

Castingová agentura v procesu výroby filmu

Monika Suchanková

Bakalářská práce
2012



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení:	Monika SUCHANKOVÁ
Osobní číslo:	K09205
Studijní program:	B 8209 Teorie a praxe audiovizuální tvorby
Studijní obor:	Produkce
Téma práce:	1. Teoretická část: Role castingové agentury v procesu výroby filmu
	2. Praktická část: Audiovizuální dílo s pracovním názvem "Jedna rána do hlavy", délka 25 minut, produkce

Zásady pro vypracování:

1. Teoretická část:

Rozsah práce: minimálně 20 normostran textu bez započítání obsahu, rejstříku a obrazových příloh.

Formální podoba: 1 ks v pevné vazbě s popisem na hřbetu i horní desce spolu s CD-R. Dále 2 ks práce, které mohou být v kroužkové vazbě. Práci je třeba rovněž odeslat do knihovny UTB Zlín v elektronické podobě ve formátu pdf.

Pokyny k vypracování: prostudujte a analyzujte dostupné materiály z profesního hlediska a formulujte závěry a získané vědomosti.

2. Praktická část:

Předložte 3x soubor v kroužkové vazbě, který bude obsahovat: technický scénář, rozpočet filmu, štábní listinu, natáčecí plán, denní dispozice, smlouvy a další dle dispozic vedoucího práce a dále předejte 3 ks DVD ve formátu PAL DVD-video a 1 ks MiniDV (nosiče řádně popište).

Součástí celé práce budou vyplněné a předané formuláře pro OSA, NFA, Prohlášení autora bakalářské práce a podklady pro katalog FMK UTB ve Zlíně. Na samostatném nosiči

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/umělecké dílo**

Seznam odborné literatury:

Bordwell, D., Thompson, K. : Dějiny filmu, Praha, 2007, 840 s., ISBN 978-80-7331-091-2

VESELKA, S.: Činnost uměleckých agentur a jejich perspektivy, rukopis, Praha, 1991, 66 s., kvalifikační vysokoškolská práce

LUPOMĚSKÝ, K.: Činnost uměleckých agentur v nových hospodářských podmínkách se zaměřením na agentury zastupující herce, rukopis, Praha, 1991, 57s., kvalifikační vysokoškolská práce

KUKALOVÁ, Z.: Problematika vzniku a další existence soukromé umělecké agentury z pohledu zakladatele, rukopis, Praha, 1991, 62 s., kvalifikační vysokoškolská práce
www.castingoveagentury.cz

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Eva Šviráková, Ph.D.
Ústav animace a audiovizu

Datum zadání bakalářské práce:

21. března 2012

Termín odevzdání bakalářské práce:

15. května 2012

Ve Zlíně dne 21. března 2012

doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.

dkanika



MgA. Libor Nemeškal


Nemeškal
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ/DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- odevzdáním bakalářské/diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby¹⁾;
- beru na vědomí, že bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3²⁾;
- podle § 60³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60³⁾ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně
20. 9. 2011


Jméno, příjmení, podpis

¹⁾ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47b Zveřejňování závěrečných prací

(1) Vysoká škola nevydělčně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledků obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Zveřejnění stanoví učební předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být teprve nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlédnutí veřejnosti v místě určeném učebními předpisy vysoké školy nebo na-či-li tak určeno v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výtisky, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Není-li, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby

²⁾ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3

(3) Do práva autorského také nezahrnuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, už-li-ť nikoli ze účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu, k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené zájemcem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacímu zařízení (školní dílo).

³⁾ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Doplň-li autor takového díla učební materiál bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho díle u soudu. Ústavnost § 35 odst. 3 zůstává nedotčena.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout, jenom licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výjimek jim dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložil, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlíží k užití výsledku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem autorem práce, a že jsem při jejím psaní pracovala samostatně.

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

Ve Zlíně 11.5.2012

ABSTRAKT

Ve své bakalářské práci se zabývám problematikou castingových agentur na území České republiky. Vymezuji pojem "castingová agentura" a jeho vznik, shrnuji, jak tyto agentury fungují, jakým způsobem získávají své klienty a co je hlavním předmětem jejich působení. Popisuji proces spolupráce mezi castingovou agenturou a produkcí při výrobě audiovizuálního díla včetně vzájemných smluvních vztahů. V závěru se pokouším získané poznatky aplikovat do studentského prostředí na projekt Castingofka pod Fakultou multimediálních komunikací UTB ve Zlíně.

Klíčová slova: umělecká agentura, castingová agentura, casting, komparz, koordinátor komparzu, casting director, breakdown, state film commission

ABSTRACT

In my thesis I focus on the casting agencies in the Czech Republic. I define the term "casting agency" and its creation, summarizes how these agencies operate, how they acquired their clients and what is the main object of their activity. Describe the process of cooperation between the casting and production agency in the production of audiovisual works, including their contractual relation. In conclusion, I try to apply the lessons learned in managing the student project called Castingofka under the Faculty of Multimedia Communications TBU in Zlin.

Keywords: art agency, casting agency, audition, extras, extras coordinator, casting director, breakdown, state film commission

Děkuji ing. Evě Švirákové za podporu a pomoc s touto bakalářskou prací. Dále děkuji Mgr.art. Ivetě Malachovské, Ph.D. za cenné rady a užitečné kontakty. Chtěla bych také poděkovat všem, kteří mi poskytli rozhovory za jejich vstřícnost a ochotu, a na závěr také všem, kteří mou práci trpělivě četli a studovali.

Děkuji Vám,
Monika Suchanková

“The actors are the words with which you will tell your story.”

REA, W. 2010

I. OBSAH

I. OBSAH	8
II. ÚVOD	9
1. VYMEZENÍ POJMU A HISTORICKÝ VÝVOJ	10
1.1.1. UMĚLECKÁ AGENTURA	10
1.1.2. CASTINGOVÁ AGENTURA	11
1.2.1. STRUČNÝ HISTORICKÝ VÝVOJ UMĚLECKÝCH AGENTUR.....	12
1.2.2. HISTORICKÁ ZMÍNKA O KOMPARZECH	13
2. FUNGOVÁNÍ CASTINGOVÉ AGENTURY	15
2.1. ZÁKLADNÍ FUNGOVÁNÍ	15
2.2. DATABÁZE	16
2.3. SMLUVNÍ PODMÍNKY	17
2.3.1. ZASTUPOVÁNÍ.....	19
2.3.2. ZPROSTŘEDKOVÁNÍ.....	20
2.3.3. UMĚLECKÝ VÝKON	20
3. JAK VYUŽÍT CASTINGOVOU AGENTURU	23
3.1. OSLOVENÍ AGENTURY.....	23
3.2. CASTING.....	24
3.3. FUNKCE AGENTURY NA NATÁČECÍM PLACE.....	26
3.4. NASTÍNĚNÍ SITUACE V USA	27
3.4.1 CASTING DIRECTOR	27
3.4.2. MOŽNOSTI PREZENTACE.....	28
3.4.3. HERCI A „SAG“	29
METODIKA	31
4. CASTINGOVKA	32
4.1. FUNGOVÁNÍ A SLUŽBY	33
4.2. DATABÁZE	35
4.3. SMLUVNÍ VZTAHY	35
III. ZÁVĚR	37
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ	39
POUŽITÁ LITERATURA.....	39
WEBOVÉ STRÁNKY	40
OSOBNÍ ROZHOVORY	41

II. ÚVOD

Téma „Castingová agentura v procesu výroby filmu“ jsem si zvolila na základě volnočasové aktivity, které mi Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně umožnila se zúčastnit. Již dva roky mám možnost být ve vedení týmu projektu pod Komunikační agenturou Marketingových komunikací UTB ve Zlíně s názvem Castingofka, který vznikl v roce 2008 pod vedením Jaroslavy Kafkové, studentky Marketingových komunikací.

Myšlenkou celého projektu je pomoci mladým filmařům z Audiovizuálních studií pod UTB ve Zlíně jednoduše a levně sehnat herecké obsazení do svých školních projektů. Po odchodu Jaroslavy Kafkové z projektu se vedení Castingofky ujali studenti ateliéru Audiovize (mezi nimi také já), aby přizpůsobili projekt svým potřebám. Z tohoto důvodu jsem se v uplynulém čase snažila získat co nejvíce informací o fungování uměleckých a castingových agentur, abych mohla některé nabyté poznatky aplikovat i na náš malý rozvíjející se projekt.

Má práce by měla být také přínosem pro začínající režiséry, kteří si mnohdy neuvědomují, jak moc jim castingová agentura může pomoci ušetřit čas a energii při hledání vhodného herce do svého projektu. Pokusím se zde obsáhnout celý proces, kterým projekt u castingové agentury prochází, kdo je za tuto fázi výroby odpovědný a jakých výsledků můžeme spoluprací dosáhnout. Pokusím se také upozornit na možná zákoutí kooperace, a jaké smluvní vztahy v případě spolupráce vznikají.

Jednu kapitolu bych také ráda věnovala naší agentuře Castingofka, charakterizovala bych projekt a jeho fungování, pohovořila o jejím vzniku, současném stavu i o možnosti jejího rozvoje – čím by se od profesionálů měla inspirovat, aby byla nejen hojně využívaná studenty, ale také získala komerční možnosti realizace.

1. VYMEZENÍ POJMU A HISTORICKÝ VÝVOJ

Než se začneme zabývat fungováním castingových agentur a jejich přínosem pro preprodukční fázi filmu, pojďme si nejprve ujasnit, co to castingová agentura vlastně je a jakým způsobem se liší do agentury umělecké.

1.1.1. UMĚLECKÁ AGENTURA

Za uměleckou agenturu považujeme právnickou osobu, která svým působením zjednodušuje práci umělců a to jak herců, hudebníků, tak i spisovatelů nebo malířů a fotografů aj. Umělecká agentura umělce zastupuje a to hlavně v právních a smluvních náležitostech, které vyplývají z jejich práce. Jejím hlavním úkolem je vyhledávat svému klientovi pracovní příležitosti (angažmá), ochraňovat a shromažďovat výsledky jeho práce a zabezpečovat práva, která umělci za výkony náleží.

Uměleckých agentur máme celou řadu typů. Můžeme se setkat s agenturami univerzálními, které se soustřeďují na širokou škálu umělců (Aura Point) z rozdílných uměleckých odvětví, nebo naopak agentury, které se zabývají pouze herci (agentura Ambrozia) nebo pouze hudebníky (Tanja Classical Music Agency) atd. Některé agentury své klienty přímo zastupují, jiné jim jen pomáhají s hledáním angažmá, nebo je zastupují jen ve vyřizování administrativy. Vzhledem k velké konkurenci v tomto oboru se často tyto agentury zabývají také jinými aktivitami, než jen zastupováním umělců, jako například organizací večírků, galavečerů, koncertů nebo jinými kulturními aktivitami. Mnoho z těchto agentur také začíná pronikat do filmové nebo reklamní produkce a koprodukce.

Umělecké agentury často nabízejí dva druhy zastupování. Tím prvním je výhradní zastupování, které je pro výkonného umělce svazující ve smyslu, že nemá možnost podepsat smlouvu s jinou agenturou. Agentura má dle smlouvy povinnost mu ročně nabídnout hned několik pracovních nabídek, v případě, že umělec angažmá získá sám, agentura ho plně zastupuje a za

svou práci si samozřejmě účtuje provizi z honoráře. Při nevýhradním zastupování je umělec na poli uměleckých agentur volný a může tak hledat práci na více místech. Žádná agentura mu však neposkytuje plný servis.

1.1.2. CASTINGOVÁ AGENTURA

Castingovou agenturu myslíme takovou uměleckou agenturu, která se zabývá převážně zastupováním herců pro účely filmové, seriálové nebo reklamní, v některých případech také modelingové. Často disponují databází umělců, které nabízejí klientům. Tyto databáze bývají opravdu rozsáhlé, mohou obsahovat až tisíce lidí, z nichž je většina neherců, tzv. komparzistů. Aby se mezi sebou agentury co nejvíce odlišili, snaží se do své databáze získat co nejzajímavější lidské typy, zahraniční umělce nebo lidi s nezvyklými schopnostmi – žonglery, akrobaty apod.

Tyto agentury většinou neposkytují výhradní zastupování, nebo jen v malém měřítku, a to většinou pouze u zvučných významných jmen. U komparzistů naopak platí pravidlo, že každý z nich je většinou registrován u více než dvou castingových agentur.

Nejzásadnější rozdíl však tkví v samotném názvu. Castingové agentury, pokud jsou k tomuto vyzvány klientem, pořádají castingy pro režiséry nebo producenty. Na základě informací čerpají jak z vlastní databáze, tak mohou vyhlásit veřejný casting – záleží o jakou roli se jedná. V některých případech (například u komparzu nebo epizodních rolí) se může klient spokojit pouze s fotografií umělce a informacemi jeho profilu v databázi agentury.

Pro shrnutí: castingové agentury jsou na rozdíl od těch uměleckých specializované na herce a komparz, a můžeme říci, že jsou zprostředkovatelské, protože se převážně zabývají nevýhradním zastupováním a svým umělcům přinášejí základní servis. Na první místo svých služeb staví organizaci castingů pro klienty.

1.2.1. STRUČNÝ HISTORICKÝ VÝVOJ UMĚLECKÝCH AGENTUR

Již po první světové válce v období První republiky začala vznikat umělecká seskupení, která pod sebou sdružovala umělce z rozličných uměleckých sfér. Bylo to způsobeno hlavně díky uvolnění politické situace té doby. Nejčastěji se tato seskupení zaměřovala na divadelní herce a za malé provize jim zprostředkovávala angažmá. Tato seskupení můžeme nazývat „divadelními agenturami“, z nich se postupem času staly umělecké agentury, jak je známe dnes. (Horká, 1999)

Stejně jako dnes však tuto spolupráci provázela spousta problémů – herci byli nespokojeni s tím, jak agentury fungují. Nelíbilo se jim, jakým způsobem si vybírali své klienty, ani to, jakým způsobem si účtovali své provize. Agentura totiž měla nárok na provizi i v případě, že klientovo angažmá nezprostředkovala přímo ona.

Po roce 1936 docházelo ke spoustě změn v umělecké sféře. Vše vyvrcholilo po druhé světové válce s nástupem socialistického zřízení. V této době byla jakákoli soukromá podnikatelská činnost zakázána. Herci se stali opět závislí na svých divadlech a jejich provozovatelích.

Až v roce 1964 byla sbírka zákonu rozšířena o vyhlášku č. 74/1964 Sb., která jasně říká, že pokud chce umělec vystupovat mimo své stálé angažmá, musí být povinně zastoupen agenturou Pragokonzert, kterou můžeme považovat za nejstarší, a navíc stále fungující, uměleckou agenturu u nás, a ze svého honoráře jí takto musí odvádět procentuální podíl. Mohly totiž vznikat jen organizace se souhlasem státního zřízení, které propagovali jeho ideologii. Tyto organizace však hercům nevyhledávaly angažmá, spíše hlídaly hercovu činnost a zisky. Jednou za dva roky organizovaly tzv. přehrávky, které měly znova ověřit umělcovi kvality, vytvářely kompletní přehled o hercových výdajích a stanovovaly mu výši daní, hlídaly, jak se herec chová na veřejnosti, zda-lij není protirežimní, apod. Organizace také vytvářely hodnotící tabulky, kde si zaměstnavatelé na základě popularity herce mohli vypočítat jejich denní honorář, který se pohyboval v průměru od 160,- do 1200,- korun na den a to včetně zkoušek. Proto spousta umělců využívala služby na černo

podnikajících manažerů, kteří umělcům za hotovost zprostředkovali angažmá.

Výjimkou bylo, když se jednalo o vystoupení pro Český rozhlas nebo Českou televizi, v takovém případě mohl umělec vystupovat sám za sebe bez povinnosti platit Pragokonzertu. Pragokonzert se takto stal monopolem pro umělecké zastupování převážně divadelních herců na území České republiky. Na Slovensku se pak jednalo o společnost „K koncertní a divadelní kancelář“ v Bratislavě.

Až po roce 1989, kdy zákon o “povinném zastupování” pozbyl platnosti, na českém trhu začalo vznikat velké množství uměleckých agentur zastupující umělce ze všech možných uměleckých oborů. Důvodem je také to, že s pádem Československé socialistické republiky došlo také k přerozdělení státních dotací. Kulturní sektor ztratil spoustu peněz na provoz, takže filmoví a divadelní zaměstnanci museli hledat uplatnění jinde. Spousta z nich tak začala podnikat na vlastní pěst v oborech, které dobře znala. Po roce 1989 je trh ovlivněn také vznikem Herecké asociace, která mimo jiné prosazuje minimální denní honorář herce zhruba 1200,-. (Litomiský, 1990)

Samotné agentury se začaly zaměřovat na konkrétní oblast působení – agentury umělecké, castingové, reklamní, modelingové nebo hudební apod. Jejich počet rok od roku stoupá, v roce 2011 jich podle internetového serveru www.firmy.cz existuje na území České republiky 653, castingových agentur nalezneme až 35.

1.2.2. HISTORICKÁ ZMÍNKÁ O KOMPARZECH

Vzhledem k tématu castingových agentur je také nutno zmínit, jak v minulosti, kdy prakticky neexistovaly umělecké ani castingové agentury, bylo možno do svého filmového díla obsadit komparzisty, jakým způsobem mohl režisér hledat umělce pro epizodní role apod.

Před rokem 1989 byla práce s komparzisty úplně jiná. Za prvé, komparzistou nemohl být kdokoli jako dnes – většinou se jednalo o lidi, kteří se komparzními nebo epizodními rolemi zcela živil, a ne špatně. Počet

komparzistů byl značně omezen oproti dnešní době. Na druhou stranu, komparzista to neměl zdaleka tak jednoduché jako dnes – každý většinou disponoval vlastní garderobou včetně paruk a doplňků. Pokud kostým nevladl a produkce projektu neměla v úmyslu nechat ho komparzistům ušít, musel si ho zkrátka sehnat sám. Zdá se to pro nás být již zcela nemyslitelné, pravdou však je, že v západním světě je to stále běžná praxe.

Druhá věc je, že soukromé umělecké agentury neměly možnost fungovat, tudíž neexistoval ani nespočet databází jako dnes, režiséři vybírali prakticky z jednoho filmového rejstříku (Drašnárová, K., 2000, [online]) Nejstarším komparzním rejstříkem u nás se pyšní Studio Barrandov (dnes Barrandov casting agency), jednalo se o bezkonkurenčně nejrozsáhlejší databázi té doby v Praze. Menší komparzní rejstřík provozovala také Česká televize a to jak v Praze, Brně tak i v Ostravě – pouze však pro své interní účely. I tento rejstřík přežil do dnešních dnů a neustále se rozšiřuje. V jiných městech to bylo s komparzisty těžší, i tam však najdeme – například v Brně vznikala databáze komparzistů pod hereckou školou Studio Racek již od roku 1979.

2. FUNGOVÁNÍ CASTINGOVÉ AGENTURY

Systém fungování castingových agentur se mezi jednotlivými příliš neliší. Stejně tak způsob spolupráce mezi castingovou agenturou a režisérem (nebo producentem) se drží obecných zásad, spíše se mění v závislosti na projektu.

2.1. ZÁKLADNÍ FUNGOVÁNÍ

Pro provoz castingové agentury není nutno mít velký kapitál, nepotřebujeme velké prostory ani technické zázemí. Stačí kancelář, jejíž velikost závisí na velikosti agentury a množství zaměstnanců, kvalitní internetový web s příjemným designem, fotoaparát a jinou filmovací techniku, telefon, účetní, agenty a hlavně spoustu kontaktů ve filmové nebo modelingové branži.

Nejdůležitější práci vykonávají agenti, kteří mají za úkol obstarávat pracovní příležitosti svým umělcům, starat se o zakázky, výše honorářů apod. V případě výhradního zastupování se také snaží svému umělci vyhledávat role, které by pro něj byly vhodné, zná jeho priority, herecké i časové možnosti. Často může jednat jménem umělce a vyřizovat za něj veškerou právní administrativu, vede umělci agendu a účetnictví, a prezentuje umělce ve prospěch jeho kariéry.

Dalším důležitým zaměstnancem je tzv. koordinátor, jehož práce spočívá v asistenci komparzním hercům agentury na samotném natáčení. Koordinátor je k ruce režijní složce natáčecího štábu, na její pokyn vysílá na plac komparzisty. Také kontroluje, zda-li všichni na natáčení dorazili (případně zajišťuje dopravu samotnou), hlídá, zda-li je o komparzisty dostatečně postaráno, zda-li je ze strany produkce zajištěn catering apod. Operativně řeší problémy, které na natáčení mohou nastat (např. někdo z umělců nedorazí), naslouchá potřebám komparzistů.

2.2. DATABÁZE

Úspěch castingové agentury spočívá především ve velikosti a provedení její databáze. Pokud má agentura dobře a přehledně propracovanou databázi s dostatkem informací a kvalitními fotografiemi, pro klienta bude vždy příjemné se do databáze vracet a hledat v ní vhodné kandidáty do svého projektu.

Vzhledem k tomu, že databáze průměrné castingové agentury většinou čítá několik tisíc členů (někdy několik desítek tisíc), je v první řadě nutné databázi vhodně rozdělit na základě jednotlivých kritérií, aby zákazníkům usnadnila práci s výběrem herce. První rozdělení je určitě dle pohlaví na muže, ženy a také děti jako samostatná kategorie; dále pak na základě hereckých schopností a zkušeností – jasné rozdělení na neherce a herce, případně, jestli se jedná o herce divadelní či ochotníka apod. Za herce můžeme považovat umělce s patřičným vzděláním (konzervatoř, vysoká škola) nebo herce se stálým angažmá v oficiálním divadelním souboru. Dalším důležitým kritériem, dle kterého můžeme databázi členit, může být hudební nebo taneční nadání, případně jakékoli jiné zvláštní schopnosti umělce. Čím více je databáze členěna, tím je jednodušší jí procházet a najít to, co doopravdy potřebujeme. Vznikají tak podskupiny jako liliputi, mimové, kulturisti, go go tanečnice a pod. Samostatnou kategorií jsou pak modelky a hostesky, které se využívají při jiných příležitostech než u natáčení. (Žembery, 2010)

Co se osobních informací týče, jméno umělce není podstatné. To, co režiséra nebo jeho zástupce zajímá, je rozhodně věk, proto by neměl chybět rok narození. Vhodné je uvést také bydliště kvůli dostupnosti na lokaci. Nejdůležitější jsou však většinou míry, zde nalezneme až 15 údajů vymezujících fyzické možnosti umělce - výška, váha, obvod pasu, prsou a boků, velikost bot a konfekční velikost, a ideálně také krejčovské rozměry vnitřních a vnějších švů, které jsou důležité při šití kostýmů.

Každý profil samozřejmě obsahuje sérii fotografií umělce. Většinou není dovoleno, aby si umělci pořizovali své fotografie sami. Agentura by je měla individuálně nafotit ve svém studiu, aby každý člen databáze měl rovné

možnosti úspěchu. Fotografie by měly být hlavně obyčejné – jedna portrétní, profilová a celé postavy. Pouze v modelingové sekci je možno umístit do profilu fotografie profesionálního fotografa, které budou prezentovat modela a jeho modelingové zkušenosti.

Lidé se mění, proto je potřeba také databázi pravidelně obnovovat, nejen fotografie umělců, ale také nově nabyté herecké zkušenosti. U dětí se pak přefocování provádí každý rok (u některých agentur i co půl roku), u ostatních klientů méně často, ale v každém případě by agentura měla provádět pravidelné přefocování svých členů.

Některé agentury však mají ve své databázi takové množství umělců, že hledání v dni by pro nezasvěceného vyžadovalo neskutečnou dávku úsilí. Tyto agentury pak poskytují speciální servis, kdy na základě režisérových požadavků a vlastních zkušeností předloží pouze 10-15 adeptů, ze kterých si pak režisér na základě castingu vybere toho pravého. (Ticháčková, 2012)

Právo na vznik databáze a shromažďování osobních údajů a vymezení možnosti užívání této databáze je blíže specifikováno v §88 – 94 Autorského zákona.

2.3. SMLUVNÍ PODMÍNKY

Členové databáze (mám teď na hlavě mysli komparzisty castingových agentur) mohou do agentury vstoupit velice jednoduše. Většinou je v dnešní době možno pouze vyplnit registrační dotazník, který je vyvěšen na webových stránkách agentury. Doloží své aktuální fotografie, případně se dostaví osobně na casting, kde je agenturní fotograf nafotí. Agentury nemají se svými komparzisty žádné smluvní vztahy – maximálně komparzisti při registraci do databáze podepisují prohlášení, že souhlasí se zpracováním osobních údajů a fotografií na dobu určitou nebo omezenou.

Smluvní náležitosti mohou vznikat až u samotného natáčení. V případě, že se jedná o menší nebo epizodní roli, je nutno sepsat s hercem hereckou

smlouvu. Zde záleží na domluvě mezi produkcí projektu nebo agenturou – většinou však tyto licenční smlouvy spravuje přímo produkce filmu. Pokud však produkce vyžaduje pouze kompletní licenci od castingové agentury, která pokryje umělecké výkony všech umělců agentury, vyřizuje licenci individuálně agenti agentury. Každý komparzista v takovém případě podepisuje s agenturou smlouvu, kde má kromě názvu role přesně stanoveno časové vymezení natáčecího dne a stanovenou odměnu. Je zde také zmínka o případných přesčasových hodinách, jakým způsobem se ta či ona věc daní apod. Přenechání licence na daný herecký výkon a souhlas s neomezeným vysíláním je samozřejmostí. Herec se tak zavazuje, že vždy uposlechne pokynům režiséra, a že nebude nijak zasahovat do plynulého chodu natáčení (např. požíváním alkoholu na natáčení) apod. Dále však herec souhlasí se zásahy do své vizáže, což znamená úpravu vlasů a vousů a co víc, podepisuje, že si je vědom, že při porušení jednoho z výše uvedených pravidel či při absenci na natáčení, bez včasného udání závažného zdravotního důvodu, zaplatí sankci, která se může pohybovat až nad 5000,- Kč. (Žembery, 2010)

U komparzů sepisujeme pouze komparzní listiny, které slouží jako licence pro užití výkonu a to většinou v neomezeném rozsahu a zároveň jako doklad o vyplacení odměny a její výši.

Vyplácení komparzisty však probíhá většinou přímo na místě po skončení natáčecího dne – výplaty provádí agentura. Občas je přece jen nutno pro agenturu podepsat doklad o výplatě, v takovém případě se ve většině případů provádí vyplácení zpětně, například v prostorách kanceláře agentury. Honoráře pro komparzisty se většinou pohybují mezi 650-1000,- korunami za natáčecí den, který může mít až 12 hodin. Pokud je však doba natáčení kratší než 6 hodin, komparzistovi je vyplaceno pouze 75% smluveného honoráře. U epizodní role pak mluvíme o 1200-2000,-Kč. U zahraničních produkcí se částky samozřejmě pohybují ve vyšších rovinách.

U práce s dětmi vypadají smluvní podmínky trochu jinak. Děti mohou pracovat jen určitý počet hodin v závislosti na věku, hranici stanovuje pracovní úřad na

základě lékařského vyšetření dítěte a žádosti zákonného zástupce. Z pracovního povolení dítěte vyplývá spousta podmínek, kterými se agentura při poskytnutí dítěte - komparzisty třetí straně musí řídit. (Gazda, 2012) Samotná herecká smlouva (případně komparzní listina) je samozřejmě podepsána zákonným zástupcem dítěte. Zákonný zástupce se však většinou na place nevyskytuje. Dětský herec však vyžaduje větší pozornost než jiní komparzisté nebo herci agentury, proto musí agentura kromě koordinátora komparsu pro dítě zajistit také pedagogický dozor.

2.3.1. ZASTUPOVÁNÍ

V případě, že se agentura rozhodne přijmout do svých řad herce (ne komparzistu), musí zvážit, jak moc se jí spolupráce vyplatí – na základě toho sepiše s hercem smlouvu. V případě herců se smlouva sepisuje téměř vždy při vstupu herce do agentury. Je důležité zvážit, jestli herci nabídneme výhradní (exklusivní) zastupování nebo spolupráci nevýhradní. Jak bylo řečeno výše, v případě exklusivní smlouvy je umělec plně zastupován vybranou agenturou a ta mu musí hledat angažmá. Odměnu si pak inkasuje jak z práce, kterou pro klienta našla, tak také z práce, kterou si klient vyhledal sám.

V případě nevýhradního zastupování hledá agentura také svému klientovi práci, ne však primárně, spíše ho nabízí na castingy apod. Umělec si tak může hledat práci také v jiných agenturách, není vázán pouze na jednu, na druhou stranu se musí více starat o své účetnictví a nemůže spoléhat na jistou nabídku práce.

Ve smlouvě je specifikována odměna pro agenturu v obou zmíněných případech (měla by pokrýt náklady agentury spojené se zastupováním konkrétního klienta), na jak dlouhé období se smlouva uzavírá, zda-li je teritoriální nebo platí pro celý svět (většinou se setkáváme pouze s teritoriální variantou), a jestli je předmět působení pouze filmová nebo také divadelní branže.

Smlouva o zastupování patří dle Občanského zákoníku (§ 724 - 732) mezi smlouvy příkazní – tedy se jedná o smlouvu mezi „příkazníkem“ a „příkazcem“, kdy „příkazce“ zadává „příkazníkovi“ úkol, náklady na jehož výkon musí hradit a vyplatit mu za něj také odměnu, a to i v případě, že výsledek nebyl dokonán. „Příkazník“ na druhé straně se zavazuje, že bude plnit svůj úkol dle svých nejlepších schopností. V praxi se tato smlouva podepisuje na časově omezený úsek. Součástí smlouvy o zastupování také bývá Plná moc, kdy je agentura umocněna k jednání jménem umělce a k přebírání umělcova honoráře.

2.3.2. ZPROSTŘEDKOVÁNÍ

Občanský zákoník, zákon §774 – 777 upravuje ujednání o zprostředkování. I tyto smluvní vztahy mohou vzniknout mezi umělce a agenturou, která umělce výhradně nezastupuje, naopak se jí pro umělce jen občas podaří získat angažmá. Zákon jasně říká, že „zprostředkovatel“ se zavazuje obstarat „zájemci“ za odměnu uzavření smlouvy. V případě, že „zájemci“ takto vznikl nárok na honorář, „zprostředkovatel“ většinou získá jako odměnu procenta z tohoto výdělků.

2.3.3. UMĚLECKÝ VÝKON

V případě, že dojde k domluvení angažmá, je nutno ho ošetřit hned dvěma smlouvami.

Tou první je smlouva o **Vytvoření uměleckého výkonu**, který je blíže specifikovaný zákony §67 – 74 Autorského zákona, kde si ujasníme, práva výkonného umělce na umělecký výkon. Taková smlouva slouží hlavně k zavázání výkonného umělce, že umělecký výkon opravdu ve smluveném čase vykoná a to dle svých nejlepších schopností a dovedností, je také povinen za něj inkasovat odměnu. Zároveň je v ní stanoveno procento z celkového zisku díla, které umělci náleží při dalším šíření díla. Nesmí chybět přesné vymezení práv a povinností mezi zadavatelem, tedy producentem, a

výkonným umělcem. Umělec je zde povinen sdělit všechny okolnosti, které by mu mohly narušit vytváření tohoto uměleckého výkonu.

Samozřejmostí je nutné hned na začátku představit obě smluvní strany, komu je umělec odpovědný za svůj umělecký výkon, a kdo je mu za něj povinen vyplatit honorář. Odpovědnou smluvní stranou bývá producent díla, nikoli castingová agentura. Stanovení sankce za porušení nebo nedodržení smluvených termínů a povinností je samozřejmostí

Důležitým vstupujícím prvkem do této smlouvy může být tzv. kolektivní správce, jehož funkce je vymezena §100 Autorského práva. Tento kolektivní správce může ve smluvních vztazích zastupovat nositele práv, v našem případě umělce, má právo navrhnout výši odměny, má také právo získat všechny dostupné informace o daném díle a celém tomto smluvním vztahu, pro účely své funkce. Je důležité zmínit, že kolektivní správce provádí takto své služby nevýdělečně, ale má nárok na uhrazení nákladů související s poskytnutím svých služeb. Kolektivním správcem mohou být pouze občanská sdružení schválena Ministerstvem kultury. Pro nás těmi nejvýznamnějšími jsou DILIA (divadelní, literární a audiovizuální agentura), OSA (Ochranný svaz autorský pro práva k dílům hudebním) a INTEGRAM (Nezávislá společnost výkonných umělců a výrobu zvukových a zvukově obrazových záznamů). Tato sdružení fungují jako umělecké agentury, které plošně a automaticky zastupují umělce na území České republiky. Všechna řádně vytvořená umělecká díla spadají okamžitě pod jejich právní ochranu.

Ten druhý smluvní vztah se zabývá zabezpečením licence k užití uměleckého výkonu výkonného umělce. **Licenční smlouva** je specifikována §46 – 55 Autorského zákona. Výkonný umělec podle něj může licenci autorovi díla (producentovi) poskytnout jako výhradní nebo nevýhradní. V případě výhradní licence však výkonný umělec nemá právo poskytnout licenci třetí osobě, často nemá licenci na svůj výkon ani on sám. Za poskytnutí licence, pokud není výslovně ve smlouvě určeno jinak, umělci náleží odměna, která je stanovena na základě způsobu dalšího užití díla a jeho rozsahu. Jak je však dále upřesněno v odstavci §72 o zákonné licenci, licenci může výkonný umělec

poskytnout producentovi pouze prostřednictvím svého „kolektivního správce“.
Jak jsem se již zmínila výše, tito kolektivní správce zabezpečují všechna autorská práva.

3. JAK VYUŽÍT CASTINGOVOU AGENTURU

V této kapitole bych chtěla osvětlit, jakým způsobem probíhá celý proces spolupráce mezi agenturou a objednavatelem (produkcí, režisérem), jakým způsobem agentura pracuje a jaké služby poskytuje. U západních agentur se však systém trochu odlišuje, pro inspiraci se zmíním i o castingu studentského filmu v USA.

3.1. OSLOVENÍ AGENTURY

Každá agentura má své webové stránky. Na těch se dozvíme vše, co potřebujeme vědět – jaké služby nabízí, zda-li se zaměřuje pouze na castingy nebo i na profesionální herce, v jaké oblasti funguje, zda-li má pokryto území celé republiky nebo jen konkrétní města či kraje, vlastní-li ateliér s technickým zázemím (např. na konání castingů či nikoli) apod. I přesto však platí, že pro castingovou agenturu jsou nejdůležitější kontakty a ne to, jak vysoko se umístí v Google vyhledávání. Čím více má agentura kontaktů, tím kvalitnější jsou její reference, a reference znamenají v této branži úspěch.

Pokud se produkce rozhodne, že využije služeb castingové agentury, pověřený produkční nebo pomocný režisér tuto agenturu kontaktuje. Na základě požadavků na vzhled, schopnosti a počet požadovaných aktérů agentura sestaví nabídku. Větší castingové agentury vyžadují nahlédnout přímo do scénáře a udělat si na postavy vlastní názor. Ten pak zkonzultují s režisérem a na základě vzájemných postřehů vybere castingová agentura pouze pár možných kandidátů.

V případě, že je zde zájem pouze o komparz, tato nabídka spočívá v tom, že agentura klientovi poskytne přístup do své komparzní databáze nebo na základě specifických požadavků sama sestaví výběr možných adeptů, a tento si nechá u zadavatele pouze schválit. Tyto výběry většinou neprovádí sám režisér, ale ve většině případů předá odpovědnost svému pomocnému režisérovi. Pro jednu komparzní roli se doporučuje vybrat hned několik adeptů z přístupné databáze. Vzhledem k tomu, že komparzista není stálé povolání,

komparzisti bývají časově vytížení jinou činností a hraní je pro ně v tomto případě jen nepatrným přivýdělkem.

Některé agentury seznamují své komparzisty s nabídkami pouze e-mailem, některé formou sms zprávy, v tomto případě záleží na průbojnosti a zájmu samotných komparzistů, kteří, pokud o roli stojí, musí v časově omezeném limitu na nabídku reagovat. Za nejefektivnější se však považuje podat nabídku telefonicky. Tato forma komunikace je však pro agenturu také nejnákladnější. Na jednu komparzní roli je často nutné obvolat více než pět komparzistů, než nalezneme někoho, kdo má o roli opravdu zájem a spolupráci na projektu nám přislíbí, což je při požadavku dvou set členného komparzu velká zátěž.

Pokud se však jedná o obsazení hlavních, vedlejších nebo epizodních rolí, kvalitu hereckých schopností herce je nutno prověřit, fotografie a osobní profily zde většinou nestačí. Nejjednodušší cestou je casting, což je jedna ze základních služeb, které castingová agentura nabízí.

4.2. CASTING

Na základě režijních požadavků agentura vybere ze své databáze herce, které pozve na tzv. casting – „konkurz na obsazení filmových nebo jiných hereckých rolí“ (Slovník cizích slov [online], 2012). Ten agentura většinou provádí ve svém ateliéru, má-li ho k dispozici. Agentura většinou také poskytuje technické zázemí a kamerovou techniku. Projekt zde bývá zastoupen režisérem nebo pomocným režisérem (záleží na důležitosti role, v případě výběru vedlejších rolí často není fyzická přítomnost režiséra nutná), odpovědným produkčním a často také samotným producentem projektu.

U zahraniční produkce, převážně u reklamy, často není režisér přítomen vůbec, a ani nikdo jiný ze štábu – agentura může casting uspořádat celý sama. V takovém případě se zájemci o roli, předem vybraní agenturou, nechají v ateliéru nafotit na neutrálním pozadí a následně se s nimi natočí kamerové zkoušky, kdy se nasimuluje situace podobná té z připravované

reklamy. Veškeré pořízené dokumenty se následně zasílají zahraniční produkci.

Samotný casting u běžných projektů probíhá v ateliéru nebo jiném alternativním pronajatém prostoru s dobrou akustikou. Je nutno zde zřídit čekárnu s židlemi pro příchozí herce, kteří často čekají na svůj výstup i několik hodin. Toalety a pitná voda jsou samozřejmostí. V castingové místnosti se nachází posezení pro „porotu“ sestavenou ze zástupců projektu, stůl, na kterém si mohou prohlížet fotobooky a informační karty příchozích herců. Kamerový technik s příslušným kamerovým zařízením nahrává záznam jednotlivých rozhovorů mezi „porotou“ a hercem. Ideální by samozřejmě bylo využívat již při castingu přesně tentýž materiál, který máme v plánu použít při samotném natáčení a získat tak potřebný pohled na herce, vzhledem k finanční stránce věci se to však povede málokdy. Herec již v čekárně obdrží text (většinou část scénáře připravovaného projektu) na prostudování. Předem se scénáře nikdy nezasílají, herec před castingem zná maximálně stručnou charakteristiku postavy, přibližný nástin děje a předběžný odhad náročnosti natáčení. Po vstupu do místnosti odpoví na pár otázek „poroty“ většinou z oblasti své herecké kariéry, a pak se dostává k prezentaci připraveného textu (většinou 2-3 strany ze scénáře). V místnosti je také přítomen tzv. nahazovač, který se snaží být herci protihráčem. Tato osoba bývá většinou neherec. Po herci je často vyžadovaná také improvizace nebo monolog. Celý tento akt je zaznamenáván kamerou a často přímo promítán na monitor. Nahrávání je důležité jak pro odhalení fotogeničnosti herce, tak pro výsledné porovnání všech účastníků po skončení castingu.

Casting má v mnoha případech tři kola, kdy v prvním kole většinou věnuje „porota“ jednomu účastníkovi 5-15 minut, v druhém kole se pak účastníkovi věnuje důkladněji - 15-30 minut a může zde již stavět vedle sebe potencionální herce jiných rolí, aby bylo zřejmé, jak vedle sebe působí. V posledním kole se rozhoduje jen mezi třemi účastníky, a proto by měl být přítomen i sám režisér. Na menší projekty často stačí pouze dvě kola castingu. Kolo druhé, kdy jsou úspěšní účastníci pozváni do užšího výběru se nazývá *Callback*. (Hasse, 2003)

Když casting skončí, agentura je povinna oznámit všem účastníkům, jestli postoupili do dalšího kola (případně zda-li získali roli) či nikoli. Opět to mohou udělat formou sms, preferuje se však telefonní hovor. Spousta agentur však tuto povinnost zanedbává, což v očích herců snižuje jejich reputaci.

S vybranými herci a s produkcí se následně vytvářejí smluvní vztahy. Zde může role castingové agentury skončit, ale nemusí...

3.3. FUNKCE AGENTURY NA NATÁČECÍM PLACE

Spolupráce mezi castingovou agenturou a produkcí nemusí končit ukončením castingu a vyřešením smlouvy. Castingová agentura často nabízí služby, které zjednoduší produkci práci i na samotném natáčecím place.

Komparzu na scéně většinou dává pokyny pomocný režisér, který sleduje druhý plán scény a hlídá ho. Už však nemá možnost obstarávat komparzisty v zákulisí mezi jednotlivými jetími, plnit jejich přání a požadavky, případně jim zajišťovat dopravu a podobně. K těmto účelům castingové agentury poskytují službu „koordinátor komparzu“ – jedná se o osobu, která je zodpovědná za to, že v požadovaný čas budou všichni potřební komparzisti na natáčení, že budou všichni přestrojeni, nalíčení a připraveni v předem dohodnutý čas, a také že budou předběžně vědět, co se bude dít, a co se po nich bude požadovat. V případě, že se některý z komparzistů na natáčení nedostaví, koordinátor musí operativně vzniklý problém řešit, a je-li to nutné - sehnat za něj náhradu. Koordinátor je v blízkém kontaktu s pomocným režisérem a na základě jeho pokynů vysílá na plac potřebné komparzisty.

Jeho dalším úkolem je zajistit, aby byli všichni komparzisti na place spokojeni, aby dostávali pravidelně od produkce catering, aby dodržovali pitný režim. V případě nutnosti může také organizovat hromadné příjezdy a odjezdy.

Pokud není sjednáno jinak, koordinátor také vyplácí komparzistům honorář za natáčecí den. Tyto honoráře vyplácí většinou agentura z prostředků, které získala od produkce na základě smlouvy o spolupráci a to buďto přímo na

natáčení po skončení natáčecího dne nebo zpětně ve své kanceláři. Tyto výplaty probíhají téměř výhradně v hotovosti proti podpisu.

3.4. NASTÍNĚNÍ SITUACE V USA

Jak jsem již zmínila výše, castingy v USA jsou zvláště u studentského filmu odlišnější než u nás. Je to způsobené převážně tím, že v USA je přece jen filmová tradice výraznější než u nás, jsou znát větší finanční možnosti (a to i ve studentském prostředí), a studentské a krátké filmy jsou běžným jevem, které publikum podporuje. Pro studentské projekty to znamená hlavně to, že existuje spousta možností, jak si hledání vhodného herce zjednodušit. Stejně jako u nás, ani američtí studenti většinou nemají dostatek prostředků k tomu, aby oslovili profesionální castingovou agenturu, i přesto je v jejich prostředí běžné zorganizovat si plnohodnotný casting.

3.4.1 CASTING DIRECTOR

Prvním výrazným rozdílem je, že jak ve studentské tak i v profesionální praxi se setkáváme s profesí, která v České republice není tak běžná – jedná se o „casting director“, který je zodpovědný za organizaci castingů, za výběr vhodných prostor, zajištění technického zázemí a hlavně za uchazeče, které na casting pozve. Casting director vytvoří tzv. „breakdown sheet“, což je podrobné shrnutí všech požadavků ze strany režie na herecké obsazení. Dokument obsahuje základní informace o projektu, které jsou důležité pro potenciální zájemce, kteří by měli zájem se na casting přihlásit – například popis postavy (věkové rozmezí, pohlaví, etnická příslušnost...), synopse příběhu, termín a ústřední lokace natáčení, odměna, termín castingu, kontaktní údaje na produkci projektu a další informace dle potřeby. Je důležité dbát na to, aby opravdu všechny informace v *breakdown sheetu* byly pravdivé. (Rea, Irving, 2010)

U nás se s obdobou této pozice můžeme setkat také. Většinou se však jedná přímo o agenty castingových agentur, kteří na základě scénáře sami zhodnotí, jak by měla postava vypadat. Jako štábovou profesi u samotného filmu bychom casting directora v České republice hledali marně.

3.4.2. MOŽNOSTI PREZENTACE

Breakdown sheet je posléze nutné vhodně prezentovat – když pomineme to, že v USA existuje spousta speciálních oficiálních webů, které se zabývají touto problematikou a to i výhradně na poli studentského filmu (*Backstage* – pro New York a Los Angeles), využívají se komunikační kanály, prezentace v okolních divadelních souborech nebo hereckých školách, tak je zde také zcela běžná komunikace se *State Film Commission*. Tato státní nezisková organizace u nás samozřejmě existuje také (www.filmcommission.cz), je však využívána více zahraničními produkcemi než českými. *State Film Commission* má kompletní přehled o veškerém kinematografickém působení na území konkrétního státu – najdeme zde databáze všech registrovaných audiovizuálních firem, firem na rental techniky, maskérů, kostymérů, filmových ateliérů a jiných natáčecích lokací včetně jejich obrazové ukázky, výčet cateringových společností a možnosti ubytování, včetně abecedního seznamu všech fungujících castingových agentur apod. Zároveň je zde možno vznést na zástupce komise dotaz například při hledání konkrétní lokace nebo rekvizit. Zahraniční filmaři zde dále naleznou důležité informace ohledně podmínek pro natáčení na území daného státu, možnosti grantů, nebo nutnosti víza při vstupu do země. Geografické a meteorologické informace konkrétního státu jsou samozřejmostí. *State Film Commission* se v USA využívá i k účelům castingu – můžeme zde požádat o prezentaci *Breakdown sheetu*, nebo zkontrolovat možnosti castingu.

Významným pomocníkem je také tzv. *Breakdown service* – jedná se o agenturu, která celoplošně po USA informuje o tom, které projekty jsou zrovna v castingovém procesu, kde se konají nejbližší castingy a podobně. I

zde funguje studentská sekce. Stránka slouží převážně castingovým agenturám, které zde hledají práci pro své herce, ale přístup na ni má kdokoli.

3.4.3. HERCI A „SAG“

Dalším skvělým pomocníkem, jak najít a kontaktovat vhodného herce, je tzv. „Academy Players Directory“, který je vydáván a pravidelně renovován filmovou akademií. Jedná se o nákladnou publikaci, která obsahuje jména a stručné profily všech v současnosti obsazovaných herců včetně poznámky o tom, která agentura ho zastupuje a kontaktními údaji na ni. *Academy Players Directory* existuje také online na webové stránce www.playersdirectory.com.

Posledním faktorem, který má značný vliv na casting a výběr herců všeobecně, je tzv. SAG (The Screen Actors Guild). Jedná se o organizaci, která zaštiťuje téměř všechny americké herce, a i přesto, že je tato agentura poměrně nakloněna studentským projektům a je ochotna jim třeba i pomáhat, jejich podmínky studentským filmařům znepríjemňují práci – každý herec, který je pod agenturou registrován má nárok na minimální týdenní nebo denní honorář, což platí také pro studentské projekty. Existuje jedna výjimka a to smluvní typ, který říká, že herec provede umělecký výkon bez nároku na honorář, ale v případě jakéhokoli, byť nepatrného zisku projektu si od produkce nárokuje jistá procenta. Tato podmínka nabývá účinnosti premiérou snímku a jsou do ni zahrnuta také veškerá ocenění z filmových přehlídek a festivalů. Je dobré si podmínky SAG důkladně prostudovat, protože můžeme narazit také na to, že jsme povinni herci platit již při castingu, pokud má více než dvě výběrová kola. U SAG herců nám hrozí ještě jedno riziko – v případě, že herec účinkuje za minimální mzdu nebo bez nároku na honorář a naskytne se mu finančně atraktivní nabídka, má možnost toto neperspektivní natáčení s okamžitou platností opustit ve prospěch ziskové nabídky. Proto se vyplatí mít připraveného záložního herce.

Za pomoci výše zmíněných subjektů jsme schopni zorganizovat si sami plnohodnotný casting. Je důležité zmínit, že samotný akt castingu se od toho

našeho zásadně neliší. Jen možnosti, které nám USA nabízí a podmínky s nimi spojené jsou od těch českých poměrně vzdáleny. USA pro nás zůstává nedostižným vzorem, který nám ukazuje, jak si na poli castingů zjednodušit práci. A hlavně nám nabízí i jiné možnosti, než jen oslovit k organizaci castingu castingovou agenturu, dává nám možnost výběru a individuálního postoje.

METODIKA

K tématice castingových agentur na našem území se odborná literatura hledá jen stěží. Castingové agentury můžeme považovat za moderní téma, proto jsem se snažila opřít svou bakalářskou práci o informace z moderních informačních zdrojů jako je internet a jeho komunikační kanály, blogy a osobní výpovědi účastníků komparzů. Prováděla jsem kritické rešerše webových stránek jednotlivých castingových agentur, které obsahují spoustu zajímavých informací o fungování castingových agentur u nás. Z osobních stránek a blogů zapálených komparzistů pak můžeme zjistit subjektivní pohled na systém fungování agentur u nás. Je zde také možno získat spoustu neoficiálních informací ze zákulisí castingů, jak jednotlivé agentury ve skutečnosti se svými herci jednají, jaké služby jim opravdu poskytují a podobně.

Dalším důležitým zdrojem jsou klasifikační práce z pražské filmové nebo divadelní školy, které jsou založeny převážně na osobních zkušenostech studentů – v Praze je přece jen jednodušší si služby castingové agentury zkusit na vlastní kůži. Některé castingové agentury dokonce s FAMU v Praze spolupracují za zvýhodněných podmínek běžně (Ticháčková, 2012). V rámci jejich Akademie je také tato problematika více zohledňována ve studijních plánech.

Faktická literatura, zabývající se touto tematikou, je pouze zahraniční a její obsah není zcela aplikovatelný na situaci českých agentur.

Posledním a nejvýznamnějším zdrojem se pro mne staly osobní rozhovory a konzultace s lidmi z praxe, kteří mi poskytli komplexní a ucelený pohled na věc. Umožnili mi také nahlédnout přímo na profesionální castingy, osvětlili mi souvislosti a pojmy z běžné praxe, dali mi pár užitečných rad ohledně Castingofky.

4. CASTINGOFKA

Castingofka je malá nezisková agentura, která vznikla pod Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na Fakultě multimediálních komunikací jako jeden z projektů Komunikační agentury již ve školním roce 2008/2009. První manažerkou projektu a také zakladatelkou byla studentka Marketingových komunikací Jaroslava Kafková, která nastolila jasná pravidla pro fungování a také určila směr, kterým by se měla agentura ubírat. Právě rok 2009 byl pro Castingofku velice úspěšný. Byla uspořádána velkolepá kampaň, která přilákala stovku herců i neherců se zájmem pomoci studentům Audiovize na UTB. Tato kampaň zahrnovala vyvedený spot s Petrou Hřebíčkovou v hlavní roli, vznikly také internetové stránky projektu www.castingofka.utb.cz, které používáme dodnes.

Již v roce 2010 však manažerka agenturu opustila a nezanechala k ní téměř žádnou dokumentaci. V té době vedení Komunikační agentury uvažovalo o zrušení tohoto projektu, nejen pro absenci manažera, ale také proto, že nevyhovoval parametrům Komunikační agentury, nesplňoval principy pro aplikaci základních řídicích marketingových znalostí.

Vzhledem k tomu, že agentura měla být přínosem hlavně studentům Audiovizuální tvorby, o vedení projektu se začaly ucházet studentky Produkce ateliéru Audiovize, konkrétně Věra Mezuláníková a já, Monika Suchanková. Prosadily jsme si upravenou koncepci projektu a začaly celkové fungování projektu směřovat více na studenty ateliéru Audiovize. Díky tomuto Castingofka neustále funguje, není tak zužována pravidly Komunikační agentury a zároveň je blíže Audiovizi.

Castingofka se snaží fungovat jako malá castingová agentura, která napomáhá studentům ateliéru Audiovize s obsazováním rolí jejich studentských projektů, které jsou většinou velice nízkorozpočtové a na profesionální herce se prostředky najdou jen výjimečně. Castingofka má svou databázi, která v současné době čítá zhruba 250 amatérských herců a komparzistů, a zhruba 30 profesionálních herců nebo studentů hereckých

škol. Všichni vstoupili do databáze Castingofky se zájmem pomoci studentským filmařům a vyzkoušet si, jaké to je stát před kamerou, většina je ochotna pracovat zcela zdarma nebo za minimální symbolický honorář. Z této databáze mohou studenti na konkrétní školní projekty neomezeně čerpat herce nebo komparzisty.

4.1. FUNGOVÁNÍ A SLUŽBY

Castingofka vznikla jako studentská agentura prakticky z ničeho. Neustále se snaží rozšiřovat a zkvalitňovat své služby, inspiruje se u profesionálních castingových agentur, bohužel, vše do studentského prostředí aplikovat nelze.

V případě, že má někdo ze studentů zájem nahlédnout do databáze Castingofky, musí kontaktovat manažerku projektu nebo jejího zástupce a předložit jí základní informace o připravovaném projektu. Pro agenturu je nejdůležitější vědět, zda-li se jedná o studentský nebo komerční projekt, přibližně kdy a kde se bude natáčet, a kolik herců je na natáčení ze strany agentury potřeba. Na základě těchto informací bude zpřístupněno žadateli heslo do databáze, která je kompletně online na webových stránkách agentury. Žadatel si v databázi vybere vhodné adepty, a zpět zašle agentuře registrační čísla vybraných herců. V databázi totiž nejsou žádné osobní údaje herce, na jeho profilu nalezneme pouze tři fotografie a stručné informace o jeho fyzických proporcích, hereckých zkušenostech a dalších schopnostech. Je zde také možno na vyžádání shlédnout video-medailonky většiny aktualizovaných herců databáze, které se na webové stránky z kapacitních důvodů nepodařilo umístit. Castingofka je také schopná zorganizovat žadateli casting, kde si může z předběžně zvolených herců vybrat osobně. Této služby se však bohužel ve studentském prostředí příliš nevyužívá. Další službou, kterou agentura nabízí, ale není až tak žádaná je koordinace komparzů přímo na natáčení.

Agentura vhodné herce kontaktuje, sdělí jim základní údaje o projektu, případně mu elektronickou poštou zašle literární scénář. V případě, že se herci projekt zamlouvá, dovolí agentuře, aby kontaktní údaje předala produkci projektu, která již s hercem dojedná podrobnosti. Pokud si produkce filmu přeje, může agentura zůstat komunikačním prostředníkem mezi filmem a hercem. Zde však většinou práce agentury podpisem příslušných dokumentu uvedených níže končí.

Finanční náklady agentury jsou minimální. Webové stránky, které jsou pro chod projektu nejdůležitější, byli v lednu roku 2012 převedeny pod doménu utb, takže nyní fungují zdarma na náklady Univerzity. Nejvýraznější výdaje, které agentura má, jsou telefonní poplatky. Na jednu roli většinou musí kontaktovat hned několik herců, protože vzhledem k neziskové povaze projektů si herec dobře zváží své časové možnosti než roli přijme. Telefonní poplatky jsou taktéž hrazeny z rozpočtu Komunikační agentury Univerzity. Okrajové výdaje agentury pak připadnou na tisk dokumentů, smluv, prezentačních materiálů a podobně.

Agentura tedy není finančně náročným projektem. I přesto by bylo přínosem, kdyby byla schopna pokrýt svou činností výdaje na provoz. Ráda by proto navázala krom studentů spolupráci také s komerčními agenturami, což se jí již také párkrát na území Zlína podařilo. V současné době se rýsuje spolupráce se zlínskou reklamní IS Produkcí, které Castingofka na zkoušku vypomáhala s větším projektem. Skvělým přínosem by byla aktivní spolupráce s jinou profesionální castingovou agenturou. Tuto nabídku již Castingofka dostala, potřebuje však splnit důležitý požadavek - získat více profesionálních herců do databáze, na což by chtěla zaměřit své budoucí aktivity.

Castingofka má poměrně výhodné územní postavení. Na Zlínsku, které můžeme díky ateliérům Bonton a filmovým studiím považovat za atraktivní lokalitu, není registrována žádná jiná castingová agentura zaměřená na audiovizuální tvorbu, brněnský trh také není zasycen tolik jako pražský, přitom sama brněnská Česká televize mívá často problém s komparzy. Proto věřím

tomu, že by se Castingofka mohla jednoho dne osamostatnit a nemusela využívat podpory Univerzity.

4.2. DATABÁZE

Jak jsem se již zmínila výše, do databáze Castingofky se může připojit prakticky kdokoliv, kdo má zájem si zahrát před kamerou. Castingofka pravidelně jednou až dvakrát do roka provádí náborové castingy a také přefocování stávajících členů. Nesouhlasí s online registrací a to hlavně z důvodu fotografií – snaží se svým klientům poskytnout opravdu reálný pohled na členy své databáze. Preferuje si vyfotit své herce hromadně na jednom místě ve stejných podmínkách.

Registrace do databáze je velice jednoduchá, stačí vyplnit registrační formulář, kterým získá od herce informace ohledně jeho fyzických proporcí, hereckých zkušenostech a dalších schopnostech, jako je například hra na hudební nástroj nebo sportovní vlohy apod. Dále zde herec přímo udává, zda-li je ochoten hrát ve studentských projektech zadarmo nebo má-li jiné požadavky.

Čím více herců a komparzistů Castingofka v databázi má, tím více se snaží zpřehledňovat svou databázi. Inspirovala se profesionálními castingovými agenturami a zavedla jednoduchý vyhledávací systém, který tvůrcům ulehčí najít to, co opravdu pro svůj projekt potřebují. Zároveň se snažíme databázi přehledně rozdělit dle hereckých zkušeností, pohlaví a věku.

Databáze je také důkladně zabezpečená, veškeré informace v ní jsou zcela anonymní a vstup je chráněn heslem, které je pravidelně obnovováno.

4.3. SMLUVNÍ VZTAHY

Každý student, který využije služby Castingofky, je povinen seznámit se s povinnostmi, které ze spolupráce vyplývají. Tyto jsou taktéž vyvěšeny na

webových stránkách projektu. Podstatou dokumentu je to, že Castingofka sice poskytuje své služby pro studentské účely zcela bezplatně, má však právo znát reálnou finanční situaci projektu a v případě, že agentura výsledek tohoto průzkumu uzná za uspokojivý, má právo požadovat pro své herce alespoň symbolický honorář. Dále dokument určuje povinnosti studenta – žadatele, který je povinen zajistit našemu herci vhodné zázemí, catering, pitný režim a podobně. Poté, co se žadatel s podmínkami spolupráce seznámí, podepisuje agentuře prohlášení, že si z databáze na svůj konkrétní projekt vybral určitý počet herců nebo komparzistů a je si vědom podmínek spolupráce. Veškeré licenční a jiné smluvní záležitosti si posléze produkce projektu s hercem vyjednává sama.

Dle podmínek má agentura také právo přijet se na natáčecí plac kdykoliv podívat a zkontrolovat, jak je s hercem zacházeno. Také herec sám má právo v případě nespokojenosti s fungováním natáčení kontaktovat vedení agentury, aby zakročila.

Castingofka pracuje zcela zdarma. Za své služby vyžaduje jen logo agentury v závěrečných titulcích snímku, 3 fotografie z natáčení v digitální podobě, kterými by se mohla prezentovat na svých webových stránkách, a samozřejmě co nejlepší zacházení s herci a komparzisty.

III. ZÁVĚR

Castingové agentury existují na území České republiky poměrně krátkou dobu. Je skvělé, že se tak hojně využívají, že produkční společnosti pochopily výhody jejich služeb a převzaly model, který byl úspěšně používán spíše na západě.

Při pronikání do této problematiky jsem měla možnost nahlédnout na celou věc z jiné stránky. Provozovat castingovou agenturu je nelehká věc, a pokud toužíme po úspěchu, vyžaduje to spoustu zkušeností a kontaktů, protože pokud nemáme dobré vztahy s lidmi z branže, nikdy se na tak malém trhu, který naše země nabízí, nemůžeme uchytit. Nenapomáhají tomu ani falešné agentury, kterých ročně vznikne hned několik, za úplatek zaregistrují herce a komparzisty do své fiktivní databáze, a pak náhle zmizí, zruší své působení.

Na druhou stranu je skvělé slyšet, že naše služby jsou tak kvalitní (v poměru cena-výkon), že do České republiky dojíždějí také zahraniční produkční společnosti natáčet své velkolepé snímky a nákladné reklamy, využívají služeb castingových agentur, ke kterým se vždy bez rozmýšlení vracejí a mají k nim důvěru.

Snažila jsem se zjistit, jak taková průměrná castingová agentura u nás funguje, jaké služby nabízí, jak se drží na českém trhu. Získané informace mi ukázaly, že prosadit se není vůbec jednoduché. I když budu aplikovat všechny poznatky na naši malou agenturu Castingofka, nikdy se z ní nestane velká agentura se spoustou zakázek. Zlínský trh není v porovnání s tím pražským tomuto způsobu podnikání příliš nakloněn. I přesto se však musíme pokusit inspirovat profesionálními postupy a poskytnout tak alespoň malé zázemí studentům a jejich filmovým projektům. Naše Univerzita bohužel nemá takové možnosti jako například pražská FAMU, která přímo s profesionálními castingovými agenturami za zvýhodněných podmínek spolupracuje (Ticháčková, 2012).

Naše agentura se každým rokem rozvíjí a přijímá do databáze nové a nové členy. Už víme, jak s nimi máme správně komunikovat a co přesně jim

můžeme nabídnout. Na druhé straně stojí klienti (v našem případě studenti), kterým také nabízíme čím dál více nových a kvalitnějších služeb. Hledáme také nové formy prezentace agentury, rozvíjíme spolupráci také mimo zdi Univerzity a jen čas, naše další úsilí a nově nabyté zkušenosti ukáží, jestli někdy Castingofka dosáhne opravdového úspěchu a zaslouženého ohlasu.

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

POUŽITÁ LITERATURA

BAYER, J. Casting v praxi. *Jbayer.estranka.cz* [online]. 2011. Dostupné na WWW: <<http://www.jbayer.estranky.cz/clanky/casting-v-praxi-.html>>

DRAŠNAROVÁ, K. Povolání komparsista. *idnes.cz* [online]. Praha: MAFRAcentrum, 19.12.2000. Dostupné z WWW: <<http://ekonomika.idnes.cz/ekonomika.aspx?r=ekonomika&c=2000M294F02B>>

HASSE, C. *Acting for film*. Canada: Allworth press, 2003. ISBN: 1-58115-252-3

HORÁLKOVÁ, E. Daniel Craig je úžasným představitel Jamese Bonda, říká Soňa Ticháčková. *ČRo 2* [online]. Praha: Český rozhlas, 24.2.2012. Dostupné z WWW: <http://www.rozhlas.cz/praha/radiozpravy/_zprava/daniel-craig-je-uzasnym-predstavitelem-jamese-bonda-rika-sona-tichackova--1023291>

HORKÁ, G. *Činnost uměleckých agentur zastupující herce na území města Prahy v letech 1903 – 1999*. Praha, 1999. Diplomová práce. Akademie múzických umění v Praze. Divadelní fakulta AMU.

KUČEROVÁ, Tereza. *Komparace uměleckých agentur anglosazského a kontinentálního typu*. Praha, 2007. Diplomová práce. Akademie múzických umění v Praze. Divadelní fakulta AMU.

LUPOMĚSKÝ, K. *Činnost a význam uměleckých agentur v nových hospodářských podmínkách – se zaměřením na agentury zastupující herce*. Praha, 1990-1991. Akademie múzických umění v Praze. Filmová a televizní fakulta AMU.

REA, W. P., IRVING, K.D. *Producing and directing the short film and video*, USA: Focal Press, 2010. ISBN: 978-0-240-81174-1

TAJANOVSKÁ, E. Jdeme na casting. *marianne.cz* [online]. Praha: Hubert Burda Media, 18.1.2007. Dostupné z WWW: <http://www.marianne.cz/clanek/743/jdeme_na_casting.html>

VESELKA, S. *Činnost uměleckých agentur a jejich perspektiva*. Plzeň, 1991. Diplomová práce. Akademie múzických umění v Praze. Filmová a televizní fakulta AMU.

WEBOVÉ STRÁNKY

webové stránky <<http://castingoveagentury.cz/>> [online]

webové stránky <<http://www.extrafilms.eu/>> [online]

webové stránky <<http://www.czech-casting.com/>> [online]

webové stránky <<http://www.casting-barrandov.cz/>> [online]

webové stránky <<http://www.agencyklara.cz/>> [online]

webové stránky <<http://www.castingmirka.com/index.html>> [online]

webové stránky <<http://www.echo-casting.cz>> [online]

webové stránky <<http://www.filmcast.cz/>>

webové stránky <<http://filmagentura.studioracek.cz/>> [online]

webové stránky <http://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/casting-kastyng> > [online]

webové stránky <www.playersdirectory.com> [online]

webové stránky <filmcommission.cz> [online]

webové stránky <firmy.cz> [online] hledaný pojem *castingová agentura*

webové stránky <<http://www.epravo.cz/top/clanky/zamestnavani-deti-dle-platne-pravni-upravy-51776.html>> [online]

webové stránky <www.integram.cz> [online]

webové stránky <<http://www.zakonyprolidi.cz/>> [online] se zaměřením na *Autorský zákon a Občanský zákoník*

OSOBNÍ ROZHOVORY

Sidónia Žembery – manažerka agentury UNIFISpro

Soňa Ticháčková – manažerka agentury Casting Soňa Ticháčková

Martin Gazda – majitel reklamní a produkční agentury IS Produkce Zlín

Tereza Kučerová – bývalá studentka DAMU

Účastníci castingů