam je to předem jasné. Vždy jde o to, aby se ten celkový rozpočet nepřekročil.

**Velikost českých štábu je tak kolik?**

Cca 40-50 lidí.

**Co ostatní složky štábu. Režisér a kameraman už je většinou dán ze začátku?**

Já myslím, že tam je důležitý pohled u všech hlavních devíti tvůrčích profesí. Není to samozřejmě jen pohled producenta. I ten může být seznámen s nimi tolik, že řekne tenhle to nemůže zvládnout. Já vždy vycházím z toho, že se rozhodnu pro režiséra a ten většinou s někým spolupracuje a věří jim. Tomu většinou přikládám velkou váhu a snažím se, pokud je to možné, tak mu vyhovět. V případě, že mu vyhovím a on má svého kameramana a architekta, kostýmního návrháře, a to jsou ty profese, co ten film stmelují, a to se promítne do toho výsledku.

**Co se týká produkčního týmu?**

Ten si výkonný producent sestavuje sám a dnes je to horší, protože dnes ty produkční týmy nejsou složené stabilně. Všichni jsou OSVČ a jsou najímání jednotlivě a kdo je zrovna volný. Proto si větší české společnosti drží ty produkční týmy celou dobu.

**Co herci? Necháváš to na producentovi? Výběr a dohoda honorářů?**

Do hereckého obsazení má samozřejmě právo mluvit producent a režisér. Může teoreticky při výběru pomoci dramaturg. Já do toho zasahuji v momentě, kdy se připravuje smlouva?

**Smlouvy dělá, kdo ty nebo producent? Máte mistry předpokládám.**

Na všech projektech si dělám smlouvy sám, samozřejmě po dohodě s právníky. A ano používáme vzorové smlouvy. Nicméně dnes jsou mnohdy specifické požadavky ze stran herců, a to se pak upravuje individuálně.

**Co komunikace s producentem a štábem? Co software?**

Já si myslím, že toto je založené na vzájemné důvěře. A nezáleží, jak častá je ta komunikace. Ona je stejně každý den, v průběhu natáčení mohou vzniknout problémy, které přímo ovlivní rozpočet. Ten producent by o tom měl vědět. Na druhou stranu si cením producentů, kteří jsou schopni být každý den na tom place a přímo si to ověřovat.

**Software používáš jaký?**

Já jsem většinou ochotný se těm věcem podřít. Určitě používám MS office a Movie Magic. Já už nejsem ten, co je progresivní a pouze se podřídím tomu, co někdo vytvoří.

**Účastníš se denně natáčení?**

Zcela určitě by měl být na place denně a mohl řešit přímo ty věci související s těmi financemi. Když na tom place nejsi, tak by se mohlo stát, že se rozhodne jinak, než bys rozhodl ty. Účast je dle mého názoru nezbytná. Neříkám, že tam má být celou dobu, ale i to si myslím, že je důležité, aby se vše dodržovalo, tak jak má. Producent osobně se přijede většinou podívat jen na důležitou scénu a zajímavé momenty.

**Figuruješ jako výkonný producent i v postprodukcí? Přejímáš pozici vedoucí postprodukcí?**

Většinou ano, protože abych pravdu řekl, tak takových univerzálních lidí, kteří se orientují i v postprodukcí není mnoho. Především výroba celého filmu je o technologii, to, co si nestačím v primáru při výrobě, tak souvisí s postprodukcí. Všichni tihle lidé měli povědomost o technologii. Já musím vědět, co obnáší 3D trik a 2D trik atd. Já díky tomu, že jsem měl v době totality nakouknout pod pokličku těch postprodukcí. Lidí z produkce vůbec netušili, co je to postprodukcí.

**Co marketingová a distribuční strategie, funguje to, zaobírají se tím na začátku?**

Já myslím, že to nefunguje. Ta úloha distributorů v českých podmínkách je tam, kde je. Pokud producent si chce být jistý, že se film dostane, tam kam potřebuje, tak si to dělá sám. Už vůbec nehledě na to, že v téhle zemi neexistuje společnost, která by se zaobírala prodejem toho filmu.

**Na českém trhu tedy chybí sales agenti a reklamní agentura zaměřující se na film?**

Ano, přesně.

**Co tvé know-how?**

Já vzhledem k tomu, že jsem u filmu od roku 1971. Mně spíš dnes volají lidé, kteří potřebují „filmového doktora“. Já jsem většinou ten, kterému se podaří to dokopat do zdárného konce.

**Co by mělo zaznít v té práci?**

Film je řehole. Musí ho to pořád bavit a musí si najít tu cestu takovou, aby byl těm tvůrčím pracovníkům partnerem. To je myslím hrozně důležité. Nemůže ta produkce být otrokem, jak si většina lidí myslí. Ve výsledku je to vždy o partnerství.

## PŘÍLOHA P II: DENNÍ ZPRÁVA A DENNÍ DISPOZICE

## Denní dispozice

Lokace			TROFEJ						
1. CHATA			29.4.2021 - 4. natáčecí den				vedoucí produkce Michal Cimí 604 560 872		
			SMĚNA 8:45 - 22:10				placová produkce Markéta Píšková 777 746 797		
CHATA 2.patro			PRVNÍ KLAPKA: 10:15				pomocný režisér Tomáš Richter 604 892 415		
			OBĚD: 14:20				režie - Jaroslav Beran   kamera - Filip Blažek		
			SNÍDANĚ: od 8:00						
			VEČERÉ: 23:00						
Obraz	E/I	D/N	Prostředí	Synopsis	Herci	Kompars	Lokace	Časy	
73	I	Den	Obyvací pokoj	Marek přichází do pokoje a zjišťuje, že Emma je pryč	1,6	-	CHATA	10:15	
72	I	Den	Kuchyň	Marek připravuje kávu a jde do obýváku	1	-	CHATA	11:45	
75	I	Den	Kuchyň	Marek sám myje nádobí a řízne se o nůž	1	-	CHATA	12:15	
34	I	Den	Kuchyň	Marek myje nádobí	1	-	CHATA	13:45	
55	I	Ráno	Kuchyň	V konvici se vaří voda	-	-	CHATA	14:20	
<b>OBĚD</b>									
71	I	Den	Chodba	Marek prochází chodbou kolem obýváku	1	-	CHATA	14:50	
22	I	Den	Veranda	Marek opravuje zámeček	1	-	CHATA	15:10	
52	I	Noc	Obyvací pokoj	Marek se sblíží s Emmou u whisky	1,2	-	CHATA	15:55	
54	I	Noc	Obyvací pokoj	Marek se s Emmou dále baví	1,2,6	-	CHATA	17:55	
60	I/E	Večer	Obyvací pokoj	Emma pokládá hlavu na Markovo rameno	1,2,6	-	CHATA	20:25	
26	I	Večer	Obyvací pokoj	Marek poslouchá odjíždějící policii auto	2,6	-	CHATA	21:25	
<b>Nástupy účinkujících a štábu</b>									
<b>HERCI</b>									
#	Role	Jméno	Kostýmy	Masky	Plac	Poznámky			
1	MAREK	Václav Vašák	9:	6:35	10:00	9:30 pickup hotel			
2	EMA	Gabriela Hedlová	15:10	15:20	15:30	14:50 pickup hotel			
6	BRED	pes - Tequila	-	-	10:00	Dana - doprava			
Člen štábu	Čas	Lokace	Člen štábu	Čas	Lokace	Člen štábu	Čas	Lokace	
režie	9:30	CHATA	asistent režie	9:30	CHATA				
kamera	8:45	CHATA	revizitář	9:00	CHATA				
as. kamery	8:45	CHATA	zvukař	9:30	CHATA				
2. as. kamery	8:45	CHATA	as. zvuku	9:30	CHATA				
produkce	9:30	CHATA	runner	9:30	CHATA				
as. produkce	9:30	CHATA	skript	9:30	CHATA				
kostýmy	9:30	CHATA	masky	9:30	CHATA				
<b>Složky:</b>									
Kamera:									
Rekvizity:	Tafle, Grilované kuře, Zlaté hodinky, Nádobí, Nůž, Konvice, vložka a nářadí + zámeček, deka/peřina, Whiskey, Sklenice, Karby, Whiskové skleničky								
Kostýmy:									
Masky:									
Zařízení scény:									
Zvuk:									
lock up:									
<b>POZNÁMKY PRODUKCE:</b>									

Denní zpráva**Trofej****DENNÍ REPORT č. 4**

<b>režie</b>	Jaroslav Beran	<b>zázeší: Chata Ryžovna</b>	<b>datum</b>	29.04.2021
<b>produkce</b>	Michal Ciml	<b>lokace: Chata Ryžovna</b>	<b>den</b>	4
<b>1 as. režie</b>	Tomáš Richtr		<b>směna</b>	9:30 - 21:30

	počet obrazů	počet záběrů	minuty	počet jetí
<b>podle scénáře</b>	11	29	X	X
<b>natočeno</b>	11	23	84	58
<b>plán na dnes</b>	11	29	X	X
<b>dotáčka</b>	X	X	X	X
<b>dnes zrušeno</b>	X	X	X	X
<b>celkem dnes</b>	11	23	84	58
<b>celkem zbývá</b>	21	X	X	X

<b>nástup štábu</b>	9:30
<b>začátek natáčení</b>	10:15
<b>1. klapka</b>	11:01
<b>pauza</b>	14:40
<b>1. klapka po pauze</b>	15:43
<b>wrap kamery</b>	22:45
<b>přesčas</b>	1h 15 min

herec	postava	nástup	konec
Václav Vašák	Marek	10:00	22:45
Gabriella Heclová	Ema	15:30	22:45
Tequila	Bred	10:00	22:45

lokace	přijezd	odjezd
Chata Ryžovna	9:30	22:45

Komparz	nástup	konec

--

Důvody přesčasu, zpoždění, nenatočení plánovaných záběrů
Klíčová scéna celého filmu a více hereckých zkoušek.

Produkce: \_\_\_\_\_

Režie: \_\_\_\_\_