VYSOKÁ ŠKOLA POLYTECHNICKÁ JIHLAVA

Cestovní ruch

FILMOVÝ CESTOVNÍ RUCH JAKO SPECIFICKÁ FORMA CESTOVNÍHO RUCHU

Bakalářská práce

Autor práce: Natálie Klobásová

Vedoucí práce: RNDr. Jitka Ryšková

Jihlava 2025

Vysoká škola polytechnická Jihlava

Tolstého 16, 586 01 Jihlava

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

Autor práce:	**Natálie Klobásová**
Studijní program:	Cestovní ruch
Obor:	Cestovní ruch
Garant studijního programu:	Ing. Ivica Linderová, PhD.

Název práce:	**Filmový cestovní ruch jako specifická forma cestovního ruchu**
Vedoucí práce:	RNDr. Jitka Ryšková
Cíl práce:	Cílem bakalářské práce je zjistit, jak přítomnost památky ve filmografických dílech ovlivňuje rozhodnutí respondentů tuto památku navštívit, a dále povědomí respondentů z okolí vybrané památky o filmovém cestovním ruchu.

Abstrakt

KLOBÁSOVÁ, Natálie: Filmový cestovní ruch jako specifická forma cestovního ruchu. Bakalářská práce. Vysoká škola polytechnická Jihlava. Katedra cestovního ruchu. Vedoucí práce: RNDr. Jitka Ryšková. Stupeň odborné kvalifikace: bakalář. Jihlava 2025. 64 stran.

Cílem bakalářské práce je zjistit, jak přítomnost památky ve filmografických dílech ovlivňuje rozhodnutí respondentů tuto památku navštívit a dále pak jaké je povědomí respondentů z okolí vybrané památky o pojmu filmový cestovní ruch. Teoretická část popisuje charakteristiky filmového cestovního ruchu a identifikuje významná filmová místa na území České republiky. Praktická část analyzuje povědomí respondentů o filmovém cestovním ruchu a zkoumá, jak účast památky ve filmových dílech ovlivňuje jejich rozhodnutí navštívit dané místo.

Klíčová slova

filmografická díla; filmové lokace České republiky; filmový cestovní ruch; hrad Pernštejn

Abstract

KLOBÁSOVÁ, Natálie: Film Tourism as a Specific Type of Tourism. Bachelor thesis. College of Polytechnics Jihlava. Department of Travel and Tourism. Supervisor: RNDr. Jitka Ryšková. Grade of qualification: bachelor. Jihlava 2025. 64 pages.

The bachelor´s thesis aims to determine how the presence of a monument in cinematographic works influences the respondents´ decision to visit the monument, as well as the awareness of respondents from the vicinity of the selected monument about film tourism. The theoretical part describes the characteristics of film tourism and identifies significant film locations in the Czech Republic. The practical part analyses the respondents´ awareness of film tourism and examines how the presence of a monument in cinematic works influences the respondents´ decision to visit the specific location.

Keywords

cinematographic works; film locations of the Czech Republic; film tourism; Pernštejn Castle

Prohlašuji, že předložená bakalářská práce je původní a zpracoval/a jsem ji samostatně. Prohlašuji, že citace použitých pramenů je úplná, že jsem v práci neporušil/a autorská práva (ve smyslu zákona č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů, v platném znění, dále též „**AZ**“).

Byl/a jsem seznámen/a s tím, že na mou bakalářskou práci se plně vztahuje **AZ**, zejména § 60 (školní dílo).

Podle § 47b zákona o vysokých školách souhlasím se zveřejněním své práce podle Směrnice pro vedení, vypracování a zveřejňování závěrečných prací na VŠPJ, a to bez ohledu na výsledek obhajoby.

Beru na vědomí, že VŠPJ má právo na uzavření licenční smlouvy o užití mé bakalářské práce a prohlašuji, že **s o u h l a s í m** s případným užitím mé bakalářské práce (prodej, zapůjčení apod.).

Jsem si vědom/a toho, že užít své bakalářské práce či poskytnout licenci k jejímu využití mohu jen se souhlasem VŠPJ, která má právo ode mě požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, vynaložených vysokou školou na vytvoření díla (až do jejich skutečné výše), z výdělku dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence.

V Jihlavě dne 20. dubna 2025

…….

Podpis studenta/ky

Poděkování

Ráda bych poděkovala své vedoucí bakalářské práce, RNDr. Ryškové, za její laskavý přístup, čas, podporu a ochotu, kterou mi věnovala během psaní práce. Dále bych ráda poděkovala všem respondentům, kteří si našli čas na rozhovor a ochotně se podělili o své názory. Velké díky patří i mé rodině, která mě po celou dobu neustále podporovala.

Obsah

Seznam obrázků **7**
Seznam tabulek **8**
Seznam zkratek **9**
Úvod **10**
1 Teoretická část **11**
1.1 Filmový cestovní ruch a jeho charakteristika 11
1.2 Ekonomické aspekty filmového cestovního ruchu 21
1.3 Filmový cestovní ruch v České republice 26
2 Praktická část **31**
2.1 Cíl a metodika výzkumu 31
2.2 Charakteristika hradu Pernštejn jako destinace filmového ruchu 33
2.3 Povědomí o filmovém cestovním ruchu v České republice 38
2.4 Role filmového natáčení při rozhodování o návštěvě hradu Pernštejn 43
2.5 Vliv filmů na rozhodování o výběru turistických destinací 47
2.6 Další faktory ovlivňující rozhodnutí respondentů k návštěvě hradu Pernštejn 50
2.7 Diskuse 52
Závěr **54**
Seznam použité literatury **56**
Přílohy **61**

Seznam obrázků

Obr. 1: Přehled forem filmového cestovního ruchu 16
Obr. 2: Dobové vyobrazení hradu Pernštejn z konce cca 18. století 34
Obr. 3: Současné vyobrazení hradu Pernštejn 35
Obr. 4: Role filmů při výběru destinace 44
Obr. 5: Vědomí o filmovém spojení hradu Pernštejn před a při návštěvě 45
Obr. 6: Hodnocení naplnění očekávání filmové prohlídky hradu Pernštejn 48
Obr. 7: Porovnání důvodů návštěvy hradu Pernštejn mezi respondenty 51

Seznam tabulek

Tab. 1: Obraty audiovizuální produkce v milionech Kč 22
Tab. 2: Dopady filmového turismu na destinaci 24

Seznam zkratek

CR	Cestovní ruch
ČR	Česká republika
UN	United Nations

Úvod

Filmový cestovní ruch se v posledních letech stává stále populárnějším fenoménem, a to nejen v rámci zahraničních produkcí, ale i díky českým filmům. Tento trend výrazně ovlivňuje způsob, jakým lidé vnímají určité lokality a jak často je navštěvují. V České republice se zvyšuje počet turistů, kteří se rozhodují navštívit místa známá z filmových a televizních produkcí.

Cílem této bakalářské práce je prozkoumat, jaké je povědomí o filmovém cestovním ruchu v České republice, zejména v okolí památek a lokalit, které byly využity ve známých filmech. Práce se zaměří na to, jak filmové produkce ovlivňují rozhodování turistů při výběru destinace a jak tato místa působí na místní komunity.

V teoretické části se práce zaměří na podrobné prozkoumání filmového turismu, konkrétně na definici tohoto fenoménu a na to, jak jej popisují jednotliví odborníci. Dále bude zkoumáno, jaké formy filmového cestovního ruchu existují a jakým způsobem souvisejí s kulturním turismem. Práce se rovněž zaměří na motivace turistů účastnit se filmového cestovního ruchu, tedy na faktory, které ovlivňují jejich rozhodování při návštěvě filmových destinací. Důraz bude kladen také na dopady a vlivy rozvoje filmového cestovního ruchu, včetně ekonomických aspektů, jako jsou příjmy z turistiky, tvorba pracovních míst a vliv na místní infrastrukturu a komunity. Práce nás seznámí i s konkrétními destinacemi v České republice, které byly využity jako lokace pro známé filmové a televizní projekty.

Praktická část práce bude soustředěna na řízené rozhovory s respondenty, jejichž prostřednictvím bude zkoumáno, jak lidé vnímají filmový cestovní ruch. Rozhovory se budou zaměřovat na to, co si lidé představují pod pojmem filmový cestovní ruch, jaký mají vztah k této formě cestování a zda již někdy navštívili destinace, které jsou součástí filmového cestovního ruchu. Tento výzkum poskytne cenné informace o povědomí a přístupu veřejnosti k tomuto fenoménu.

Dále bude praktická část obsahovat podrobné zkoumání hradu Pernštejn, který je známý svou častou filmovou prezentací. Hrad byl využit jako filmová lokace v několika známých českých i zahraničních filmech, a to nejen v historických dramatech, ale i v pohádkách a dobrodružných filmech. V této části práce se zaměříme na to, jak tato filmová spojení ovlivňují vnímání hradu veřejností a jakým způsobem může být jeho filmová sláva motivací pro turisty při rozhodování o jeho návštěvě.

1 Teoretická část

Filmový cestovní ruch představuje zajímavý a stále více se rozvíjející fenomén, který spojuje svět audiovizuální tvorby s cestovatelskými zážitky. V následující části práce bude tento typ turismu blíže představen z hlediska jeho charakteristiky, forem, dopadů na destinace, ekonomických aspektů i motivací návštěvníků.

Filmový cestovní ruch spadá pod kategorii kulturního cestovního ruchu. Můžeme ho vnímat jako způsob cestování, při kterém navštěvujeme různé lokality, které se objevily v nejrůznějších pohádkách, filmech, seriálech nebo dokumentech, ať už vědeckých, historických nebo z naší současnosti. Filmoví tvůrci využívají tato prostředí k dokreslení příběhu, který se snaží divákovi zprostředkovat, a to zvláště v dokumentárních dílech, které se zaměřují na přesný popis lokací. Zhlédnutí těchto děl pak vede diváky ke snaze tato místa navštívit a poznat jejich reálnou podobu.

Tato forma turistiky propojuje touhu po filmové kultuře s touhou poznávat reálná místa, která se stala populárními právě díky těmto filmovým produkcím. Lidé místa znají z filmového plátna nebo televizní obrazovky a chtějí zjistit, jak dalece jsou lokace, které jim utkvěly v paměti, stejné nebo podobné i ve skutečnosti. Chtějí nabýt pocitu, že se alespoň na chvíli budou moci ocitnout ve fiktivním světě svých oblíbených příběhů a stát se tak jejich součástí.

1.1 Filmový cestovní ruch a jeho charakteristika

Filmový cestovní ruch nám může nabídnout návštěvu historických míst vybudovaných kdysi v minulosti nebo naopak těch nejmodernějších. Široká škála možností filmového průmyslu nám zprostředkovává návštěvu míst v nejrůznějších lokacích světa, a to v těch nejrůznějších časových obdobích. Nejpopulárnějšími se v tomto smyslu stala historická centra měst celého světa, hrady, zámky i chráněná přírodní území. Díky filmovému průmyslu můžeme poznat nádherné přírodní scenérie, které by pro nás mnohdy zůstaly zcela nedostupné. Ve filmech můžeme vidět nejvyšší hory, nejslavnější světové pláže, města a vesnice. Můžeme nahlédnout do nejhlubších jeskyň světa nebo se projít hlubokým pralesem bez pocitu strachu nebo ohrožení. Přenesené zážitky v nás vyvolávají touhu dané destinace navštívit a konfrontovat v sobě pocity, které jsme měli při zhlédnutí těchto filmů nebo dokumentů.

Světoznámým se tak stalo Skotsko, kde bylo natočeno několik slavných scén o *Harry Potterovi* nebo Nový Zéland díky oblíbenému cyklu *Pán prstenů*. Tyto destinace uvízly divákům v hlavě i srdci natolik, že neváhali obětovat čas i peníze a lokace navštívit. (Kotíková, 2013)

Cestovní ruch inspirovaný filmem se tak stal výrazným zdrojem jedinečných zážitků pro návštěvníky nejrůznějších zemí, národů i věkových skupin. Turisté se rádi zúčastňují i exkluzivních autentických prohlídek, které jim nabídnou náhled do zákulisí natáčení. Fanoušci zde mohou vidět reálné scenérie filmových záběrů a nasát tak atmosféru, která byla na plátno přenesena. Tyto prohlídky ukazují nejen filmové lokace, ale v některých případech i zajímavá fakta o hereckých výkonech či neobvyklých situací, které se staly součástí natáčení. V některých případech vznikají i tematické parky, výstavy či jiné expozice, které návštěvníkům umožňují zažít filmové scény, setkat se s replikami oblíbených postav, jejich filmovými kostýmy či vidět různé objekty, které byly při natáčení použity.

Růst tohoto specifického cestovního ruchu je spojený s velkým vlivem, který film, pohádky, seriály či dokumenty mají na masovou kulturu. Tento fakt má samozřejmě i příznivý dopad na ekonomiku dané lokace. Turisté se musí nějak dopravovat, využívají místní hotely na ubytování, stravují se v restauracích a v neposlední řadě podporují svými nákupy nejrůznějších upomínkových předmětů a suvenýrů místní výrobce i prodejce. Můžeme tedy říct, že filmový průmysl přináší nejen zábavu, kulturní, historické a filmové poznání, ale je také velmi významným zdrojem ekonomického přijmu pro destinaci, kde jsou filmy natáčeny.

Protože jde o poměrně nový fenomén, jeho přesné vymezení není snadné. Řada odborníků se pokusila o jeho definici a použila i různé termíny pro označení stejného konceptu: *Film Tourism, Cinematic Tourism, Movie Tourism, Film-induced Tourism, Movie – induced Tourism či Screen Tourism.* Jednotlivá vymezení se od sebe odlišují hlavně tím, co všechno zahrnují do filmového turismu. Beeton (2005) označuje pojmy jako *Movie-induced Tourism* a *Film-induced* za formy cestování, jejichž hlavním impulsem je film. Zahrnujeme sem aktivity spojené s návštěvou nějakého místa, které bylo jakýmkoliv způsobem spojeno s filmem, i když se tu třeba ani nic nenatáčelo. (Kotíková, 2013)

Na cestovní ruch spojený s konkrétním filmem můžeme nahlížet i jiným způsobem. Jak je nám zřejmé, jedná se o cestování, které vzniká v důsledku zájmu fanoušků určitého filmu. Hudson a Ritchie (2006) zastávají přesně toto označení, vidí tedy filmový cestovní ruch jako „návštěvu míst, která byla zobrazena ve filmu nebo televizním pořadu“. Termíny Movie Tourism a Film Tourism jsou občas vnímány v širším kontextu, protože zahrnují jak místa spojená s natáčením, tak i zábavní parky s filmovou tématikou, filmová muzea, či jiné další expozice s filmem spojené. Česká literatura se tímto fenoménem zabývá jen zřídka. Na toto téma se v Česku objevují spíše popularizační články. I přesto ve studiích Kotíkové existuje definice filmového turismu: Filmový cestovní ruch označuje formu turistiky, při níž je hlavním důvodem cesty návštěva lokalit spojených s konkrétním filmem či jiným audiovizuálním dílem, nebo účast na atrakcích a událostech, spojených s filmy, seriály či podobnými audiovizuálními projekty. (Kotíková, 2013)

Skotská národní organizace definuje filmový cestovní ruch jako druh cestování, při kterém jsou turisté vtaženi do míst nebo regionů díky příběhům, které měli možnost vidět ve filmech nebo jiných pořadech (Scottish Tourist Board, 1997).

Zimmermann (2003) uvádí, že filmový cestovní ruch může být definována jako odvětví kulturní turistiky a vyjadřuje stále zvyšující zájem a poptávku po místech, která se stala známá díky filmu či televizních seriálech. Zimmermann také popisuje, že do filmového cestovního ruchu spadají všechny návštěvy lokalit, které jsou spojovány s filmem. Dále ji rozděluje do tří podkategorií: cestovatelský filmový ruch, turismus zaměřený na filmovou propagaci a turismus indikovaný filmem (Tomala a Faber, 2011)

Další zahraniční definice říká, že filmový cestovní představuje návštěvy destinace nebo atrakce v důsledku toho, že bylo místo zobrazeno v televizi, na videu nebo na filmovém plátně. (Destinations Rising, nedatováno)

Existuje řada definic a různých pohledů na tuto problematiku, přičemž každý filmový nadšenec si může osvojit takové vymezení, které nejlépe odpovídá jeho vnímání.

1.1.1 Filmový cestovní ruch jako součást kulturního cestovního ruchu

Cestovní ruch zahrnuje různé oblasti, jako je kultura, příroda, sport či relaxace. Kulturní cestovní ruch je jedním z nejvýznamnějších sektorů turismu a zahrnuje rozsáhlou škálu aktivit, které umožňují poznávání tradic, historie a kulturního dědictví různých destinací. Jeho hlavní náplní je nejen obohacení osobních zážitků cestujících, ale také prohlubování a propojování mezikulturního porozumění a ekonomická podpora navštěvovaných míst. Kulturní cestovní ruch je často propojován s dalšími formami cestování, například sportovním, přírodním nebo wellness turismem a díky tomu nabízí turistům komplexní a atraktivní zážitky. (Goeldner a Ritchie, 2014)

Již v době římské se lidé vydávali na cesty za kulturními památkami. Prozkoumávání historických lokalit a muzeí, účast na významných událostech a festivalech se stala nedílnou součástí tehdejšího cestování. Kulturní turismus byl ale považován za samostatnou oblast až od konce 20. století. V jeho počátcích se myslelo, že bude orientován na užší skupinu sociálně privilegovaných jedinců, kteří toužili po neobyčejných zážitcích. (McKercher a du Cros, 2002)

Kulturní cestovní ruch považujeme za rozsáhlý pojem, zahrnující různé typy cestovního ruchu soustředícího se na tradice a kulturní dědictví. Tato forma turismu propojuje mnoho klíčových oblastí. Mezi tyto oblasti řadíme management kultury, zaměřující se na správu organizací, jako jsou galerie, muzea kulturní centra či divadla a kulturní aktivity pod něž spadají koncerty, hudební festivaly, filmové festivaly nebo různé výstavy. Management se taktéž zabývá ochranou kulturního dědictví. Tento aspekt napomáhá návštěvníkům se lépe vcítit do místního prostředí a porozumět místní kultuře a historii. Do této oblasti spadají například prohlídky historických památek, jako jsou zámky a hrady, nebo účast na uměleckých a kulturních akcích. (Informační systém Masarykovy univerzity, nedatováno)

Další podstatnou oblastí je prožitková ekonomika, která nám ukazuje, že v současné době lidé stále více hledají hodnotu v zážitcích než v materiálních věcech. To v oblasti turismu znamená, že turisté nehledají pouze odpočinek, ale také intenzivní zážitky, jako jsou kulturní události či autentické setkávání se s místními lidmi, a prožitky se tak stávají klíčovou součástí nabídky destinací, které se zaměřují na vytváření nezapomenutelných okamžiků pro své návštěvníky. (Informační systém Masarykovy univerzity, nedatováno)

Jako další uvádíme cestovní ruch, který zahrnuje obsáhlou škálu aktivit, které souvisí se samotným cestováním jako je přeprava, ubytování a tak dále. Oblast cestovního ruchu úzce souvisí s prožitkovou ekonomikou, neboť návštěvníkům poskytují komplexní zážitky. Oblast zábavy hraje v tomto typy turismu velmi důležitou roli. Zábavní průmysl zahrnuje širokou nabídku aktivit od koncertů, tematických parků až po různé formy nočního života, které doplňují kulturní a zážitkové aspekty turismu. (Informační systém Masarykovy univerzity, nedatováno)

Existuje několik různých definic kulturního cestovního ruchu, přičemž každá z nich se v něčem mírně liší. Tyto rozdíly vznikají, protože jejich autoři nemají vždy zcela shodující se názor na jeho vymezení, a právě to vede k různým interpretacím tohoto pojmu. (Kesner, 2005)

Podle definice přijaté valným shromážděním UNWTO roku 2017 nyní UN Tourism, zahrnuje kulturní turismus typ cestovatelské činnosti, při které je hlavním motivem návštěvníka vzdělávání, objevovaní, zažívání a konzumace materiálních i nemateriálních kulturních památek či produktů v turistické destinaci. Tyto památky souvisejí s určitým souborem odlišných

materiálních, intelektuálních, duchovních a emocionálních rysů společnosti, které zahrnují umění a architekturu, historické a kulturní dědictví, gastronomické dědictví, literaturu, hudbu, kreativní průmysly a živé kultury s jejich životními styly, hodnotovými systémy, vírami a zvyky. (UN Tourism, ©2025)

Další definice kulturního cestovního ruchu podle National Trust for Historic Preservation uvádí, že se jedná o cestování zaměřené na objevování míst a aktivit, které autenticky odrážejí významné události a osobnosti minulosti i současnosti. Tato forma turismu zahrnuje návštěvu historických, kulturních a přírodních památek, jež přispívají k hlubšímu poznání a porozumění dědictví dané oblasti. (Goeldner a Ritchie, 2014)

Zelenka a Pásková (2012) ve své publikaci uvádějí, že kulturní cestovní ruch představuje formu cestovního ruchu, jehož účastníci jsou především vedeni zájmem o poznávání historického odkazu a kultury určitého regionu u jeho obyvatel. Návštěvníci se soustředí na kulturní programy a události, jako jsou například hudební, operní či baletní vystoupení, a také na historické památky, archeologické lokality a dochované artefakty.

Kulturní turismus lze definovat různými způsoby, přičemž každá z definic zdůrazňuje jiné aspekty. To může být způsobeno tím, že vymezit tak širokou oblast a popsat její aktivity několika větami není snadné.

Ve své studii Mandala Research (2009) sestavila žebříček hlavních aktivit, kterým se věnovali kulturní cestovatelé. Nejvíce byla oblíbená návštěva historických památek, kterých se zúčastnilo 66 % cestovatelů, jako další si lidé oblíbili představení, která měla historickou tématiku, to tvořilo 64 %. Návštěvy muzeí a uměleckých galerií obsadily třetí příčku s 54% účasti. Velmi oblíbenou se stala také účast na řemeslných či uměleckých trzích a festivalů, a to se 45 %. Populární se stala i taneční představení a umělecká vystoupení, 44 %. V roce 2009 byla velká návštěvnost národních parků, která tvořila 41% návštěvnosti. Nižší oblíbenost byla pozorovatelná v návštěvě muzeí (32 %) a v seznamování se s památkami různých měst (30 %).

Kulturní turismus v České republice je podle agentury CzechTourism rozdělen do kategorií, mezi které patří regionální města a Praha, hrady a zámky, česká tradiční gastronomie, muzea, galerie a technické památky, spirituální, nehmotné dědictví a regionální produkty a eko a agro turismus. Právě v rámci této rozsáhlé nabídky se zmiňuje i filmový cestovní ruch, který se v posledních letech stává stále výraznější součástí kulturního turismu. (Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, 2022)

1.1.2 Formy filmového cestovního ruchu

Filmový turismus, i když je řazen do téměř nových trendů v oblasti cestovního ruchu, se velmi rychle rozvíjí a nabízí širokou škálu možností pro své nadšence. Především díky rostoucímu zájmu o filmovou či televizní produkci se stal důležitou součástí turistického průmyslu a přitahuje návštěvníky z celého světa. Podle Connela (2012) se filmový turismus dělí do několika podkategorií, které zahrnují odlišné formy aktivit a návštěv spojených s filmovým průmyslem.

První z nich můžeme uvést *návštěvu lokality zobrazené ve filmu (reálné i „náhradní“).* Tento typ zahrnuje návštěvu lokality, kterou lidé mohli vidět v určitém snímku. Může se jednat jak o skutečnou destinaci přímo spojenou s dějem filmu, tak o lokalitu, která ve filmu ztvárňuje jinou oblast. Jako jeden z příkladů reálné destinace můžeme uvést film *Šifra mistra Leonarda*, který se

natáčel v pařížském muzeu Louvre, a jenž vyvolal zvýšený zájem o místo spojené s jeho dějem. Dalším je například český film *Noc na Karlštejně*, kde byli diváci upozorněni na krásu a rozlehlost hradu Karlštejn. (Connell 2012, In Kotíková, 2013)

Naopak druhá varianta nám ukazuje, že dané místo bylo sice zachycené ve filmu, ale filmově bylo zasazeno do oblasti zcela jiné. Příkladem jsou chorvatská Plitvická jezera, která v sérii dílů *Vinnetou* známe jako americkou oblast Divokého západu. Filmaři tak využili vhodnou přírodní destinaci k natočení scenérii, které jim pomohly filmové zpracování tématu podpořit unikátní krásou chráněné památky. (Connell 2012, In Kotíková, 2013)

Specifickou skupinu pak tvoří destinace spojené s fantasy tématikou, kde můžeme například uvést destinaci Nový Zéland, který je spojován s trilogií *Pána prstenů*. Zdejší krajina si získala celosvětovou pozornost, přestože neodpovídá žádné existující zemi. (Connell 2012, In Kotíková, 2013)

Prohlídka filmového (televizního studia) láká všechny typy fanoušků kinematografie. Jedná se prohlídky filmových a televizních studií, které nám nabízí dny otevřených dveří, prohlídky velkého množství interiérů, kde vznikaly ty nejoblíbenější a nejznámější snímky. V některých případech se můžeme setkat s komentovanými prohlídkami či nahlédnout do zákulisí a sledovat natáčení nejnovějších projektů. (Connell 2012, In Kotíková, 2013)

Další podkategorií filmového turismu, kterou uvádí Connell (2012), jsou *atraktivity spojené s filmem.* V hlavní roli zde hrají především zábavní parky s filmovou tématikou jako je Disneyland nebo čínský Film *Industrial Park*. Návštěvníci si zde mohou užít nejen filmové atrakce, ale i spoustu jiných prvků, jako je gastronomie, stylové ubytování a mnoho dalšího. (Connell 2012, In Kotíková, 2013)

Za zmínku stojí také fenomén *sledování probíhajícího natáčení.* V současné době je velmi populární být součástí natáčení nových snímků a mnozí lidé touží být jeho svědky. Existují i přímo specializované stránky, které informují o aktuálních možnostech být součástí filmových produkcích. Jelikož zájem o tento druh filmového turismu roste, návštěvníci si mezi sebou vyměňují důležité a užitečné informace, a to především prostřednictvím Twitteru. (Connell 2012, In Kotíková, 2013)

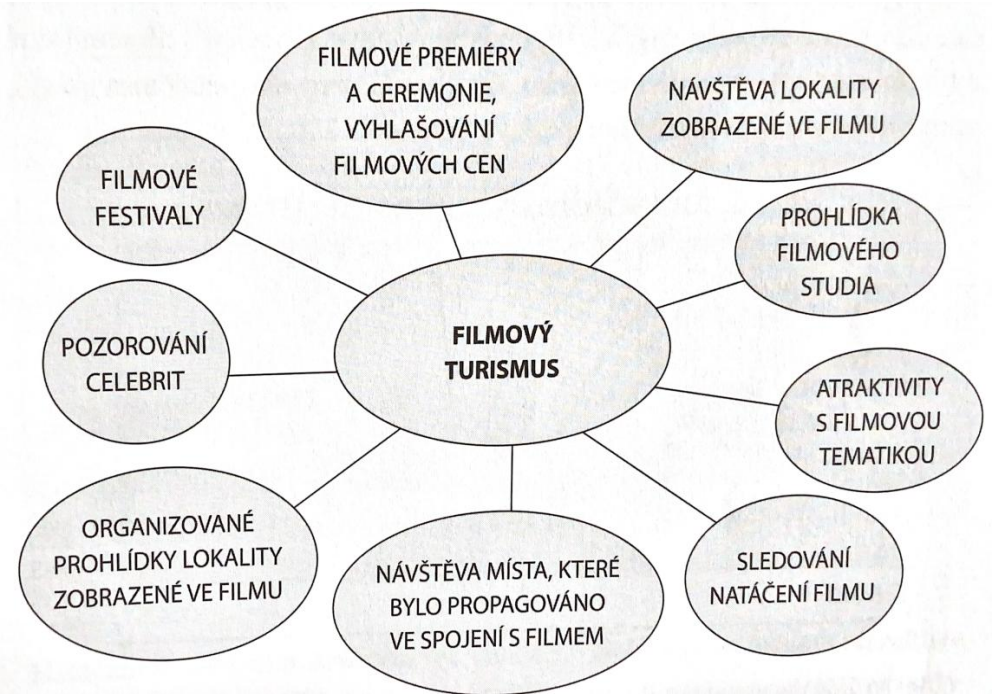
Specifickou podkategorii představuje také *návštěva místa, které bylo propagováno v souvislosti s filmem.* Tento typ cestování se soustředí na destinace, jejichž popularita vznikla především díky určitému filmu, i přesto, že se v dané destinaci natáčení neodehrávalo. Jako příklad lze uvést *Statečné srdce*, který podnítil zájem o návštěvu Skotska, ačkoli většina filmu byla ve skutečnosti natáčena v Irsku. (Connell 2012, In Kotíková, 2013)

Další často vyhledávanou formou filmového turismu je *organizovaná prohlídka lokality zobrazené ve filmu.* V tomto případě jde o prohlídky, které jsou organizované a účastní se jich různé skupiny návštěvníků. Jedná se o filmová místa, jako například již zmiňovaný Nový Zéland spojený s filmy o *Hobitovi* či několikadílným *Pánem Prstenů*, nebo město Řím, zachycené ve snímku *Prázdniny v Římě*. (Connell 2012, In Kotíková, 2013)

Významnou součástí filmového turismu může být také *sledování filmových/televizních celebrit.* Setkání se slavnými osobnosti bývá často spojeno s návštěvou konkrétních míst. Fanoušci se zde snaží vyfotografovat se se svými oblíbenými herci. Tyto fotografie pak často přidávají na sociální sítě. Již devadesát let v Hollywoodu funguje společnost *Starline tour,* specializující se na jedinečné autobusové prohlídky, jezdící kolem domů známých herců. (Connell 2012, In Kotíková, 2013)

Samostatnou kategorii filmového turismu tvoří také *návštěva filmových festivalů*. Filmové festivaly řadíme mezi velmi populární události spojované s filmovým turismem; ročně na tyto eventy zavítají tisíce až desetitisíce fanoušků. Ve většině zemí se filmové festivaly konají pravidelně a staly se významným prvkem kulturního turismu. Můžeme uvést například festivaly v Berlíně, Benátkách či v Cannes. Ani naše malá země není výjimkou a každoročně pořádá známý Mezinárodní filmový festival Karlovy Vary. V české republice je možnost být součástí Filmové školy nacházející se v Uherském Hradišti, nebo poznat Zlínský festival pro děti a mládež. (Connell 2012, In Kotíková, 2013)

Poslední z uváděných forem filmového cestovního ruchu je *návštěva slavnostních ceremoniálů udílení televizních či filmových cen*. Jedná se o prestižní událost, jako jsou předávaní Oscarů (Academy Awards) v Hollywoodu, během kterých milovníci filmů i samotní herci sledují ceremoniály odehrávající se přímo v centru dění, nebo běžněji spíše na televizních či velkoplošných obrazovkách. (Connell 2012, In Kotíková, 2013)



Obr. 1: Přehled forem filmového cestovního ruchu

zdroj: Connell (2012, In Kotíková, 2013)

1.1.3 Pozitivní a negativní vliv rozvoje filmového cestovního ruchu na destinaci

Je bezpochyby pravdou, že se filmový cestovní ruch stále rozšiřuje a vyvíjí. Tento rozvoj může mít na destinaci jak pozitivní, tak i negativní dopady. Zvýšená návštěvnost a zájem turistů destinaci jistě přinesou ekonomické benefity a většinou vedou k podpoře místního podnikaní, avšak tyto aspekty mohou přinést také nejrůznější problémy. K nejobávanějším patří přetížení místní infrastruktury, negativní dopady na životní prostředí a místní obyvatelstvo, v nejhorším případě může dojít i ke ztrátě autenticity místa. V této kapitole se zaměříme na hlavní přínosy i rizika, který rozvoj tohoto specifického turismu přináší.

Jak již bylo zmiňováno, jedním z nejlépe vnímaných pozitivních vlivů filmového cestovního ruchu je zvýšení návštěvnosti lokace a zlepšení ekonomiky regionu. Například celosvětově známý film *Statečné srdce* přispěl k obrovskému nárůstu návštěvnosti. Po natočení tohoto válečného snímku vzrostla návštěvnost památníku Williama Wallace o téměř 300 %. Nejenže tento film navýšil návštěvnost viktoriánskému památníku, ležícímu nedaleko města Stirling, ale celkově přinesl mnoho cestovatelů celému Skotsku. Podobné navýšení počtu turistů nastalo i po promítnutí filmového trháku *Tanec s vlky* ve Fort Hayes v Kansasu. Zde byl zaznamenán nárůst o 25 % turistů – oproti 7 % za předchozí léta. Můžeme také uvést vydaní *Pána prstenů* natáčeného na Novém Zélandě. Tuto filmovou oblast navštívilo v letech 2000–2003 o 10 % více návštěvníků než v letech předchozích. Za zmínku určitě stojí i 20 % navýšení amerických návštěvníků Austrálie po vydání dobrodružné komedie *Krokodýl Dundee* v letech 1981-1988. Co se týká České republiky, můžeme zmínit například Jižní Moravu, kde se natáčela dvoudílná série *Bobule* a *Bobule 2*. Tyto filmy také obrovsky prospěly nejen propagaci regionu, ale i místnímu vinařství. Je tedy zřejmé, že filmový cestovní ruch přispívá ke zvýšení návštěvnosti filmových lokací a z toho lze odezírat i další její pozitivní vlivy (Kotíková, 2013)

Dalším z důležitých přínosů filmového turismu je, že se zvyšuje kulturní hodnota míst, na kterých se různé filmy natáčely. Mnohá historická místa, která slouží jako filmové lokace, získávají popularitu po uvedení filmu, protože tato místa získávají specifický význam prostřednictvím filmového příběhu. (Tuclea a Nistoreanu, 2011)

Dalším silným faktorem je marketing. Location placement je způsob marketingu, kde jsou určitá místa zobrazena ve filmech a jsou předem soustředěna na určitou cílovou skupinu, což napomáhá regionu oslovit turisty. V průběhu let bylo možné nárůst návštěvníků zaznamenat i prostřednictvím většího prodeje vstupenek či sledovanosti televizních přenosů. Jedním z dalších příkladů jsou i filmy od filmového režiséra a scénáristy Woodyho Allena, které vytvářejí pozitivní image destinace (*Do Říma s láskou*, *Půlnoc v Paříži* nebo *Vicky Cristina Barcelona*). (Kotíková, 2013)

Zábavní parky inspirované populárními filmy představují jednu z velmi významných forem filmového turismu. Ze známých můžeme uvést *Universal Studios* kde si díky precizně navrženým atrakcím a pokročilým technologiím můžeme prožít ikonické filmové scény. Velmi oblíbeným a navštěvovaným je i *The Wizarding World of Harry Potter*, který se hned po otevření stal nejvyhledávanějším tematickým parkem. Tematické parky filmového turismu přispívají k významné podpoře místní ekonomiky tím, že přitahují velký počet turistů. Návštěvníci zde zaplatí za vstupenky, ale i suvenýry, občerstvení a autentické ubytování. Místa lákají turisty z celého světa, a to vede k rozvoji mezinárodního cestovního ruchu a celkovému zviditelnění destinace. (Čermáková, 2017)

Stejně jako každá jiná oblast, i filmový cestovní ruch nese své negativní důsledky. Přestože přináší kouzelné zážitky a nové poznatky, má také své stinné stránky. Jedním z problémů je, že filmy často prezentují upravenou krajinu a vytvářejí tak zkreslené iluze o místě, které pak vedou k nesprávným očekáváním fanoušků. Jedná se například o film *Last Holiday* ve kterém diváci mohli vidět město Karlovy Vary; zde je ale město ukázané jako malebné městečko, nacházející se v horské oblasti Alp. Přesně tato zkreslená scenérie může u turistů vyvolat zklamání a nenaplněná očekávání, protože v realitě se město Karlovy Vary v horské oblasti nenachází, a tento efekt byl vytvořen jen pro samotný film. Naopak filmy mohou image destinace i poškodit, jako tomu bylo v případě *Hostel*, kde Bratislava byla zobrazena jako lidem nebezpečné město a film tím téměř zničil reputaci Slovenska a jeho přitažlivost. Podobně tomu bylo i v komedii *Borat* kde byl Kazachstán představen pouze v negativním obraze. (Kotíková, 2013)

Výjimkou nejsou ani případy, kde jsou místa, města či jiné prostory zobrazovány a charakterizovány jako úplně jiná. Příkladem může být použití Prahy jako kulisy pro představení Vídně a Českého Krumlova jako švýcarského města ve filmu *Slečna na Hlídání.* Takováto záměna může nejen zmást turisty. Další můžeme uvést romantickou komedii *Amélie z Montmartru*. Tento film vytvořil Paříži romantický obraz, který přitahoval mnoho turistů. Nicméně, zvýšený počet návštěvníků se nepodepsal na vyšší návštěvnosti konkrétní kavárny. (Kotíková, 2013)

Dalším, velmi závažným negativním dopadem, může být v mnoha případech ovlivnění místní komunity a přírodního prostředí. Jedná se například o poškozování přírodních lokalit a jiné formy vandalství. Mnoho významných přírodních míst bývá využito při natáčení různých typů filmů a tyto lokace pak mohou být velmi závažně poškozeny, a to jak samotným natáčením, tak i následnou turistickou popularitou. Nadměrný počet turistů může narušit místní faunu a poškodit flóru nebo způsobit kontaminaci tohoto chráněného prostředí. V důsledku velké popularity mohou být oblasti přetíženy, a to může zapříčinit narušení jejich ekologické rovnováhy. (Blower, nedatováno)

Někdy se může stát, že daný region není na velké množství turistů dostatečně připraven. Lokace mnohdy nedisponuje službami, které cestovatelé očekávají. Nedostatek ubytovacích zařízení, restaurací a v neposlední řadě jazyková bariéra může turistům pobyt v těchto místech značně znepříjemnit. Je také velmi běžné, že místní lidé nechtějí přitahovat nadměrnou pozornost medií, kterou díky natáčení filmů lokace bezpochyby vyvolává. Jako příklad lze uvést oblast v Durhamu, která se stala velmi populární díky významné roli ve filmech o *Harry Potterovi*, a čelila tak zvýšenému zájmu. Kvůli masovému návalu turistů místní lidé podali žádost na úřady o vymazání katedrály z filmové mapy, neboť ji považují za velmi posvátné místo určené k bohoslužbám. Po velkém úsilí byla katedrála z mapy filmových míst Velké Británie odstraněna. (Tuclea a Nistoreanu, 2011)

Stejně jako u mnoha jiných typů turistiky, návštěvníci mohou přinést další nepříjemností. Jednou z nich je komodifikace místní oblasti, kdy se požadavky a přání turistů staví před potřeby místních obyvatel. Tím je myšleno, že lokální obchody mohou být přeměněny na obchody se suvenýry, které prodávají předměty spojené s filmem. Tím se však lokalita stává spíše atrakcí než místem, kde si místní obyvatelé mohou nakupit své každodenní potřeby. (Blower, nedatováno)

V současné době jsme schopni vyjmenovat několik výzev, ale i výhod spojených s podporou a souhlasem s natáčením snímků v určité lokalitě. Je ale zřejmé, že se správným plánováním

a řízením lze většinu problémů vyřešit, a tím napomoci místním obyvatelům využít benefity, které filmový cestovní ruch nabízí. (Blower, nedatováno)

1.1.4 Motivy účasti na filmovém cestovním ruchu

Každého z nás už jistě někdy napadla myšlenka při sledování nějakého filmografického místa, kde byl film natáčený a jak toto místo vypadá ve skutečnosti? Když se na plátně objeví známé město, vesnice, ulice, nebo horská oblast, popřípadě jiná fascinující krajina, přirozeně nás začne zajímat, jak místo vypadá mimo filmový záběr. Je to touha, která nás nutí k zamyšlení, jak se asi místo v realitě liší od záběrů, které jsme viděli na obrazovce. Nejspíše nás láká nutkání prožít si příběh na vlastní kůži, nebo si jen na nějaký čas představit, jaké by bylo být opravdovým hrdinou. Tento zájem o návštěvu reálné lokace spojenou s kinematografií se stal jedním z hlavních impulzů filmového cestovního ruchu, kdy turisté vyjíždějí na cesty, za účelem návštěvy místa, které jim zůstalo v paměti z jejich oblíbených snímků.

Ellenberger a Ballerini (2005) uvádějí, že pohřeb Rudyho Valentina, jedné z předních hvězd němého filmu, který se konal v roce 1926, přitáhl téměř 100 000 fanoušků. Tento příklad je považován za jeden z počátků filmového cestovního ruchu, jelikož ukazuje, jak významné události spojené s filmovými hvězdami mohou motivovat k cestování a stát se součástí širšího fenoménu, kdy lidé navštěvují místa spojená s oblíbenými filmy a jejich ikonickými představiteli. (Ellenberger, 2014)

Již v meziválečné době hrálo ovlivňování filmem velkou roli v motivaci zahraničních turistů k návštěvě Československa. I když se jednalo pouze o kratší filmové střihy, obsahovaly nejen přírodní krásy, ale i historické památky a jedinečnou atmosféru lázeňských měst. Lidé si tak mohli udělat obrázek o tom, co jim země nabízí, a to jim pomohlo se rychleji rozhodnout, za jakými zážitky se vydat. Tyto filmy byly vysílány v zahraničních kinech a oslovovaly tak velké množství potencionálních cestovatelů. Přestože velmi záleželo na vizuálním dojmu, byla důležitá také důvěryhodnost prezentovaných informací, neboť snímky vznikaly za velké podpory státu a turistických organizací. Horská a lázeňská města, nespočet historických památek a krásná příroda vyvolávala v lidech obrovskou touhu poznávat nová místa a relaxovat. Tím také přispěly k rozvoji cestovního ruchu země. (Štemberk, 2009)

Samotné rozdělení filmových turistů ukazuje na to, do jaké míry film ovlivňuje jejich rozhodování o návštěvě dané lokality a jak se na tomto místě chovají. McKercher a Du Cros (2003) tuto kategorizaci popisují tak, že tento přístup přihlíží, nakolik kultura a její okolí napomáhá k výběru určité destinace a v jaké intenzitě ji návštěvník vnímá. Není tedy divu, že filmy jsou v mnoha případech hlavním důvodem pro výběr cílového místa, byť jsou jen jedním z několika faktorů ovlivňujících jejich volbu.

Mohou také ale být jen doplňkovým zážitkem, který obohatí jejich výlet a stanou se vrcholem jejich cestovatelských zážitků. Na základě výše zmíněného podle Kotíkové (2013) rozdělujeme turisty do tří kategorií.

1. Zasvěcený filmový turista
2. Občasný filmový turista
3. Neplánovaný filmový turista

První typ návštěvníka je ten, který destinaci či určité místo a událost navštíví pouze kvůli filmu. Jedná se například o účast na filmových festivalech nebo o nadšence, jejichž hlavní zájem o danou lokalitu vyvolal filmový snímek. (Kotíková, 2013)

Občasného průzkumníka naplňuje poznávání filmových lokací nebo událostí, ale není to jeho hlavním důvodem pro účast na cestovním ruchu. Zážitky spojené s místem filmového natáčení pak považují za důležité a řadí je k těm nejzajímavějším. (Kotíková, 2013)

Za neplánované turisty označujeme ty, kteří přímo filmové zážitky nevyhledávají. Většinou navštíví filmové místo jen náhodně, protože je blízko jejich cesty nebo na základě nějakého doporučení. Návštěva takovéto lokace je pak láká právě proto, že vědí o jejím filmovém ztvárnění. (Kotíková, 2013)

Macionis (2004) se motivací účastnit se na filmovém turismu taktéž zabývá. Ve své studii uvádí pull a push faktory, které nám napomáhají pochopit, co nejvíce turistu motivuje, navštívit takováto místa. Tento koncept faktorů poprvé představil Dann (1977), ale dále jej převzalo několik dalších autorů a rozpracovali je v různých oblastech cestovního ruchu. Push faktory představují vnitřní motivaci, čímž se rozumí například osobní touhy, emoce a potřeby, které směřují k cestování. Pull faktory jsou vnější prvky destinace, které naopak cestovatelé přitahují a rozhodují o návštěvě určitého místa. (Macionis, 2004)

Push faktory ve filmovém cestovním ruchu chápeme jako hnací sílu, která motivuje turisty k návštěvě míst spojených s filmem. Mezi ně řadíme: únik z reality, seberealizaci a hledání identity, nostalgii, prestiž a sociální status nebo i poutní charakter cesty. To znamená, že lidé občas vnímají návštěvu filmové lokace jako důležitou životní zkušenost, podobně jako poutníci náboženská místa. (Macionis, 2004)

Pull faktory označují specifické prvky destinace. Macionis (2004) rozdělila tyto faktory do tří hlavních kategorií:

1. Místo – součástí je jedinečnost lokace, přírodní scenérie a historické a kulturní bohatství.
2. Výkon – zahrnuje příběh a hloubku filmu, jeho téma a žánr.
3. Osobnosti – v této kategorii jsou zahrnuti herci, postavy a celebrity spojené s filmem.

Samotný úspěch lokality spojené s filmografickou tématikou závisí také na tom, zda se podaří naplnit očekávání návštěvníků z prožitého zážitku. Není tajemstvím, že je mnoho míst pro záběry speciálně upraveno (dočasné kulisy, digitální efekty), je ale důležité přimět návštěvníka cítit se tak, jako by on sám byl hlavním hrdinou. Toho lze dosáhnout tím, že se prostředí co nejvíce přiblíží filmové podobě. Může jít o tematické atrakce nebo nabídku suvenýrů spojených s určitým snímkem. Bohužel ale autenticitu prožitku může narušit nadměrná komercializace filmové lokace nebo příliš mnoho turistů v jedné chvíli na jednom místě. (Tomala a Faber, 2011)

Je dokázáno, že filmová nebo jiná audiovizuální díla spíše posilují již existující touhu cestovat, než že by ji přímo vytvářela. Podle studií tvoří ryzí filmoví turisté přibližně 4 % ze všech návštěvníků těchto míst, a i ti v mnoha případech spadají i pod jiné typy účastníků cestovního

ruchu. (Heitmann, 2010) Stanovit přesný vliv filmu na rozhodnutí cestovat je obtížné, a to nejen pro odborníky, ale i pro samotné turisty, kteří si svou vlastní motivaci často ani neuvědomují. (Roesch, 2009)

1.2 Ekonomické aspekty filmového cestovního ruchu

O cestovním ruchu můžeme hovořit jako o jednom z katalyzátorů současné globální ekonomiky. Cestování se stalo moderním statkem s rostoucí poptávkou, na níž adekvátně reaguje neustále se měnící a rozšiřující nabídka. Cestování se ve vyspělých státech světa změnilo z luxusního statku na statek běžné spotřeby. To vše souvisí nejen s technologickým pokrokem, ale i s celkovou přeměnou společnosti. Do této sféry významně přispívá i součást cestovního ruchu, kterou je filmový cestovní ruch. Stává se stále dominantnějším, a tak vzrůstá i jeho vliv na současnou i budoucí ekonomiku. Nejvyspělejší státy světa věnují velkou pozornost podpoře rozvoje cestovního ruchu včetně toho filmového. Ekonomický přínos je významným podílem na jejich národním HDP. (Šauer a Repík, nedatováno)

I Česká republika poskytuje nejrůznější pobídky (státní dotace pro filmaře) filmovým produkcím s vidinou budoucích zisků. Velkým ekonomickým přínosem jsou pak i hospodářské výsledky firem, které se zdánlivě na filmové produkci nepodílí a jejich přínos se tak může zdát jen okrajový. Opak je ale pravdou. Příjem, který získají firmy nejrůznějších velikostí a oblastí činnosti jak ve službách, tak ve výrobě se pak stávají příjmem našeho státního rozpočtu, a to mnohdy ne malým. Dochází k rozvoji těchto firem nejen v oblasti zvyšování kvality odváděných služeb, ale i k jejich modernizaci ve snaze přiblížit se nejvyspělejšímu světu. Tyto atributy samozřejmě podněcují k vyšší turistické návštěvnosti a tím i ekonomickému rozkvětu. (Šauer a Repík, nedatováno)

Přestože se v České republice natočilo velké množství zahraničních snímků, v roce 2005 čeští politikové zaváhali. Okolní státy se rozhodly poskytnout filmovým produkcím pobídky na takové úrovni, že je filmaři nemohly odmítnout. Česká republika však nezareagovala zavedením stejného opatření, a tak se dostala do situace, kdy byla místo osmi miliard Kč, které u nás utratila zahraniční produkce v roce 2005, utracena v roce 2010 necelá miliarda. V roce 2011 stát znovu zavedl tyto pobídky a hodnota utracených peněz od zahraničních filmařů dosáhla zhruba miliardy a půl korun českých. (Šauer a Repík, nedatováno)

Tab. 1: Obraty audiovizuální produkce v milionech Kč

Rok	České filmy	Zahraniční filmy a TV	Reklamní spoty
2013	795	2 840	1 392
2014	646	3 354	1 960
2015	852	3 704	2 203
2016	921	3 575	2 027
2017	1 040	3 158	2 131
2018	1 522	4 926	1 753
2019	1 241	6 337	1 886
2020	919	5 746	1 055
2021	1 268	8 737	1 866
2022	1 732	11 256	2 451
2023	2 145	9 226	2 140

Zdroj: Asociace producentů v audiovizi (2024)

Rewtrakunphaiboon (2009) uvádí, že studie prokázaly, jak mohou filmy výrazně ovlivnit rozhodování turistů a že nezajišťují destinaci pouze okamžité příjmy, ale také dlouhodobý růst. Několik organizací zaměřených na cestovní destinace rychle využilo těchto výhod a významně zvýšilo počet návštěvníků díky přitažlivosti filmu. Podle britského průzkumu je 27 % dospělých a 45 % mladých lidí ve věku 16 až 24 let ovlivněno při výběru dovolené právě filmy.

Pokud se tedy máme zamyslet nad ekonomickými dopady filmového cestovního ruchu, můžeme říct, že jsou téměř vždy pozitivní. Filmová plátna v kinech jsou jedním z nejmocnějších způsobů propagace dané oblasti, bez závislosti na tom, jaký úhel místa prezentuje. Například velká většina lidí vnímá Vietnam jako místo ovlivněné válkou. Naše představy o této zemi často vycházejí z válečných filmů, jako jsou *Četa* nebo *Dobré ráno Vietname*. A přestože nám tyto snímky zobrazují depresivní, válkou zničenou zemi, kde zahynulo mnoho obětí, tak příjmy z tohoto turismu od roku 1991 každým rokem vzrostou o 40 %. (Strauss, 2003)

London Tourist Board Overseas uvedlo, že až 20 % všech návštěvníků, přijíždějících do Londýna, zrealizují tuto cestu na základě inspirace z televize, kina nebo i rádia. Skotské mega hity *Rob Roy*, *Loch Ness* a *Statečné srdce* navýšili místní ekonomiku o téměř 15 milionů liber. Po uvedení filmu *Rozum a cit* se během roku navýšil příjezd návštěvníků do Saltram House v Devonu o 39 %. Takovýto nárůst návštěvnosti je připisován pouze filmu, protože tento dům ani jeho okolí nebyly nikdy jinak propagovány. (Strauss, 2003)

Samotný proces natáčení může destinaci přinést velké finanční příjmy a vytvořit nová pracovní místa pro její obyvatele. Příkladem nám je natáčení filmu *Prokletá farma* v Illinois, kde bylo z filmování získáno 21 milionů dolarů a vzniklo až 183 plnohodnotných pracovních pozic. Názory ekonomů uvádějí, že turistický ruch má na komunitu větší finanční dopad, něž nám ukazují samotné tržby. Větší zisky také nastávají u hotelů, restaurací ale i menších podniků, jakou jsou suvenýrové podniky, lokální obchody či benzínové pumpy. (Strauss, 2003)

Amerika je jedním z hlavních míst, kde se natočilo a natáčí nejvíce filmů, a to zejména ve městech jako Los Angels nebo New York, které jsme měli možnost zahlédnout v mnoha filmech. Nicméně pro lepší a jasnější přehled o ziscích z filmového turismu je lepší se zaměřit na místa, která se proslavila díky určitému filmu a následně zaznamenala obrovský nárůst návštěvníků. Za ukázkový příklad můžeme uvést město Moab v Utahu, které se proslavilo prostřednictvím filmu *Thelma a Louise*. Další je i město Savannah ve státě Georgia, které se stalo populárním díky snímku *Midnight in the Garden of Good and Evil*. Ať už jde o oblasti, které se usilují o větší zisk z turismu, nebo i o ty, které se o to nesnaží, natočení jakékoliv kinematografie výrazně přispívá k rozvoji místní ekonomiky. Skvělým příkladem je i město Dyersville ve státě Lowa, kde se natáčelo rodinné drama *Hřiště snů*. Před premiérou filmu mělo město jeden hotel a za krátký čas se zde z důvodu velké návštěvnosti vybudovaly další dva hotely s několika desítkami pokojů. Celkově se cestovní ruch ve městě zčtyřnásobil. (Strauss, 2003)

V roce 2023 uvedla butiková poradenská společnost Econsult Solutinions, Inc. analýzu, ve které zveřejnila náhledy na ekonomiku destinací spojených právě i s filmovým turismem. ESI pracovala společně s americkými úřady na strategiích ekonomického rozvoje, které lákají nové turisty a investice do potřebných regionů, čímž se posiluje lokální ekonomika a tím i finanční toky. Pro zkoumání turismu vyvolaného filmem nebo televizními seriály měla poradenská společnost možnost pracovat se státy Georgie a Montana, které mají výjimečné daňové úlevy a zpozorovali růst ve filmovém průmyslu na jejich území a následné dopady na cestovní ruch. (Econsult solutions Inc., 2023)

Také Gruzie je jednou ze zemí, která je známá pro své úlevy souvisejícími s filmovými produkcemi, které byly zavedeny v roce 2005. Díky tomu si také vysloužila přezdívku „Hollywood jihu“. Pobídky státu přilákaly velké množství režisérů, a tak se stala Gruzie velmi významným místem, vhodným pro natáčení jakýchkoliv scenárií. Jsou to ale především američtí filmaři, které tyto výhody využívají. Mnoho světových trháků, jako například *Stranger Things*, *The Walking Dead* a *The Hunger Games* se natáčelo právě v Gruzii, konkrétně v Douglas Couty. Celkově se Douglas County může pyšnit více než 700 filmy a televizními seriály. Mezi nejoblíbenější místa řadíme historické centrum města a státní park Sweetwater Creek. (Econsult solutions Inc., 2023)

Po dlouhá léta je Gruzie jednou z nejlepších filmových destinací ve světě, naopak Montana si svoji filmovou kariéru teprve tvoří. Nárůst filmových scenárií nastal po tom, co se v tomto americkém státě zavedl roku 2019 zákon MEDIA. Ten produkčním společnostem poskytuje vratný daňový kredit na způsobené výdaje a tím láká nemálo projektů. Montana nám může nabídnou krásné přírodní scenérie, která dělají filmové záběry výjimečnými. Mezi nejpopulárnější snímky, zde natáčené, řadíme seriál *Yellowstone*, který přilákal do státu přibližně 2,1 milionu turistů. Ti zde utratili téměř 730 milionů dolarů. Výzkum University Montana´s Bureau of Business and Economic Research (výzkumné instituce) ukazuje, že cestovní ruch spojený s filmem výrazně podporuje ekonomiku regionu a posiluje turistickou infrastrukturu. Je možné říct, že film v těchto státech funguje jako efektivní forma propagace, a ta oslovuje diváky po celém světě. (Econsult solutions Inc., 2023)

Travelsat Competitive Index (2018) uvedl, že za rok 2017, podle výsledku jeho výzkumu si 80 milionů turistů zvolilo za dovolenkovou destinaci místo na základě shlédnutí určitého filmu. Velká spousta zahraničních autorů, jako jsou (Tooke a Baker, 1996), (Berger a Luckmann,1966)

nebo (Riley, 1994) tvrdí, že film jako takový je jedním z nejvlivnějších medií v oblasti turismu. (Valasco-Ferreiro a kol., 2021)

Tab. 2: Dopady filmového turismu na destinaci

Film nebo televizní seriál	Lokace	Dopad na počet návštěvníků nebo turistické příjmy
Harry Potter	Různá místa ve Velké Británii	Všechny lokality zaznamenaly nárůst o 50 % nebo více
Pán prstenů	New Zeland	Každoroční 10 % nárůst od roku 1998 do 2003 z Velké Británie
Mission: Impossible 2	Národní park Sidney	V roce 2000 až o 200 % vyšší nárůst
Forrest Gump	Savannah, Georgia	7 % nárůst v oblasti turismu
Mandolína kapitána Corelliho	Cephalonia, Greece	50 % nárůst během 3 let
Malé ženy	Orchard House, Concord, Massachusetts	65 % nárůst rok po vydání
Poslední Mohykán	Chimney Rock Park	25 % nárůst rok po vydání
Všechny velké a malé bytosti	Yorkshire Dales	Vybráno 5 milionů liver pro Yorkshire Dales

Zdroj: Valasco-Ferreiro a kol. (2021)

Z tabulky 2 je možné vidět, že filmy natočené v různých destinací, mají potenciál přispívat k hospodářskému rozvoji, a to nejen pro vytváření nových pracovních příležitostí pro místní obyvatelstvo, ale také jako možnost podnikaní v turistické lokaci a celkově přispět k sociálnímu a kulturnímu rozvoji. Někteří experti se domnívají, že je také velmi důležité zapojit lokální obyvatele a důsledně dbát na udržitelnost destinace. Pokud se zaměříme na samotný dopad filmové cestovního ruchu a na následné vnímání turistické destinace, někteří odborníci zdůrazňují, že audiovizuální obsah hraje velkou roli při utváření jejího obrazu. Shodují se taky na myšlence, že filmy a jiná televizní tvorba výrazně přispívá k formování dojmu o daném místě. Za důležité považují i fakt, že kombinace kinematografie a turistiky je úspěšná, pokud je však dobře nastavená. V tomto případě může mít filmová produkce veskrze pozitivní dopad na jakékoliv turistické destinace. (Valasco-Ferreiro a kol., 2021)

1.2.1 Filmový cestovní ruch jako faktor regionálního rozvoje

Audiovizuální média se stávají stále populárnější a hrají důležitou roli v oblasti cestovního ruchu. Filmový turismus se prezentuje jako důležitý faktor podporující hned několik možností rozvoje destinace. Mezi tyto faktory můžeme bezpochyby zařadit ekonomický a sociální rozvoj, který podporuje rozvoj turistických destinací. Využívání lokalit vhodných pro film může mít všeobecný dopad na regiony a přispívá nejen k růstu turismu, ale i k podpoře místních podniků a zlepšení celkového dojmu destinace. Tento trend je dobrým nástrojem pro zajištění udržitelného rozvoje a kulturního obohacení.

Je zřejmé, že tento fenomén bude a má dopad na místní ekonomiku, čímž jsme se zabývali v předchozí kapitole.

Nicméně regionálnímu rozvoji z hlediska filmového turismu přispívá tvorba nových produktů určených pro turisty, které pak přitahují návštěvnost a zvyšují všeobecný zájem o takováto místa. Filmové produkce rády pro své filmy využívají atraktivní lokality, a tím výrazně napomáhají lepší image destinace. To vše vede k dlouhodobému pozitivnímu dopadu na jejich pověst jakožto turistické destinace. Tím se bezpochyby region stává vyhledávanějším, a to láká nejen nové návštěvníky, ale zejména investory. Nemůžeme nezmínit, že tato turistika napomáhá i rozvoji v kulturních a sociálních oblastech. Tím je myšlena podpora kulturní výměny, zvyšování povědomí o místní historii, tradicích a celkovou podporu místních komunit. (Araújo-Vila a kol., 2024)

Přestože je mnoho filmů díly fikce, podílejí se na velké propagaci destinace. Příkladem toho je sága o Jamesi Bondovi, která neustále přitahuje velké množství cestovatelů na místa natáčení, ale rovněž vytváří turistické produkty spojené s názvy jako „James Bond“, „Agent 007“ nebo jen „007“. Vila Skifall v Portugalsku je vhodným příkladem, který můžeme pro představení uvést. Tato vila byla po dokončení natáčení a z důvodu velkého zájmu turistů přeměněna na turistickou atrakci. Sledování těchto proměn ukazuje, jak velký dopad mohou filmy mít na cestování. (Araújo-Vila a kol., 2024)

I v České republice začíná mít v průběhu času filmový cestovní ruch stále důležitější roli v oblasti regionálního rozvoje. Zlínský kraj, přesněji audiovizuální klastr se soustředí na přitahování zahraniční a domácí produkce, což napomáhá místním příjmům. Dalším ukázkovým příkladem je Humpolec, město ležící v Kraji Vysočina, které se proslavilo díku filmu *Marečku, podejte mi pero*, ve kterém zazněla věta: „Hliník se odstěhoval do Humpolce“. Přestože se tato postava ve filmu nikdy neobjevila, měla i tak velký vliv na zvýšení popularity města. Nelze opomenout ani Dalešický pivovar, známý z filmu *Postřižiny*, obec Hoštice jedinečná pro svoje vícedílné *Slunce, seno…*, které dodnes přitahuje několik tisíc lidí ročně. I když tato místa mají svůj charakter a spojení s natáčením ukazuje, jak tento fenomén může přispět a podpořit regionální rozvoj destinace. (Žáková a Císař, 2011)

Jak je patrné, filmový cestovní ruch zaujímá důležitou pozici nejen v regionálním rozvoji, protože propojuje kulturní hodnoty a turistické atrakce, ale výrazně podporuje i ochranu kulturního dědictví a ekonomický růst destinace. Využití tohoto turismu jako nástroje pro regionální rozvoj umožňuje regionům těžit z filmových produktů a kultury, které nejen přitahují turisty, ale také přispívají k budování pevného regionálního image. Filmový turismus v rámci propojení kulturních a turistických zdrojů přispívá také k udržitelnému rozvoji. Vytváření filmových základů napomáhá jak filmovým produkcím, tak i turistickým aktivitám, které zase napomáhají posílit

místní podniky a stimulují oblast turismu a zábavy. Zpravidla platí, že čím je film úspěšnější, tím větší je následná návštěvnost lokality, která je s ním spojená. Tyto destinace se stávají turistickými atrakcemi, které mají pozitivní a dlouhodobý vliv na určité oblasti. Lidé, kteří místa natáčení navštíví, automaticky podporují vyšší příjmy pro místní podniky, které se na základě větší návštěvnosti přizpůsobují velkému počtu turistů a začnou tak své služby rozšiřovat. Hotely rozšiřují počty pokojových lůžek, služby jako třeba wellness a Spa, sportovní centra, hotelová parkoviště a mnoho dalšího. Obchody rozšiřují nabídku produktů a celkově tak dochází k rozvoji v místní dopravě, tvorbě pracovních míst, pohostinství a dalších sektorech. Cestovní ruch inspirovaný filmem tedy funguje jako velmi účinný nástroj pro regionální rozvoj, který napomáhá propagaci regionální kultury a jejího historického dědictví a tím napomáhá k dlouhodobému růstu a udržitelnému rozvoji daných oblastí. (Frontiers, 2022)

1.3 Filmový cestovní ruch v České republice

Česká republika je nejen pro české filmové tvůrce, ale i spoustu zahraničních produkcí vyhledávanou lokalitou. Čeští filmoví tvůrci rádi využívají známých měst, vesnic, hor i přírodních krás, na které je naše republika tak bohatá. Toto vše oslovuje i zahraniční producenty, kteří rádi využívají možnosti natáčet na území Česka. Vyhledávané jsou nejen zámecké komplexy, ale také skalní útvary v severovýchodních Čechách. Mnohokrát byla využita i možnost natáčet válečné scény v místech určených k demolicím.

V roce 2004 vznikla i kancelář – Czech Film Commission, která podporuje natáčení zahraničních snímků v České republice a pomáhá cizím producentům vyhledávat vhodná místa pro jejich režii. O jedenáct let později byla začleněna do Národního filmového archivu a stala se součástí filmových mezinárodních asociací. (Kotíková, 2013)

1.3.1 Destinace filmového cestovního ruchu

Vůbec nejčastěji vyhledávaným prostředím zahraničních tvůrců je hlavní město Praha. Filmem, který využil autentická místa v blízkosti chrámu svatých Cyrila a Metoděje, byl britsko-francouzsko-český film *Anthropoid* o atentátu na říšského protektora Reinharda Heydricha. (Český rozhlas, 2015)

Historické drama *Jan Žižka* z roku 2022 využilo exteriéry v Praze (Pražský hrad), ale i hrady v okolí Prahy jako Orlík, Zvíkov, Točník a Křivoklát. Ve filmu se objevily záběry z lomu Velká Amerika, Karlova mostu a Dolského mlýna v Českém Švýcarsku. (CzechTourism, © 2025)

V roce 1995 byla v Praze také natočena část tajemné série *Mission: Impossible*. V tomto filmu lze zahlédnout záběry z Václavského a Staroměstského náměstí, Karlova mostu nebo také Valdštejnského paláce. (Lizner, 2020)

Pokud bychom se na některá filmová místa zaměřili podrobněji, mohli bychom uvést například:

Jednou z nejvýznamnějších českých filmových lokalit jsou *Adršpašsko-teplické skály*, které se nacházejí jen pár kilometrů od města Náchod. Tato oblast je známá díky své fascinující přírodní kráse – jezírka, rozmanité skalní útvary, potoky a úzké soutěsky. Adršpašské skály si během let získaly obdiv u několika filmových scénáristů, kteří se rozhodli využít jejich famózní atmosféru pro natáčení pohádek. Před vstupem do skalního města je možnost zastavit se u dvou zajímavých míst, jež měli turisté možnost vidět na filmovém plátně. První z nich je louka, známá

z pohádky *Peklo s princeznou* (2009), odkud je možno sledovat okouzlující výhled na skalní věže Starostová, Starosta a Král. Druhým místem, které můžeme navštívit před vstupem do samotných skal, je zatopený lom s azurovou vodou. Místo se rovněž objevilo ve výše zmíněné pohádce, kde byl princ Jaromír zachraňován princeznou Anetou. Při vstupu do skal hlavním vchodem se nám nabízí další filmový záběr, tentokrát z pohádkového příběhu *Z pekla štěstí 2* (2001), kde se objevila Dračí jeskyně. Dále se zde také natáčely scény z oblíbeného snímku *Třetí princ* (1983) nebo *Princ a Večernice* (1979). (Filmová místa, © 2006-2025). Toto skalní bohatství neoslovilo pouze české filmaře, ale také ty zahraniční. Například štáb filmové ságy *Letopisy Narnie* zavítal do Česka, kde natočil několik působivých záběrů. Jedny z nich pochází z prvního dílu s názvem *Letopisy Narnie: Lev, čarodějnice a skříň* (2005), kde sourozenci z rodiny Pevensiovi prochází gotickou bránou nebo když herci prochází úzkou chodbou zvanou Myší díra. Adršpašské skály jsou významné i pro tvůrce seriálů, natáčel se zde známý film *Tři Mušketýři* z roku 2014. (CzechTourism, © 2025)

Karlovy Vary patří k nejhezčím městům v České republice a tím také lákají nejen české, ale i zahraniční filmaře. Mezi nejznámější filmy, které se zde natáčely, patří bezpochyby *Casino Royale* (2006), kde jsme mohli vidět Daniela Craige. Zde jsme sice nezahlédli přímo město Karlovy Vary, ale luxusní Grandhotel Pupp, který v těchto scénkách dostal název Splendide. Tento přepychový podnik také poskytl místa pro film *Florenc 13:30* (1957) nebo seriál *Třicet případů majora Zemana*. Zmíněné filmy nebyly jediné, které se v hotelu Pupp natáčely. Dále můžeme uvést filmy *Hvězda padá vzhůru* (1974) s jedinečným Karlem Gottem, *Vrchní prchni* s Libuší Šafránkovou a Josefem Abrhámem (1980), úžasnou Queen Latifah ve snímku *Poslední prázdniny* (2006), či zfilmovanou verzi z knihy od Otty Pavla *Smrt krásných srnců* (1968). (Kopecká, 2019)

Ve městě Karlovy Vary se také objevil například francouzský herec Gérard Depardieu, který zde působil dokonce dvakrát – poprvé v roce 1998 jako Honoré de Balzac a podruhé ve zmiňovaných *Posledních prázdninách*, kde si zahrál šéfkuchaře v Grandhotelu Pupp (Kopecká, 2019)

V proslulých Karlových Varech se každoročně koná jeden z nejprestižnějších filmových festivalů ve střední Evropě, který přitahuje významné osobnosti z celého světa. Letošní rok zde proběhne již 59. ročník. (Kopecká, 2019)

Tato metropole však není jediným českým lázeňským městem, které se stalo středem zájmu filmových producentů. Velkou oblibu si získaly také blízké Mariánské Lázně. Ty se objevily v adaptaci Dostojevského románu *Hráč* (1972) a ve snímku *Výstřely v Mariánských Lázních* (1973), natočeném podle skutečné události z předválečné doby. Toto místo též posloužilo filmařům, při natáčení seriálu Dobrodružství kriminalistiky v dílech *Otisk a Tým* (1989). Nezapomenutelný je rovněž 29. díl seriálu Major Zeman, s názvem *Mimikry* (1974), ve kterém se objevila místní Hlavní třída a letiště. (CzechTourism, © 2025)

Jen málokteré město se může pochlubit tak velkým množstvím filmových scén jako Kroměříž. Toto město ležící ve Zlínském kraji je navštěvované pro svou architekturu a malebná prostředí, které filmové tvůrce přitahují a ukazují, že Kroměříž má významnou roli nejen v historickém, ale i kulturním kontextu. (Kroměřížsko, © 2025)

Arcibiskupský zámek Kroměříž a jeho jedinečné zdobení, spojené s prostornými sály a rozlehlou zahradní plochou, nabízí perfektní kulisy pro filmování, které jsme měli možnost zahlédnout nejen v českých pohádkách, ale i ve velmi úspěšných mezinárodních produkcích. Povědomá místa z filmových pláten můžeme zahlédnout již na náměstí, neboť v jeho blízkosti, přesněji u kroměřížského muzea, se ve snímku *Dědictví aneb kurvaseneříká* (2014) Bolek Polívka

proháněl na koni. Známá jsou nám i místa z psychiatrické léčebny. Film původem českého režiséra Miloše Formana *Amadeus*, (1984) byl ověnčen hned osmi Oskary a patří mezi velkofilmy, které byly natočeny právě v těchto prostorech. Americká produkce si zámek pronajala na čtrnáct dní a natočila zde úžasné záběry, například první setkání Mozarta s císařem Josefem II. a dvorním skladatelem Salierim. (Kroměřížsko, © 2025)

Dalším úspěšným seriálem, zde natočeným, je novější seriál *Marie Terezie* (2017). Není totiž překvapující, že právě historické scény jsou pro tyto prostory nejvhodnější. V tomto vícedílném příběhu jsme mohli kromě zahraničních herců (Aaron Friesz a Ursula Strauss), vidět i Vojtěcha Kotka, Táňu Pauhofovou nebo Martina Pechláta. (Kroměřížsko, © 2025)

Dánská *Královská aféra* (2012) s Madsem Mikkelsenem, francouzský *Napoleon* (2002), biografický dokument ruské carevny Kateřiny Veliké se stejnojmenným názvem z roku 2015 anebo nová verze proslulé *Angeliky*, patří mezi další významné produkce natáčené na tomto celosvětově známém českém zámku. (Arcibiskupský zámek v Kroměříži, nedatováno)

Ve středočeském kraji v blízkosti obce Rakovník, se nachází jeden z nejstarších hradů naší republiky, gotický *Křivoklát*, oblíbený českými i zahraničními scénáristy pro jeho interiéry a exteriéry, které jsme mohli vidět téměř ve třiceti filmech či pohádkách. Hradní komplex poskytuje svoje prostory pro produkční záměry více než půl století. Už v padesátých letech 20. století, jsme měli možnost sledovat příběh právě z tohoto místa v dramatickém muzikálu *Dalibor* (1956). V tomto století se zde povedlo natočit ještě dalších zhruba devatenáct filmů, mezi ně řadíme například velmi povedenou a dodnes lidmi oblíbenou komedii *Dívka na koštěti* (1971), kde se mladá čarodějnice Saxana rozhodne žít mezi obyčejnými lidmi. Hrad zde slouží jako sídlo pro čarodějnice a jejich magické síly. Jinými ceněnými pohádky jsou také *Jak se budí princezny* z roku 1977 a *Honza málem králem* taktéž z tohoto období. Další známé záběry můžeme vnímat ve *Třech Veteránech* (1983), kde Křivoklát zaujímá podstatnou část filmu, například když veteráni vjíždějí na nádvoří nebo v části, kdy králův ministr sleduje dalekohledem veterány, kteří prchají pryč. Další známou českou pohádkou je i *Jak si zasloužit princeznu* (1994) a mnoho dalších. Můžeme tedy říct, že scénáristi si v tomto století hrad velmi oblíbili. Za novější snímky můžeme uvést celorepublikově oblíbenou vánoční pohádku *Anděl Páně* (2005). (Národní památkový ústav, ©2025)

Ze zahraničních filmů můžeme uvést americkou *Kletbu tří Grimmů* (2005), kde si jednu z hlavních rolí zahráli Matt Damon a Heath Ledger. Snímek z interiéru hradu vnímáme třeba při výslechu u generála. Rok 2008 nám nabídl sledovat americko-německou akční kriminálku s Angelinou Jolie ve *Wanted* kde hrad sloužil jako klášter a česko-slovensko-maďarsko-britskou projekci o takzvané Čachtické paní neboli *Bathory* (2008), kterou svět zná pod pseudonymem "Krvavá paní". I v letošním roce se na hradě Křivoklát chystají další filmové záběry. (Filmová místa, © 2006-2025)

Dalším velmi významným místem natáčení v České republice je *Hluboká nad Vltavou*, situovaná v Jihočeském kraji, kde dominantou je novogotický zámek Hluboká, který se díky svému vzhledu stal inspirací pro několik tvůrců. Zámecká výstavba je velmi podobná anglickému Windsoru, dokonce se tvrdí, že právě on byl pro Hlubokou inspirací.

Jihočeské sídlo bylo dočasným domovem několika režisérů a herců, kteří zde natáčeli známe scény. Jižní Čechy se mohou pochlubit projekcí z kouzelného *Pana Taua* (1971), který si na střeše zámku spravoval deštník, nebo se pohyboval po golfovém hřišti. (Filmová místa, © 2006-2025)

Vybavíme si třeba také jednu z nejlepších českých pohádek *Pyšná princezna* (1952), kde princezna Krasomila upadla do fontány a král převlečený za zahradníka jí zavazoval střevíček,

nebo když trubači troubí na příchod uchazeče o princeznu ruku. Historii produkcí na zámku tvoří i pohádky *Jezerní královna* (1998), *Šípková Růženka*, kde šlechtické sídlo představuje palác krále Leopolda nebo novodobé *Tři bratři* (2014), kde je komplex situovaný na hoře Říp. (Filmová místa, © 2006-2025)

Ze zahraničních kinematografie jde o *Underworld: Krvavé války* (2016), kde interiér slouží jako sídlo upírů a hlavní role obsadili známá Kate Beckinsale a Theo James. Americká rodinná komedie *Au Pair II aneb Pohádka pokračuje* (2001) taktéž využila českých prostor pro svatbu nebo sledování otce Jennifer na nádvoří. (Jižní Čechy, © 2022–2025)

Kromě zámku Hluboká nabízí město také krásné okolí, včetně Vltavské přehrady. Ta byla taktéž několikrát zobrazena v některých dramatických či romantických záběrech. Není tedy pochyb, že je právě toto místo jedním z nejoblíbenějších pro filmové produkce, které hledají vhodná místa pro jejich příběhy s kombinací elegance a přírodní krásy. (Jižní Čechy, © 2022–2025)

I Kraj Vysočina se může pochlubit světově známým místem, kde se natáčelo mnoho filmů. *Město Telč*, které je na seznamu dědictví UNESCO, nabízí jedny z nejkrásnějších pohledů na české kulturní bohatství. Součástí tohoto renesančního komplexu je nejen zámecká zahrada, ale i přístup do podzemí a park s oranžerií. K tomu patří také renesanční štíty a podloubí, které jste jistě viděli v nějaké pohádce. (Pod Javořicí, © 2025)

Mezi první režijní díla řadíme již zmiňovanou *Pyšnou princeznu* (1952). Z této pohádky si můžeme vybavit například scénu, kdy delegace přichází na nádvoří Půlnočního království, nebo bránu, kde se král Miroslav chystá za jeho velvyslancem. (Šarounová, 2018)

Kouzelný měšec (1996) se Sašou Rašilovem a Tinou Ruland, *Z pekla štěstí* (1999) nebo *Jak se budí princezny* (1978) s Markou Míkovou, Janem Hrušínským a Janem Krausem při snaze o záchranu království a princezny. Toto jsou fenomenální pohádky, které jsou režírované v těchto kulisách. (Šarounová, 2018)

Komediální *Hudba z Marsu* (1954) je také součástí natáčení na území Telče, vybavíme si například převržení loďky herců Vránové a Beka ve Štěpnickém rybníku. Další filmy zde natáčené můžeme uvést třeba romantickou komedii *Helimadoe* (1993), historickou komedii *Hry lásky šálivé* z roku 1971 nebo také fantasy *Až přijde kocour* (1963) kde jsme mohli vidět Jana Wericha a Emílii Vašáryovou. (Filmová místa, © 2006-2025)

Nelze opomenout, že Česká republika je známá svou jedinečnou historií a velkým množstvím impozantních zámků a hradů. Mnoho z nich se stalo oblíbenými místy pro natáčení filmů a pohádek.

Kromě výše uvedených můžeme zmínit také hrady a zámky jako jsou:

- Zámek Červená Lhota – *Zlatovláska*
- Zámek Jezeří – *Pustina*
- Zámek Náměšť nad Oslavou – *Kouzelný měšec*
- Zámek Český Krumlov – *Anděl Páně 2*
- Hrad Bítov – *Tajemství staré bambitky*
- Hrad Bouzov – *O princezně Jasněnce a létajícím ševci, Arabela*
- Zřícenina hradu Cornštejn – *Nebojsa*
- Hrad Karlštejn – *Noc na Karlštejně*
- A mnoho dalších

(Fabian, © 2000-2025)

Jak je patrné z předešlých informací, na našem území se filmovalo už před mnoha lety. Skutečný vzestup československé kinematografie přišel ale až s nástupem zvukového filmu, v období rozkvětu Československa. Anny Ondráková v té době patřila mezi nejobsazovanější herečky. Již v roce 1919 byla k vidění v němém snímku *Dáma s malou nožkou*, který se natáčel v pražské ulici Apolinářská a v mnoha dalších ulicí. V ulicích metropole se pohyboval i slavný komik Vlasta Burian. Mezi jeho první film patří *C. a k. polní maršálek*, který se točil v ulici Markétské. (Laudin, 2008)

Ani natáčení televizních seriálů u nás nezaostávalo. V České republice se jich natočily desítky a v současné době jich stále přibývá. Pravdou je, že většina seriálových záběrů se natáčí ve filmových interiérech, ale můžeme zmínit hned několik, které nám zprostředkovaly návštěvu různých přírodních nebo i památkových lokací České republiky. (Laudin, 2008)

Seriál *Velké sedlo* z roku 1986 (v hlavní roli Pavel Nový jako hrázný Palyza), se stal slavným seriálem řešící problematiku pitné vody. Dominují zde záběry přehradní nádrže, vodní plochy a okolních přírodních scenérií. Divácky atraktivní jsou zejména letecké filmové záběry, pořízené na Kružberské přehradě. (Laudin, 2008)

Z historických seriálů můžeme jmenovat například velmi oblíbený seriál *F. L. Věk*, zpracovaný podle románu Aloise Jiráska. Scénárista Otto Zelenka pod režií Františka Filipa převyprávěl příběh dobrušského buditele a kupce Františka Vladislava Věka, který se narodil a většinu života působil ve městě Dobruška, ale režiséru Filipovi se k zpracování filmových záběrů více hodilo náměstí v nedalekém Novém Městě nad Metují. Ve svém třináctidílném seriálu o českém vlastenci zvěčnil nejen malebnost a krásu novoměstského podloubí, ale i Broumovský klášter, Opočno, hrad Valdek a v neposlední řadě i známá zákoutí naší stověžaté Prahy. Spousta turistů se vydává navštívit rodný dům Františka Vladislava Věka v Dobrušce, který je zachován jako jeho muzeum, ale i zákoutí novoměstského náměstí kam byl do doby národního obrození posazen krámek jeho otce a kde se odehrávala značná část děje seriálu. (Laudin, 2008)

Další seriály, které nás obohatily nejen z historického hlediska, ale ukázaly i na krásy české země a architektury bychom neměli opomenout seriály scénáristy Vladimíra *Neffa Sňatky z rozumu* a *Zlá krev*. Zdá se, že režisér František Filip dokázal skloubit nejen zajímavý příběh s historickými fakty, ale ukázat i nepřekonatelnou krásu pražských zákoutí a přenést nás do doby jejich budování na sklonek 19. století. (Laudin, 2008)

Všechna tato díla nás nejen díky své rozsáhlosti, ale i kvalitě zpracování dokážou inspirovat k návštěvám ztvárněných míst. (Laudin, 2008)

2 Praktická část

V praktické části této bakalářské práce se zaměříme na zpracování informací získaných z kvalitativního výzkumu, který byl realizován prostřednictvím rozhovorů s lidmi, kteří v minulosti navštívili hrad Pernštejn. Odpovědi na dané otázky nám pomohou získat přehled o povědomí lidí o filmovém cestovním ruchu a jaký vliv na ně má skutečnost, že se na hradě natáčely filmy. Informace o hradě Pernštejn, jedné z filmových lokací České republiky, budou v rámci tohoto výzkumu doplněny o sekundární zdroje, které poskytují podrobnosti o jeho historii a celosvětovém významu. Shrnutí těchto získaných informací nám pomůže najít odpovědi na výzkumné otázky a naplnit tak cíl práce.

2.1 Cíl a metodika výzkumu

Cílem této práce je zjistit, jak přítomnost hradu Pernštejn ve filmografických dílech ovlivňuje rozhodnutí respondentů tuto památku navštívit. Zároveň se práce zabývá tím, jaké povědomí mají respondenti z okolí zvolené památky o pojmu filmový cestovní ruch. Jak chápou nejen jeho význam, ale zejména jak dalece jsou filmového cestovního ruchu účastni. Tento průzkum jsme vedli jako kvalitativní výzkum s dvaceti respondenty nejrůznějších věkových skupin, kteří již v minulosti hrad Pernštejn navštívili. Našim záměrem bylo zmapovat, zda je jejich cestování podmíněno zážitkem, který zhlédli ve filmu nebo v televizi a jak ho, popřípadě promítají do svých plánů.

Pro lepší zmapování myšlenkových pochodů našich respondentů jsme zvolili jednu destinaci, jejíž působení se na filmovém plátně nedá zpochybnit. Hrad Pernštejn se v průběhu let stal bezpochyby celosvětově dominující historickou památkou a je vnímán jako jedna z nejvýraznějších památek z hlediska využívání pro filmové záběry.

V tomto bodě našeho výzkumu jsme se zaměřili zejména na jejich povědomí o působení hradu Pernštejn ve filmovém průmyslu. Zajímalo nás, jestli hrad ve filmech a zejména filmových pohádkách nejen českých, ale i ze světových produkcí, poznávají. Jak na ně hrad na plátně nebo filmové obrazovce působí a v neposlední řadě i na to, co je vedlo k jeho návštěvě a co si z ní odnesli. Jak vnímali vliv filmových záběrů této lokace na jejich rozhodování o plánu svých cest. Naším záměrem bylo prozkoumat, co a jak respondenty ovlivňuje, jakou váhu zhlédnutí hradu ve filmu dávají, a nakonec i jakým způsobem své zážitky předávají dál. Touto formou jsme chtěli prozkoumat vliv filmového cestovního ruchu na myšlení lidí.

Aby bylo možné dosáhnout stanoveného cíle, bylo nutné zformulovat konkrétní výzkumné otázky, které nasměrují celý průběh výzkumu. Ty základní znějí takto:

1. Jaké je povědomí respondentů o filmovém cestovním ruchu v České republice?
2. Do jaké míry návštěvníky ovlivňuje skutečnost, že se na hradu Pernštejn natáčely filmy?
3. Jakou roli hrají konkrétní filmy a jejich popularita při výběru destinace?
4. Jaké další motivy vedou návštěvníky k návštěvě hradu Pernštejn?

Abychom byli schopni z těchto výzkumných otázek dojít k relevantním závěrům, bylo nutné sestavit podrobnější otázky, které z těchto otázek vycházejí a umožní nám tak získat co nejširší povědomí o názorech našich dotazovaných. Pro sběr dat jsme zvolili kvalitativní výzkum, který byl realizován s respondenty různých profesí a věkových kategorií prostřednictvím rozhovorů. Tak jsme získali hlubší a podrobnější náhled do jejich myšlenek a zkušeností. Otázky pro rozhovory, které byly součástí tohoto výzkumu, zněly následovně:

1. Co si představíte pod pojmem filmový cestovní ruch?
2. Jak vnímáte dopady filmového cestovního ruchu na určitou lokaci?
3. Myslíte si, že filmy ovlivňují rozhodování lidí o tom, kam cestovat v České republice? Pokud ano, jakým způsobem?
4. Vnímáte návštěvníky, kteří přicházejí především kvůli filmům, jako přínos pro místní ekonomiku, nebo spíše jako zatížení pro okolí?
5. Máte nějaké zkušenosti s návštěvou míst v České republice, která byla zobrazená ve filmech? Co vás na těchto místech zaujalo?
6. Jaké filmové lokality v České republice vám přijdou na mysl, když se řekne filmový turismus?
7. Je pro Vás důležité, aby místo, které navštívíte, bylo známé kvůli filmům a seriálům?
8. Znáte nějakou pohádku, film či seriál, který byl natáčený na hradě Pernštejn? Pokud ano, který?
9. Věděli jste již před vaší návštěvou hradu, že je spojený s filmovou produkcí nebo jste se o této skutečnosti dozvěděli až při jeho návštěvě?
10. Myslíte si, že byste hrad Pernštejn navštívili, i kdyby nebyl spojen s filmovou produkcí? Proč ano, nebo ne?
11. Myslíte, že filmy přispěly k tomu, aby se hrad Pernštejn stal známější mezi turisty? Pokud ano, jak?
12. Očekávali jste při návštěvě hradu nějaké konkrétní zážitky spojené s filmovou tématikou? Byla tato očekávání naplněna?
13. Změnily filmy, pohádky či seriály váš pohled na hrad Pernštejn? Pokud ano, jak?
14. Jaké dojmy ve vás vyvolává vědomí, že stojíte na místě, kde se natáčely známé filmy?
15. Jaké další důvody Vás vedly k návštěvě hradu Pernštejn? (např. historický význam, architektura, přírodní prostředí apod.)
16. Doporučili byste návštěvu hradu Pernštejn jiným turistům, a pokud ano, jaký důvod byste uvedli?

2.2 Charakteristika hradu Pernštejn jako destinace filmového ruchu

Výzkumná část bakalářské práce se bude zejména zabývat identifikací vlivu filmově známé památky na její návštěvnost. Hrad Pernštejn, označovaný také jako „král moravských hradů“, je jedním z nejlépe dochovaných středověkých sídel. Je spojován s velkým množstvím filmů a pohádek, a to zejména zásluhou jeho polohy a impozantní architektury. V této kapitole se zaměříme na charakteristiku hradu jako cílové destinace pro filmové návštěvníky. (Dvořáček, 2007)

Pevnost ve znamení zubří hlavy neboli hrad Pernštejn je opevnění nacházející se ve městě Bystřice nad Pernštejnem. Podél města protéká říčka Bystřice, po které město dostalo i svůj název. Ke konci roku 2024 zde žilo 7 896 obyvatel (Obyvatelé Česka, nedatováno).

Bystřice je bohatá na památky, můžeme uvést upravené Masarykovo náměstí s pozdně renesanční radnicí, která byla po požárech mnohokrát upravena a ve které se nachází Městské muzeum. Na náměstí můžeme vidět i původně stojící gotický kostel svatého Vavřince asi z 15. století. Další církevní památkou je hřbitovní, opět pozdně gotický kostel svaté Trojice, kašna s plastikami svatého Cyrila a Metoděje, anebo čtyřmi patrony obklopený mariánský sloup. Mezi ty nejvyhledávanější řadíme však samotný hrad Pernštejn. (Národní památkový ústav, nedatováno)

Tato národní kulturní památka je považována za jednu z nejlépe dochovaných gotico-renesančních staveb v Evropě. Hrad byl vystaven v první polovině 13. století potomky Štěpána z Medlova, kteří se pak začali označovat jako páni z Pernštejna. Vznikl tak jeden z nejuctívanějších rodů na Moravě. Pán Vilém I. z Pernštejna řídil moravskou šlechtu při výpravě na Čáslavský sněm a jeho synové se dokonce stali příznivci husitství. Ze soukromého hradu vzniklo správní a politické středisko a taktéž reprezentativní panské sídlo. I přes početné změny vlastníků a přes požár ve 2. polovině 15. století a následné přestavby, si hrad zachoval svůj původní vzhled. Tyto změny po požáru provedl Jan I. z Pernštejna. (Dvořáček, 2007)

Za vlády Viléma II. se rod stal jedním z nejbohatších v zemi. Jeho potomek Vojtěch II. a později i Jan III. pokračovali v jeho stopách a dokončili rekonstrukci temného gotického hradu a to v 1. polovině 16. století. Z tohoto období pochází i impozantní pozdně gotické fortifikace, velmi promyšlený systém hradních zdí zesílených baštami a velkou přední věží, také visutou dřevěnou chodbou propojenou se samotnou rezidencí. Ve vlastnictví původního rodu byl hrad do roku 1596, poté jej museli prodat z důvodu vysokých dluhů, způsobenými velkými výdaji do výstavby a nemovitostí. Od roku 1818 patřila část majetku Josefině Schröfflové a to po sňatku s panem Vilémem Mitrovským. Ten pak po deseti letech odkoupil zbytek majetku. V průběhu 19. století byla ukončena výzdoba v gotické síni spiklenců. Tato místnost se nacházela ve druhém patře hranolové věže. Jednalo se o nový romantický nábytek a erby. Mitrovský rod vytvořil rozsáhlou knihovnu, která obsahovala fondy již zaniklých klášterů, sbírku kreseb a rytin. (David a Soukup, 2004)

Další rekonstrukce, tentokrát věže Čtyř ročních období, proběhla v roce 1886. O několik let později, tedy už ve 21. století, vyhořela sýpka na nádvoří, která byla po opravě v roce 2009 opět otevřena a zpřístupněna návštěvníkům. (Národní památkový ústav, nedatováno)

Hradní komplex naposledy prokázal své obranné schopnosti při švédském obléhaní a v 18. století dokonce dostal označení jako zemská pevnost. Za vlastnictví posledních majitelů se

plánovala jeho rozmanitá regotizace. Naštěstí k této rekonstrukci nikdy nedošlo, což umožnilo zachovat památce autentickou podobu. Součástí hradu se stal i park, který byl později obohacen sochami od O. Schweigla a empírově rekonstruován. (Dvořáček, 2007)

Do hradního areálu se dostanete užším dlouhým předhradím, jehož součástí jsou čtyři brány. Druhá z nich se nachází v půlkruhovém barbakánu. Čtvrtá brána byla chráněna předsunutou věží nazývanou Čtyři roční období. Samotné jádro hradu má trojúhelníkový tvar a tvoří ho malé nádvoří, které je obklopené jednotlivými částmi paláce s ochozy na krakorcích. Ty obklopuje dominantní věž s názvem Barborka. Jedinečný je zde i památný strom, tis červený, jehož délka sahá až do patnácti metrů, s obvodem 450 centimetrů. Podle odhadů je strom starý více než 1000 let a je tak považován za jeden z nejstarších v České republice. Vypráví se, že vyrostl z hole svatého Metoděje, když o své pouti její spodní část zarazil do země. Legenda praví, že dokud se bude strom zelenat, bude stát i hrad. (David a Soukup, 2004)

Exteriér komplexu má bohaté renesanční zdobení, jehož autory jsou italští mistři. Můžeme zde vidět i pozdně gotické prvky, jakými jsou například mramorové portály. Z plastických výzdob jsou impozantní štukové reliéfy v rytířském sále z přelomu 17.-18. století, nebo také pomníky majitelů Schröffla I. a F. Schröffla z let 1807-1808 nacházející se v hradní zahradě vytvořené F. Schweiglem. Později byla zahrada rozšířena o krajinářský park, který vznikl zásluhou Schröfflových z Mannsbergu. V některých místnostech jsou k vidění sklípkové klenby, v jiných zase obdivuhodné malby na zdech. Prostory jsou také vybaveny dobovým nábytkem. Jedinečný vnitřní ale i venkovní vzhled často přitahuje filmaře, zejména ty, kteří se zaměřují na pohádkové příběhy. (Dvořáček, 2007)

Celé prostředí hradu, včetně rozsáhlých obytných budov společně i s pevnostními stavbami, tvoří nejhodnotnější památku českých zemí. (Dvořáček, 2007)

Obr. 2: Dobové vyobrazení hradu Pernštejn z konce cca 18. století
*zdroj: Dvořáček (*2007*)*

Obr. 3: Současné vyobrazení hradu Pernštejn
zdroj: VisitCzechia (© 2025)

Jako ke každému hradu, zámku či jeho blízkému okolí, tak i k Pernštejnu, se váže řada pověstí. I když nejsou příliš tajuplné, jsou rozhodně velmi zajímavé a stojí za zmínění.

Jako první z historek můžeme uvést pověst o Bílé paní Pernštejnské. Jedná se údajně o dceru hradního pána, který ji kdysi zavraždil. V té době hrad patřil Polákům, kteří vpadli na Moravu a silou obsadili část dobytého území. Místní lidé s tím však nesouhlasili a Pernštejn oblehli. Polský šlechtic, který s malou posádkou bránil obsazené území, po dlouhém souboji viděl beznadějnost situace. Proto se dohodl s protivníky, že jim hrad vydá, když ho nechají s celou armádou v klidu odejít. Dcera polského šlechtice byla bojovnice po otci a porážku a ztrátu si nenechala líbit. Začala nemilosrdně střílet šípy z luku po nic netušících Moravanech. V tom okamžiku rozlítěný otec svoji dceru namístě zabil. Od té doby je možné zahlédnout Bílou paní chodící po pernštejnských chodbách, avšak tichou, zamyšlenou a nevšímajíc si nikoho a ničeho. Její kroky jsou tiché a bezhlučné, oči smutné a uplakané. Pokud nosí černý oděv, je to velmi špatné znamení – černá barva totiž zvěstuje nějakou smutnou událost. V roce 1626 ji tu na vlastní oči párkrát zahlédl jezuita Jan Drachovský. (David a Soukup, 2005)

Další verze se však od té první velmi liší. Prý šlo o mladou dívku Adleru, žijící v podhradí Pernštejna, která byla jednoho dne vyslána na hrad Veveří. Ten se nacházel v blízkosti jejího bydliště a měla zde sloužit tamnímu pánovi. V této době byly výpomoci na hradech běžné, a proto v tom nelze vidět nic neobvyklého. To i přesto, že se dodnes neví, jaký druh výpomoci měla vykonávat. O dívce se vědělo, že je velmi krásná, a proto není divu, že záhy otěhotněla. Pán hradu Veveří s tím však neměl nic společného, a tak se před ním snažila těhotenství skrýt. Chtěla si na Pernštejně zachovat dobrou pověst. To, že nečekané těhotenství dívku Adlétu velmi zasáhlo je patrné z jejich slov: „Pane bože, jsem-li já břichatá, bodejť se okamžitě propadnu do země“. A jak řekla, tak se stalo. Země se otevřela a těhotná Adléta skončila v hlubinách. Od těchto dob se potuluje jako temná bytost po chodbách Pernštejna, paradoxně nikoli po Veveří, kde se tato událost odehrála. Pokud Adlétu potkáte v bílých šatech, je pravděpodobné, že Vám zvěstuje narození dítěte. Uvidíte-li ji pak v černém, nevyhnutelně předpovídá smrt. (Martínková, 2007)

Ve 20. století byl hrad předán do vlastnictví státu a od té doby byl taktéž zpřístupňován veřejnosti. Dnes je Pernštejn jednou z nejvyhledávanějších kulturních památek v Česku a stal se oblíbeným cílem filmových produkcí, což přispělo i k jeho popularitě mezi turisty. (Martínková, 2007)

Podle Národního památkového ústavu (nedatováno) hrad Pernštejn nabízí hned několik prohlídkových okruhů:

Od gotiky do 20.století je základní okruh, který vám nabídne prohlídku historických etap hradu, a to od gotiky až po 20. století, nabídne vám nahlédnout do hlavních prostorů a poznat historii Pernštejna.
Zkrácený okruh patří také k základnímu okruhu, jedná se ale o kratší a levnější okruh. Exkurze neprobíhá v druhém a třetím patře, ale i tak poskytuje návštěvníkům nezapomenutelný zážitek. Je možné vidět i prostory vyhlídkové věže skrze první patro a rozsáhlou hradní knihovnu.
Prohlídka *Hradní nádvoří* je túra přes čtyři hradní dvory, exteriéry jedinečné architektury, či menší sály, podle denní nabídky.
Ztratila se bílá paní je sezónní okruh, kterého se můžete zúčastnit pouze o letních prázdninách tj. (červenec, srpen). Jedná se o interaktivní prohlídku hradu pro děti v předškolním věku, kde mládež hledá indicie a plní několik primitivních úkolů. Po úspěšném zdolání se vítězné skupině zjeví bílá paní. Prohlídky bohužel nejsou realizovány v jiném než českém jazyce.
Hrad a Mittrowští je prohlídka, vhodná pouze pro turisty s dobrou kondicí a pro vášnivé historiky. Pro děti je zpřístupněna od 12 let. Z technických důvodů nejsou tyto procházené prostory součástí klasických okruhů. V této prohlídce se návštěvníci seznámí s životem posledního zde žijícího rodu, pánů Mittrowských.
Vrchnostenská zahrada nabízí prohlídku zrekonstruované zahrady, nacházející se na jihozápadním svahu hradního komplexu. Zahrada nám nabízí pohledy několika zahradních stylů. Trasa návštěvníky vede přes zahradu francouzského charakteru, romantickým prostředím a také angločínskou a lesní oblastí. Okruh je opět vhodný spíše pro fyzicky zdatné. Do této oblasti se dostanete po zaplacení, vchodem ze třetího nádvoří.
Cesty do krajin ticha je prohlídka moravské aristokratické zahrady. Uvidíte zde "Cesty do krajin ticha" popisující pernštejnskou historii zahrady, která souvisí s anglo-čínskými zahradami v Evropě. Zahradní plocha byla vystavěna na začátku 19. století, přesněji v roce 1802. Jejím zakladatelem byl Ignác Schröffel, připojil ji na starší zahradu v barokním stylu, která patřila Františku Pavlovi ze Stockhammeru. Dnes zde naleznete lavičky, ležící na vyhlídkových místech určené pro odpočinek a obdivování jedinečné krajiny. (Národní památkový ústav, nedatováno)

2.2.1 Konkrétní filmy, pohádky a seriály jako součást filmografické identity hradu Pernštejn

Hrad Pernštejn se stal kulisami pro mnoho českých pohádek, ale i zahraničních filmů. Jeho impozantní gotická architektura poskytuje jedinečné prostředí pro příběhy plné historických dramat nebo pro filmy dobrodružné, ale zejména pro filmové pohádkové příběhy. Díky své popularitě si mezi filmaři hrad získal světovou slávu a stal se vyhledávanou destinací pro návštěvníky. Je mnoho kinematografických děl, která si pro svůj příběh vybrala právě toto místo. Mezi nejznámější a lidmi nejoblíbenější můžeme zařadit tyto snímky:

Pohádka *Jak se budí princezny* je česká rodinná pohádka z roku 1978, která si pro svůj příběh vybrala právě tento hrad. Ve snímku je nám Pernštejn představován jako Růžové království. Pohádka nám nabízí k vidění jak interiéry, tak exteriéry hradu. Hned v prvních deseti sekundách filmu je možné vidět kompletní venkovní vzhled památky. Ten filmaři pořídili ze sousední vyhlídky Mariina loubí. Krásné záběry venkovního vzhledu Pernštejna můžeme vidět i v dalších šestnácti minutách, kde je nám nabízen jiný pohled, tentokrát z nádvoří hradu. Tady poznáváme scénu, jak princové Jaroslav a Jiří přijíždějí ze svého království do Růžového království princezny. Dalším známým záběrem je scéna, kdy princezna Růženka a její rodiče vyhlíží z hradního okna Pernštejna, které se nachází na jihozápadní straně komplexu. Jako další můžeme uvést scénu, kdy Matěj, sluha rodiny princů, vyjíždí z hradu pro medvědí kůži, která je potřebná pro zápas prince Jiřího s medvědem. (Filmová místa, © 2006-2025)

Další pohádkou je *Čert ví proč*. Tato pohádka natočená v roce 2003 si hrad vypůjčila a ztvárnila z něj domov hlavního představitele krále Dobromila. Hned v prvních scénkách můžeme stavbu vidět při příjezdu tohoto krále, vracejícího se z vojenských výprav, a to v místech prvního hradního nádvoří u vstupní brány. V této komediální pohádce můžeme vidět i vnitřní část památky, která nám nabízí pohled na chodbu hradu, nacházející se za samým vstupem do pevnosti. Na dalším snímku je zobrazena vstupní brána do komplexu Pernštejna. V této scéně se Kvido a Filip (hlavní postavy filmu) chtějí přihlásit do služby krále Dobromila. Objeví se zde i most, po kterém odcházejí poddaní. (Filmová místa, © 2006-2025)

The Messenger: The Story of Joan of Arc zahraniční válečné historické drama z roku 1999 se taktéž natáčelo na Pernštejně. Hrad se objevil na záběrech zachycujících hranice mezi anglickým a francouzským územím. Zde můžeme vidět pátou vstupní bránu, která umožňuje vstup do samotného jádra hradu. Tento pohled se objevuje po půl hodině a osmi minutách od začátku filmu. Další scéna ukazuje Johančino vojsko, jak doráží k bráně města Orleans. Tento snímek je zachycen z věže hradu. V dalším záběru, na kterém je Pernštejn možné vidět, projíždí skupina Johanky pod pevnostními zdmi města Orleans, scéna ze sedmdesáté osmé minuty filmu. (Filmová místa, © 2006-2025)

I v hororovém americkém filmu *Van Helsing* z roku 1999 se český hrad Pernštejn také objevil. Můžeme ho vidět hned v prvních minutách děje, když sedláci dobývají Transylvánský hrad. Horní část hradu je ale v tomto filmu digitálně upravena počítačem, a tím pádem se některé detaily, jako kuželovitá věž vlevo, liší od skutečné podoby hradu. (Filmová místa, © 2006-2025)

Sůl nad zlato (1982) je klasická pohádka, kde se hrad Pernštejn objevuje hned několikrát, a to jak v exteriéru, tak v interiéru. Tento impozantní hrad sloužil jako kulisa pro různé scény. Například venkovní záběry jsou možné vidět, když trubači troubí z oken hradu, hradeb nebo i na

jeho nádvoří. Na těchto záběrech máme možnost vidět celý hrad. V jedné ze scén přináší klenotník šperky princezně Barboře do jejího pokoje a tam si je v následující scéně princezna i vyzkouší. O nějaký čas později je komnata Barbory vidět znovu, tentokrát když se se svojí sestrou Vandou pohádají kvůli zbytečnému utrácení královských peněz, protože obě princezny touží království vlastnit. Další vnitřní scéna původně pochází z přijímacího sálu na Pernštejně, který v pohádce slouží jako komnata krále Pravoslava. Ve scéně král poslouchá zprávy o nevhodném chování princů. Ve scéně, kdy je pojmenován hlavní problém a to fakt, že se bez soli nedá vařit, jsou zachyceny vnitřní schody hradu. Pernštejn se v této dramatické pohádce objevil i v mnoha dalších scénách. (Filmová místa, © 2006-2025)

*M*ezi klíčové scény filmu *Hlas pro římského krále*, které byly natáčeny na Pernštejně, patří například moment, kdy Ludvík IV. Bavorský posílá věrného Rottenberga na území Jana Lucemburského. Tato scénka se odehrává v místnosti s trůnem Ludvíka IV. Další záběr je ze schodiště, kde český král Jan Lucemburský společně se svým synem Karlem vycházejí vstříc Ludvíkovi. Záběry jsou natočeny i od brány, kde Jan hovoří se svým synem Karlem. Ve filmu můžeme vidět i chodby hradu a pohledy na něj zvenčí. (Filmová místa, © 2006-2025)

2.3 Povědomí o filmovém cestovním ruchu v České republice

V této kapitole se zaměřujeme na analýzu první výzkumné otázky, která zněla: „Jaké je povědomí respondentů o filmovém cestovním ruchu v České republice?“ Tato otázka byla klíčová pro zjištění rozsahu jejich znalostí o tomto specifickém segmentu cestovního ruchu mezi obyvateli České republiky. Při zkoumání jejich odpovědí, zejména prvních šesti otázek, jsme se zaměřili na analýzu jejich znalostí o filmovém cestovním ruchu. Tyto otázky nám poskytly cenné informace, které nám pomohly lépe pochopit, jak dotazovaní tento fenomén vnímají.

Většina tázaných tedy 17 z 20 respondentů si pod filmovým cestovním ruchem představila cestování na místa, která byla zobrazena ve filmech, seriálech nebo pohádkách. Respondenti uváděli konkrétní lokace nebo různé exteriéry a památky, které se objevily ve známých kinematografických dílech. Někteří z nich přímo zmiňovali specifické typy míst, jako jsou historická centra měst, zámky, hrady nebo exteriéry zobrazené v pohádkách. Nejčastěji jsme získali odpovědi typu: „Filmový cestovní ruch je podle mého názoru cestování po místech, kde se natáčely filmy nebo moje oblíbené pohádky.“, nebo také: „Místa, kde se natáčel nějaký známý film.“ anebo „Činnost, kdy lidé jezdí na místa, co viděli ve filmech a chtějí si je zažít na vlastní kůži.“

Pár respondentů v odpovědích zmínilo filmové festivaly. Oba z nich si pod tímto pojmem představili samotnou účast na filmových festivalech, případně návštěvu měst, kde se konají, jako například Karlovy Vary. To nám tedy značí, že filmový cestovní ruch je spojován nejen s místy natáčení, ale i s kulturními akcemi, které jsou s filmografií spojovány. V případech, že dotazovaní uvedli odpovědi spojené s kulturními akcemi, nejčastěji zmiňovali Filmový festival v Karlových Varech, návštěva nějakého místa, které je známé z filmu a účast na filmových festivalech jako Karlovy Vary nebo Jihlava. Dále jsme dostali odpovědi typu „Cesty do lokalit právě probíhajícího konkrétního festivalu.“

Pozastavit se musíme i nad tím, že jeden z respondentů původně neidentifikoval jeho vlastní turistické aktivity jako filmový cestovní ruch. Tato skutečnost ukazuje, že ne všichni mají povědomí o tom, co tento pojem doslovně znamená a že jejich návštěvy filmových lokalit můžou

být brány jako součást tohoto specifického druhu cestování. Respondent uvedl: „Musím přiznat, že donedávna mi tento pojem nic neříkal, ačkoliv vlastně rádi navštěvujeme místa, kde se natáčely filmy nebo seriály, ale s pojmem Filmový cestovní ruch jsem si tuto naši aktivitu skutečně nespojoval.“ To naznačuje, že filmový cestovní ruch není pokaždé vnímán jako samostatná kategorie turistiky, přestože oslovení prakticky tuto činnost vykonávají. Několik z našich dotazovaných se vyjádřilo tom smyslu, že tento pojem slyší nebo vnímají poprvé a dosud se s ním při svém cestování nesetkali.

V odpovědích byl také často zmiňován zájem o kinematografické lokace jako o turistické atrakce. Mnozí z nich totiž spojují filmové lokace s významnými turistickými atrakcemi, které mají silný kulturní a historický význam. Někteří respondenti považovali tato místa za “ikonická“ a často je také vnímali jako součást filmové historie. Tento fakt z nich dělá atraktivní cíle pro širokou cestovatelskou veřejnost. V některých případech jsme dostali odpovědi, které výslovně zmiňovaly pohádky (4 z 20). To nám značí, že tato forma turistiky není spojena pouze s filmy a seriály, které jsou vhodné spíše pro dospělé, ale zahrnují i produkce určené pro děti. Tato opakovaná zmínka o pohádkových filmech a lokacích s nimi spojených ukazuje, že filmový cestovní ruch zahrnuje široké spektrum žánrů, a to i těch, které jsou určené pro mladší generace.

Na otázku, jak respondenti vnímají dopady filmového cestovního ruchu na konkrétní lokalitu, byly odpovědi poměrně různorodé, avšak s převahou smíšeného pohledu. Z celkového počtu 20 dotazovaných účastníků výzkumu jich 8 uvedlo, že filmový cestovní ruch vnímají výhradně pozitivně. Tito respondenti zmiňovali zejména ekonomické přínosy pro danou oblast, zvýšení návštěvnosti, podporu místních služeb (např. gastronomie, ubytování) a celkové zviditelnění dané destinace.

Jeden respondent naopak vyjádřil převážně negativní postoj, přičemž poukazoval především na riziko nárazového přetížení lokality velkým počtem návštěvníků během krátkého časového období, což může vést k nepříjemnostem pro místní obyvatele i ke zhoršení kvality návštěvnického zážitku.

Většina respondentů (11 z 20) však vnímala dopady filmového cestovního ruchu jako kombinaci pozitivních i negativních vlivů. Z jejich odpovědí vyplynulo, že si uvědomují jak pozitivní aspekty (např. ekonomické oživení, rozvoj turismu), tak i potenciální negativa (např. přelidnění, ztráta autenticity místa, tlak na infrastrukturu či narušení běžného života obyvatel). Tento vyvážený pohled naznačuje, že filmový cestovní ruch je vnímán jako fenomén, který s sebou nese nejen příležitosti, ale i výzvy, a jeho dopad na konkrétní lokalitu je do značné míry podmíněn mírou regulace a připraveností dané destinace.

Ohledně otázky, zda filmy motivují lidi k návštěvám filmových míst, jsme zjistili, že velká část (65 %) tj. 13 respondentů potvrzuje, že filmy, zejména ty s krásnými filmovými záběry, mohou motivovat lidi k cestování do těchto lokalit. Dotazovaní často zmiňují, že po zhlédnutí filmu nebo pohádky mají zájem navštívit místa, která ve snímcích viděli. To zahrnuje jak české filmy, tak i zahraniční produkce, které mohou přitáhnout pozornost k českým lokalitám (například hrady, zámky, historické památky). V některých případech lidé navštěvují konkrétní lokality, které viděli v televizi nebo ve filmech, i když nejsou hlavním cílem jejich cesty. To naznačuje, že filmy mohou ovlivnit jejich rozhodování o vedlejších zastávkách během cestování. Tuto reakci mělo (20 %) tj. 4 dotazovaní. Někteří z nich nám odpověděli, že vnímají zahraniční snímky jako větší impuls pro jejich filmem inspirované cesty. Uvádějí: „Filmy z jiných zemí mohou zvýšit zájem o česká města,

památky a krajiny, i když jsou tyto lokality zobrazené ve snímcích, které nejsou české produkce.“ Zbylých 15 % uvedlo, že se obvykle nerozhodují, zda podniknout výlet na základě filmů, nebo si ani často neuvědomují, že určité lokality v České republice byly použity jako kinematografická místa, dokud se o tom neinformují přímo v daném kraji.

V rámci výzkumu byl zkoumán dopad filmového turismu na místní ekonomiku a jeho vliv na okolí, přičemž respondenti hodnotili, zda vnímají návštěvníky, kteří přicházejí především kvůli filmům, jako přínos pro místní ekonomiku, nebo spíše jako zatížení pro okolí. Celkový trend odpovědí ukázal, že většina respondentů vnímá filmový turismus jako pozitivní pro ekonomiku, přičemž existují i určité obavy z negativních důsledků pro místní život.

75 % respondentů (15 z 20) považuje návštěvníky přicházející kvůli filmům, za přínos pro místní ekonomiku. Tento názor se opírá o fakt, že turisté, kteří navštíví filmová místa, utrácejí peníze za ubytování, stravování, suvenýry a vstupné na památky, což zvyšuje příjmy místních podniků. Respondenti zmínili, že místní obchody, restaurace a hotely mohou těžit z tohoto přílivu návštěvníků, čímž se posiluje ekonomická aktivita regionu.

Dalšími pozitivními efekty, které byly zmiňovány, je podpora pracovních míst v oblasti pohostinství a turistiky. Filmový turismus může být pro malé obce a města, která nejsou tradičně turisticky navštěvována, přínosný v oblasti zaměstnanosti a ekonomického růstu. Respondenti také uvedli, že v některých případech mohou filmaři pomoci s ochranou a údržbou památek nebo krajiny, což přispívá k dlouhodobému rozvoji regionu.

Přesně 2 respondenti vyjádřili názor, že návštěvníci mohou být v mnoha případech zátěž pro místní komunitu. Mezi nejčastěji zmiňované problémy patřilo rušení klidu, znečištění prostředí a vandalismus. Dotazovaní také upozornili na možné narušení každodenního života místních obyvatel, zejména pokud by počet turistů byl příliš vysoký. Návštěvníci, kteří se soustředí pouze na filmová místa, mohou místním obyvatelům způsobovat nepohodlí, například v důsledku hluku nebo přeplnění veřejných prostor.

Ačkoliv většina respondentů považuje filmový turismus za přínosný, 15 % (3 z 20) respondentů vyjádřilo názor, že tento jev může mít jak pozitivní, tak i negativní důsledky v závislosti na konkrétní situaci. Klíčovým faktorem pro minimalizaci negativních efektů je dobrá organizace a řízení návštěvnosti. Pokud se místní oblasti dokážou připravit na zvýšený turistický ruch a implementovat opatření na ochranu veřejného prostoru, může filmový turismus přinést dlouhodobé ekonomické výhody bez výrazného zhoršení životních podmínek místních obyvatel.

Z odpovědí vyplývá, že respondenti vnímají návštěvníky přicházející kvůli filmům především jako přínos pro místní ekonomiku, a to zejména díky jejich výdajům na ubytování, stravování a další služby. Někteří však také upozorňují na potenciální negativní dopady, jako je rušení klidu nebo přeplnění lokalit. Celkově je tedy zřejmé, že filmový turismus může mít pozitivní dopady, pokud je dobře organizován a připraven na zvýšený příliv turistů.

Byli jsme také zvědavi, zda respondenti mají zkušenosti s návštěvou míst v České republice, která byla zobrazená ve filmech, a jaký vliv mělo filmové ztvárnění na jejich rozhodnutí tato místa navštívit. Většina respondentů uvedla, že má zkušenosti s návštěvou filmových míst v ČR. Mezi nejčastěji zmiňované destinace patřily hrady a zámky, přičemž respondenti uvedli například Pernštejn, Hlubokou nad Vltavou, Blatnou, Karlštejn a Telč. Tato místa jsou známá nejen svou historickou hodnotou, ale také tím, že se v nich natáčely české pohádky a filmy. Například

Pernštejn je spojen s pohádkami jako *Princ a chuďas*, a Blatná je známá díky pohádce *Šíleně smutná princezna*. Dalším oblíbeným místem je Hluboká nad Vltavou, kterou respondenti označili za „krásnější než v pohádce“, což podtrhuje atraktivitu míst, která se objevují v českých pohádkách.

Mezi další zmiňované destinace patřily Karlovy Vary, které jsou nejen známé pro svůj filmový festival, ale také se objevily ve filmech jako „Kolja“, „Vrchní prchni“ a v řadě dalších. Respondenti se zmiňovali o historických a kulturních aspektech těchto měst, které byly umocněny jejich filmovým zobrazením. Praha byla další velmi častou zmiňovanou filmovou lokalitou. Respondenti uváděli především Karlův most a Staroměstské náměstí, které se objevily i v cizojazyčných filmech jako *Spider-Man* nebo *Mission Impossible*. Tyto lokality jsou známé nejen svým historickým významem, ale i tím, že se pravidelně objevují v našich i mezinárodních filmech. Tento fakt výrazně zvyšuje jejich atraktivitu pro návštěvníky.

Případ lokace hradu Pernštejna nebo města Telče ukazuje, že pro některé respondenty je hlavním důvodem pro návštěvu těchto míst především jejich historická hodnota a architektonická krása než samotné filmové zobrazení. U některých respondentů však filmová tradice výrazně ovlivnila jejich rozhodnutí tato místa navštívit. Telč, známá svými historickými památkami, byla zmíněna především pro její spojení s českými pohádkami. Karlovy Vary, které mají významnou tradici v české kinematografii, byly vnímány jako významné filmové a kulturní centrum, což pro návštěvníky činí tento region ještě atraktivnějším.

Naopak respondenti, kteří navštívili Dalešice, zmiňovali nejen zajímavost samotného pivovaru, ale zejména spojení s natáčením filmu *Postřižiny*.

Co se týče motivace k návštěvě těchto filmových lokalit, většina dotazovaných uvedla, že je přitahuje nejen filmová historie těchto míst, ale i jejich estetická hodnota a historický význam. Karlův most nebo Staroměstské náměstí jsou pro respondenty nejen ikonickými místy, ale i příležitostmi k prožití zážitku propojení filmu s reálným prostředím. V některých případech však dotazovaní uvedli, že filmová souvislost je až druhotná a že hlavním důvodem pro návštěvu byla touha vidět známé historické památky, jako je Pernštejn nebo Blatná, které jsou součástí českého kulturního dědictví.

Lze tedy říct, že kterákoli filmová lokace v České republice může hrát významnou roli při rozhodování o návštěvě tohoto místa, ale ne vždy je pro turisty hlavní motivací. Pro některé respondenty je filmová produkce silnějším faktorem, zatímco pro jiné je důležitější historická a kulturní hodnota místa.

Respondentů jsme se také zeptali, jaké filmové lokality v České republice je napadnou, když se řekne filmový turismus. Z odpovědí 20 respondentů vyplývá, že nejvíce zmiňovanými lokalitami jsou Praha, Karlovy Vary, Pernštejn, Český Krumlov, Telč a Hluboká nad Vltavou. Tato místa jsou známá svou historií a zároveň se v nich natáčely významné filmy nebo pohádky, které je činí atraktivními pro filmové turisty.

1. Na první místo v pořadí hodnocení významu a světoznámosti filmových destinací české republiky respondenti zařadili naše hlavní město Prahu. Podle jejich názoru oplývá nejen spoustou historických budov, městských částí a dochovaných objektů vhodných pro filmové záběry, ale zejména krásou přírody a přírodních scenérií.
2. Karlovy Vary byly zmíněny také velmi často, a to nejen pro jejich historickou krásu, ale i díky filmovému festivalu, který se koná každoročně a přitahuje velké množství návštěvníků. Odpovědi ukazují, že Karlovy Vary jsou často považovány za synonymum pro filmový turismus. Respondenti zdůraznili jak samotnou městskou scenérii, tak i známé lokality jako hotel Pupp nebo kolonádu, které se objevily v několika filmech.
3. Pernštejn, známý především díky již zmiňovaným pohádkám, ale například také filmům *Princ a chuďas* nebo *Tři veteráni*, byl rovněž zmíněn. Tento hrad patří mezi ikonická místa spojená s českými filmy a pohádkami, což z něj činí významnou lokalitu pro filmové turisty.
4. Český Krumlov, jehož historické centrum a zámek se objevily v několika zahraničních filmech, byl také zmíněn. Zajímavé je, že dotazovaní vysoce oceňují nejen jeho filmový potenciál, ale i atmosféru města, které je vnímáno jako jedno z nejkrásnějších míst v České republice.
5. Telč a Hluboká nad Vltavou byly rovněž zmíněny. Telč je známá díky pohádce *Tři oříšky pro Popelku*, zatímco Hluboká nad Vltavou je oblíbená pro svůj zámek, který se objevil v několika filmech a pohádkách.

Další místa, co respondenti tipovali byla: Karlštejn, Křivoklát, Mikulov, Červená Lhota a Lednice. Tyto lokace jsou vnímány jako filmové destinace díky své historické hodnotě a přírodní kráse, která je často využívána ve filmových produkcích. Některé odpovědi uvedly také přírodní lokality, jako jsou Adršpašské skály nebo Panská skála, které byly zmiňovány ve vztahu k filmovému turismu, díky jejich jedinečným geologickým a krajinným vlastnostem.

Z výzkumu vyplývá, že respondenti mají dobrou znalost filmových lokalit v ČR a vnímají je jako místa, která jsou spojena s českými i světovými filmy a pohádkami. Nejčastěji jmenovanými lokalitami jsou ty, které se objevují ve známých českých filmech nebo pohádkách, ať už se jedná o historické památky, zámky, hrady, nebo přírodní lokality.

Z výsledků výzkumu vyplývá, že dotazovaní, pokud si tento pojem uvědomí, mají poměrně dobré povědomí o filmovém cestovním ruchu v České republice. Většina z nich tento fenomén spojuje s návštěvami míst, která byla zobrazená ve filmech, pohádkách nebo seriálech, a to nejen v kontextu historických lokalit, jako jsou hrady a zámky, ale také kulturními akcemi, například filmovými festivaly. Filmový turismus je vnímán převážně pozitivně, zejména z hlediska přínosu pro místní ekonomiku, přičemž respondenti oceňují zvyšující se návštěvnost a ekonomické příležitosti pro regiony. Na druhou stranu se objevily i obavy z negativních dopadů, jako je přetížení míst a ztráta autenticity lokalit. Celkově lze tedy říct, že filmový turismus má v České republice potenciál pro pozitivní ekonomický i kulturní růst, pokud bude dobře organizován a řízen.

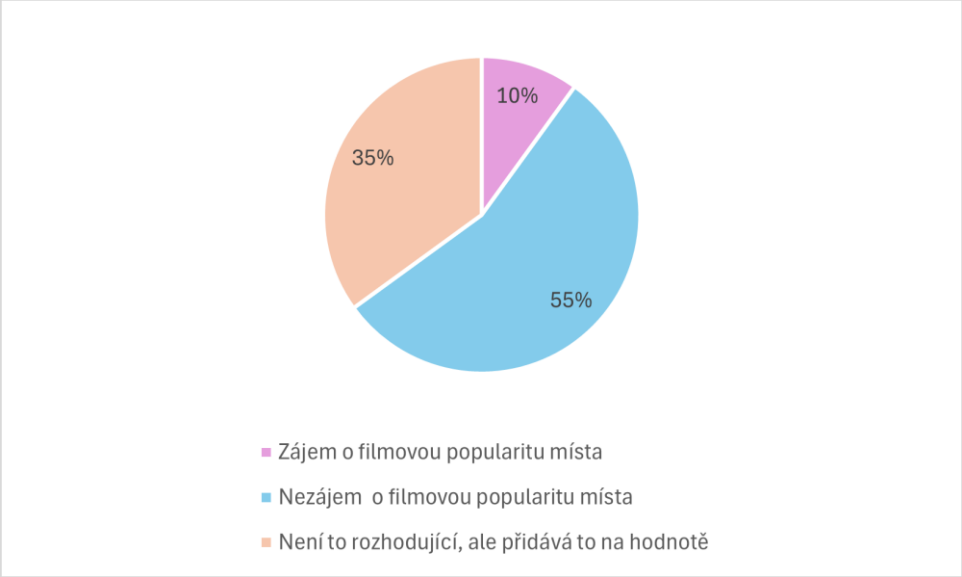
2.4 Role filmového natáčení při rozhodování o návštěvě hradu Pernštejn

Naším dalším zájmem bylo zjistit, zda filmové natáčení ovlivňuje rozhodování lidí při úvahách o jeho návštěvě. Konkrétně jsme se zaměřili na hrad Pernštejn, který se objevil v mnoha známých filmech, seriálech a zejména v českých i světových pohádkách. Chtěli jsme zjistit, zda a do jaké míry toto filmové spojení přitahuje turisty a motivuje je k návštěvě této historické lokace.

Pozoruhodné pro nás bylo, že velká část respondentů (55 %) uvedla, že pro ně není důležité, zda je místo jejich návštěvy známé z filmů nebo seriálů. Odpovědi byly vyjádřeny ve smyslu: „Ne, to není hlavním důvodem mé návštěvy“ nebo „Ne, na to jsme při našem rozhodování vůbec nemysleli“. Někteří z našich respondentů dokonce tuto otázku považovali za nedůležitou. Jejich důvodem je skutečnost, že cíle svých cest vybírají spíše podle atraktivity různých destinací a filmové lokace pro ně nejsou tak zajímavé. Domníváme se, že tato skutečnost by měla firmy nebo skupiny pracující ve filmovém cestovním ruchu přivést k myšlenkám na rozvoj tohoto fenoménu a ke snaze co nejvíce ho přiblížit zájemcům o cestování a turistiku obecně. Hlavní důraz by měl být kladen na rozšiřování nabídky služeb spojených s touto aktivitou a zejména na atraktivitu filmových lokací s myšlenkou, že pokud si film některé z těchto míst vybral, určitě stojí za zhlédnutí a ušetří tak cestovatelům spoustu času při směřování svých cílových destinací. Odměnou by jim pak měl být cestovatelský zážitek spojený s kulturním, mnohdy i historickým ohlédnutím a na druhou stranu by jejich zvýšená návštěvnost filmových lokací měla vést, jak jsme si už vyhodnotili, k ekonomickému i investičnímu rozvoji dané lokality.

Skupina dotazovaných (35 %) shodně uvedla, že filmová souvislost není rozhodujícím faktorem při jejich rozhodování o návštěvě, ale pokud je místo známé z filmů, považují to za zajímavý bonus, který návštěvu obohacuje. Zaznamenali jsme odpovědi jako: „To není rozhodující, ale pokud je to místo, které mám ráda a je známé z filmů, určitě to přidá na zajímavosti“ nebo „Není to úplně nutné, ale vždycky je zábavné, když zjistím, že místo, které jsem navštívila, je z filmu“. Tyto názory ukazují na fakt, že filmová souvislost je vnímána spíše jako příjemný doplněk, který zvyšuje atraktivitu místa, ale není hlavním důvodem pro jeho výběr. Respondenti jsou otevřeni filmovým místům, pokud se o nich dozví, ale jejich hlavní motivace pro návštěvu vychází z jiných faktorů.

Pouze pro 10 % respondentů je filmová popularita míst významným faktorem při rozhodování o návštěvě. Jeden z respondentů uvedl: „Ano, jo, jo, to právě hodně a už v tom jedeme celá rodina“, což naznačuje, že pro některé osoby je návštěva míst známých z filmů a seriálů atraktivním a motivujícím prvkem při výběru destinací. Tento názor reflektuje zábavní a rodinný aspekt filmového turismu, kde popularita místa v médiích zvyšuje jeho atraktivitu a stává se významným důvodem pro jeho návštěvu.



Obr. 4: Role filmů při výběru destinace
zdroj: Vlastní zpracování

Na základě těchto odpovědí lze konstatovat, že v případě filmového turismu existují rozdílné názory mezi respondenty. Někteří považují filmovou souvislost míst za důležitý faktor, který přidává na atraktivitě návštěvy, ale většina respondentů to považuje spíše za zajímavý, avšak sekundární aspekt. Pro většinu našich dotázaných není rozhodující, zda místo, které navštíví, bylo zobrazené v nějakém filmu či seriálu, ale spíše je to otázka osobního zájmu o dané místo jako takové.

Film a seriály mohou fungovat jako obohacující faktor, která návštěvníkům přináší přidanou hodnotu, ale není to klíčový faktor, který by zásadně ovlivnil jejich rozhodnutí o návštěvě určité lokality. Výsledky ukazují, že filmový turismus může být pro některé lidi atraktivní, ale není to primární důvod pro cestování.

V rámci výzkumu jsme se zaměřili na to, jak respondenti vnímají hrad Pernštejn a jeho spojení s filmovými a pohádkovými produkcemi. Otázka, která se týkala konkrétního povědomí o filmech, pohádkách či seriálech natáčených na hradě Pernštejn, poskytla zajímavé výsledky, které ukazují nejen na historickou významnost hradu, ale i na jeho kulturní a filmovou hodnotu. Většina respondentů si vybavila několik známých filmů a pohádek, které byly natáčeny právě na hradě Pernštejn. Mezi nejčastěji uváděné tituly patřily:

- *Jak se budí princezny*
- *Sedmero krkavců*
- *Čert ví proč*
- *Van Helsing*

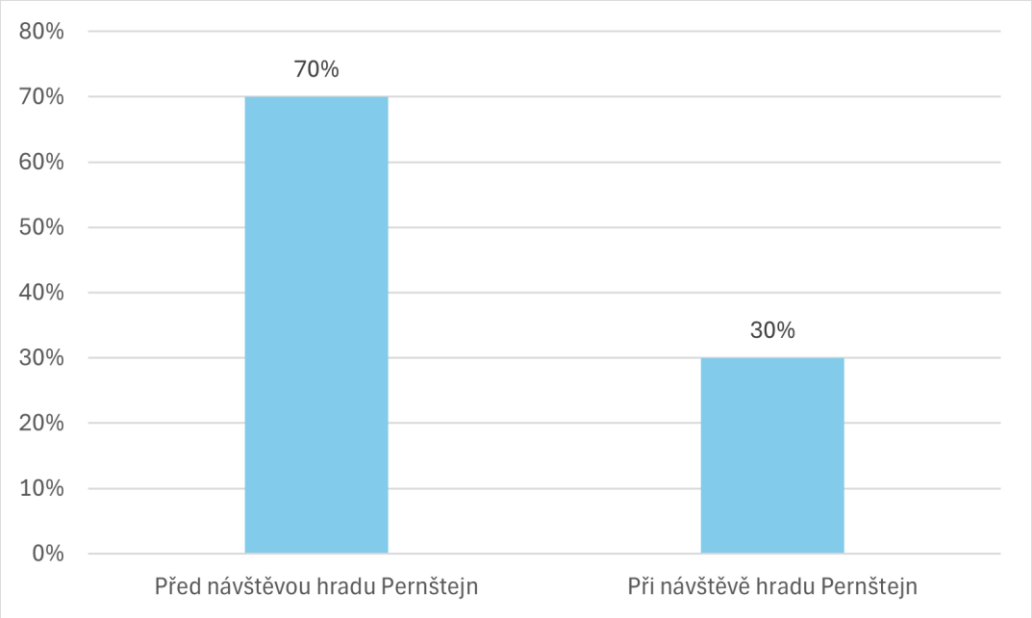
Většina dotázaných si byla jista tím, že hrad Pernštejn je významnou filmovou lokací s bohatou filmografií. Někteří z nich si vzpomněli na několik titulů filmů a filmových pohádek zde ztvárněných. Byli však i tací, kteří se nedokázali rozpomenout a konkrétní názvy si vybavit. Téměř všichni si však byli jisti tím, že hrad Pernštejn je natolik rozpoznatelný, že jej identifikují v jakémkoli filmu, i když si hned nevzpomenou na název konkrétního díla. Můžeme tedy

podotknout, že hrad je v očích veřejnosti silně spojen s filmovou a pohádkovou tradicí, což se projevuje nejen v kulturní hodnotě, kterou pro respondenty představuje, ale i v jejich ochotě hrad navštívit opakovaně.

Další otázka se zaměřovala na to, zda dotazovaní věděli o filmovém spojení hradu Pernštejn před jeho návštěvou, nebo zda se o této skutečnosti dozvěděli až při samotné návštěvě. Tato část výzkumu měla za cíl zjistit, jaký vliv má povědomí o filmové produkci na rozhodování o návštěvě tohoto historického místa.

Příjemným zjištěním po vyhodnocení našeho průzkumu bylo vědomí, že 70 % respondentů bylo před návštěvou hradu Pernštejn informováno o jeho filmovém propojení. Pro některé z nich to bylo klíčovým faktorem pro rozhodnutí o návštěvě. Několik respondentů konkrétně zmínilo, že hrad navštívili právě kvůli jeho spojení s filmy, což naznačuje, že filmová popularita může ovlivnit jejich výběr destinace. Odpovědi jako „Věděla jsem to už předtím“, „Věděl jsem to, a proto jsem hrad navštívil“ nebo „Zaujal nás v prvním filmu, kde jsme ho viděli“ potvrzují, že povědomí o filmových souvislostech bylo běžně rozšířeno ještě před samotnou návštěvou. Pár tázaných také zmínilo, že hrad navštívili opakovaně. Například odpověď „Hrad jsme navštívili už několikrát a určitě se tam ještě vrátíme“ naznačuje, že filmová historie hradu může vytvářet pozitivní vztah k místu a motivuje k opakovaným návštěvám.

Na druhé straně 30 % respondentů se o filmovém spojení hradu dozvědělo až po návštěvě. Někteří si na tuto skutečnost vzpomněli až během prohlídky, například při zmínce průvodce. Tato odpověď naznačuje, že filmová historie hradu nebyla pro všechny návštěvníky známá před jejich příchodem, což potvrzuje názor, že pro některé osoby není filmová popularita klíčovým faktorem při plánování výletu.



Obr. 5: Vědomí o filmovém spojení hradu Pernštejn před a při návštěvě
zdroj: Vlastní zpracování

Ačkoli většina respondentů byla o filmových souvislostech informována předem, stále existuje část návštěvníků, která se o tomto spojení dozví až při samotné návštěvě. To ukazuje na skutečnost, že pro některé osoby filmová historie hradu může být příjemným překvapením, avšak není to jejich hlavní motivací k návštěvě.

Také nás zajímalo, zda by lidé navštívili tento historický objekt i v případě, že by nebyl spojen s filmovou produkcí, nebo zda je právě toto spojení klíčovým faktorem pro jejich rozhodnutí. Cílem bylo zjistit, zda filmová popularita skutečně přitahuje návštěvníky, nebo zda jsou pro ně důležitější jiné faktory, jako je historie hradu, jeho architektura nebo přírodní okolí. Tato otázka nám pomohla lépe pochopit, jak různé aspekty hradu ovlivňují rozhodování o návštěvě a jakou roli v tom hraje filmová historie tohoto místa.

Více než polovina zúčastněných (16 z 20) uvedla, že by hrad Pernštejn navštívili i v případě, že by nebyl spojen s filmovou produkcí. Důvody uvedené respondenty byly různé, ale společným jmenovatelem byla obliba historie, architektury a přírodního okolí hradu. Několik dotazovaných zdůraznilo, že hrad Pernštejn má velký historický význam, krásnou architekturu a jedinečné místo v české historii, což je pro ně dostatečný důvod k návštěvě, i bez ohledu na jeho filmové propojení.

Příklady odpovědí:

- „Určitě ano, kvůli jeho historii a jedinečnosti.“
- „Hrad má nádhernou architekturu a bohatou historii.“
- „Má obrovský historický význam a je jedním z nejkrásnějších hradů v ČR.“
- „Určitě bych navštívil, není příliš vzdálený.“

Odpovědi nám ukazují, že pro určitou skupinu návštěvníků je filmová produkce pouze přidanou hodnotou, ale ne nezbytným faktorem pro návštěvu. V několika odpovědích se objevila zmínka o osobních zkušenostech s hradem, které byly pro respondenty klíčovým faktorem při rozhodování o jeho návštěvě. Někteří uvedli, že hrad navštívili již v dětství, nebo že je v blízkosti jejich bydliště, což pro ně znamená, že o hradě věděli i bez filmového spojení.

Ostatní členové našeho výzkumu (4 z 20) hrad navštívili naopak pouze díky jeho spojení s filmovou produkcí. Pro některé respondenty je filmové spojení s hradem to, co činí hrad atraktivní, a bez této souvislosti by o hradě neměli zájem. Někteří z těchto respondentů tj. 2 uvedli, že by o hradu možná ani nevěděli, kdyby ho neviděli v nějakém filmu nebo pohádce.

Příklady odpovědí:

- „Myslím si, že spíš ne. Ty filmy jsou větším lákadlem.“
- „To, že se tam točil film, tomu hradu dodává větší kouzlo.“
- „Bez filmového spojení bychom o něm asi ani nevěděli.“

Jak jsme tedy mohli pochopit, pro část lidí je filmové spojení hlavním motivem pro návštěvu hradu, a pro jiné je to přidaná hodnota, která zvyšuje jeho atraktivitu.

2.5 Vliv filmů na rozhodování o výběru turistických destinací

V této kapitole jsme se zaměřili na zjištění, jak konkrétní filmy a jejich popularita ovlivňují rozhodování turistů při výběru destinace. Cílem bylo prozkoumat, jaký vliv mají filmy, zejména ty, které zobrazují známá turistická místa, na rozhodnutí lidí navštívit konkrétní historické a kulturní lokality. Příkladem takového místa je hrad Pernštejn, jehož popularita mezi turisty byla výrazně zvýšena díky jeho zobrazení v oblíbených pohádkách.

Z odpovědí respondentů bylo patrné, že většina z nich (17 z 20) považuje filmy za klíčový faktor, který přispěl k popularizaci hradu Pernštejn mezi širší veřejností. Několik odpovědí se zaměřilo na konkrétní filmy, přičemž nejčastěji zmiňovaným byl kultovní film „Jak se budí princezny“. Pohádka, která se natáčela na tomto hradu, byla označena za hlavní důvod, proč se mnoho turistů rozhodlo hrad navštívit. Odpovědi poukazovaly na to, že kinematografická díla nejen zvýšila povědomí o Pernštejnu, ale také vytvořila pocit, že návštěva tohoto místa je součástí „filmového zážitku“. Někteří respondenti zmínili, že filmy mohou působit jako inspirace pro turisty, kteří hledají konkrétní místa spojená s jejich oblíbenými filmy nebo pohádkami. To je zejména významné pro osoby, které se o hrad před jeho zobrazením ve filmech nezajímaly.

Většina respondentů se tedy shodla, že díla, v nichž hrad vystupuje, zvýšila návštěvnost tohoto místa. Někteří uvedli, že právě díky zobrazení hradu v oblíbených pohádkách si lidé uvědomili jeho existenci a rozhodli se ho navštívit. Pro řadu turistů může být návštěva takového místa příležitostí se na chvíli ocitnout v pohádkovém světě, který znají z filmového plátna. Zajímavostí byl i postřeh, který se týkal rozšíření povědomí o hradu prostřednictvím doporučení. Někteří respondenti uvedli, že si navzájem sdílejí tipy na turistická místa, která byla zobrazena ve filmech, což podporuje sociální faktor při rozhodování o výběru destinace. Tento fakt ukazuje, že filmy nejen motivují jednotlivce, ale mohou fungovat i jako nástroj pro sdílení turistických tipů mezi širší veřejností.

Nicméně, mezi odpověďmi byly i takové, které naznačovaly, že vliv pohádek či seriálů na rozhodování turistů o návštěvě hradu Pernštejn není tak silný. Malá skupina respondentů (3 z 20) vyjádřila názor, že i když jsou filmy důležitým faktorem, hrad je známý především pro svou historickou hodnotu a kulturní význam, nikoli jen díky filmům. Tento pohled naznačuje, že pro určitou část turistů je hrad Pernštejn přitažlivý spíše kvůli jeho historickému pozadí a architektuře než kvůli jeho filmové popularitě.

Také nás zajímalo, zda při návštěvě hradu Pernštejn lidé očekávali nějaké konkrétní zážitky spojené s filmovou tématikou, a zda byla tato očekávání naplněna. Z odpovědí respondentů bylo možné zjistit různé úhly pohledu.

Z odpovědí, které jsme dostali, vyplývá, že očekávání spojená s filmovou tématikou nebyla u všech dotazovaných stejné. 30 % tj. 6 respondentů uvedlo, že při návštěvě hradu Pernštejn očekávali nějaké zážitky spojené s filmy. Tito respondenti si přáli, aby hrad nabídl tematické prohlídky zaměřené na filmy, expozice o natáčení pohádek nebo rekvizity spojené s filmovými scénami. Někteří z nich doufali, že se na hradě setkají s konkrétními filmovými prvky, jako je například známý most mezi hradem a přilehlým parkem, který se objevil v několika českých pohádkách.

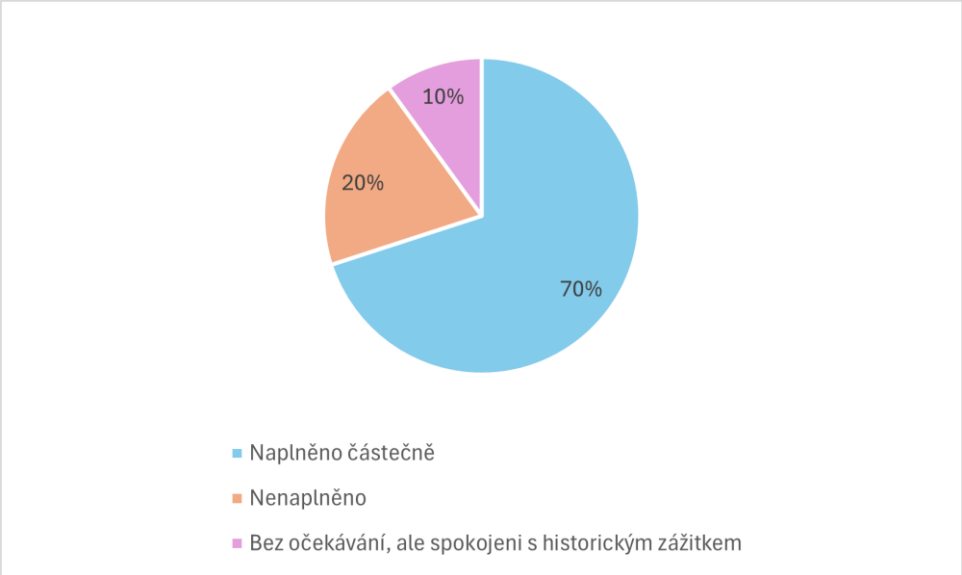
Naopak polovina respondentů, konkrétně 50 %, uvedla, že filmová tematika pro ně nebyla klíčovým faktorem při rozhodování o návštěvě hradu. Tato skupina se zaměřila především na

historický a kulturní zážitek, přičemž filmová tématika pro ně byla spíše okrajová. Další skupina dotazovaných, 20 % uvedla, že při návštěvě hradu Pernštejn neměli žádná konkrétní očekávání ohledně filmové tématiky, a tedy nemohli být zklamáni nebo překvapeni, pokud by se filmové prvky na hradě vyskytovaly.

Pokud se zaměříme na samotné naplnění očekávání, zjistíme, že většina respondentů byla s návštěvou spokojena. 70 % tj. 14 respondentů uvedlo, že jejich očekávání byla alespoň částečně naplněna. Tato skupina dotazovaných zmínila, že během prohlídky hradu měli možnost se seznámit s místy, která jsou ve filmech známá a některá z nich i osobně vidět. Někteří respondenti byli spokojeni i s informacemi, které získali od průvodce. Nicméně 20 % lidí uvedlo, že jejich očekávání ohledně filmové tématiky nebyla naplněna. Tito návštěvníci doufali, že na hradě naleznou více filmových prvků, jako jsou expozice o natáčení nebo tematické prohlídky. Někteří z nich zmínili, že na hradě nenašli žádné konkrétní zmínky o filmech, což je zklamalo.

Je zajímavé, že pár (10 %) respondentů, kteří neměli žádná konkrétní očekávání, byli nakonec spokojeni s tím, co hrad nabídl, ale jejich zážitek se soustředil spíše na samotnou historickou hodnotu hradu než na jakékoli filmové prvky.

Co se týče konkrétních typů zážitků, které dotazovaní9 očekávali, mezi nejčastější patřily expozice o natáčení filmů, tematické prohlídky zaměřené na filmy, rekvizity a kostýmy spojené s filmovým natáčením. Někteří respondenti si přáli více informací o filmech, které se na hradě natáčely, a možnost podívat se na filmová místa, která byla v pohádkách a filmech zobrazená.



Obr. 6: Hodnocení naplnění očekávání filmové prohlídky hradu Pernštejn
zdroj: Vlastní zpracování

V rámci tohoto výzkumu jsme také zkoumali, zda filmy, pohádky a seriály ovlivnily pohled návštěvníků na hrad Pernštejn. Cílem bylo zjistit, jak mediální zobrazení hradu v těchto médiích ovlivňuje vnímání a atraktivitu tohoto historického místa. Respondenti se vyjádřili, zda a jak jejich pohled na hrad změnila jeho filmová zobrazení.

Více než polovina respondentů (13 z 20) uvedla, že filmy, pohádky či seriály nezměnily jejich pohled na hrad Pernštejn. Tito respondenti většinou vnímali hrad již před návštěvou jako historické a kulturní místo. Filmy jim spíše přiblížily jeho atraktivitu, než aby ovlivnily jejich celkové vnímání. Někteří uvedli, že filmy jim nabídly nový úhel pohledu, ale neměly zásadní vliv na jejich názor. Jeden z respondentů zmínil, že pro něj hrad zůstal místem středověkého významu a proslulosti, přičemž filmy byly spíše bonusem.

Druhá část dotazovaných uvedla, jak pohádky a seriály změnily jejich pohled na hrad pozitivně. Tito návštěvníci se cítili více propojeni s hradem a považovali ho za atraktivnější a krásnější po jeho zobrazení v médiích. Například jedna respondentka vyjádřila hrdost, že hrad je český a nachází se blízko jejího domova. Další respondenti si začali hradu více vážit a považovali ho za zajímavější a atraktivnější zejména díky jeho zobrazení v médiích. Dostali jsme také odpovědi, že filmy a pohádky zvýšily jejich zájem o hrad a přivedly je k jeho návštěvě. Filmy pro ně byly motivací prozkoumat konkrétní místa, která byla ve filmech zobrazená. I když to neznamenalo zásadní změnu jejich pohledu na hrad, filmy je přivedly k větší zvědavosti a touze objevovat hrad z jiného úhlu pohledu.

Výsledky analýzy ukazují, že pro 7 respondentů filmy a pohádky buď prohloubily jejich vztah k hradu Pernštejn, nebo zvýšily jejich zájem o jeho návštěvu. Nicméně pro větší část návštěvníků zůstává hrad především historickým místem, jehož význam není zásadně ovlivněn filmovými produkcemi. V menší míře se objevují názory, že filmy neměly žádný vliv na jejich pohled na tento hrad.

Dále jsme se účastníků dotázali, jaké dojmy v nich vyvolává vědomí, že se nacházejí na místě, kde byly natáčeny známé filmy. Cílem této otázky bylo zjistit, jaký emocionální vliv na návštěvníky má spojení hradu Pernštejn s filmovou historií a jak toto vědomí ovlivňuje jejich zážitek z návštěvy.

Část respondentů (35 %) uvedla, že vědomí o natáčení známých filmů v nich vyvolává pozitivní a emocionální reakce. Tito návštěvníci často popisovali, jak se cítili více spojeni s místem, což jim přineslo specifický pocit sounáležitosti. Někteří si při návštěvě představovali scény z filmů a prožívali je, jako by byli součástí těchto momentů. Respondenti například zmínili: „Připadám si, jako bych byla v tom filmu sama hrála," nebo „Krátký, ale příjemný pocit, kdy si vybavuji konkrétní scény z pohádky." Tento pohled naznačuje, že vědomí o filmovém pozadí přidává historickému místu nový rozměr, který návštěvníci mohou zažít a vnímat způsobem, jenž by bez této filmové souvislosti nebyl možný. Někteří se nechali inspirovat i k představení si vlastní účasti na natáčení a přemýšleli, jaké by to bylo stát na místě herců. Jak jedna respondentka uvedla: „Fajn pocit, občas si říkám, že bych tam mohla natočit vlastní scénu." Tento pohled ukazuje, jak filmová produkce může inspirovat nejen k fascinaci místem, ale i k imaginaci a touze po účasti na něčem takovém.

Jiná skupina dotazovaných (15 %) prezentuje svůj názor tak, že v nich vědomí o filmovém natáčení vyvolává porovnání mezi filmovou iluzí a skutečným vzhledem místa. Dalších 20 % respondentů zmínilo, že je zajímalo, jak se filmová zobrazení liší od reality. Tento pohled ukazuje, že pro některé návštěvníky je zajímavé vidět, jak filmy mohou vytvářet určitou očekávanou atmosféru, která se při skutečné návštěvě hradu může lišit. Někteří respondenti uvedli, že tento rozpor mezi filmovými efekty a reálným vzhledem místa v nich vzbuzuje dojem překvapení nebo zklamání, jak například zaznělo v odpovědi: „Zajímavé vidět, jak se realita liší od filmové iluze."

Tato skupina respondentů tedy vnímá filmové zobrazení jako nástroj pro porovnání, který jim umožňuje reflektovat rozdíly mezi iluzí vytvořenou ve filmu a skutečným zážitkem.

Pro 20 % respondentů nebyl filmový aspekt natáčení v jejich prožitku příliš silně přítomen. Tito respondenti uvedli, že na místě nepociťují žádné silné emocionální ani psychologické reakce. Někteří také zmínili, že vědomí natáčení filmů v nich nevyvolává žádné výjimečné dojmy, protože se spíše soustředí na historickou hodnotu místa.

Výsledky ukazují, že vnímání místa spojeného s filmovými produkcemi, jakým je hrad Pernštejn, vyvolává u návštěvníků rozmanité dojmy. Většina respondentů vnímá tuto zkušenost pozitivně, ať už jde o fascinaci filmovým prostředím, nostalgii, nebo imaginaci o účasti na natáčení. Zároveň však existuje skupina, která na tento aspekt příliš nereaguje, soustředí se spíše na historickou hodnotu místa a nezaznamenává žádné silné emocionální reakce.

2.6 Další faktory ovlivňující rozhodnutí respondentů k návštěvě hradu Pernštejn

Na základě odpovědí našich 20 respondentů na otázku týkající se jejich důvodů k návštěvě hradu Pernštejn a doporučení pro jiné turisty lze identifikovat několik dominantních motivů, které vedly k návštěvě tohoto historického místa. Nejčastěji zmiňovaným důvodem byl historický význam hradu, který vyzdvihla více než třetina respondentů (35 %). Většina návštěvníků vnímala Hrad Pernštejn jako místo, které je bohaté na historii, ať už díky jeho propojení s rodem Pernštejnů, nebo jako kulturní památka, která má velkou hodnotu z hlediska českého dědictví.

Dalším významným důvodem, který byl často zmiňován, byla architektura hradu. Pro mnoho respondentů je hrad Pernštejn lákavý právě díky své jedinečné gotické architektuře, přičemž zdůraznili impozantní vzhled hradu, především jeho věže, dřevěné lávky a vstupní brány. Někteří respondenti se zaměřili také na estetické aspekty hradu, jako je jeho nádvoří a zahrady, které považují za krásné a zajímavé. Tento důvod uvedlo 30 % respondentů.

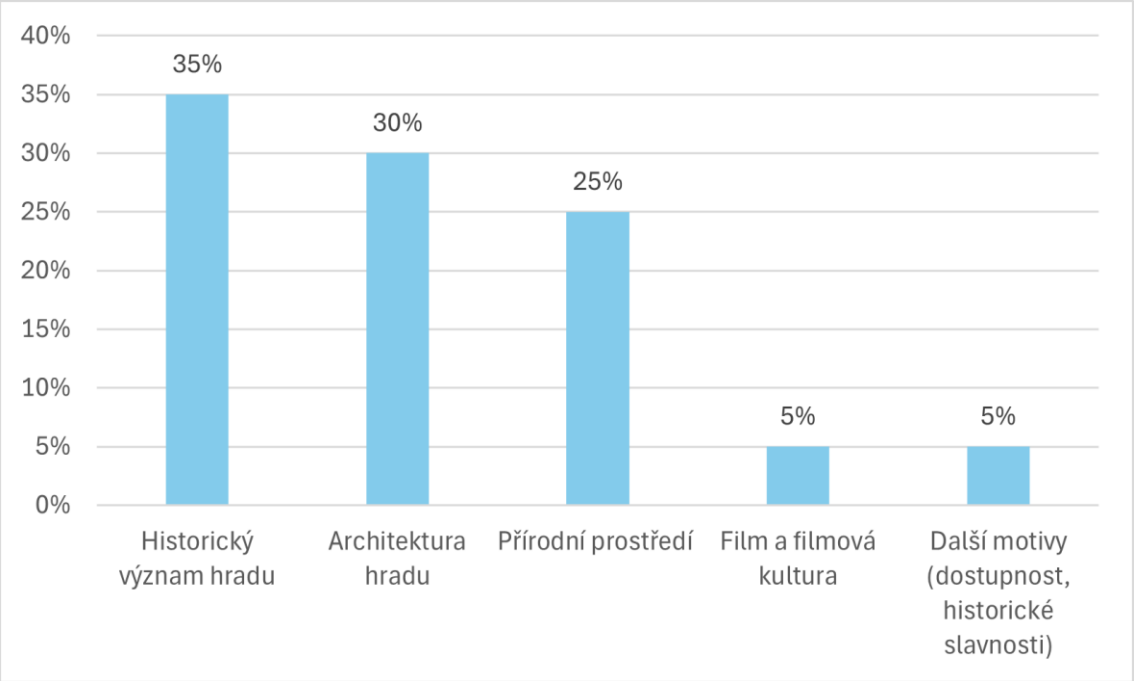
Přírodní prostředí okolo hradu bylo dalším častým důvodem návštěvy, který byl zdůrazněn čtvrtinou respondentů (25 %). Všichni zmiňovali krásný výhled na okolní krajinu a příjemnou atmosféru, která podporuje zážitky z návštěvy hradu. Někteří uvedli, že okolní příroda hraje klíčovou roli v jejich rozhodnutí navštívit hrad, a to nejen kvůli jeho historické hodnotě, ale také díky možnosti strávit čas v krásném přírodním prostředí.

V menší míře se také objevila zmínka o návštěvách historických slavností a akcí, které se na hradě konají. Někteří návštěvníci se rozhodli hrad navštívit v rámci těchto speciálních událostí, které se pravidelně pořádají. Typickými příklady jsou středověké festivaly, které na hradě umožňují návštěvníkům vrátit se v čase a zažít autentickou atmosféru. Tyto akce zahrnují různé kulturní a zábavní programy, jako jsou historické rekonstrukce, rytířské turnaje, ukázky tradičního řemesla nebo ochutnávky středověké kuchyně. Pro návštěvníky to může být jedinečná příležitost, jak se blíže seznámit s historií a tradicemi dané doby, a zároveň se bavit v duchu minulosti. Tato specifická nabídka kulturních zážitků tedy představuje další důvod, proč se někteří rozhodli hrad Pernštejn navštívit (5 %). I přesto, že jsme se tázali na jiné důvody k návštěvě hradu, někteří respondenti zmínili, že hrad navštívili zejména kvůli jeho zobrazení ve známém filmu nebo pohádce (5 %).

V oblasti doporučení pro jiné turisty se odpovědi vyvíjely podobným směrem. Velká většina respondentů (90 %) by rozhodně doporučila návštěvu hradu Pernštejn s důrazem na historickou

a architektonickou hodnotu hradu, krásné okolí a přírodní scenérie. Někteří zmiňovali, že pro návštěvníky, kteří mají zájem o historické a kulturní památky, je Pernštejn ideálním místem. Dále se opakoval motiv doporučení pro turisty, kteří se zajímají o filmy, které se zde natáčely, a to zejména pro ty, kteří mají rádi filmy a chtěli by vidět místo, které v nich bylo zobrazeno (10 %).

Z odpovědí vyplývá, že hrad Pernštejn je vnímán jako kulturní a historické místo, které přitahuje širokou veřejnost díky své jedinečné kombinaci historie, architektury a přírodní krásy. Největší zájem vzbuzuje jeho historické dědictví, které je pro 35 % návštěvníků klíčovým důvodem k návštěvě. Tato historická hodnota je silně spjata s rodem Pernštejnů a celkovým kulturním dědictvím českého středověku. Důležitou roli hraje i architektura hradu, kterou oceňuje 30 % návštěvníků, přičemž zmiňují především jeho gotický vzhled, impozantní věže a dřevěné lávky, které přispívají k jeho jedinečné atmosféře. Přírodní okolí hradu, včetně krásných výhledů na krajinu a klidné přírody, je motivem pro 25 % respondentů, kteří oceňují kombinaci historických zážitků s odpočinkem v přírodě. Zajímavým, i když méně častým motivem, je pro 5 % návštěvníků filmová kultura, kdy hrad Pernštejn figuruje jako kulisa pro několik známých filmů, což přidává další vrstvu atraktivity pro fanoušky kinematografie. Celkově hrad oslovuje širokou veřejnost a nabízí zážitky pro návštěvníky s různými zájmy, od historie a architektury až po přírodu a filmovou kulturu.



Obr. 7: Porovnání důvodů návštěvy hradu Pernštejn mezi respondenty
zdroj: Vlastní zpracování

2.7 Diskuse

Tato bakalářská práce se zabývala tím, jestli přítomnost památky ve filmografických dílech ovlivňuje rozhodnutí respondentů tuto památku navštívit a dále zjistit, jaké mají dotazovaní celkové povědomí o filmovém cestovním ruchu.

Na základě odpovědí, které nám jednotliví dotazování poskytli, jsme byli schopni přijít na to, že přítomnost historické památky, v našem případě hradu Pernštejn, skutečně ovlivňuje rozhodnutí některých respondentů tuto památku navštívit.

Z výsledků vyplývá, že většina dotazovaných (70 %) byla před návštěvou hradu Pernštejn informována o jeho filmovém propojení, což pro některé z nich (10 %) hrálo významnou roli při rozhodování o návštěvě. Pro tuto skupinu bylo vědomí o filmovém spojení hradu klíčovým faktorem, který je přitahoval k návštěvě. Někteří respondenti uvedli, že právě filmová popularita hradu je motivovala k jeho navštívení, jak ukazují odpovědi typu: „Věděla jsem to už předtím“, nebo „Zaujal nás v prvním filmu, kde jsme ho viděli“.

Na druhé straně, 30 % respondentů se o filmovém spojení hradu dozvědělo až při návštěvě. Tato skupina vnímala filmovou souvislost jako zajímavý dodatek, který obohatil jejich zážitek z návštěvy, ale nebyl to rozhodující faktor při plánování cesty.

Celkově tedy můžeme konstatovat, že filmová popularita hradu Pernštejn má vliv na rozhodnutí některých turistů tuto památku navštívit, přičemž pro některé osoby je tento aspekt silným impulsem, zatímco pro jiné to klíčovým faktorem není. Filmové propojení míst může tedy fungovat jako zajímavý bonus, který zvyšuje atraktivitu destinace, ale není to pro všechny rozhodující faktor při výběru místa k návštěvě.

Co se týče povědomí o filmovém cestovním ruchu, výzkum ukázal, že respondenti mají poměrně dobré představy o tomto fenoménu. Většina z nich tento pojem spojuje s návštěvami míst, která se objevila ve filmech, pohádkách nebo seriálech. Respondenti často uváděli konkrétní filmové lokality, které jsou známé díky filmovým produkcím, ať už se jedná o historické památky, hrady, zámky, nebo přírodní oblasti. V odpovědích se také často objevovaly zmínky o filmových festivalech, zejména o Mezinárodním filmovém festivalu v Karlových Varech, což ukazuje, že respondenti vnímají filmový cestovní ruch nejen jako návštěvu míst z filmů, ale i jako účast na kulturních akcích spojených s kinematografií.

Dotazovaní si pod pojmem filmový cestovní ruch představují cestování na místa, kde byly natáčeny filmy, pohádky nebo seriály, což tedy zahrnuje nejen významné historické lokality, ale i známé exteriéry z pohádek, které mají širokou atraktivitu i pro rodiny s dětmi. V odpovědích se také objevují zmínky o tom, že někteří respondenti dříve nepovažovali své vlastní návštěvy filmových lokalit za součást filmového cestovního ruchu, což ukazuje, že tento segment není vždy jednoznačně vnímán, dokud není vysvětlen.

Celkově tedy výzkum ukázal, že povědomí o filmovém cestovním ruchu v ČR je u respondentů poměrně silné, ačkoliv někteří si tento pojem původně nespojovali se svými vlastními turistickými aktivitami. Filmový cestovní ruch je vnímán pozitivně, přičemž jeho ekonomické přínosy jsou považovány za zásadní, ale zároveň se objevují i obavy z negativních důsledků, zejména v souvislosti s přetížením a ztrátou autenticity destinací.

Filmy, zejména populární pohádky, motivují rozhodování turistů navštívit hrad Pernštejn. Pro některé byly filmy hlavním důvodem návštěvy, jelikož hrad představuje „filmový zážitek“. Někteří návštěvníci uvedli, že filmy byly inspirací pro výběr místa a často sdíleli tipy na takové destinace. Nicméně pro větší část respondentů byl důležitější historický a kulturní význam hradu než jeho filmová popularita.

Závěr

Bakalářská práce se zaměřila na zjištění povědomí respondentů o fenoménu filmového cestovního ruchu a na zkoumání toho, jak přítomnost kulturních a historických památek ve filmech ovlivňuje rozhodování cestovatelů o jejich návštěvě.

Výzkumu se zúčastnilo 20 osob, které nám poskytly své názory a zkušenosti, týkající se filmového cestovního ruchu a zejména pak jejich návštěv vybrané lokace – hradu Pernštejn. Respondenti byli vybráni na základě toho, že již v minulosti navštívili hrad Pernštejn, který je názorným příkladem památky často spojované s filmovou produkcí. Cílem bylo zjistit, jaké mají představy o této specifické formě turismu, jak vnímají její dopady na vybranou lokaci a filmová místa obecně. Dále jsme zkoumali, jaké mají zkušenosti s filmovým cestovním ruchem a jaké lokality si s tímto fenoménem spojují.

Na základě odpovědí můžeme říci, že respondenti mají poměrně dobré povědomí o filmovém cestovním ruchu, přičemž tento fenomén většina z nich spojuje především s návštěvami míst, která se objevila ve filmech, pohádkách a seriálech. Respondenti často zmiňovali konkrétní filmové lokality, jako jsou historické památky, hrady, zámky či přírodní oblasti, které se staly známými díky filmovým produkcím. Někteří také uvedli filmové festivaly, přičemž Mezinárodní filmový festival v Karlových Varech byl zmíněn jako příklad kulturní akce spojené s kinematografií. Celkově tedy výzkum ukázal, že povědomí o filmovém cestovním ruchu je mezi našimi dotazovanými poměrně rozšířené, i když ne všichni si jeho význam okamžitě uvědomují. Můžeme říci, že filmový cestovní ruch je vnímán víceméně pozitivně, zejména z hlediska ekonomických přínosů a zvýšení zájmu o danou lokaci. V odpovědích respondentů se však objevují i obavy z možného přetížení a ztráty autenticity filmových míst, což může mít negativní dopad na jejich původní charakter a zejména pak na život obyvatel dané oblasti.

Další část výzkumu se zabývala tím, zda a jakým způsobem ovlivňuje filmová a seriálová produkce rozhodování turistů při výběru konkrétní destinace. Na příkladu hradu Pernštejn, který se objevil v řadě českých i zahraničních filmů a pohádek, bylo zjištěno, že vnímání filmového spojení se mezi respondenty výrazně lišilo. Ačkoli 70 % účastníků průzkumu o filmové historii hradu vědělo již před návštěvou, pouze 10 % ji označilo za klíčový faktor svého rozhodování. Pro většinu dotázaných byla filmová souvislost spíše zajímavým bonusem než hlavním motivem. Naopak 55 % respondentů uvedlo, že filmové spojení pro ně nehraje významnou roli, přičemž důležitějšími faktory pro výběr destinace jsou historická hodnota, architektura nebo osobní vztah k místu. Zároveň se však ukázalo, že filmová tematika může zvyšovat atraktivitu lokality a pro určitou skupinu návštěvníků představuje silný impuls k návštěvě. Výsledky tedy naznačují, že filmový turismus má potenciál oslovit různé skupiny cestovatelů, ale pro jeho efektivní rozvoj je důležité zaměřit se na lepší propagaci filmových míst, rozšíření tematických nabídek a zajištění doprovodných aktivit, které turistům nabídnou komplexní zážitek kombinující kulturní, historický i filmový kontext.

Výzkum potvrdil, že filmová a pohádková tvorba může významně ovlivnit rozhodování turistů při výběru cílové destinace. Na příkladu hradu Pernštejn se ukázalo, že většina respondentů (17 z 20) vnímá filmová díla jako klíčový faktor, který přispěl k jeho popularizaci a zvýšil zájem veřejnosti o jeho návštěvu. Filmy a pohádky, zejména *Jak se budí princezny*, nejen zvýšily povědomí o existenci hradu, ale vytvořily i emocionální vazbu k místu, jež si lidé spojují s konkrétními filmovými scénami. Pro mnohé návštěvníky tak představuje návštěva filmové

lokace jedinečný zážitek, který propojuje kulturní památku s osobními vzpomínkami a zážitky ze sledování filmů. Zároveň však bylo zjištěno, že ne všichni turisté vnímají filmové spojení jako zásadní. Pro některé zůstává hrad především historickou a architektonickou památkou. Očekávání návštěvníků ohledně filmových prvků se různila, přičemž část respondentů by ocenila více tematických expozic nebo prohlídek zaměřených na filmovou historii hradu. Z odpovědí také vyplynulo, že filmové ztvárnění může zvýšit atraktivitu místa, inspirovat k jeho návštěvě a obohatit výsledný zážitek, i když pro určitou skupinu zůstává filmová dimenze spíše doplňkovým než rozhodujícím faktorem. Celkově lze tedy konstatovat, že propojení filmové tvorby a cestovního ruchu představuje důležitý nástroj, který dokáže posílit kulturní hodnotu místa, rozšířit jeho povědomí a nabídnout návštěvníkům nový rozměr prožitku.

Dalšími důvody k návštěvě hradu Pernštejn byly kromě historie a architektury také přírodní krásy a kulturní akce. I přesto, že jsme se zaměřili na různé faktory, někteří respondenti i tak zmínili vliv filmů jako jeden z hlavních důvodů k návštěvě hradu. Tento fakt ukazuje na to, že filmová popularita tohoto místa přitahuje turisty.

Výzkum nám tedy přinesl závěr, že respondenti mají relativně dobré povědomí o fenoménu filmový cestovní ruch. Vnímají ho veskrze pozitivně, zejména pro jeho ekonomické dopady a celkový hospodářský a kulturní přínos dané oblasti. Filmová spojení historických památek, jako je hrad Pernštejn, mají vliv na rozhodování o jeho návštěvě, nejsou však rozhodujícím faktorem pro všechny turisty. Připomeňme si, že pro 70 % respondentů byla informace o filmovém propojení s hradem známá již před návštěvou a pro 30 % až při ní. Kromě filmové popularizace hradu Pernštejn hrály důležitou roli při rozhodování o návštěvě také historické, architektonické a přírodní hodnoty hradu, stejně jako kulturní akce, které se v místě konají.

Na základě odpovědí respondentů se podařilo naplnit cíl bakalářské práce, kterým bylo zjistit, jak velký vliv může mít zobrazení památky ve filmových dílech na rozhodování turistů tuto památku navštívit. Získané výsledky zároveň poskytly přehled o úrovni povědomí respondentů o tématu filmového cestovního ruchu.

Seznam použité literatury

ARAÚJO-VILA, Noelia a kol. *Film-Induced Tourism as a Key Factor for Promoting Tourism Destination Image: The James Bond Saga Case*. Online. Mdpi.com. 2024. Dostupné z: https://www.mdpi.com/2076-3387/14/5/94. [cit. 2025-03-01].

VELASCO-FERREIRO, Esther; PARRA-MEROÑO, María Concepción; OSÁCAR-MARZAL, Eugeni a BELTRÁN-BUENO, Miguel Ángel. Analysis of the Impact of Film Tourism on Tourist Destinations. Online. Academy of Strategic Management Journal. 2021. Dostupné z: https://www.abacademies.org/articles/analysis-of-the-impact-of-film-tourism-on-tourist-destinations-11323.html. [cit. 2025-04-16].

INFORMAČNÍ SYSTÉM MASARYKOVY UNIVERZITY. Kulturní turismus. Online. Nedatováno, s. 2. Dostupné z: https://doi.org/Kulturní turismus. [cit. 2025-04-16].

FILMOVÁ MÍSTA. *Au Pair II aneb Pohádka pokračuje*. Online. Filmy, seriály, místa natáčení & filmové lokace| Filmová místa.cz. © 2006-2025. Dostupné z: https://www.filmovamista.cz/1483-Au-Pair-II-aneb-Pohadka-pokracuje?zaber=16612. [cit. 2025-04-16].

BLOWER, Kelly. *The impacts of film tourism on destinations*. Online. TSVC | Tourism Students Virtual Conference. Nedatováno. Dostupné z: https://www.travel-conference.co.uk/commentries.php?paper=128. [cit. 2025-02-27].

VISITCZECHIA. *Burg Pernštejn*. Online. Home| VisitCzechia. © 2025. Dostupné z: https://www.visitczechia.com/de-de/things-to-do/places/landmarks/castles-and-ruins/c-pernstejn-castle. [cit. 2025-04-16].

OBYVATELÉ ČESKA. *Počet obyvatel v obci Bystřice nad Pernštejnem, Žďár nad Sázavou*. Online. Bystřice nad Pernštejnem - Počet obyvatel. Nedatováno. Dostupné z: https://obyvateleceska.cz/zdar-nad-sazavou/bystrice-nad-pernstejnem/595411. [cit. 2025-04-16].

ČERMÁKOVÁ, Veronika. *Zábavní parky USA: bláznivé kousky šílených konstruktérů a milovníků filmů. Vyzkoušejte je!*. Online. Radynacestu.cz. 2017. Dostupné z: https://www.radynacestu.cz/magazin/nejlepsi-zabavni-parky-usa/. [cit. 2025-02-27].

CZECHTOURISM. *Česko ve filmu: filmové Karlovy Vary aneb které filmy se tu natáčely? Zdroj: https://www.kudyznudy.cz/aktuality/cesko-ve-filmu-filmove-karlovy-vary-aneb-ktere-fil*. Online. Homepage - Kudy z nudy. © 2025. Dostupné z: https://www.kudyznudy.cz/aktuality/cesko-ve-filmu-filmove-karlovy-vary-aneb-ktere-fil. [cit. 2025-04-16].

CZECHTOURISM. *Česko ve filmu: Film Jan Žižka vypráví o zrodu nejslavnějšího vojevůdce českých zemí*. Online. Homepage - Kudy z nudy. © 2025. Dostupné z: https://www.kudyznudy.cz/aktuality/jan-zizka-nataceni-filmu-pokracuje-pristi-rok-ho. [cit. 2025-04-16].

DAVID, Petr a SOUKUP, Vladimír. *Skvosty Čech, Moravy a Slezska*. V Praze: Knižní klub, 2004. ISBN 80-242-1311-7.

DAVID, Petr a SOUKUP, Vladimír. *Za strašidly na hrady a zámky*. V Praze: Ikar, 2005. ISBN 80-249-0593-0.

DESTINATIONS RISING. *What is Film Tourism?* Online. Destinations Rising - A film locations marketing agency. Nedatováno. Dostupné z: https://www.destinationsrising.com/blog/what-is-film-tourism/. [cit. 2025-04-16].

DVOŘÁČEK, Petr. *To nejzajímavější z českých hradů a zámků*. Olomouc: Rubico, 2007. ISBN 978-80-7346-071-6.

ELLENBERGER, Allan R. The Death and Afterlife of the Silent Film Idol. Online. In: *The Valentino Mystique*. 2014, s. 4. ISBN 978-0-7864-8341-9. Dostupné z: https://books.google.cz/books?hl=en&lr=&id=O6VswE6wBusC&oi=fnd&pg=PR7&ots=d8nkvbHa4l&sig=pRMCgLtknW5gLBNiUFX0QCzu_yM&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false. [cit. 2025-02-21].

FABIAN, Petr. *Filmová místa – hrady, zámky a další objekty*. Online. Hrady-zriceniny.cz. © 2000-2025. Dostupné z: https://www.hrady-zriceniny.cz/hrady_filmova_mista.htm. [cit. 2025-03-03].

ARCIBISKUPSKÝ ZÁMEK V KROMĚŘÍŽI. *Zámek filmový*. Online. Arcibiskupský zámek v Kroměříži. Nedatováno. Dostupné z: https://www.zamek-kromeriz.cz/filmovalo-se-u-nas/. [cit. 2025-04-16].

GOELDNER, Charles R. a RITCHIE, J. R. Brent. *Cestovní ruch: principy, příklady, trendy*. Brno : BizBooks, 2014. ISBN 978-80-265-0298-2.

HEITMANN, Sine. *Film Tourism Planning and Development—Questioning the Role of Stakeholders and Sustainability*. Online. Researchgate.net. 2010. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/233452777_Film_Tourism_Planning_and_Development-Questioning_the_Role_of_Stakeholders_and_Sustainability. [cit. 2025-02-24].

NÁRODNÍ PAMÁTKOVÝ ÚSTAV. *Pernštejn*. Online. Národní památkový ústav. Nedatováno. Dostupné z: https://www.hrad-pernstejn.cz/cs/o-hradu/historie. [cit. 2025-04-16].

KOPECKÁ, Jana. *Karlovy Vary jsou filmařů ráj| Karlovy Vary*. Online. Karlovyvary.cz. 2019. Dostupné z: https://www.karlovyvary.cz/cs/karlovy-vary-jsou-filmaru-raj. [cit. 2025-02-14].

KOTÍKOVÁ, Halina. *Nové trendy v nabídce cestovního ruchu: nové produkty z hlediska motivace účastníků cestovního ruchu, nové trendy v nabídce turismu pro specifické skupiny, názorné příklady ze zahraničí i z České republiky*. Praha: Grada Publishing, 2013. ISBN 9788024746036.

KROMĚŘÍŽSKO. *Kroměříž filmová: Ve stopách Amadea a Marie Terezie*. Online. Region Kroměřížsko. © 2025. Dostupné z: https://www.region-kromerizsko.cz/filmova-kromeriz. [cit. 2025-04-16].

NÁRODNÍ PAMÁTKOVÝ ÚSTAV. *Křivoklát*. Online. Národní památkový ústav. © 2025. Dostupné z: https://www.hrad-krivoklat.cz/cs. [cit. 2025-04-16].

LAUDIN, Radek. *Nejznámější filmová místa křížem krážem po Česku*. Tipy na výlety. Praha: Fragment, 2008. ISBN 978-80-253-0578-2.

LIZNER, Filip. *Praha jak se patří. Tihle světoví filmaři neupřeli naší metropoli slavný původ*. Online. Kinobox.cz. 2020. Dostupné z: https://www.kinobox.cz/clanky/tema/15441-filmari-v-praze-mission-impossible-a-dalsi-snimky. [cit. 2025-02-13].

LUSTIGOVÁ, Martina. *Nejpohádkovější památkou je zámek v Telči*. Online. Cesky.radio.cz. 2007. Dostupné z: https://cesky.radio.cz/nejpohadkovejsi-pamatkou-je-zamek-v-telci-8611747. [cit. 2025-02-15].

MACIONIS, Niki. *Understanding the film-induced tourist*. Online. Researchgate.net. 2004. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/228790015_Understanding_the_film-induced_tourist. [cit. 2025-02-25].

MARTÍNKOVÁ, Eva. *Pověsti z hradů a zámků: po stopách Bílé paní*. Popron. V Praze: XYZ, 2007. ISBN 978-80-87021-87-3.

MINISTERSTVO PRO MÍSTNÍ ROZVOJ ČR. Národní program podpory cestovního ruchu v regionech. Online. 2022. Dostupné z: https://mmr.gov.cz/getmedia/8de94fe5-b90f-4151-83fe-d2c31c165e1b/2022_74159_2-3-_Pril-vyzvy_Prilohy-Zasad_Marketing-117D722.pdf.aspx?ext=.pdf. [cit. 2025-04-16].

CZECHTOURISM. *Pohádková a filmová putování Královéhradeckem*. Online. Homepage - Kudy z nudy. © 2025. Dostupné z: https://www.kudyznudy.cz/aktuality/pohadkova-a-filmova-putovani-kralovehradeckem. [cit. 2025-04-16].

CZECHTOURISM. *Pohádková a filmová putování Západočeskými lázněmi*. Online. Homepage - Kudy z nudy. © 2025. Dostupné z: https://www.kudyznudy.cz/aktuality/pohadkova-a-filmova-putovani-zapadoceskymi-laznemi. [cit. 2025-04-16].

ECONSULT SOLUTIONS INC. *Understanding the Economic Impact of Film-Induced Tourism*. Online. Econsult Solutions, Inc.| We bring economics to life. 2023. Dostupné z: https://econsultsolutions.com/understanding-the-economic-impact-of-film-induced-tourism/. [cit. 2025-04-16].

FILMOVÁ MÍSTA. *Pyšná princezna*. Online. Filmy, seriály, místa natáčení & filmové lokace| Filmová místa.cz. © 2006-2025. Dostupné z: https://www.filmovamista.cz/238-Pysna-princezna?od=8&pocet=8&raditPodle=9&smerRazeni=0. [cit. 2025-04-16].

REWTRAKUNPHAIBOON, Walaiporn. *Film-induced Tourism : Inventing a Vacation to a Location*. Online. Semanticscholar.org. 2009. Dostupné z: https://www.semanticscholar.org/paper/Film-induced-Tourism-%3A-Inventing-a-Vacation-to-a-Rewtrakunphaiboon/845ece9befa385d167f7cb3976a0bfac2b458e58. [cit. 2025-03-11].

ROESCH, Stefan. *The experiences of film location tourists*. Aspects of tourism. Bristol: Channel View, c2009. ISBN 978-1-84541-120-6.

SCOTTISH TOURIST BOARD. Online. Film Tourism In: VisitScotland.org. 1997. Dostupné z: https://www.visitscotland.org/. [cit. 2025-02-12].

STRAUSS, Angela L. *The economic impact of film tourism on small comunities*. The Graduate School University of Wisconsin-Stout, 2003. Dostupné také z: https://www2.uwstout.edu/content/lib/thesis/2003/2003straussa.pdf.

FRONTIERS. *Sustainable Development for Film-Induced Tourism: From the Perspective of Value Perception*. Online. Frontiers|Publisher of peer-reviewed articles in open access journals. 2022. Dostupné z: https://www.frontiersin.org/journals/psychology/articles/10.3389/fpsyg.2022.875084/full. [cit. 2025-02-20].

ŠAROUNOVÁ, Irena. *V Telči se natáčela řada filmových pohádek. Nejslavnější byla Pyšná princezna*. Online. Regiony.šou.cz. 2018. Dostupné z: https://regiony.rozhlas.cz/v-telci-se-natacela-rada-filmovych-pohadek-nejslavnejsi-byla-pysna-princezna-7411168. [cit. 2025-02-15].

ŠAUER, Martin a REPÍK, Ondřej. *Cestovní ruch a ekonomický rozvoj*. Online. Is.muni.cz. Nedatováno. Dostupné z: https://is.muni.cz/el/econ/jaro2018/BKR_GECR/um/Studijni_text_CR_a_ekonomicky_rozvoj.pdf. [cit. 2025-03-12].

FILMOVÁ MÍSTA. *Šípková Růženka*. Online. Filmy, seriály, místa natáčení & filmové lokace| Filmová místa.cz. © 2006-2025. Dostupné z: https://www.filmovamista.cz/2082-Sipkova-Ruzenka?zaber=24159. [cit. 2025-04-16].

ŠTEMBERK, Jan. *Fenomén cestovního ruchu: možnosti a limity cestovního ruchu v meziválečném Československu*. Pelhřimov: Nová tiskárna ve spolupráci s Vysokou školou obchodní v Praze, 2009. ISBN 978-80-7415-021-0.

TOMALA, Karolina a FABER, Florence. *Film tourism*. Online. Home | Springerlink. 2011. Dostupné z: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-8349-6231-7_16. [cit. 2025-04-16].

UN TOURISM. *Tourism and Culture*. Online. UN Tourism| Bringing the world closer. © 2025. Dostupné z: https://www.unwto.org/tourism-and-culture. [cit. 2025-04-16].

TUCLEA, Claudia a NISTOREANU, Puiu. How film and television programs can promote tourism and increase the competitiveness of tourist destinations. *Researchgate.net*. 2011, s. 25-30. ISSN 2247-3297.

FILMOVÁ MÍSTA. *V hlavní roli Křivoklát*. Online. Filmy, seriály, místa natáčení & filmové lokace| Filmová místa.cz. © 2006-2025. Dostupné z: https://www.filmovamista.cz/clanek/84-V-hlavni-roli-Krivoklat. [cit. 2025-04-16].

ČESKÝ ROZHLAS. *V Resslově ulici v Praze se kvůli filmu Anthropoid opakuje boj gestapa s parašutisty*. Online. Portál Českého rozhlasu. 2015. Dostupné z: https://radiozurnal.rozhlas.cz/v-resslove-ulici-v-praze-se-kvuli-filmu-anthropoid-opakuje-boj-gestapa-s-6250563. [cit. 2025-04-16].

JIŽNÍ ČECHY. *Za filmem po Budějovicku*. Online. Jižní Čechy| Jižní Čechy. © 2022 - 2025. Dostupné z: https://www.jiznicechy.cz/. [cit. 2025-04-16].

FILMOVÁ MÍSTA. *Za osud Narnie se bojovalo i na české půdě*. Online. Filmy, seriály, místa natáčení & filmové lokace| Filmová místa.cz. © 2006-2025. Dostupné z: https://www.filmovamista.cz/clanek/105-Za-osud-Narnie-se-bojovalo-i-na-ceske-pude. [cit. 2025-04-16].

FILMOVÁ MÍSTA. *Zámek Hluboká nad Vltavou*. Online. Filmy, seriály, místa natáčení & filmové lokace| Filmová místa.cz. © 2006-2025. Dostupné z: https://www.filmovamista.cz/lokalita/zaber?id=1317-zamek-Hluboka-nad-Vltavou. [cit. 2025-04-16].

ZIMMERMANN, Stefan. *Researchgate.net*. Online. Reisen in den Film - Filmtourismus in Nordafrika. 2003. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/238731973_Reisen_in_den_Film_-_Filmtourismus_in_Nordafrika. [cit. 2025-02-12].

ŽÁKOVÁ, Eva a CÍSAŘ, Jaroslav. *Kulturní a kreativní průmysly v České republice: přehled o stavu jednotlivých odvětví (architektura, design, reklama, film, hudba, knihy a tisk, scénická umění, trh s uměním, TV a rozhlas, videohry, kulturní cestovní ruch)*. Praha: Institut umění - Divadelní ústav, 2011. ISBN 978-80-7008-009-2.

POD JAVOŘICÍ. *Zámek Telč hostí pohádky i Bílou paní*. Online. Kraj pod Javořicí - Oficiální turistický portál. © 2025. Dostupné z: https://www.krajpodjavorici.cz/zamek-telc-hosti-pohadky-i-bilou-pani. [cit. 2025-04-16].

Přílohy

Řízený rozhovor

Respondent č. 8 (žena, 60 let)

1. Co si představíte pod pojmem filmový cestovní ruch?
- Musím přiznat, že donedávna mi tento pojem nic neříkal. Ačkoli rádi navštěvujeme místa, kde se natáčely filmy nebo seriály, s pojmem filmový cestovní ruch jsem si tuto naši aktivitu nespojovala. Když se mě ptáte, dochází mi, že jsme asi klienti filmového cestovního ruchu, protože, jak jsem řekla, rádi filmová místa navštěvujeme. Takže filmový cestovní ruch je zřejmě cestování po místech, kde se něco natáčelo.

2. Jak vnímáte dopady filmového cestovního ruchu na určitou lokaci?
- Myslím, že dopady by měly být většinou pozitivní, i když si asi dovedu představit i ty negativní, hodně lidí, ničení památek, ztráta klidu a pohody. Myslím ale, že ty pozitivní by měli převyšovat, zvýšení výdělků v místech, kde se natáčelo.

3. Myslíte si, že filmy ovlivňují rozhodování lidí o tom, kam cestovat v České republice? Pokud ano, jakým způsobem?
- To určitě, i my se rádi stavíme na místa, která známe z filmu. Nemyslím, že bychom z nich dělali přímo cíle našich výprav, ale rádi je zařadíme na nějaké mezi zastávky našich cest.

4. Vnímáte návštěvníky, kteří přicházejí především kvůli filmům, jako přínos pro místní ekonomiku, nebo spíše jako zatížení pro okolí?
- Jak už jsem řekla, myslím, že dopady by měly být spíš pozitivní zvlášť pro ekonomiku místa. Filmaři předpokládám mají smluvně nařízeno, aby krajinu nebo památky nedevastovali a návštěvníky si musí pohlídat přímo obyvatelé nebo firmy, kteří místo trvale obydlují. Vnímám, že hlavní zdroj příjmu je asi pro ubytovací zařízení a ostatní služby s tím spojené.

5. Máte nějaké zkušenosti s návštěvou míst v České republice, která byla zobrazená ve filmech? Co vás na těchto místech zaujalo?
- Máme nádherné zážitky spojené třeba s Karlovými Vary, kam jezdíme každý rok na otvírání kolonády a filmy, které se tady točily nám naskakují do vzpomínek, kdykoli procházíme vedle například hotelu Pupp, Termalu, kolonády apod. Největším pokladem v tomto směru je pro nás ale Praha jako taková. Dá se říct, že podle nás je Praha už zfilmovaná celá. A nádherná. Rádi navštěvujeme uličky, které známe z filmů a vždycky se do nich s nadšením vracíme.

6. Jaké filmové lokality v České republice vám přijdou na mysl, když se řekne filmový turismus?
- Je jich spousta, tak nevím, kterou jmenovat jako první. Kromě Prahy a Karlových Varů, jak jsem řekla, tak jsou to téměř všechna naše lázeňská města. Ta, která jsme navštívili nám vždycky připomenou nějaký záběr z filmu. Z přírodních krás jsou to hlavně hory a řeky.

7. Je pro Vás důležité, aby místo, které navštívíte, bylo známé z filmů?
- Ne, to si nemyslím, ale určitě tato místa rádi navštěvujeme. To, že byly viděny ve filmu je pro nás spíš zajímavé než to nejdůležitější. I když vlastně Hoštice jsme navštívili jenom pro to, že v nich Zdeněk Troška natáčel Slunce, seno. Nebo vlastně hrady a zámky navštěvujeme hlavně proto, že je vidíme v pohádkách. Takže se to asi může stát.

8. Znáte nějakou pohádku, film či seriál, který byl natáčený na hradě Pernštejn? Pokud ano, který?
- Určitě, znám jich spoustu, ale nevím, jestli bych je dokázala vyjmenovat. Pernštejn je tak specifický, že ho poznám v každém filmu a pak čekám na titulky, abych si to ověřila. Je krásný a každé zahlédnutí ve filmu nás vždycky vede k další jeho návštěvě. Byli jsme tam už mockrát.

9. Věděli jste již před vaší návštěvou hradu, že je spojený s filmovou produkcí nebo jste se o této skutečnosti dozvěděli až při jeho návštěvě?
- Věděli jsme to, protože nás zaujal hned v prvním filmu, kde jsme ho viděli. Někdo nám řekl, že je to Pernštejn a že je od nás nedaleko. To nás pak vedlo k jeho návštěvě. Myslím, že bez toho bychom o něm ani nevěděli, ačkoli je tak blízko našeho bydliště.

10. Myslíte si, že byste hrad Pernštejn navštívili, i kdyby nebyl spojen s filmovou produkcí? Proč ano, nebo ne?
- Na tuto otázku jsem už asi odpověděla, nenavštívili, protože bychom o něm asi ani nevěděli. Měli bychom si to pamatovat ze školy, ale to už se nám bohužel vytratilo. To, že jsme ho viděli pro nás bylo rozhodující.

11. Myslíte, že filmy přispěly k tomu, aby se hrad Pernštejn stal známější mezi turisty? Pokud ano, jak?
- Řekla bych, že určitě. Naše zkušenost tomu odpovídá a věřím, že i ostatní návštěvníci na hrad zajeli pro to, že ho viděli v nějakém filmu. Takže filmy určitě přispěli k zvýšené návštěvnosti tohoto hradu. A nejen tohoto, myslím.

12. Očekávali jste při návštěvě hradu nějaké konkrétní zážitky spojené s filmovou tématikou? Byla tato očekávání naplněna?
- Popravdě myslím, že nečekali. Hrady vnímám jako hodně strohé, a kromě pár fotek z filmů si toho moc nepamatuji. Těšili jsme se, jak asi hrad vypadá ve skutečnosti a musím říct, že některá zákoutí jsem ani nepoznávala. Ale byl to krásný zážitek a to, že jsme hrad viděli, nás vedlo k tomu, abychom ho poznávali ve filmech ještě přesněji.

13. Změnily filmy, pohádky či seriály váš pohled na hrad Pernštejn? Pokud ano, jak?
- Ano, cítila jsem velikou pýchu na to, že je to český hrad a že je tak blízko nás. Byla jsem na to pyšná a jsem doteď.

14. Jaké dojmy ve vás vyvolává vědomí, že stojíte na místě, kde se natáčely známé filmy?
- Je to veskrze milý pocit. Chtěli bychom se natáčení zúčastnit, ale víme, že to asi není možné. Vnímat to, že tady chodili naši oblíbení herci a filmaři je moc hezký pocit. Hlavně, když tato místa pak vidíme v televizi, cítíme velikou radost a pýchu.

15. Jaké další důvody Vás vedly k návštěvě hradu Pernštejn? (např. historický význam, architektura, přírodní prostředí apod.)

- Hrad jsme si našli na internetu, potom, co jsme ho zahlédli ve filmu. Už tam nás zaujal svou krásou a dominancí. Je opravdu jedinečný a krajina, kam ho naši předkové posadili, je nádherná. Rádi navštěvujeme historická místa a Pernštejn je jeden z našich nejoblíbenějších.

16. Doporučili byste návštěvu hradu Pernštejn jiným turistům, a pokud ano, jaký důvod byste uvedli?

- Hrad Pernštejn jsme doporučovali už mnohokrát, ale většinou už ho všichni znali. Tak jsme si mohli alespoň popovídat o našich zážitcích a všichni jsme se shodovali, že je opravdu velice fotogenický a filmy, které se tady natáčely, hrad jenom pozvedly. Je nezaměnitelný hlavně svým dřevěným průchodem z jedné věže do druhé, a tak ho myslím ve filmu rozpozná každý.

Řízený rozhovor

Respondent č. 15 (muž, 38 let)

1. Co si představíte pod pojmem filmový cestovní ruch?
   - Já si pod tímto pojmem představím návštěvu míst spojených s natáčením slavných filmů.

2. Jak vnímáte dopady filmového cestovního ruchu na určitou lokaci?
   - Kladně. Myslím si, že to tomu místu může pomoct ke zviditelnění.

3. Myslíte si, že filmy ovlivňují rozhodování lidí o tom, kam cestovat v České republice? Pokud ano, jakým způsobem?
   - Myslím, že částečně. Určitě to může vést k prohlídce daných míst při dovolené.

4. Vnímáte návštěvníky, kteří přicházejí především kvůli filmům, jako přínos pro místní ekonomiku, nebo spíše jako zatížení pro okolí?
   - Nemyslím si, že by v Česku byly filmová místa, tak moc přeplněná lidmi, takže bych to viděl jako přínos pro místní ekonomiku.

5. Máte nějaké zkušenosti s návštěvou míst v České republice, která byla zobrazená ve filmech? Co vás na těchto místech zaujalo?
   - Ano, navštívil jsem několik hradů a zámků, ale i skalních útvarů, kde se natáčely pohádky.
     Zaujala mě hlavně jejich historická a přírodní krása. Většinou jsou to skvosty Česka.

6. Jaké filmové lokality v České republice vám přijdou na mysl, když se řekne filmový turismus?
   - Zámky jako Červená Lhota, Hluboká, Lednice, hrady Pernštejn, Kost, ale i Prachovské skály či Panská skála.

7. Je pro Vás důležité, aby místo, které navštívíte, bylo známé kvůli filmům a seriálům?
   - Ne, spíše mě zajímají jako celek. To, že byly ve filmu je jen taková třešnička.

8. Znáte nějakou pohádku, film či seriál, který byl natáčený na hradě Pernštejn? Pokud ano, který?
   - Ano, pohádku Jak se budí princezny.

9. Věděli jste již před vaší návštěvou hradu, že je spojený s filmovou produkcí nebo jste se o této skutečnosti dozvěděli až při jeho návštěvě?
   - Ano, protože se rádi díváme na pohádky, tak jsme to věděli.

10. Myslíte si, že byste hrad Pernštejn navštívili, i kdyby nebyl spojen s filmovou produkcí? Proč ano, nebo ne?
    - Ano navštívili, protože má nádhernou architekturu a bohatou historii.

11. Myslíte, že filmy přispěly k tomu, aby se hrad Pernštejn stal známější mezi turisty? Pokud ano, jak?
    - Ano, například lidé, kteří to nemají tak blízko jako my, může film dát tip na výlet, když uvidí jeho pozoruhodnou architekturu ve filmu.

12. Očekávali jste při návštěvě hradu nějaké konkrétní zážitky spojené s filmovou tématikou? Byla tato očekávání naplněna?
    - Mně jde hlavně o historii místa, ale určitě se hodí pár postřehů o tom, kde je možné tento hrad vidět. Člověk se na to potom více soustředí, při sledování filmu. Většinou je ale zmínka jen krátká.

13. Změnily filmy, pohádky či seriály váš pohled na hrad Pernštejn? Pokud ano, jak?
    - Ne.

14. Jaké dojmy ve vás vyvolává vědomí, že stojíte na místě, kde se natáčely známé filmy?
    - Žádné, jak jsem již psal mně jde spíše o historickou hodnotu.

15. Jaké další důvody Vás vedly k návštěvě hradu Pernštejn? (např. historický význam, architektura, přírodní prostředí apod.)
    - Velice důležitá pro mě byla architektura hradu a také historický význam, který zde zanechal rod Pernštejnů.

16. Doporučili byste návštěvu hradu Pernštejn jiným turistům, a pokud ano, jaký důvod byste uvedli?
    - Určitě ano, jedná se o impozantní gotický hrad, s jedinečnou hranolovou věží spojenou dřevěnou lávkou a krásnou vstupní branou. A neméně významná je i historie rodu Pernštejnů.