



AKADEMIE MÚZICKÝCH UMĚNÍ V PRAZE

FILMOVÁ A TELEVIZNÍ FAKULTA

Filmové, televizní a fotografické umění a nová média

Produkce

DIPLOMOVÁ PRÁCE

**POTENCIÁL VYUŽITÍ DIVÁCKÉ INTERAKTIVITY V ČESKÉ
FILMOVÉ A TELEVIZNÍ TVORBĚ**

BcA. Vojtěch Kába

Vedoucí práce: MgA. Kamila Zlatušková, Ph.D.

Oponent práce:

Datum obhajoby: 28.6.2023

Přidělovaný akademický titul: MgA.

Praha, 2023



ACADEMY OF PERFORMING ARTS IN PRAGUE

FILM AND TV SCHOOL

Film, Television, Photography and New Media

Production

MASTER'S THESIS

**THE POTENTIAL OF USING INTERACTIVITY IN THE CZECH
FILM AND TELEVISION PRODUCTION**

BcA. Vojtěch Kába

Thesis supervisor: MgA. Kamila Zlatušková, Ph.D.

Opponent:

Date of presentation and defence: 28.6.2023

Academic degree: MgA.

Prague, 2023

Bibliografický záznam

Autor:	BcA. Vojtěch Kába Filmová a televizní fakulta, Akademie múzických umění v Praze, Katedra produkce
Název práce:	POTENCIÁL VYUŽITÍ DIVÁCKÉ INTERAKTIVITY V ČESKÉ FILMOVÉ A TELEVIZNÍ TVORBĚ
Studijní program:	Filmové, televizní a fotografické umění a nová média
Studijní obor:	Produkce
Vedoucí práce:	MgA. Kamila Zlatušková, Ph.D.
Akademický rok:	2022/2023
Počet stran:	84
Klíčová slova:	Interaktivita, Interaktivní film, Divácká interaktivita, Imerze, Kinoautomat, Virtuální realita

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem magisterskou práci s názvem

Potenciál využití divácké interaktivity v české filmové a televizní tvorbě

vypracoval samostatně pod odborným vedením vedoucí práce a s použitím pouze uvedené literatury a pramenů a že práce nebyla využita v rámci jiného vysokoškolského studia či k získání jiného nebo stejného titulu. Souhlasím s tím, aby práce byla zveřejněna v souladu se zákonem a vnitřními předpisy AMU.

Praha, dne 28.5.2023

Podpis:

Poděkování

Rád bych poděkoval vedoucí práce MgA. Kamile Zlatuškové, Ph.D., za vedení a konzultaci práce. Velké poděkování patří všem informantům, kteří byli ochotní poskytnout rozhovor pro účely vzniku této práce a celé téma práce konzultovat. Jmenovitě děkuji MgA. Michalu Reitlerovi, PhDr. Milanu Krumlovi a MgA. Pavlu Strnadovi. Každý mi nabídl velmi cenný pohled na problematiku a významně tak pomohl vzniku této práce.

Další velké poděkování patří Radimu Lacinovi, MSc, Mgr. et Mgr. Karolině Bielikové, Kateřině Kábové, Mgr. Adéle Kolkové, MUDr. Lukáši Marečkovi a BcA. Štěpánu Plučarovi za cenné rady při konzultaci práce z akademického a formálního hlediska, pomoc s přepisem rozhovorů, jazykovou korekturou práce a formátováním.

Abstrakt

Tato diplomová práce se věnuje tématu interaktivních audiovizuálních projektů. Pomocí syntézy dostupných zdrojů popisuje principy zapojení diváků do audiovizuálních děl, rozděluje projekty do několika kategorií a charakterizuje významné interaktivní projekty s důrazem na projekty, které vznikly v českém prostředí. V druhé části práce je prováděn kvalitativní výzkum pomocí polostrukturovaných rozhovorů s významným televizním producentem, filmovým producentem a mediálním analytikem. Cílem druhé části práce je pomocí syntézy dostupných zdrojů a dat získaných z kvalitativního dotazování zjistit potenciál využití interaktivity v české filmové a televizní tvorbě. Z výzkumu vyplynulo mnoho poznatků, které souvisí se zkoumaným tématem a mohou ovlivnit potenciál využití interaktivity, tyto oblasti jsou rozebrány v diskusi.

Klíčová slova

Interaktivita, Interaktivní film, Divácká interaktivita, Imerze, Kinoautomat, Virtuální realita

Abstract

This master thesis deals with the topic of interactive audiovisual projects, describes the principles of audience involvement in audiovisual works by synthesizing available sources, sorts projects into several categories, and describes significant interactive projects with an emphasis on those created in the Czech environment. In the second part of the thesis, qualitative research is conducted through semi-structured interviews with a major television producer, a film producer, and a media analyst. The aim of the second part of the thesis is to identify the potential of using interactivity in Czech film and television production by synthesizing available sources and data obtained from interviews. The research has revealed many findings that are related to the topic and may influence the potential for the use of interactivity; these areas are analyzed in the discussion part.

Keywords

Interactivity, Interactive film, Audience interactivity, Immersion, Kinoautomat, Virtual reality

Obsah

Úvod	1
1 Cíle práce	3
2 Metody práce	4
2.1 Desk research	4
2.2 Kvalitativní dotazování	4
3 Definice pojmů	5
3.1 Interaktivita	5
3.2 Konvergence	6
3.2.1 Interaktivní film	7
3.2.2 Imerze	7
3.2.3 Videohry	7
3.2.4 Virtuální realita	8
4 Rozdělení interaktivních projektů	10
4.1 Rozdělení interaktivních filmů	10
4.1.1 Filmové hry	10
4.1.2 Umělecká díla nových médií	10
4.1.3 Interaktivní filmy	10
4.2 Rozdělení interaktivních televizních projektů	11
4.2.1 Projekty založené na přímém zásahu do děje	11
4.2.2 Živé vysílání se zásahy diváků	11
4.2.3 Diváci ovlivňující dlouhodobější směřování pořadů	11
5 Interaktivní prvky v audiovizuálních dílech	13
5.1 Nelineární narativní struktura	13

5.2	Interakce nezasahující do narativní struktury	16
5.3	Míra imerze	16
5.3.1	Angažovanost	17
5.3.2	Pohlčení.....	17
5.3.3	Celková imerze	18
6	Historie a současnost	20
6.1	Předchůdci interaktivních filmů.....	20
6.2	Kinoautomat	21
6.3	Rozpaky kuchaře Svatopluka.....	25
6.4	Hříchy pro pátera Knoxe	25
6.5	Tmání	27
6.6	Vybrané zahraniční projekty	28
6.6.1	Noční směna (Late Shift)	29
6.6.2	Black Mirror: Bandersnatch.....	30
6.6.3	Další projekty Netflixu	32
7	Zábavní pořady, non-fikce a televizní formáty	33
7.1	Talk show s celebritami	33
7.2	Vědomostní soutěže	33
7.3	Reality TV	34
7.4	Další non-fiction televizní formáty.....	34
8	Formy distribuce interaktivních audiovizuálních formátů	35
8.1	Kinodistribuce.....	35
8.2	Televizní distribuce.....	38
8.2.1	HbbTV.....	38

8.2.2	Interakce skrze druhou obrazovku	39
8.3	Online distribuce skrze VOD platformy	41
8.4	Virtuální realita a festivalové instalace	42
9	Interaktivní projekty z pohledu filmových a televizních profesionálů	44
9.1	Metody výzkumu	44
9.1.1	Výběr informantů	44
9.1.2	Metoda sběru dat	45
9.1.3	Metody analýzy dat.....	46
9.2	Výsledky výzkumu	46
10	Diskuse: Potenciál využití interaktivity v české filmové a televizní tvorbě	53
10.1	Cílová skupina interaktivních audiovizuálních formátů	53
10.2	Pocity ovlivňující divákův zážitek z filmu	56
10.3	Propojení obsahu a formy.....	59
10.4	Výstřelek, nebo pevná součást spektra audiovizuálních projektů?.....	60
10.5	Interaktivita v programování v kontextu VOD platforem.....	62
10.6	Praktické aspekty produkce interaktivních filmů	64
11	Zhodnocení	66
12	Limity práce a prostor pro další výzkum	68
13	Závěr	69
14	Seznam obrázků	70
15	Seznam použitých zdrojů	72

Seznam příloh

Příloha č. 1: Otázky polostrukturovaného rozhovoru

Příloha č. 2: Rozhovor s Michalem Reitlerem

Příloha č. 3: Rozhovor s Milanem Krumlem

Příloha č. 4: Rozhovor s Pavlem Strnadem

Seznam použitého označování a zkratek

AI – Artificial intelligence (umělá inteligence)

CD – Compact disk (kompaktní disk)

ČSFD – Česko-Slovenská filmová databáze

ČT – Česká televize

DVD – Digital Versatile Disc (digitální víceúčelový disk)

FAMU – Filmová a televizní fakulta Akademie múzických umění v Praze

FOMO – Fear of missing out

HbbTV – Hybrid broadcast broadband TV

s. – strana

Smart TV – Chytrá televize

SVOD – Subscription Video on Demand

SVT – Sveriges Television (Švédská veřejnoprávní televize)

TV – Televize

VOD – Video on Demand

VR – Virtuální realita

Úvod

Filmový průmysl se za poslední desítky let výrazně posunul. V minulém století začaly postupně vznikat nové technologie, které dovolují divákům konzumovat filmy se zvukem, barevné, ve stále větším rozlišení s lepšími a věrohodnějšími filmovými efekty. S příchodem nového tisíciletí rozvoj nových technologií pokračoval a posunul se také způsob konzumace filmů. Analogové promítačky byly nahrazeny moderními digitálními kinosály, televizní vysílání přijímáme ve vysokém rozlišení a videopůjčovnu máme k dispozici v počítači i v mobilu online během několika vteřin. Díky rozkvětu nových technologií také začal postupně vznikat trend interaktivity, tedy obousměrné komunikace a přímého zapojení uživatelů. Začalo se interagovat s počítači, telefony, videohrami a v roce 1967 poprvé také s filmy (Monoskop 2015; CGTN 2020).

S interaktivitou se v audiovizuální tvorbě postupně začalo více experimentovat. Některé projekty sklidily obrovský úspěch, některé upadly v zapomnění. Vznikaly interaktivní projekty do kina, do televize, pro VOD platformy nebo pro virtuální realitu. Toto téma je v českém prostředí relevantní z důvodu, že první interaktivní film je považovaný právě za český vynález (Hales 2005, s. 54). Jaké ale mají interaktivní projekty místo v současném českém audiovizuálním průmyslu? V českém prostředí o tomto tématu neexistuje mnoho relevantní literatury, avšak autoři se tématu v některých zdrojích dotýkají. Širší spektrum zmínek najdeme v zahraničních odborných člancích, kterých o podobném tématu vyšlo mnoho. Autoři se buď zaměřují na jeden konkrétní projekt, například článek Nady Elnahla (2020), nebo se tématu věnují obsírněji jako třeba články Jamese Stewarta (1998), Renata Verduga s kolektivem (2011), Michaela Cowana (2018) a mnoha dalších.

Z hlediska vysokoškolských kvalifikačních prací psaných na Akademii múzických umění v Praze v poslední době stojí za zmínku práce s názvem *Interaktivní film* Jaroslava Mišky (2022) nebo práce *Interaktivní webový film jako svébytná forma dokumentárního díla* (Chaloupka 2019). Další práce se věnují například prolnutí filmu a videoher, jedná se například o práce Jakuba Jirky (2018) nebo Kláry Skřenkové (2020). Vezmeme-li v potaz vysokoškolské kvalifikační práce z jiných vysokých škol, tak mimo jiné stojí za zmínku například práce Radky Fuksové (2011), která vznikala na Masarykově univerzitě a věnuje se interaktivním seriálům České televize.

Využití interaktivity v audiovizuální tvorbě může být příležitost, jak posunout divácký prožitek na vyšší úroveň. Může to být způsob, jak divákům předat více informací, zprostředkovat personalizovaný zážitek, nebo jak zaujmout nové publikum.

Literatury a odborných článků zabývajících se interaktivitou u audiovizuálních děl v českém prostředí je však málo. Tato práce si klade za cíl tuto mezeru částečně zaplnit a pomocí syntézy dostupných zdrojů a rozhovorů s odborníky zjistit, jaký je potenciál využití interaktivity u audiovizuálních děl v českém prostředí. Snaží se akcentovat praktické aspekty, specifika českého prostředí a opřít se o zkušenosti předních českých audiovizuálních producentů. Práce se tak pokusí najít jaké je místo těchto projektů v širokém spektru audiovizuálního průmyslu.

1 Cíle práce

Tato práce si klade za cíl sestavit za pomoci dostupných zdrojů komplikaci poznatků o tématu interaktivních audiovizuálních děl. Cílem je zasadit téma do širšího kontextu, popsat možnosti interakce, rozdělit spektrum interaktivních audiovizuálních projektů do menších koherentních celků a zasadit je do historického a technologického kontextu. Cílem je také popsat významné interaktivní projekty z českého prostředí i ze zahraničí, které pomohou konkrétněji uchopit teoretický rámec tématu.

V druhé části je cílem práce zjistit pomocí kvalitativního dotazování názory filmových a televizních producentů a odborníků z odvětví na interaktivní audiovizuální projekty. Cílem je zjistit jejich obecný pohled podobné projekty, a především využít dlouholeté zkušenosti z českého audiovizuálního prostředí informantů a zjistit jejich potenciální motivace pro vývoj podobných projektů a překážky, které z jejich pohledu rozšíření podobných projektů mohou bránit. Jejich výpovědi budou pak analyzovány a v závěrečné diskusi dány do souvislostí se zjištěními z první části práce.

Projekty, kterým se práce věnuje jsou omezeny následovně: Jedná se o audiovizuální díla, které vycházejí primárně z filmového a televizního prostředí. Jejich distribuce probíhá většinou skrze distribuční kanály typické pro audiovizuální obsah¹. Práce klade důraz na především na fikční formáty a hranou tvorbu. Pro celkové zasazení do kontextu se však okrajově věnuje i ostatním formátům². Toto téma je velmi široké a tato práce se snaží nabídnout širší vhled do této problematiky. Ke konci práce jsou pak zmíněny oblasti, kterým by se měl věnovat výzkum v budoucnu.

Práce se zaměřuje na následující výzkumné otázky: **Jaká je historie a současnost interaktivních audiovizuálních projektů s důrazem na české prostředí?**

Jaký je potenciál využití divácké interaktivity v současné filmové a televizní tvorbě v českém prostředí?

¹ Především kinodistribuce, televizní distribuce, distribuce skrze VOD platformy a filmové festivaly.

² Non-fiction formáty, zábavní tvorba.

2 Metody práce

Z metodologického hlediska práce kombinuje několik postupů. Kromě studia a kompilace literatury a odborných článků je aplikována metoda *desk research*, v druhé části práce pak metoda kvalitativního výzkumu pomocí polostrukturovaných rozhovorů.

2.1 Desk research

Při tvorbě první části práce je postupováno metodou *desk research*, respektive *výzkumu od stolu* (Masarykova univerzita 2023; České priority, z. ú. nedatováno). V této části je kladen důraz na získání většího vhledu do problematiky a pomocí syntézy několika typů zdrojů, především článků v masmédiích, webových stránek a statistik. Jako relevantní jsou považovány především zdroje, za kterými stojí producenti samotných audiovizuálních děl, vysílatelé, filmové festivaly, distributoři a jiné relevantní renomované instituce. Informace jsou čerpány především z jejich oficiálních webových stránek. V menší míře je pracováno s články z masmédií, které mají za cíl pouze doplnit určitý kontext a slouží jen jako doplňkový zdroj informací. Jako primární zdroj je však stále považovaná odborná literatura, odborné články a výzkumy.

2.2 Kvalitativní dotazování

Další metoda použitá v práci zaměřuje na získání dat pomocí kvalitativního dotazování (Hendl 2016, s. 168). Pomocí metody polostrukturovaného rozhovoru byly zjišťovány informace od filmových a televizních producentů, které byly analyzovány podle stanovených okruhů otázek. Následná diskuse kombinuje poznatky získané z literatury, odborných článků, metodou *desk research* a kvalitativních rozhovorů. Diskuse se snaží polemizovat nad tématy, která souvisí s výzkumnými otázkami.

3 Definice pojmů

V této kapitole jsou definovány některé základní pojmy, které jsou používány v průběhu práce a souvisí se zkoumaným tématem.

3.1 Interaktivita

V obecné definici se dá *interaktivita* označit jako sérii akcí a reakcí. To potvrzuje i Jan van Dijk (2012, s. 8). Antonín Pavlíček (2007, s. 21) o interaktivitě píše takhle: „*Interaktivita dovoluje uživateli zasahovat do procesů nebo reagovat na získávané informace.*“ Ve své podstatě jde tedy o vzájemnou komunikaci mezi zařízením a jeho uživatelem (Barták 2018, s. 155).

Diplomová práce se zabývá diváckou interaktivitou, tedy interakcí mezi divákem a samotným audiovizuálním dílem. Tedy konkrétně o to, jestli má divák do audiovizuálního díla v jeho průběhu možnost zasáhnout, nebo s dílem může interagovat před jeho začátkem, nebo po jeho skončení a v rámci díla, může svou interakcí něco ovlivnit. V návaznosti na definici interaktivity podle pana Pavlíčka (2007, s. 21) jde tedy o to, jestli divák může reagovat na získávané informace a zasahovat do procesů. V tomto ohledu je důležité vzít v potaz způsob distribuce audiovizuálního díla a technické možnosti divácké interakce, tomuto tématu bude věnována jedna z dalších kapitol.

Diváckou interaktivitu můžeme vnímat v kontextu jednoho konkrétního audiovizuálního díla, tedy například v případě, kdy přímá interakce probíhá při konzumaci díla a divák do díla nějakým způsobem zasahuje. V dlouhodobějším horizontu můžeme interakce vnímat ale jako jakoukoliv zpětnou vazbu, tedy jakýkoliv kontakt mezi divákem a – například – televizí, vysílatelem, nebo producentem, který může probíhat skrze různé platformy. Můžou to být ankety na webu, různé divácké hlasování, zpětná vazba skrze interakce na sociálních sítích a podobně. Všechny tyto interakce pak mohou nějakým způsobem ovlivnit budoucí tvorbu a směřování.

Tato práce se však věnuje především samotným audiovizuálním dílům, které jsou na interakci přímo založené. Reflektování interaktivity v širším slova smyslu je však důležité především v kontextu televizní tvorby, proto se práce bude dotýkat i tohoto tématu.

3.2 Konvergence

V kontextu interaktivních formátů je také důležitý pojem *konvergence*. *Konvergence* komunikačních technologií, datové komunikace a komunikaci masových médií vytvoří jednu digitální komunikační infrastrukturu (Dijk 2005, s. 46). Van Dijk ve své knize popisuje stále silnější propojení do jednotné komunikační struktury.

Karol Jakubowitz ve své knize *Nová ekologie médií – konvergence a mediamorfóza* (2013, s. 28) poukazuje také na to, že *konvergence* je permanentní proces, díky kterému se postupem času zmenšují překážky v distribuci jak informačních, komunikačních, tak zábavních služeb. Všimá si stále dostupnějšího vysokorychlostního internetu, interaktivních možností počítačů v oblasti uchovávání a přetváření dat a všeobecně dostupné a snadno ovladatelné techniky.

Jakubowitz také cituje Gustava Cardosa (2006, s. 24–26), který ve své knize píše o tom, že internet nám dovoluje vznik a ukotvení vznikajících spojení mezi různými mediálními formami. Popisuje také, že digitalizace překonala ekonomické, technické a institucionální bariéry mezi médii, distribučními sítěmi a elektronickým průmyslem, který dodává zařízení pro tvorbu a příjem obsahu.

Internet a informační technologie se každým rokem stávají stále více dostupné (Odbor statistik rozvoje společnosti, Český statistický úřad 2022) a od doby, kdy Cardoso a Jakubowitz vydali své knihy, se dostupnost internetu a výpočetní techniky ještě výrazně zvýšila.

Sociální komunikace v informační společnosti sdružuje televizní a rozhlasové vysílatele a vzájemně mezi sebou propojuje různá analogová a digitální média – od novin až po videohry. Hlavním spojujícím prvkem těchto médií je interaktivita. Na základě té můžeme mediální systém také kategorizovat. Na opačných koncích tohoto spektra najdeme televizi (nízká interaktivita) a internet (vysoká interaktivita). Tyto póly spojují interpersonální média, která také mohou být masová (Jakubowicz 2013, s. 29–30).

V kontextu tématu této práce jde *konvergenci* chápat především jako propojení do jednotné struktury, kdy například v rámci jednoho zařízení a jedné platformy můžeme, jak obsah konzumovat, tak s obsahem interagovat.

Tato technologická *konvergence* tak dává prostor pro interakci s přijímaným obsahem a konzumaci interaktivních audiovizuálních formátů.

3.2.1 Interaktivní film

Definice samotného pojmu *interaktivní film* příliš mnoho dostupných není. Gloriana Davenport (2014) popisuje *interaktivní film* jako žánr, který kombinuje jazyk a estetiku filmu spolu se systémem, který divákovi dává prostor ke zpětné vazbě a kontrole. Interaktivní film zve diváky k aktivnímu zapojení v konstrukci, personalizaci a sdílení filmového zážitku.

3.2.2 Imerze

Imerze je další pojem, který úzce souvisí se zkoumaným tématem. Slovník cizích slov uvádí jako ekvivalent slova *imerze* „ponoření“. Jako další z možných definic pak nabízí následující: „*smyslové a emocionální pohroužení uživatele interaktivní technologie do probíhající interakce s médiem*“ (Barták 2018, s. 147).

Pojem *imerze* se dá považovat jako vtažení do virtuálního světa (Ryan 2015, s. 116). Marie-Laure Ryan ve své knize dává do kontextu citace několika autorů, kteří pojem *imerze* přirovnávají ke zkušenosti čtení. Ken Pimentel a Kevin Teixeira například popisují, že od chvíle, kdy uživatelé vstoupí do virtuálního světa, tak jejich míra zapojení roste až do chvíle, kdy jsou zcela pohlceni. Toto pohlcení se dá srovnat například právě s pocitem vtažení při čtení zajímavé knihy (Pimentel, Teixeira 1993, s. 15).

Pojem *imerze* se vyskytuje nejčastěji právě v kontextu s virtuální realitou a jde především o zážitek z kompletního vtažení do děje a do virtuálního světa.

3.2.3 Videohry

Blízkým žánrem interaktivních audiovizuálních projektů jsou bezesporu *videohry*. Film a příběhové videohry mají mnoho společného a u určitých projektů je těžké určit, zdali má blíže k videohře nebo filmu. Práce se věnuje především filmovým projektům, vzhledem k tomu, že některé videohry mají k interaktivnímu filmu velmi blízko, je důležité si tento obor definovat a stanovit si pro potřeby této práce hranice.

Definice *videohry* najdeme několik. Například Jiří Dostál definuje *videohru* následovně: „*Počítačová hra je software, který není primárně určen na dosahování vnějších cílů a dle svého zaměření uživateli poskytuje zábavu, odreagování, relaxaci, či rozvoj osobnosti.*“ (Dostál 2011, s. 48)

Zdaleka ne všechny *videohry* se však podobají filmům, nebo s filmem mají shodné prvky. Videohrám, které se svým filmovým zpracováním a způsobem vyprávění přibližují filmu, se věnuje mimo jiné Klára Skřenková (2020) ve své bakalářské práci na téma *Na pomezí filmu a videohry*, která vznikla pod Katedrou produkce FAMU.

Podle internetového newsletteru Studio Briefing (2014) měl James Cameron prohlásit, že filmy a hry se mohou do budoucna prolnout. Zmiňuje také headsety virtuální reality, které se podle něj časem stanou standardem a dovolí divákům rozhlížet se v průběhu filmu po celém setu a vložit do filmu herní prvky.

3.2.4 Virtuální realita

Virtuální realita je v dnešní době často skloňovaný pojem. Nezávislá literární kritička a vědkyně Marie-Laure Ryan (2015, s. 42) tvrdí, že v lidové představivosti lidí v poslední dekádě minulého století slovo virtuální mělo úzkou spojitost s počítači a technologiemi. To částečně potvrzuje i definice Ivana Vágnera (1995, s. 25), který popisuje *virtuální realitu* jako fiktivní světy vytvářené pomocí počítačových programů. Ve své knize cituje článek, který popisuje, že virtuální realita umožňuje interaktivní využívání, tedy komunikaci člověka s počítačem pomocí řeči, dotyků, gest, nebo i pohledů a následnou zpětnou vazbu ve formě simulovaných obrazů nebo fyzikálních sil, například tlaku. V článku pokračuje predikce ve smyslu, že v budoucnu se ve virtuální realitě budou pohybovat například roboti, žáci pilotních škol, nebo astronauti (Svět televize 1992).

Podle Marie-Laure Ryan (2015, s. 42) ale jako virtuální můžeme označit vše, co prožíváme v kyberprostoru. V kontextu interaktivních audiovizuálních projektů tedy nemusí jít nutně o světy vytvářené pomocí počítačových programů, tak jak tvrdí Vágner, ale může jít o záznam reálného světa, který pouze prožíváme v kyberprostoru.

Z hlediska interaktivních prvků se dá říct, že více než 30 let starý článek v bulletinu *Svět televize* se poměrně trefil do současných možností virtuální reality. V

interaktivních projektech se využívají prvky řeči (například ve později zmiňovaném projektu *Tmání*), prvky dotyku především skrze ovladače, gest rukou, nebo natočení hlavy a změny pohledu.

Technologie *virtuální reality* dnes již není dávno jen hudbou budoucnosti pro roboty a piloty, ale jedná se o relativně dostupnou technologii, kterou lze pořídit za několik jedno-tek tisíc korun. (Heureka Group a.s. 2023). I přesto je tato technologie mezi koncovými uživateli zatím jen velmi málo rozšířená (Miksa 2022, s. 4).

4 Rozdělení interaktivních projektů

Tato kapitola rozděluje interaktivní projekty do jednotlivých kategorií, které pomohou jednodušší orientaci v rámci daného tématu. Kategorizace interaktivních projektů je provedena zvláště u interaktivních filmů a zvláště u interaktivních televizních projektů vzhledem k určitým specifikům, která každá z těchto oblastí nese.

4.1 Rozdělení interaktivních filmů

Bernard Perron se skupinou výzkumníků (2008, s. 233–234) v rámci svého odborného článku rozdělili interaktivní filmy do tří kategorií.

4.1.1 Filmové hry

Filmové hry definuje Perron (2008, s. 233–234) jako hry, které mají sekvence živé akce. Jako příklad uvádí klasické adventury jako *Tex Murphy: Under a Killing Moon*. Skřenková (2020, s. 24) ve své práci, která se věnuje videohram na pomezí filmu popisuje mimo jiné i tzv. *cinematics*, tedy filmové sekvence, které nejsou interaktivní a jsou vloženy do videohry.

4.1.2 Umělecká díla nových médií

Jako umělecká díla nových médií označuje Perron (2008, s. 234) nesourodou skupinu uměleckých děl a experimentů, které mají společné použití živých záběrů. Distribuce těchto děl může být velmi pestrá, od distribuci skrze kompaktní disky, přes umělecké instalace až po distribuci skrze internet a mohou mít různou podobu od různých galerijních instalací, až po zcela digitální umělecké projekty.

4.1.3 Interaktivní filmy

Důležitou charakteristikou *interaktivních filmů* je, že pochází od producentů z filmového průmyslu. Konzumace těchto filmů může probíhat v domácím prostředí, nebo v kinech (Perron et al. 2008, s. 234).

Tato práce se věnuje projektům, které spadají do třetí definované kategorie. Filmové hry, ani umělecká díla nových médií nejsou v kontextu filmového a televizního

průmyslu natolik relevantní, protože se nejedná o projekty, které by vycházely primárně z filmového, nebo televizního průmyslu, kterému se věnuje tato práce.

4.2 Rozdělení interaktivních televizních projektů

Vzhledem k tomu, že televize je z hlediska výroby pořadů z pravidla pružnější než film, a navíc vytváří kontinuální obsah, tak se nabízí mnohem více možností interakce s divákem, která nemusí být nutně svázaná se samotným dílem, ale může jít o například o interakci mezi jednotlivými epizodami. Další možností televize je živé vysílání, které nabízí možnost přímého ovlivnění v reálném čase. Televizní audiovizuální díla by se tedy v tomto kontextu dala rozdělit do 3 kategorií.

4.2.1 Projekty založené na přímém zásahu do děje

Do první kategorie jsou zařazeny projekty, u kterých je interaktivita hlavní podstatou. Jedná se především o projekty s nelineární, respektive multilineární narativní strukturou. Narativním strukturám je věnována následující kapitola.

4.2.2 Živé vysílání se zásahy diváků

Jako další kategorie se dá považovat živé vysílání, které nabízí přímou a okamžitou zpětnou vazbu od diváků. Může se jednat například o zásahy skrze telefonování do studia, nebo hlasování skrze SMS zprávy. Tyto divácké zásahy pak přímo ovlivňují, jak pořad bude pokračovat. Můžou to být pořady z různého žánrového spektra, od různých reality show, vědomostních, pěveckých, tanečních soutěží, až po pořady typu *Volejte věštce*, nebo *Volejte řediteli*³.

4.2.3 Diváci ovlivňující dlouhodobější směřování pořadů

Do další kategorie by se daly zařadit projekty, které diváci ovlivňují v delším časovém horizontu. Může jít tedy například o projekty, kde diváci svým hlasováním rozhodují o pokračování svých oblíbených soutěžících. Často se to může prolínat s předchozí

³ V tomto případě však některé zdroje tvrdí, že to bylo pouze naaranžované divadlo a otázky byly připravené dopředu (Sládeček 2001; Dufka 2016).

kategorií a hlasování může probíhat v rámci živého vysílání, kdy se diváci hned dozví, kdo postupuje. Podstatou této kategorie je však to, že divák svým zapojením spolu-vytváří obsah z dlouhodobějšího hlediska.

5 Interaktivní prvky v audiovizuálních dílech

Tato kapitola blíže definuje možné interaktivní prvky v rámci audiovizuálních děl.

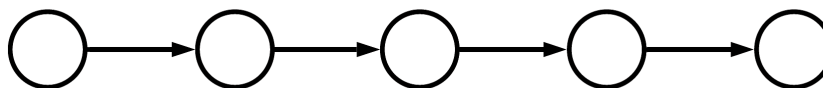
5.1 Nelineární narativní struktura

Jedna z možných forem interakce je pomocí nelineární, respektive multilineární narativní struktury, která divákovi nabízí v průběhu příběhu rozvětvení do několika možných pokračování. Divák tak svou interakcí určí, kam bude příběh pokračovat. Rozhodnutí může být kolektivní, tedy jako výsledek hlasování více lidí. Druhá možnost je, že rozhodnutí je individuální a dělá ho každý divák samostatně při individuální konzumaci díla například skrze VOD platformu na svém počítači.

Nour Tanak (2015) napsal publikaci s názvem *Interaktivní kino* a podtitulem *Malý průvodce pro pochopení a produkci 360° interaktivního filmu*. V této publikaci popisuje mimo jiné také právě narativní struktury. Podrobně se tomuto tématu věnuje také odborný článek s názvem *Interaktivní filmy a konstrukce* (Verdugo et al. 2011), ze kterého Tanak při popisování narativních struktur často vychází. Z tohoto článku i z velké části vychází následující klasifikace.

Šňůra perel

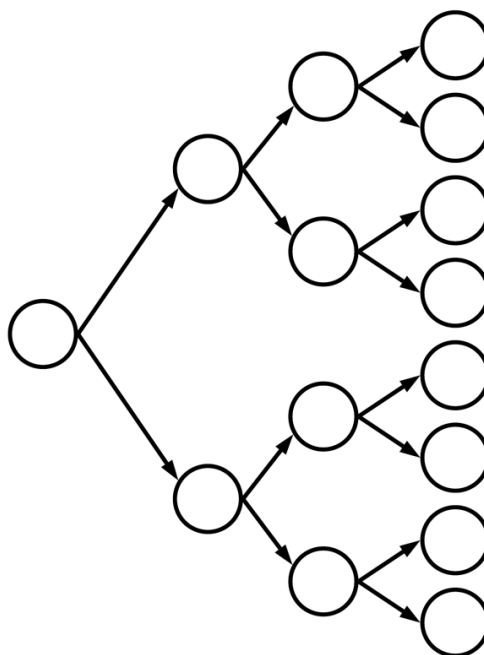
Tato struktura vychází především z herního světa, dává hráči, respektive divákovi možnost prozkoumat vždy daný svět – tedy každou perlu – a po splnění určitého úkolu může hráč pokračovat do dalšího světa. Ve své podstatě se jedná o lineární strukturu, která je však rozdělena do jednotlivých dílčích částí (Tanak 2015, s. 11). Tato narativní struktura je využita například v českém projektu *Tmání*, který je popsán v kapitole 6.



Obrázek 1: Symbolická reprezentace narativní struktury šňůry perel. Vlastní zpracování.

Větvená struktura

V rámci této struktury je příběh větvený do několika jednotlivých příběhů podle volby diváka. V příběhu dojde k několika rozhodujícím bodům, ve kterých divák určí, kterou linkou bude v příběhu pokračovat. Pro tvůrce interaktivních filmů s větvenou strukturou to však znamená, že je potřeba vytvořit všechny možné alternativy příběhu, což může být finančně a časově velmi náročné (Tanak 2015, s. 12).

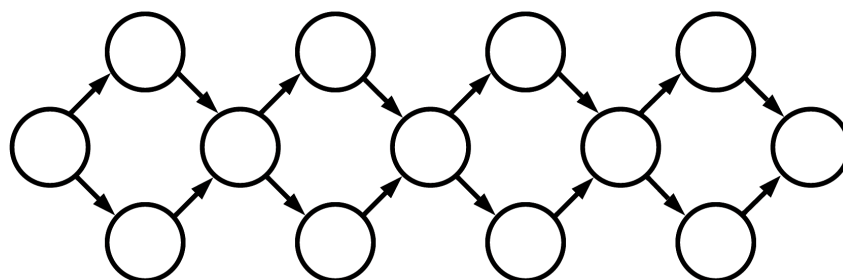


Obrázek 2: Symbolická reprezentace větvené narativní struktury. Vlastní zpracování.

Objízdná struktura

Tento typ narativní struktury funguje jako klasická lineární narativní struktura s interaktivními prvky. Divákovi dává možnost pocitu kontroly díky možnostem volby, zachovává však jednotnou příběhovou linii. Tanak (2015, s. 13) však upozorňuje na to, že upnutí k jedné příběhové lince může divákovi způsobit pocit, že jeho interakce reálně do příběhu nezasahují.

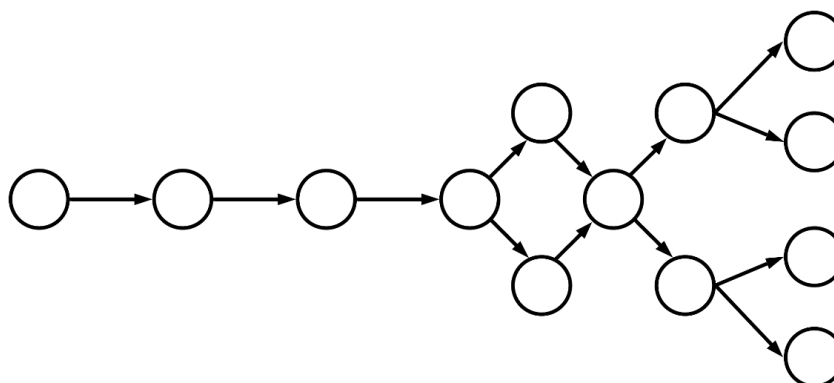
Tento způsob narativní struktury byl zvolený u *Kinoautomatu*, který je považován za první interaktivní film vůbec (Monoskop 2015; CGTN 2020) a je popsán v následující kapitole.



Obrázek 3: Symbolická reprezentace objízdné narativní struktury. Vlastní zpracování.

Kombinovaná narativní struktura

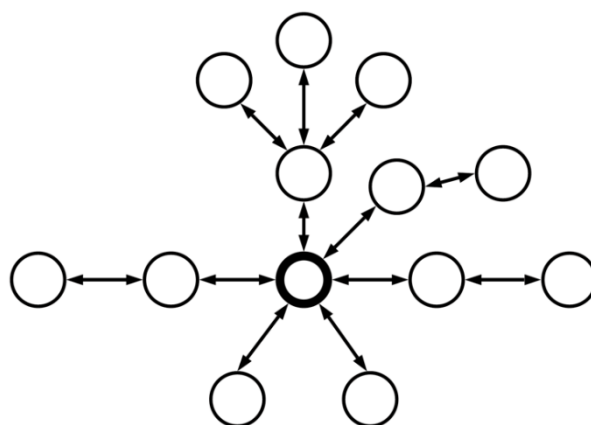
Další z možností je kombinovaná narativní struktura, která je v podstatě kombinací předchozích tří struktur (Tanak 2015, s. 14). Tato struktura se objevuje například v později zmiňovaných interaktivních projektech *Late Shift* nebo *Black Mirror: Bandersnatch*.



Obrázek 4: Symbolická reprezentace kombinované narativní struktury. Vlastní zpracování.

Soustředěný narativ

Mimo variace na již zmíněné narativní struktury popisuje Chaloupka (2019, s. 7) ve své diplomové práci i soustředěný narativ, který nabízí jeden centrální *hub* ze kterého vychází další linky, které se můžou následně nadále rozvíjet, případně vracet zpět. Jako výhodu popisuje větší zapojení diváka, která ale může být na úkor toho, že jen velmi motivovaní diváci budou mít chuť projít všechny možné linky.



Obrázek 5: Symbolická reprezentace soustředěné narativní struktury. Vlastní zpracování.

5.2 Interakce nezasahující do narativní struktury

Další formou mohou být interakce, které nezasahují do samotné narativní struktury. Kromě interakcí v rámci klasické lineární narativní struktury může jít také například o interakce v rámci struktury *Šňůra perel*, nebo v rámci *Kombinované struktury*.

Tyto typy interakcí mají často za cíl především zintenzivnit divákův zážitek a způsobit imerzi, případně pouze oživit dílo. Škálu možných interakcí však v určitých případech omezují technické limity daných distribučních kanálů, které se tak často omezují pouze na interakci skrze spolupřevodbu příběhové linie díky nelineární narativní struktuře a interakce nezasahující do narativní struktury tak nejsou tolik časté. Většina těchto interakcí tak probíhá v projektech určených pro virtuální realitu, která nabízí větší spektrum oboustranné komunikace. Může jít například o interakce hlasové, pohybové, nebo interakce pomocí speciálního ovladače.

Formou interakce mohou být i například různé dodatečné informace, které si divák může zobrazit v průběhu sledování nějakého audiovizuálního díla. Může jít například o pořady, do kterých kvůli časovému omezení není možné dát všechny informace a nabízí tak divákovi doplňkový obsah.

5.3 Míra imerze

Tanak (2015, s. 20–21) ve své publikaci popisuje také míru imerze v interaktivních projektech. Vychází z odborného článku Emily Brown a Paula Cairnse (2004, s. 1297–

1300), který se věnuje imerzi v počítačových hrách. Tanak však tyto poznatky aplikuje i ve své příručce na produkci interaktivních filmů. Interaktivní filmy mají s hrami mnoho společného, a i proto se dá tento výzkum považovat za relevantní i pro téma této práce. Brown a Cairns popisují celkem tři stádia imerze, která jsou popsána níže.

5.3.1 Angažovanost

Jako první úroveň uvádí *angažovanost*. Hráči – v našem přeneseném významu pak diváci – musí investovat čas, námahu a pozornost pro to, aby se vůbec do tohoto stádia dostali. Autoři popisují, že je zásadní pro přístup k tomuto levelu imerze je chuť se vůbec takové aktivitě věnovat. Jako příklad uvádí hráče, které obecně nezajímají sportovní hry. Tito hráči nebudou mít motivaci se snažit s obdobnou hrou angažovat (Brown, Cairns 2004, s. 1298).

Jako druhou součást uvádí autoři ovládnutí samotné hry, jeho pochopení a osvojení (Brown, Cairns 2004, s. 1298). S tím koresponduje i zjištění kvalitativního výzkumu, který byl prováděn v roce 2020 v rámci výuky předmětu *Analýza videoobsahu* v týmu studentů ve spolupráci společností *Kantar* a zaměřoval se na výzkum vývoje potenciálního interaktivního seriálu (Voleková et al. 2020). Tento výzkum mimo jiné odhalil, že pro diváky je funkční a návodné prostředí důležitým faktorem.

Jako další bariéru uvádí Brown a Cairns (2004, s. 1298) nutnost časové investice. Ve svém textu zmiňují i určitý pocit viny, který může u hráčů přijít kvůli času investovanému do hry. V momentě, pokud jsou všechny tyto bariéry překonány, tak se hráč začne cítit angažovaný a má tendenci v aktivitě pokračovat.

V našem kontextu by se za tento level imerze dala považovat například možnost divácké interakce v rámci nelineární narativní struktury.

5.3.2 Pohlčení

Jako druhý level imerze popisují *pohlčení*, které dle autorů vychází ze struktury hry a úzce souvisí s momentem, kdy jsou emoce hráče přímo ovlivněné hrou.

„Na této úrovni imerze je kvůli věnovanému času, úsilí a pozornosti vysoká úroveň emoční investice do hry“ (Brown, Cairns 2004, s. 1299). Hra, nebo film se v ten

moment stává nejdůležitější částí pozornosti hráče a jejich emoce jsou na hru přímo navázané. Hráči si také mnohem méně uvědomují své okolí.

5.3.3 Celková imerze

Poslední fází je tzv. celková, nebo totální imerze. „*Totální imerze je přítomnost*“⁴ (Brown, Cairns 2004, s. 1299). Účastníci jejich výzkumu popisují, že tento pocit je srovnatelný s naprostým odtržením od reality a hra je to jediné, na čem v ten moment záleželo. Tanak (2015, s. 21–22) ve své publikaci interpretuje zmiňovanou přítomnost jako pocit „být tam“. V kontextu interaktivních filmů tak jde především o práci s head-setem pro virtuální realitu a 360° filmy, které mohou navodit právě tento pocit. Tanak také popisuje, že pocit přítomnosti může podpořit přímé zapojení diváka pomocí zboření čtvrté stěny.

Čtvrtá stěna je symbolické pojmenování stěny mezi divákem a představením (Bell 2008, s. 208). Původně tento výraz pochází z divadelního prostředí, používá se ale i ve filmu, kdy jde v podstatě o přímé sdělení, nebo přímo adresné sdělení. Tedy v podstatě situace, kdy se herec dívá do kamery (Brown 2013, s. 10–16).

Pocitu přítomnosti může také pomoci přidání virtuálního těla, které kopíruje pohyby reálného těla diváka. V divákově mysli tak může dojít ke splnutí s reálným tělem a může dojít snáze k totální imerzi (Tanak 2015, s. 22). Tohoto principu je využito například v českém interaktivním filmu *Tmání*, který je popisován později, ve kterém v určitých částech dostane divák virtuální ruce, díky kterým může navíc interagovat s danou situací.

4 V originálním textu „Total imersion is presence“, vlastní překlad autora.



Obrázek 6: Záběr z filmu *Tmání*. Dostupné z https://image.pmgstatic.com/cache/resized/w663/files/images/film/video/preview/166/714/166714175_cb1760.jpg

Tanak (2015, s. 22) popisuje jako další z možných faktorů, který může dopomoci dosažení celkové imerze působení například hmatových a dalších fyziologických vjemů, které jsou navázány na dění ve virtuální realitě. Jako příklad uvádí situaci, kdy divák vstoupí do místnosti, otevře balkónové dveře, a kromě ruchu ulice jej ovane studený vánek. Podobné efekty jsou časté u různých 4DX, nebo 5D kin (Cinema City 2023; XD Technology s.r.o. nedatováno).

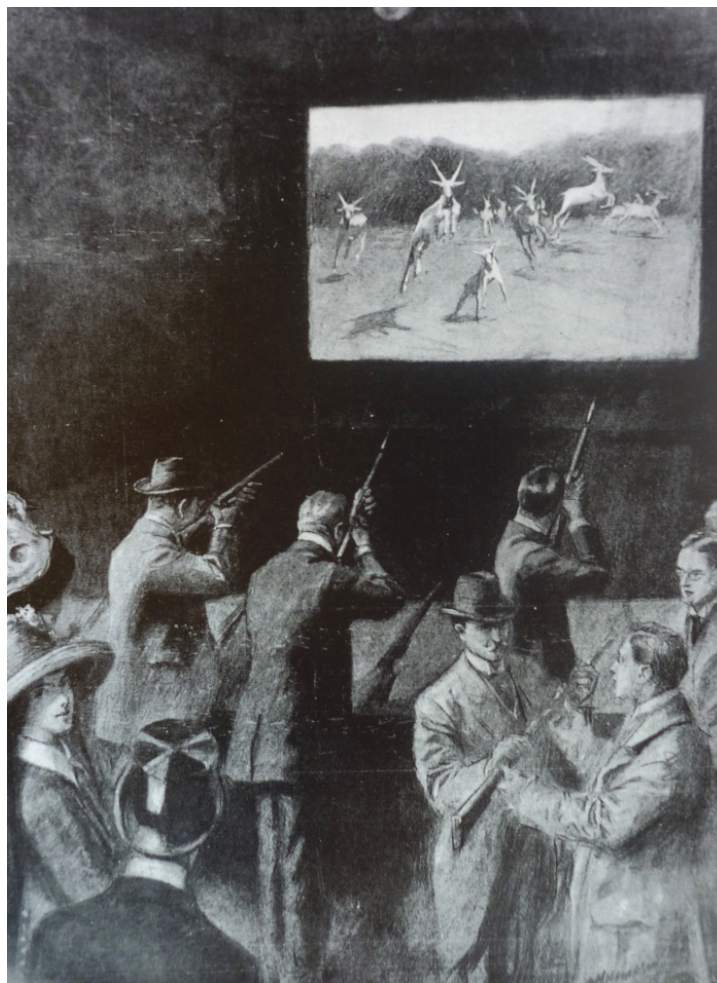
6 Historie a současnost

Tato kapitola je věnovaná historii interaktivních formátů, cílem je popsat jejich vznik a předchůdce a následně se zaměřit na významné české interaktivní audiovizuální projekty a vybrané zahraniční projekty. Cílem je rozebrat tyto projekty, popsat jejich výjimečnost a případně zhodnotit potenciál inspirace daným projektem pro další tvorbu v budoucnosti. V této kapitole je kladen důraz především na fikci a hranou tvorbu, non-fikci a televizní tvorbě je věnována samostatná kapitola.

6.1 Předchůdci interaktivních filmů

Michael Cowan (2018, s. 19) se ve svém odborném článku vydává po stopách interaktivity u audiovizuálních projektů. Ve své „archeologii interaktivity“ se věnuje formě interaktivního kina nazývaného jako *the cinematic shooting gallery*, tedy jakousi formu filmové pouťové střelnice, ve které hráči střílí reálné projektily na projekce snímků.

Podle některých dalších zdrojů pochází nápad už ze samého začátku 20. století (Paterson, Paterson 1902) a není tedy tak o moc starší než kino samotné. Každopádně nejznámější aplikace tohoto principu byla u projektu *Life Targets*, který se objevil ve Velké Británii kolem roku 1912 (Bates, Kelly, Corbin 1913).



Obrázek 7: "Nové použití pohyblivých obrazů", ilustrace z *The Graphic*. Dostupné z: https://mediarep.org/bitstream/handle/doc/4207/NECSUS_2018_7_1_17-44_Cowan_Interactive_media_.pdf?sequence=6&isAllowed=y

Je možné, že v průběhu historie vzniklo vícero obdobných projektů, které byly založené na nějaké formě interakce s pohyblivými obrazy. Podobné projekty se ale dají považovat spíše za výstřelek nežli za nějaký dlouhodobý fenomén.

6.2 Kinoautomat

Kinoautomat je podle mnoha zdrojů považovaný za první interaktivní film vůbec. „*Kinoautomat: Člověk a jeho dům je první interaktivní film na světě, ve kterém diváci mohou zasahovat do průběhu děje.*“ (Kino Světozor 2007; Kinoautomat 2010)

Byl představený poprvé v roce 1967 na světové výstavě *EXPO '67*, která probíhala v kanadském Montrealu. Českým divákům byl pak představený o čtyři roky později, tedy

v roce 1971 v pražském kině Světozor. Záhy, v roce 1972, byl však tehdejší režimem zakázán (Kino Světozor 2007).

V knize *Vznik, rozvoj a ústup multivizuálních programů: Laterna magika a polyekrany je Kinoautomatu* také věnována krátká zmínka a krásně popisuje princip jeho fungování⁵: „*Děj této „fabulační hříčky“ se odvíjí na základě hlasování diváků vždy od jednoho klíčového bodu k dalšímu, kde diváci mohou opět rozhodnout, kudy se příběh bude ubírat dál, tj. až k dalšímu rozhraní. Matematicky vzato poskytuje tento princip rozvětvení příběhu nekonečné množství variant. V praxi však postačí natočit varianty dvě! K předvádění je zapotřebí kromě živého moderátora v popředí filmového plátna a hlasovacího zařízení v sále také promítárna vybavená třemi promítacími stroji a speciálním ovládáním“ (Malý, Procházka, Zapletal 2010, s. 93).*

V praxi tedy *Kinoautomat* funguje tak, že film je v kině promítán standartním způsobem a v určitém momentě zlomu se film zastaví, na pódium před plátno přijde moderátor a uvádí diváky do situace. Rozhodnutí o tom, jak bude film pokračovat je na divácích, kteří pomocí hlasovacího zařízení hlasují o dalším vývoji (Kino Světozor 2007).

Za *Kinoautomatem* stojí český režisér, scenárista a vizionář Radúz Činčera. Dle slov jeho dcery, Aleny Činčerové ho „*na filmu ho hrozně ničilo, že je to uzavřený tvar. A strašně ho rajcovala myšlenka, jak zapojit diváka do hry. A tak vznikl Kinoautomat.*“ (Zašlapané projekty – *Kinoautomat* 2009, 1:37 - 1:55).

Sám Radúz Činčera (1966, s. 6) o *Kinoautomatu* v rozhovoru pro magazín *Kino* v roce 1966, tedy ještě před samotnou premiérou, hovořil takto: „*Nejde ovšem o novou filmovou techniku, jde jen o novou techniku filmového představení. To „jen“ bude však, jak doufáme, pro diváky dost překvapivé, protože děj filmu se posouvá přesně podle jejich přání.*“

Stejný magazín pak již v roce 1967 o *Kinoautomatu* v souvislosti se světovou výstavou *EXPO '67* psal: „*Ale největší úspěch sklízel Kinoautomat. Tam si sice technika přišla také na své, ale jednak jí vládl člověk (na jevišti i v hledišti) a pak ji přebíjelo drama*

⁵ V knize je tento princip vztažen ke druhému dílu *Kinoautomatu*, tento princip však zůstal nezměněn.

promítaného příběhu samo. Je to výborný protějšek k technickým divům řízeným elektronickým mozkiem. Tady přichází do hry mozek režisérský i herecký – spoluúčast diváka, tedy člověka. Může ovlivnit osud. Sice jen cizí, ten na plátně, ale bez námahy a s notnou dávkou vlastní zábavy“ (Goldscheider 1967, s. 10).

Michael Naimark (1997) ve svém textu, který je kritický vůči interaktivnímu umění, uvádí, že rafinovanost *Kinoautomatu* tkvěla nikoliv v interakci jako také, ale pouze v iluzi interakce, která měla působit jako satira tehdejší demokracie, kde každý může volit, ale volba nemá žádnou váhu.



Obrázek 8: fronta na *Kinoautomat*, Montreal, *EXPO'67*. Dostupné z: <http://www.kinoautomat.cz/o-kinoautomatu.htm>

Kinoautomat se mohl hrát pouze ve speciálně upraveném kině, proto když se ho po čtyřech letech od Montrealské premiéry povedlo uvést také v Praze, tak bylo potřeba speciálně upravit kino Světozor, které pro něj bylo vybráno. Bylo potřeba nejen natahat kabeláže k hlasovacím zařízením, ale také přestavět celou promítací kabinu, aby se do ní vešly promítačky. Když se *Kinoautomat* v roce 1971 začal v Praze uvádět, byl o něj obrovský zájem a vzbudil velký ohlas (*Zašlapané projekty - Kinoautomat* 2009).

Postupem času však začal zájem upadat a na projekce chodilo velmi málo lidí. Zároveň začala režimu vadit nadsázka *Kinoautomatu*, možnost o něčem hlasovat a také jeho úspěch v zahraničí a postupně začal *Kinoautomat* mizet z programu kina Světozor, až se v roce 1972 odehrál naposledy (*Zašlapané projekty - Kinoautomat 2009*).

Kinoautomat se po mnoha letech do pražského Světozoru vrátil v roce 2007, uvedla ho dcera Radúze Činčery, Alena (*Kino Světozor 2007*).



Obrázek 9: Plakát na projekci *Kinoautomatu* v roce 2007. Dostupné z: <http://www.kinoautomat.cz/foto.htm>

Kinoautomat tedy lze rozhodně považovat za revoluční projekt a je považován za první interaktivní film na světě (Monoskop 2015; CGTN 2020). Dočkal se i svého pokračování na Expu v americkém Spokane v roce 1974 jako *Kinoautomat II* (Malý, Procházka, Zapletal 2010, s. 93).

Z hlediska narativní struktury šlo u *Kinoautomatu* o objízdnou strukturu popsanou v předchozí kapitole.

Radúz Činčera v podobných projektech pokračoval, za zmínku stojí například jeho projekt *Kinolabyrinth*, který byl uvedený na EXPU v Ósace v roce 1990 (Stýblo 2014, s. 70). Princip rozhodování diváků o pokračování děje byl skrze přesun do dalších sálů. Podrobněji je tento princip popsán v kapitole 8.

6.3 Rozpaky kuchaře Svatopluka

Dalším známým interaktivním počinem na našem území byl televizní seriál *Rozpaky kuchaře Svatopluka*, který uváděla v 80. letech Československá televize. Dle anotace televize se jednalo o „populární cyklus televizních komedií z kuchařského prostředí z roku 1984, který byl výjimečný v tom, že diváci měli možnost rozhodovat o dalším ději a jednání hlavních hrdinů. Využití tohoto principu při premiéře bylo novátorské a vzbudilo tehdy velký ohlas“ (Česká televize, nedatováno). Martin Palouš a Emanuel Mandler (1993, s. 37) však popisují seriál spíše jako beletrizovanou a surrealističtější verzi sovětské televizní show se záměrem „vštípit divákovi touhu dělat svoji práci lépe“.

Seriál se zaměřuje na život kuchaře Svatopluka Kuřátka, který si přeje především pozitivě vykonávat náročnou práci. Zdatnost kuchaře však byla přenechána televiznímu publiku (Bren 2013, s. 361).

Princip seriálu vycházel z *Kinoautomatu*. Během každého dílu seriál šestkrát zamrzl a o dalším osudu Svatopluka Kuřátka rozhodovali televizní diváci. Byli to diváci ve studiu, kteří rozhodovali hlasováním, tak diváci u televizních obrazovek, kteří rozhodovali zhasínáním a rozsvěcením žárovek. Po každém hlasování bylo změřen výkyv v elektrické síti a podle toho příběh pokračoval (Bren 2013, s. 362).

Paulina Bren ale ve své knize *Zelinář a jeho televize* (2013, s. 363) hodnotí seriál kriticky a staví ho do pozice pouhé socialistické propagandy. Poukazuje na samizdatový článek Karla Pecky, podle kterého je lhostejné, jak budou diváci hlasovat. Bern dále píše, že „Svatoplukovi se vyjevovalo, že rozhodnutí veřejnosti jsou zcela bezmocná proti moci strany, která ani v této situaci nedůvěřovala momentu nezávislého myšlení, jak je diváci projeví rozsvěcením a zhasínáním.“

Podle těchto zdrojů to tedy působí spíše tak, že *Rozpaky Kuchaře Svatopluka* byl seriál spíše na objednávku tehdejšího režimu a divácké rozhodování mohlo být dle těchto zdrojů spíše domnělé.

6.4 Hříchy pro pátera Knoxe

Dalším českým seriálem s interaktivními prvky byl seriál *Hříchy pro pátera Knoxe*, který vznikl v 90. letech. Seriál vycházel ze stejnojmenné knižní předlohy, kterou napsal

Josef Škvorecký (1991). Páter Knox měl desatero svých příkázání, které by neměl žádný detektivní žánr porušit. V každém z dílů však jedno z nich porušeno bylo. Na začátku moderátorka vyzvala diváky k pečlivému sledování, aby po konci dílu mohli zaslat do České televize odpověď, které z příkázání bylo porušeno. Těsně před koncem byl díl zastaven a diváci měli možnost volat do studia a sdělovat své tipy na vraha. Ze správných odpovědí poté byli vylosováni výherci, kteří obdrželi věcné ceny (Fuksová 2011, s. 28–31). Celý princip hádání byl v tomto případě oživen tím, že seriál byl přenášán v živém vysílání. Dle slov Čestmíra Kopeckého, který za tímto projektem stál, byl však seriál mírným zklamáním. „*Nestalo se totiž ani jednou, že by se herci zapomněli, že by jim vypadl text, přeřekli se a prozradili tak dopředu vraha atd. Vysílání probíhalo jako dobře namazaný stroj a tím vlastně ničilo své možnosti*“ (Vágner 1995, s. 51).



Obrázek 10: Záběr ze seriálu *Hříchy pro pátera Knoxe*. Dostupné z: https://ct24.ceskatelevize.cz/sites/default/files/styles/node-article_16x9/public/images/1326786-300479.jpg?itok=PrROC877

Divácká interaktivita zde tedy nebyla tak patrná. Diváci se v podstatě pouze účastnili soutěže a samotný děj nijak neovlivňovali (Fuksová 2011, s. 28–31). Probíhala zde sice oboustranná komunikace, což tedy naplňuje definici interaktivity, ale diváci samotný děj nijak neovlivňovali, měli pouze možnost vyhrát ceny za správné odpovědi.

6.5 Tmání

Mezi aktuální významné české interaktivní projekty patří autobiografický animovaný film *Tmání*. „*Tmání je autobiografický animovaný film, který využívá virtuální realitu k zobrazení autentických zážitků mladého člověka s depresí.*“ (Frame Films s.r.o. 2023)



Obrázek 11: Záběr z filmu *Tmání*. Dostupné z: <https://www.framefilms.cz/tmani/>

Film byl v premiéře uvedený na filmovém festivalu v Benátkách v rámci sekce *Venice Immersive* (La Biennale di Venezia 2022a).

Tento 25minutový film nabízí divákovi možnost lépe se vcítit do prožitků člověka s depresí. Ve filmu spolu s hlavním hrdinou procházíme jeho pocity v různých životních situacích a díky interaktivním prvkům a virtuální realitě nám film dává možnost lépe pochopit, jaké je to žít s touto nemocí (Sdružení české filmové kritiky, z.s. 2022).

Interaktivních prvků je ve filmu více. První prvek nám dovoluje – s trochou nadsázky – vžít se do kůže hlavního hrdiny. Ve virtuální realitě dostaneme ruce, které kopírují pohyb našich reálných rukou. S nimi pak můžeme například zvedat některé předměty a interagovat s prostředím. Dalším interaktivním prvkem je využití našeho hlasu, pomocí kterého například zaháníme zlé demony, nebo povzbuzujeme koně na dostizích (*Tmání* 2022).

Poměrně netradiční je využití právě hlasové interakce. Sám režisér Ondřej Moravec k tomu v rozhovoru pro Český Rozhlas uvedl: „*Slyšet svůj hlas je důležité, ale stejně podstatné je cítit ho uvnitř sebe. Hlas vám rezonuje v těle, bránice se zapojuje, dech je důležitý. A zaměření na to, co hlas dělá s vaším tělem, je jedna z meditačních technik, které pomáhají ten stav stabilizovat.*“ (Moravec 2022)

Interaktivní prvky v tomto projektu nemají rozměr tvorby a směřování děje, ale umocnění zážitku z filmu. Interakce ve filmu jsou spíše dílčího charakteru a v divákovi mají za cíl prohloubit emoce a pocity, které při sledování filmu zažívá.

Podobný projekt, který má zase za cíl přiblížit divákovi život s autismem je krátký kanadský film, který se v originále jmenuje *Les pieds en haut: Lou*, do češtiny je překládán pouze jako *Lou*. Tento film se snaží divákovi přiblížit pocity, které zažívají autisté na příběhu malého chlapce, do kterého se díky virtuální realitě, interaktivním prvkům a pohledu z první osoby můžeme lépe vžít (Člověk v tísní o.p.s. 2023a; *Les pieds en haut* 2023).

Oba tyto projekty mají za cíl spíše otevřít debatu a těchto psychických nemocech a pomoci lidem pochopit perspektivu lidí, kteří takovými nemocemi trpí. (Frame Films s.r.o. 2023; Asselin 2023). Jejich hlavním cílem je tedy vzdělávání a osvěta, přičemž interaktivní prvky ve filmech pomáhají tento zážitek umocnit.

Z hlediska narativní struktury se jedná o šňůru perel, tedy strukturu, která na sebe přímo navazuje bez možnosti nějaké odbočky. *Tmání* je projekt u kterého může být hlavním cílem dosáhnout *celkové imerze*, která je popsána v předchozí kapitole, která může způsobit intenzivní divácký zážitek.

6.6 Vybrané zahraniční projekty

Tato kapitola popisuje vybrané zahraniční interaktivní audiovizuální projekty. Popsané projekty mělo možnost zhlédnout i české publikum, buď skrze oficiální kinodistribuci, nebo skrze VOD platformy.

6.6.1 Noční směna (Late Shift)

Late Shift je švýcarsko-britský interaktivní film z roku 2016 ve kterém se vžíváme do kůže mladého studenta, který si přivydělává jako noční hlídač v podzemních garážích. Během jedné noční směny se však dostane do svízelné situace a je donucený se zapojit do brutální loupeže (*Noční směna* nedatováno).



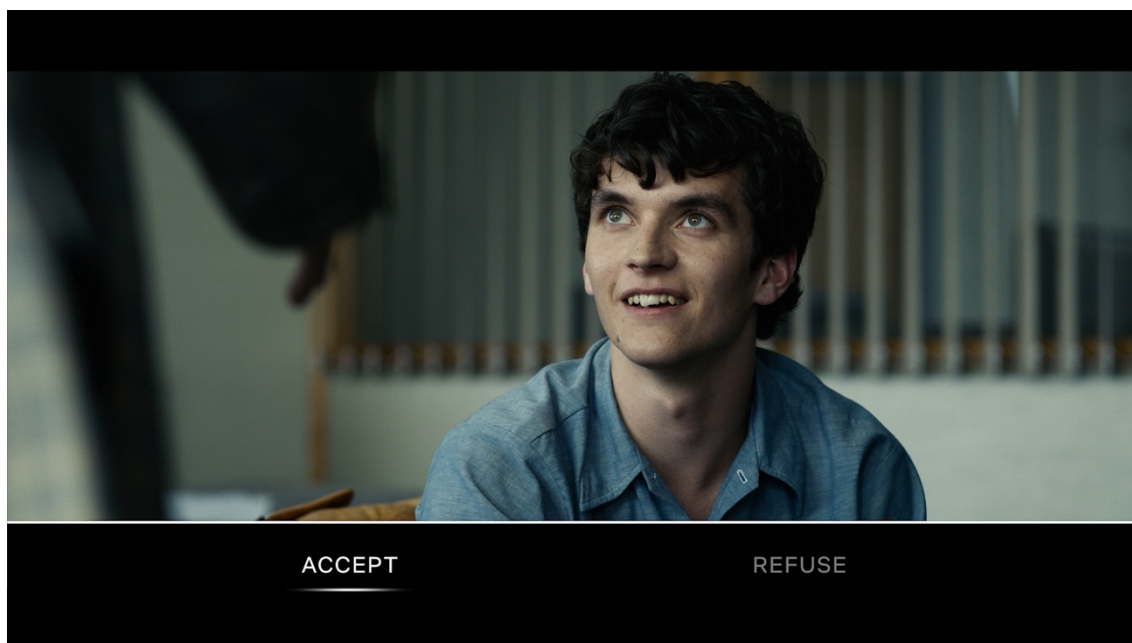
Obrázek 12: Záběr z filmu Noční směna. Dostupné z: https://cdn.akamai.steamstatic.com/steam/apps/584980/ss_3e0dc82ba6ab37f3ff90e7cb5ae410e82691a94a.1920x1080.jpg?t=1659342740

Film se v Česku promítal v rámci filmového festivalu Febiofest a byl také v běžné kinodistribuci. Princip rozhodování fungoval na stejném principu jako *Kinoautomat*. Diváci hlasovali jednotlivě, ale výsledné rozhodnutí bylo kolektivní. Pozoruhodné také je, že se na konci diváci dozvěděli svoji kolektivní identitu založenou na věku a pohlaví, která byla určena tím, jakým způsobem diváci hlasovali (Kabát 2017, s. 8).

Film se v České republice ale nedočkal většího diváckého úspěchu, dle statistik Unie filmových distributorů se při premiérovém víkendu ani v dalším týdnu nedostal do TOP 20 filmů v českých kinech (Unie filmových distributorů 2017). Většího úspěchu se dle dostupných zdrojů nedočkal ani na mezinárodním poli. Tržby filmu jsou těžko dohledatelné, podařilo se dohledat pouze tržby z teritoria Vietnam, kde činily 9055 amerických dolarů (IMDb.com, Inc nedatováno), což s ohledem na velikost vietnamského trhu není příliš vysoké číslo.

6.6.2 Black Mirror: Bandersnatch

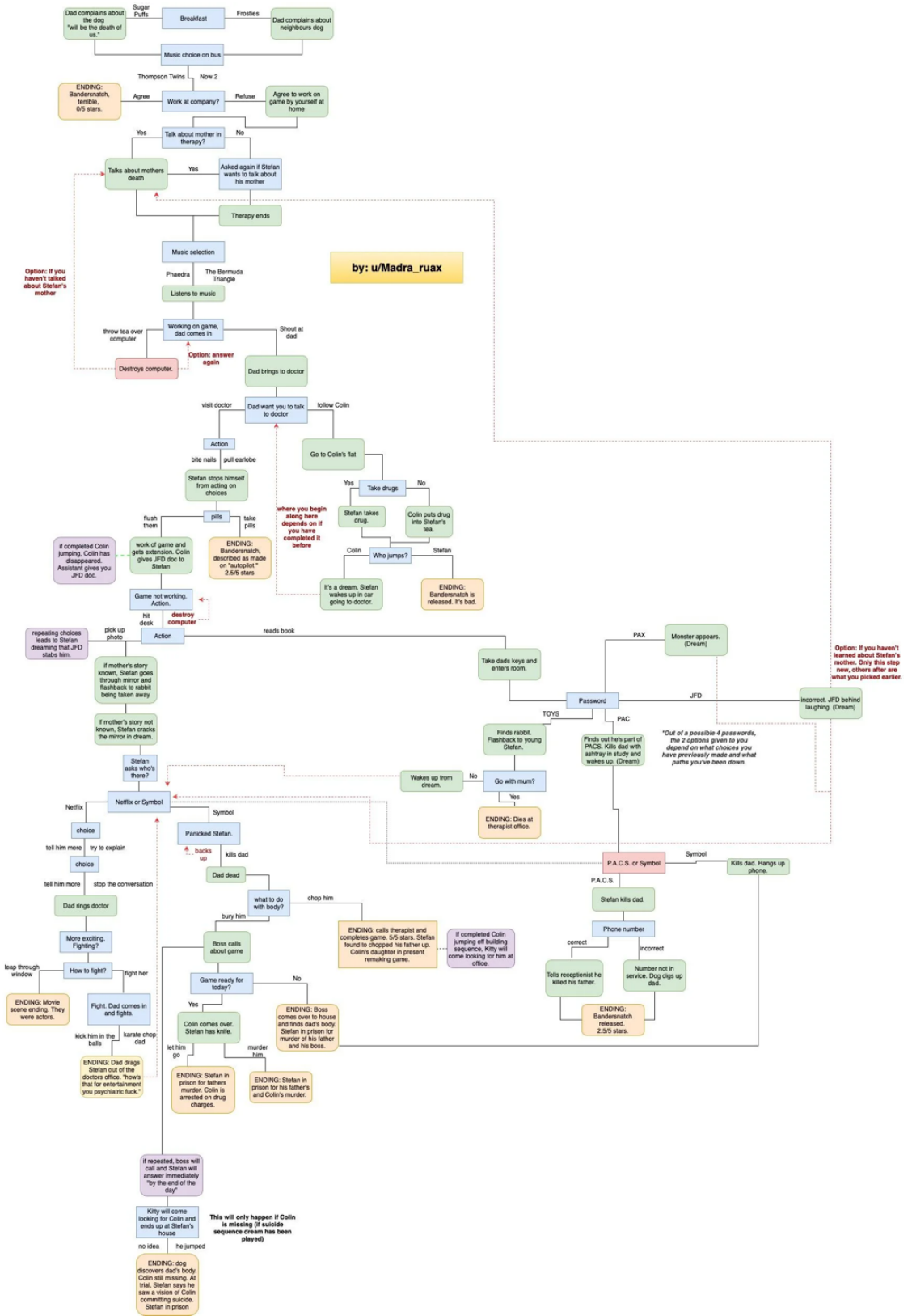
„Mladý programátor začne v roce 1984 pochybovať o realite v momente, když adaptuje temnou fantasy novelu do videohry. Mysl ohýbající příběh s mnoha konci“ (Netflix 2018). Takto zní oficiální anotace tohoto filmu na stránkách VOD platformy Netflix.



Obrázek 13: Záběr z filmu Black Mirror: Bandersnatch. Dostupné z:

https://www.imdb.com/title/tt9495224/mediaviewer/rm1924429056?ref_=ttmi_mi_all_sf_1

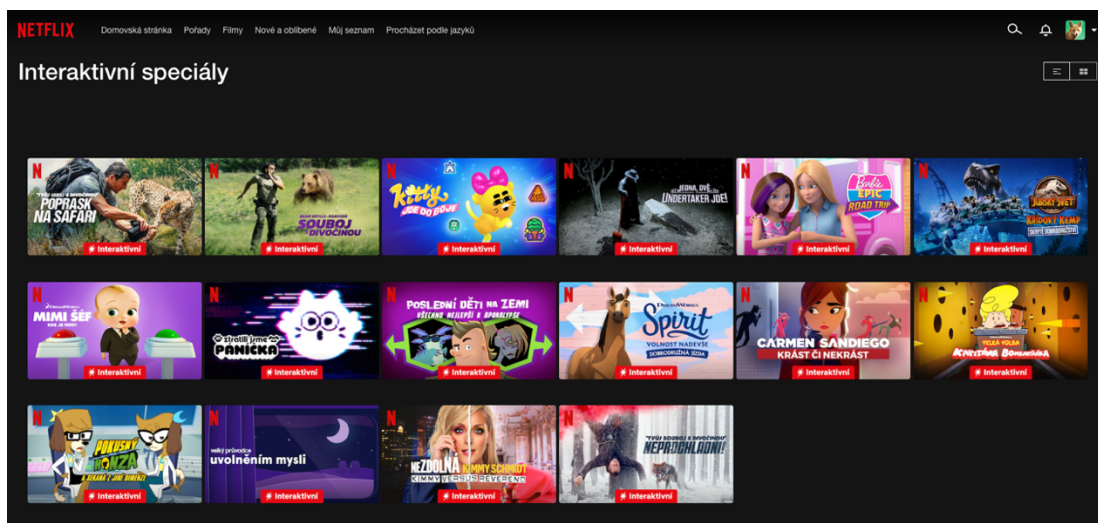
Netflix začal experimentovat s interaktivními filmy v roce 2017, když vydal dětské dobrodružství *Puss in Boots: Trapped in an Epic Tale* (Elnahla 2020, s. 507). a *Bandersnatch* je jeho druhý interaktivní projekt. Navazuje na britský dystopický seriál *Black Mirror* a tvoří jeho samostatnou prodlouženou epizodu. Film dává divákovi několik možností výběru, které vedou k zásahu do narativní struktury a změnám osudu hlavního hrdiny. Na konci filmu dostane divák možnost zhlédnout všech 5 různých konců bez toho, aby musel celý film procházet od začátku (Elnahla 2020, s. 507). Z hlediska narativní struktury se jedná o strukturu kombinovanou, která nabízí velké množství možných cest.



Obrázek 14: Schéma narativní struktury filmu *Black Mirror: Bandersnatch* vytvořené fanouškem filmu. Dostupné z: https://www.reddit.com/r/blackmirror/comments/aahqbr/an_attempt_at_mapping_bandersnatch/

6.6.3 Další projekty Netflixu

Netflix v posledních několika letech vyprodukoval několik interaktivních filmů nebo interaktivních speciálů svých projektů. Jedná se o projekty různých žánrů, od animovaných filmů pro děti, přes hrané projekty, až po reality TV.



Obrázek 15: Některé z dostupných interaktivních projektů v české lokalizaci platformy Netflix. Dostupné z: <https://www.netflix.com/browse/genre/2869704>

Za zmínku stojí například projekt *Velký průvodce uvolněním mysli*, který je zaměřen na péči o duševní zdraví a díky interaktivním prvkům dovoluje uživateli personalizovat svůj zážitek – vybrat si na co se chce zaměřit, kolik času chce cvičením věnovat a podobně (*Velký průvodce uvolněním mysli* 2021). Tento typ interaktivního díla je oproti mnoha ostatním specifický v tom, interaktivita divákovi přináší zážitek, který si sám personalizuje podle svých konkrétních potřeb.

Další projekt Netflixu, který stojí za zmínku, je interaktivní série dobrodružných pořadů s Bearem Gryllem pojmenovaná jako *Souboj s divočinou*, respektive *Tvůj souboj s divočinou*. V tomto pořadu se díky prolomení čtvrté stěny stává divák poradcem hlavního hrdiny, Beara Gryllse, který se na něj obrací v momentech, kdy je v divočině v ne-snázích. Divák mu z pohodlí svého obýváku radí, jak se vypořádat s blížícím se medvědem, který hmyz raději zkonzumovat, nebo jakou cestou se vydat (*Tvůj souboj s divočinou* (2019) 2019). Tento pořad by se dal kvalifikovat už na pomezí Reality TV, tedy non-fiction žánru, kterým je věnována další kapitola.

7 Zábavní pořady, non-fikce a televizní formáty

Tato kapitola se zaměřuje na projekty ze zábavní tvorby, které vycházejí především z televizního prostředí. V kapitole 4 byly interaktivní televizní formáty rozděleny na tři kategorie – projekty, které jsou přímo založené na interakci, živá vysílání se zásahy diváků a pořady, jejichž dlouhodobé pokračování je určováno diváky. Tyto typy pořadů jsou specifické především pro televize, a to z několika různých důvodů. U živého vysílání je to rozhodně faktor toho, že pořad sleduje velké množství lidí záraz v jeden moment. Živé vysílání u VOD platform není technicky nemožné, chybí zde ale faktor pravidelnosti a bylo by velmi obtížné dostat v jeden moment k online vysílání stejné množství diváků.

Tato práce se věnuje především fikčním formátům a dílům přímo založených na interaktivitě, proto této kapitole nebude věnován přílišný důraz, v této práci plní spíše úlohu zasazení do kontextu.

7.1 Talk show s celebritami

Tento žánr se zaměřuje na rozhovory se známými osobnostmi, herci, zpěváky, umělci, ale někdy také politiky, nebo obyčejnými lidmi, jejichž život si zasloužil veřejného uznání. Žánr se také vyznačuje možnou interakcí s publikem ve studiu, kdy po určitém čase může moderátor vyzvat publikum ke kladení otázek. Interakce může v tomto případě plnit několik funkcí – dodává divákům pocit demokratického momentu, kdy se jakýkoliv člověk může zeptat celebrity. Zapojení publika také vytváří emotivnější přijetí ze strany publika (Creeber 2015, s. 195). Příbuzným žánrem je pak také zповědní talk show.

7.2 Vědomostní soutěže

Vědomostní soutěže se ukázaly jako jeden z nejflexibilnějších a nejvíce odolných televizních formátů. Mark Goodson, televizní producent mnoha úspěšných vědomostních soutěží, tvrdí, že úspěch tohoto žánru spočívá v tom, že diváci doma u televize nahlas vykřikují odpovědi (Creeber 2015, s. 193). V tomto případě jde tedy často o velmi nepřímou interakci, kdy diváci doma u televizních obrazovek hádají odpovědi, které pak porovnávají s odpověďmi soutěžících. V různých vědomostních soutěžích

však najdeme i jiné druhy interakce, například ve velmi úspěšném pořadu *Who Wants to Be a Millionaire?* je divácké hlasování ve studiu jednou z forem nápovědy (Creeber 2015, s. 194).

7.3 Reality TV

Annette Hill (2005, s. 2) ve své knize definuje *Reality TV* jako velmi rozkročený žánr zábavních programů o skutečných lidech se zaměřením na široké publikum. Tento žánr je rozkročený na pomezí informací, zábavy, dokumentu a dramatu.

Reality TV často využívá interaktivní prvky, jako je divácké hlasování, nebo související webový, či mobilní obsah (Creeber 2015, s. 162). Mezi známé reality show, které byly založené na diváckém hlasování patří například show *Big Brother*, nebo britský formát *Strictly come dancing*. Na podobném principu pak funguje mnoho talentových show.

7.4 Další non-fiction televizní formáty

Mezi další žánry, které nabízí diváckou interaktivitu můžeme zařadit i publicistické pořady. V českém prostředí může jít například o pořad *90' ČT24*, který nabízí divákům možnost zapojení pomocí dotazů. (Česká televize nedatováno). Za interaktivní pořady lze považovat například také esoterické pořady, kdy diváci volají přímo do studia, kde dostávají rady od věštců. Tyto pořady jsou často založené na důvěřivosti lidí, díky které se snaží tvůrci zbohatnout (Maňourová, pbe 2014), a proto se dají považovat za velmi eticky sporné.

8 Formy distribuce interaktivních audiovizuálních formátů

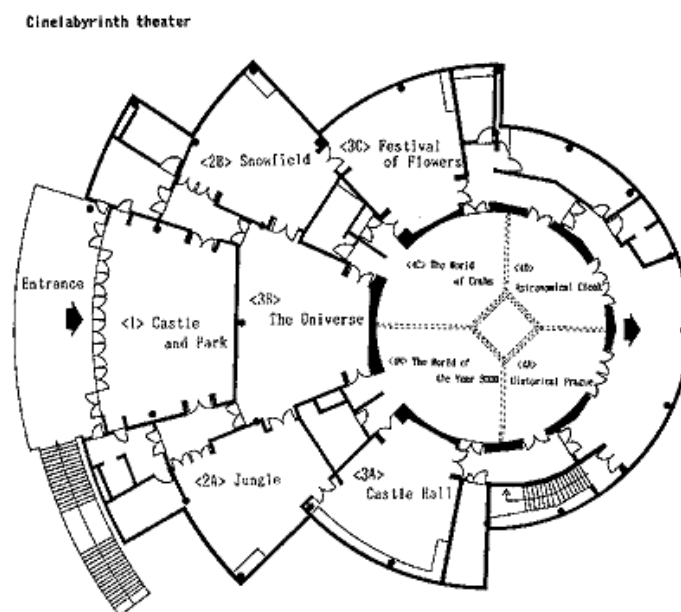
V kontextu uvažování nad využitím interaktivních formátů v českém prostředí je důležité vzít v potaz formy distribuce těchto děl. Distribuce interaktivních formátů je technologicky složitější z důvodu nutnosti obousměrné komunikace. Je tedy potřeba, aby forma distribuce umožňovala oboustrannou komunikaci a byla na ni technologicky připravená.

8.1 Kinodistribuce

Z hlediska kinodistribuce podobných formátů je potřeba vymyslet technické řešení promítání i samotného hlasování. V tomto kontextu se bavíme především o interaktivitě z hlediska nelineární narativní struktury popsaného v kapitole 5. Vůbec prvním interaktivním filmem byl zmíněný československý *Kinoautomat*, který byl promítán ve speciálně upraveném kině. Technologicky se jednalo o využití v té době standardního promítacího vybavení 35mm kina. Film byl však promítán ze dvou promítaček současně a v klíčových okamžicích byl zastavován a diváci si mohli hlasováním vybrat pokračování filmu. Pro funkčnost tohoto řešení byl zásadní vhodně zvolený scénář, který redukoval rozhodování v bodech, do kterých se musejí dopracovat obě zvolené varianty (Stýblo 2014, s. 68). Jednalo se tedy o objízdnu narativní strukturu popsanou v kapitole 5.

Radka Fuksová (2011, s. 22) se ve své bakalářské práci věnuje interaktivním seriálům České televize, v práci však detailně popsala i princip hlasování v rámci *Kinoautomatu*. Popsané poznatky vycházejí z telefonátu s Alenou Činčerovou, dcerou Radúze Činčery, tvůrce *Kinoautomatu*. „Při premiéře *Kinoautomatu* v kanadském Montrealu v roce 1967 měl každý divák na svém sedadle připevněné hlasovací zařízení se dvěma tlačítky – červené a zelené, které bylo prodrátováno směrem za promítací plátno. Tam se všechny dráty sbíhaly do vyhodnocovacího zařízení, které posléze zobrazilo vedle promítacího plátna přesný počet diváků, kteří hlasovali pro možnost zelenou nebo červenou. Podle většinového rozhodnutí se tedy film spustil dál jednou ze dvou předtočených variant.“

Odlišnou formu kinoprojekce zvolil Radúz Činčera na výstavě *EXPO* v Ósace v roce 1990, kde představil projekt *Kinolabyrinth*. Příběh byl oproti *Kinoautomatu* složitější a nabízel více možností volby. Volba scénáře se neděla hlasováním, ale fyzickým přesunem ze sálu do sálu.



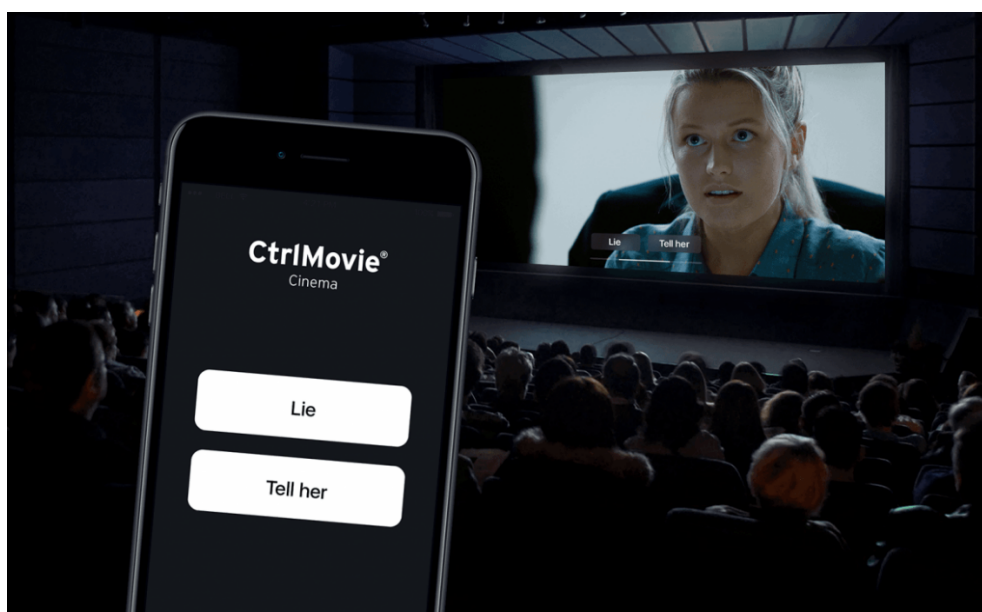
Obrázek 16: Plánek kinosálů projektu *Kinolabyrinth EXPO '90 Ósaka*. Dostupné z: <http://www.naimark.net/writing/badidea.html>

Diváci si po zhlédnutí první společné části v sálu <1> mohli vybrat, jestli budou pokračovat do sálu <2A>, nebo <2B>. Takto to pokračovalo až do kruhového sálu, kde probíhalo společné vyvrcholení příběhu (Stýblo 2014, s. 70).

Příchod digitálních technologií otevřel nové možnosti práce s interaktivními filmy. Z technologického hlediska byl důležitý příchod kompaktního disku (CD) v 80. letech minulého století, následně pak DVD o dekádu později. Právě na technologii kompaktních disků byla založená například projekce interaktivních filmů *Mr Payback*, *Ride for your Life*, nebo *I'm your man* z 90. let minulého století. Filmy byly promítané v malých kinech a diváci rozhodovali o pokračování děje pomocí malých joysticků, tedy na podobném principu jako *Kinoautomat* (Hales 2005, s. kapitola 3). Hales (2005) ve své knize *Interactive digital narrative* dále popisuje výhody kompaktních disků oproti klasickému promítání skrze 35mm filmový pás. Jako velkou výhodu Hales popisuje

možnost vytvořit nejenom fikční interaktivní filmy, jak tomu bylo doposud, ale i filmy jiných žánrů. Jako příklad uvádí jeden z prvních obdobných projektů – *The Aspen Movie Map* – interaktivní videoprohlídku města Aspen v Coloradu ve Spojených státech amerických. Každopádně v tomto případě už nejde o kinodistribuci jako takovou.

Jedna ze společností, která se v současné době zabývá vývojem technologií pro sledování interaktivních filmů v kině je společnost *Kino Industries*, která přišla s projektem *CtrlMovie*. Společnost vyvíjí a nabízí softwarové i hardwarové řešení pro kina a veřejné projekce (CTRLMOVIE AG 2023). Diváci tak můžou o pokračování filmu hlasovat pomocí svého mobilního telefonu, na kterém se díky naskenování QR kódu napojí na danou projekci (Pannonia Entertainment nedatováno).



Obrázek 17: Hlasování o pokračování děje pomocí mobilních telefonů. Dostupné z: <https://confirmgood.com/post/golden-village-interactive-movie/>

Společnost stojí za vznikem filmu *Noční směna*, který se promítal i v českých kinech.

Dle několika článků z roku 2019 začal režisér Alexandre Aja připravovat interaktivní horor pro produkční společnost Stevena Spielberka *Amblin Partners*. Horor měl Alexander Aja připravovat právě se společností *Kino Industries* (Dick 2019; Fraser 2019; Pěničková 2019). Každopádně od roku 2019 nebyly o projektu dohledané žádné nové zmínky, nelze tedy vyloučit, že byl vývoj projektu pozastaven.

8.2 Televizní distribuce

Z hlediska klasického terestriálního televizního vysílání je distribuce interaktivních formátů komplikovaná, především z důvodu, že klasické televizní přijímače nabízí pouze omezené možnosti oboustranné komunikace. Jako jedno z možných řešení se nabízí využití principu *Kinoautomatu* za pomoci více televizních kanálů. Diváci by tak v klíčových momentech mohli přepnout na jiný kanál, na kterém by pokračovala jiná linka příběhu. Je ale zřejmé, že toto řešení by nebylo příliš elegantní mimo jiné proto, že by jedním pořadem zahrtilo několik televizních kanálů najednou a jednotlivé linky by musely být stejně dlouhé, aby se ve stejný moment dostaly do rozhodovacích uzlů. Na tomto principu však bylo založené televizní uvedení již zmiňovaného *Kinoautomatu* v 90. letech v České televizi. „Divácké hlasování probíhalo tak, že na prvním programu běžela jedna varianta filmu, na druhém programu druhá a divák si sám doma u televizní obrazovky mohl zvolit svoji verzi pořadu, a dokonce mezi nimi přepínat, aby viděl obě varianty příběhu.“ (Fuksová 2011, s. 23)

Tvůrci pořadu *Rozpaky kuchaře Svatopluka* se rozhodli pro diváckou interakci dvěma formami. První byla hlasováním diváků v televizním studiu a druhá forma byla pomocí zhasínání a rozsvěcování světel v domácnostech. Elektrické podniky měřily výkyvy v síti a tyto data měly být podkladem pro rozhodování kuchaře Svatopluka (Bren 2013, s. 362). V případě projektu *Hříchy pro pátera Knoxe* byl jako komunikační kanál použit telefon a pošta.

Tomuto tématu a principům hlasování se podrobněji věnuje Radka Fuksová ve své práci na téma *Interaktivní televizní seriály České televize: Rozpaky kuchaře Svatopluka a Hříchy pro pátera Knoxe* (Fuksová 2011).

8.2.1 HbbTV

Zkratka *HbbTV* znamená *Hybrid broadcast broadband TV* (Česká televize 2021). Jde tedy v podstatě o televizor, který propojuje televizní a internetové vysílání a nabízí nové inovativní možnosti. Technologie přináší nové možnosti personalizovaného obsahu pomocí připojení skrze internet, který je integrovaný s běžným lineárním televizním vysíláním (Birch, Lambourne, Orero 2014).

HbbTV je unikátní právě z důvodu, že je to jediný standard, který dokáže propojit klasické lineární vysílání s internetovým obsahem (Kunić, Šego 2019).

Pro distribuci interaktivního obsahu skrze televizi je tak tento standard ideální, protože na rozdíl od klasického lineárního vysílání nabízí právě možnost interakce, která probíhá skrze aplikace a připojené na internet. Právě díky tomu, že *HbbTV* je napojená na internet, je umožněna oboustranná komunikace. Výhody interakce také nabízí své uplatnění v reklamě. „Výhodou *HbbTV* oproti klasickým *Smart TV* aplikacím je, že váš divák neopustí vysílaný pořad a zůstane “váš”. Stisknutím jednoho tlačítka mu na pozadí sledovaného pořadu nabídnete víc informací o pořadu a hercích, bonusové materiály, hry anebo možnost si koupit zboží, které zrovna zhlédl.“ (České Radiokomunikace a.s. 2023)

8.2.2 Interakce skrze druhou obrazovku

S rozvojem chytrých telefonů a tabletů se začalo stávat běžnější, že televizní diváci při sledování televize nevěnují plnou pozornost pouze televizi, ale také jiným dalším aktivitám, například prohlížení webu právě skrze smartphone, nebo tablet. Dle dánského výzkumu z roku 2011 surfuje na telefonu při sledování televize až 59 % Dánů (Larsen, Svenningsen 2011, s. 26). Dá se předpokládat, že toto číslo mohlo v průběhu let ještě vzrůst. Výzkumníci z dánské Allborg university (Fleury et al. 2012) se ve své studii věnují využití právě tohoto fenoménu v kontextu divácké interaktivity a to způsobem, že interakce neprobíhá skrze primární obrazovku na které běží pořad, ale skrze sekundární obrazovku, tedy například chytrý telefon nebo tablet. Ze studie vyplývá, že zájem respondentů o mix vysílání a interaktivních prvků na jedné obrazovce není příliš velký, naopak ukázala, že využití druhé obrazovky právě pro potenciální interaktivní prvky se jeví jako vhodné řešení. Výzkumníci věří, že při správně navržené formě interaktivity pro druhou obrazovku by mohl tento způsob zvýšit zábavní hodnotu pro diváky a možná i jejich celkovou loajalitu k pořadu.

Tento systém využívá v praxi například švédská veřejnoprávní televize SVT, která nabízí svým divákům aplikaci *Duo*, ve které je možné interagovat s vysílanými pořady. „*Duo* je aplikace televizní stanice SVT, která slouží k interaktivnímu sledování našich pořadů. Díky této aplikaci je vaše sledování zábavnější a zajímavější. Můžete se zapojit

do soutěžních pořadů, jako jsou například debaty, a dát najevo svůj názor v anketách.“⁶ (Sveriges Television AB 2022). Data z platformy App Store a Google Play, které tuto aplikaci nabízejí pro platformy iOS a Android naznačují, že o aplikaci u švédského publika pravděpodobně zájem je. Na App Store se umísťuje v žebříčku nejoblíbenějších aplikací dané kategorie a na Google Play má aplikace přes půl milionu stažení⁷ (Sveriges Television AB 2023a). Oficiální aplikace švédské televize *SVT Play*, která slouží k sledování živého vysílání má však počet stažení přibližně desetinásobný⁸ (Sveriges Television AB 2023b).

Tento princip se jeví jako jeden z možných vhodných způsobů interakce u lineárního televizního vysílání. Dle dat stažení aplikace *Duo* však můžeme soudit, že zájem o interakci s televizními pořady skrze druhou aplikaci má pouze určitá část diváckého spektra. Výhodou tohoto systému však zůstává, že divákům dává možnost interakce, ale do interakce je nenutí a pořad tak může oslovit i diváky, kteří o interakci nestojí.

Jiné možné vysvětlení relativně malého zájmu o aplikaci nabízí výzkum Mattiase Larssona a Frederika Lundkvista z Královského technologického institutu ve Stockholmu (2019), který zkoumal, jakým způsobem ovlivňuje používání podobných aplikací⁹ zapojení diváků v případě, že se na televizi dívá skupina tří a více osob. Výzkumníci zjistili, že tyto doprovodné aplikace zvyšují zapojení diváků především díky tomu, že povzbuzují uživatele ke kooperaci, nebo naopak vzájemné soutěživosti. Všimají si také toho, že tento efekt je patrnější u mladších diváků, což přisuzují tomu, že mladší uživatelé jsou zvyklejší pracovat s chytrými telefony. Za povšimnutí však stojí i další zjištění: „Zjistili jsme také, že všichni účastníci reagovali pozitivně na používání doprovodných aplikací jako doplňku ke sledování televize, ale jen málo z nich vědělo o jejich existenci před účastí ve studii. Největší překážkou širší uživatelské základny pro výrobce

⁶ Originální znění citace: „Duo är en app från SVT där vi har samlat interaktivitet kring våra program som gör ditt titande roligare och intressantare. Här får du möjligheten att spela med i tävlingsprogram, tycka till i debatter och göra din röst hörd i omröstningar.“, překlad pomocí DeepL.

⁷ Dle dat z 6. 5. 2023 má aplikace přes 500 tisíc stažení.

⁸ Dle dat z 6. 5. 2023 má aplikace přes 5 milionů stažení.

⁹ Aplikací pro interakci skrze druhou obrazovku, tedy například aplikaci *Duo*.

*doprovodných aplikací je tedy informovanost možných uživatelů.*¹⁰ (Larsson, Lundkvist 2019)

Dá se spekulovat o tom, že důvodem menšího množství stažení aplikace *Duo* ve srovnání s aplikací *SVT Play* může být právě i nízká informovanost možných uživatelů.

8.3 Online distribuce skrze VOD platformy

VOD platformy se jeví jako vhodný distribuční kanál pro podobné projekty, a to především z technologického hlediska. Česká televize a TV Nova v posledních letech ve velkém investují do svých vlastních VOD portálů, který slouží jako doplněk jejich klasického terestriálního vysílání (Vojtěchovská 2023; Václavík 2021).

Dle dat Českého statistického úřadu z roku 2022 používá internet ke sledování placebných zábavných pořadů skrze VOD platformy 22 % Čechů a 26 % Čechů, kteří v posledních 3 měsících od provedení průzkumu použili internet. V absolutních číslech to pak dává 1,8975 milionu diváků (Odbor statistik rozvoje společnosti, Český statistický úřad 2022). Necelé dva miliony diváků jsou v kontextu českého prostředí rozhodně významné číslo. Dá se očekávat, že toto číslo bude s postupem času ještě růst.

VOD platformy a online distribuce má výhodu v tom, že například oproti klasickému terestriálnímu televiznímu vysílání je technologicky jednodušší je připravit na obousměrnou komunikaci. Z hardwarového hlediska je možné využít například ovládacích prvků počítače, nebo ovladačů Smart TV a není tak potřeba žádného dalšího hardwarového vybavení, jako je tomu například v případě kinodistribuce. Platformy je tedy potřeba připravit pouze po softwarové stránce a vytvořit, nebo upravit prostředí přehrávače pro obousměrnou komunikaci.

S technologickým zázemím VOD platform pro interaktivní seriály souvisí již zmiňovaný fakt, že pro diváky je dle výzkumu (Voleková et al. 2020) důležitá jak správná

¹⁰ Originální znění citace: „We also found that all participants reacted positively to using companion apps as a complement to watching TV, but few knew about their existence before participating in the study. Thus, the greatest hurdle to a wider userbase for companion app producers is awareness among possible users“, vlastní překlad autora.

funkčnost, tak i návodnost a jasná instruktáž k ovládání platformy, aby technologie ovládání nebyla zádrhelem pro divácký zážitek.

VOD platformy se však zdají jako velmi vhodné distribuční nástroje pro interaktivní projekty, nejen kvůli svému čím dál většímu rozšíření, ale především i kvůli tomu, že je technologicky méně složité je připravit na interaktivní obsah, který se může dostat k širokému publiku.

8.4 Virtuální realita a festivalové instalace

Z hlediska distribuce filmů pro virtuální realitu se nabízí možnost konzumace doma skrze vlastní VR headset. Technologie virtuální reality je dnes již poměrně dostupná (Heureka Group a.s. 2023), avšak mezi koncovými uživateli zatím jen velmi málo rozšířená (Miksa 2022, s. 4), a proto je distribuce podobných děl poměrně omezená.



Obrázek 18: Meta Quest 2 – jeden z rozšířených headsetů pro virtuální realitu včetně ovladačů. Dostupné z: <https://www.amazon.com/Oculus-Quest-Advanced-All-One-2/dp/B09DDM2371?th=1>

Jednou z možností, jak se mohou diváci k interaktivním projektům ve virtuální realitě dostat je skrze různé filmové festivaly, nebo jiné akce, kde jsou filmy ve VR často jako doprovodný program. Filmy ve virtuální realitě jsou dnes častým a oblíbeným doplňkem klasického programu na mnoha filmových festivalech. Filmy ve virtuální realitě nabízí jako součást svého programu například Mezinárodní festival dokumentárních filmů Ji.hlava (DOC.DREAM services s. r. o. nedatováno), festival animovaných filmů Anifilm (Anifilm 2023), nebo festival dokumentárních filmů o lidských právech Jeden

Svět (Člověk v tísní o.p.s. 2023b). Virtuální realita má své místo i na nejrenomovanějších světových filmových festivalech, například filmovém festivalu v Cannes (Marché du film 2023), nebo filmovém festivalu v Benátkách (La Biennale di Venezia 2022b).



Obrázek 19: Venice Immersive 2022 - forma distribuce VR projektů na festivalu v Benátkách. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/pulse/venice-immersive-its-all-momentum-rebecca-gregory-clarke/>

9 Interaktivní projekty z pohledu filmových a televizních profesionálů

9.1 Metody výzkumu

V druhé části se práce zaměřuje na získání dat pomocí kvalitativního dotazování (Hendl 2016, s. 168) a následnou analýzu a interpretaci těchto dat. Pro tyto účely byli osloveni významní čeští filmoví a televizní producenti a odborníci z praxe s cílem zjistit jejich pohled na dané téma. Z metodologického hlediska je postupováno formou polostrukturovaného dotazování s předem definovanými okruhy otázek. Při dotazování je kladen důraz na zachování volnosti a pružnosti celého procesu. Bylo stanoveno celkem pět hlavních okruhů otázek, které se týkají především osobního pohledu informantů na téma interaktivních audiovizuálních projektů, vzhled z jejich producentské praxe a postoj k podobným projektům z pohledu instituce, kterou zastupují. Je také zjišťováno, co by informanty přimělo k vývoji a výrobě obdobných projektů a co vnímají jako možné překážky. Okruhy otázek mají za cíl obsahově doplnit zjištění z teoretické části práce. Zjištění jsou jako relevantní považována z důvodu, že nabízí pohled z praxe od informantů s bohatými zkušenostmi z audiovizuálního průmyslu a výbornou znalostí českého prostředí.

9.1.1 Výběr informantů

Při výběru informantů byl kladen důraz na výběr významných osobností, které dobře znají český filmový a televizní trh a zároveň pracují ve filmovém a televizním průmyslu a mohou tak nabídnout i svůj osobní pohled na problematiku z producentské pozice. Cílem bylo také obsáhnout širší spektrum pohledů, proto byli vybráni informanti z různých oblastí audiovizuálního průmyslu.

MgA. Michal Reitler

Jako první informant byl vybrán Michal Reitler, který v současné době působí jako ředitel vývoje obsahu na TV Nova. V minulosti působil také na TV Prima a jako kreativní producent v České televizi, jeho tvůrčí producentská skupina se věnovala především hrané tvorbě. Jako kreativní producent se podílel například na projektech *MOSTI*, *Metanol*, *Dukla61*, *Případy 1. oddělení*, nebo *Devadesátky* (Nova Group nedatováno; Česká

televize nedatováno). Michal Reitler byl vybrán jako informant z důvodu svých bohatých zkušeností s vývojem hrané tvorby a pro výbornou znalost českého televizního trhu.

PhDr. Milan Kruml

Milan Kruml je původní profesí novinář, nyní pracuje jako mediální analytik a specialista vývoje pořadů v České televizi a působí jako externí pedagog na Katedře mediálních studií Fakulty sociálních věd Univerzity Karlovy (FSV UK 2023; MIDPOINT Institute nedatováno). Jako mediální analytik působil také přes 10 let v TV Nova (Aust 2012). Milan Kruml byl jako informant vybrán z důvodu svých perfektních znalostí mediálního trhu a televizních formátů a bohatých zkušeností s veřejnoprávním i komerčním médiem.

MgA. Pavel Strnad

Jako další informant byl vybrán Pavel Strnad, který v roce 1995 spolu s Petrem Oukropcem založil produkční společnost Negativ. Má za sebou z producentského hlediska mnoho úspěšných filmů, například filmy *Protektor*, *Alois Nebel*, nebo *Fair Play* (NFA 2023). Strnad je také členem představenstva Asociace producentů v audiovizí a členem prezidia České filmové a televizní akademie (Negativ 2023). Pavel Strnad byl vybrán jako informant z důvodu, že se jedná o významného českého producenta, který dobře zná český filmový trh a může nabídnout pohled z perspektivy nezávislého filmového producenta.

9.1.2 Metoda sběru dat

Z metodologického hlediska byla zvolena forma polostrukturovaného rozhovoru. Podle definic Jana Hendla tato forma odpovídá *Rozhovoru pomocí návodu* (2016, s. 178). Na základě této metody byl stanovený seznam otázek a definováno 5 důležitých okruhů. Tato forma však tazateli nechává volnost v přizpůsobení formulací a kladení otázek podle situace. Polostrukturovaný rozhovor dává navíc dotazovanému možnost projevit subjektivní pohledy a názory, dotazovaný může samostatně navrhnout možné vztahy a souvislosti a také je možné rozhovor přizpůsobit konkrétní situaci dotazovaného (Hendl 2016, s. 170). Toto jsou hlavní důvody, proč byla zvolena tato metoda.

Rozhovory byly prováděny osobně. Získané odpovědi jsou na konci práce pomocí doslovné transkripce (Hendl 2016, s. 212) přiloženy jako příloha.

Otázky polostrukturovaného rozhovoru

V rámci polostrukturovaných rozhovorů bylo kladeno za cíl zjistit pohled vybraných filmových a televizních producentů na problematiku interaktivních audiovizuálních projektů. Snahou bylo zjistit jejich osobní pohled na podobné projekty, příležitosti a překážky, které z pozice producenta u podobných projektů vnímají, jejich pohled na budoucnost interaktivních projektů a na specifika českého prostředí. Otázky byly rozčleněny do pěti kategorií s podotázkami, které byly brány jako pomocné otázky, a vzhledem ke zvolené metodě nebylo považováno za stěžejní za každou cenu zodpovědět každou jednotlivou podotázku. Důležité bylo zjistit celkový pohled informanta na danou oblast.

9.1.3 Metody analýzy dat

Během polostrukturovaných rozhovorů bylo zjištěno množství dat. Pružnost procesu dovozovala věnovat se věcem, které nesouvisí přímo s danou kategorií otázky, ale souvisí se zkoumaným tématem. Díky tomu bylo zjištěno mnoho užitečných informací.

Bylo postupováno metodou analýzy dat případové studie (Hendl 2016, s. 229–239) se zaměřením na analýzu orientovanou na případ.

9.2 Výsledky výzkumu

Výsledky byly strukturovány podle kategorií otázek stanovených před sběrem dat a v rámci každé kategorie byl stručně shrnut názor každého informanta.

Obecný pohled na interaktivní audiovizuální díla

V rámci prvního okruhu byl zjišťován obecný pohled na interaktivní audiovizuální projekty. Bylo zjišťováno, jak vnímají informanti roli diváka a jestli je podle nich divácká interakce s audiovizuálními díly žádoucí. Snahou bylo také zjistit, jaká je pozice interaktivních audiovizuálních projektů na spektru filmové a televizní tvorby.

Michal Reitler k tématu přistoupil velmi obecně. Televizi vnímá jako pasivní médium, ale myslí si, že televize vždy usilovaly o angažovanost diváka, respektive zpětnou vazbu, aby měl divák pocit, že ovlivňuje, na co se dívá. Mluví také o tom, že podle něj se diváci rozdělují na ty, kteří chtějí rozhodovat a na ty, které baví sledovat rozhodování jiných.

„Bereme-li televizi, jako vyloženě pasivní – nejpasivnější možný médium, do kina musíte vyrazit, koupit si lístek, tak u té televize to zapnete a doufáte, že vás to nějak vtáhne. To, že vás to vtáhne, je první druh interaktivity. Že vás to zaujme, že neodejdete, ale je to pasivní. Co si pamatuji, tak vždycky televize usilovaly o to, diváka zaangažovat co nejvíc, aby měl pocit, že ovlivňuje například to, na co se dívá.“ (Reitler 2023)

„Myslím si, že se televizní diváci rozdělují na lidi, kteří posílají esemesky velmi rádi nebo zhasínají světla u Kuřátka, a druzí se na to koukají, posmívají se tomu možná, ale vlastně to rádi sledují.“ (Reitler 2023)

Milan Kruml si myslí, že diváků, které láká interakce s audiovizuálním dílem, je menšina, zároveň si ale myslí, že díky rozvoji technologie HbbTV bude tato skupina růst. V kontextu soutěžních pořadů také mluví o tom, že se diváci chtějí přesvědčit, že jsou minimálně tak chytrí, jak soutězíci.

„Já si myslím, že těch aktivních diváků je menšina. Ale teď je otázka, jak velká menšina to je. Ona se postupně zvětšuje, protože ta interaktivita je čím dál tím jednodušší z hlediska přístupu. [...] Ale pořád vidím to, že ta většina považuje konzumaci audiovizuálních obsahů za relax, tzn. chce, aby jí ty obsahy bavily. Nemusí to být jako zábava, ale chce, aby ji bavili a nečeká od nich, nebo nevyžaduje žádnou další aktivitu ani nechce žádnou vyvíjet. Takže si myslím, že to hodně dlouho bude pořád tak, že těch takzvaně línějších uživatelů a diváků bude víc.“ (Kruml 2023)

Pavel Strnad si myslí, že divák je primárně příjemcem obsahu a interakce s audiovizuálním dílem je spíše výjimečná záležitost. Mluví o tom, že technologická náročnost je podle něj velkou překážkou.

„Divák je primárně pasivním příjemcem obsahu. Historicky od začátku kinematografie a potom s příchodem televize divák pasivně přijímá obsah a pokusy ho nějakým způsobem zatáhnout do hry jsou vždycky omezené nebo limitované technickými možnostmi.“

Aby do toho divák byl schopný nějakým způsobem vstupovat, aby ten vztah nebyl jenom jednosměrný, ale obousměrný, vyžaduje nějaké technické podmínky, které jsou samozřejmě obtížně realizovatelné.“ (Strnad 2023)

Interaktivní audiovizuální projekty v českém prostředí

Další okruh otázek směřoval na české prostředí, kdy bylo cílem zjistit, jestli si informanti myslí, že české prostředí je něčím specifické.

Michal Reitler tvrdí, že pro srovnání se zahraničím nemá dostatek informací. Zmiňuje, že v Česku stojí na interaktivitě pořady v rámci žánru Reality TV, kdy často probíhá různé hlasování. Popisuje ale, že nejde o žádný progresivní způsob využití interaktivity, z hlediska progresivnějších formátů má pocit, že v tomto ohledu v českém prostředí nic nevzniká. Popisuje, že interaktivita je nadstavba a že v Českém prostředí zatím nejsou kapacity se této nadstavbě věnovat.

„Pokud jde o reality entertainment, tam je to celkem přehledné, protože přebíráme světově funkční modely, kde ta interaktivita je. Vlastně pořad nutíme diváka se nějak interaktivně podílet. Všechny game show na tom stojí, v reality entertainment vyřazujete, hlasujete pro někoho, ovlivňujete ten obsah. Stáváte se aktivní součástí. Tohle vlastně není žádná progrese, ale čistě: "pojd'te se zapojit, bude vás to víc bavit." Pokud jde o progresivnější formáty, tak si myslím, že tady ta progrese momentálně není. Že by někdo hledal způsob, jak vtáhnout diváka do příběhu jinak než samotným příběhem.“ (Reitler 2023)

Milan Kruml si myslí, že v českém prostředí je nevýhoda v tom, že celý audiovizuální trh je oproti zahraničí zpožděný a trendy k nám přicházejí postupně. Kromě toho si nemyslí, že by mělo nějaká specifika.

„Já si myslím, že má jedinou nevýhodu, a to je to, že tady ten audiovizuální trh a celá ta branže byla a pořád ještě je zpožděná oproti tomu zahraničí. A trendy sem přicházejí se zpožděním a než na ně ty subjekty, které jsou na trhu důležité, zareagují, tak to trvá docela dost dlouho. Jinak si nemyslím, že by tady byly nějaké nevýhody.“ (Kruml 2023)

Pavel Strnad pak u českého prostředí z pohledu interaktivních formátů žádné specifikum nevidí.

„Já myslím, že je to všude stejné.“ (Strnad 2023)

Interaktivní audiovizuální projekty z producentského pohledu

Další důležitou oblastí výzkumu byly interaktivní projekty z pohledu producenta, nebo pracovníka v oblasti vývoje pořadů. Cílem bylo zjistit, co by informanty motivovalo k vývoji interaktivních audiovizuálních děl a co naopak vnímají jako překážku. Tento okruh je vnímán jako stěžejní, protože ukazuje přístup důležitých lidí v rámci současného českého audiovizuálního trhu k podobným projektům.

Michal Reitler popisuje, že ve vývoji interaktivních audiovizuálních děl ho odrazuje to, že hrozí ztráta směru. Popisuje, že při vývoji bychom museli velmi dobře rozumět tomu, kam diváka interakcí dovedeme.

„Co mě na tom odrazuje je, že vy, když necháte diváky vstoupit do tvorby obsahu, tak hrozí ztráta směru. Že ta interakce je, myslím, dobrý sluha, špatný pán. Respektive dobrý nástroj, ale blbě je, když vám to začne určovat, kudy to běží. Protože když vlezete na sociální sítě a řídil byste se tím, co si lidi myslí na sociálních sítích a jaká dovedou řešení, tak je to cesta opravdu do horoucích pekel. Toto je veliké nebezpečí interakce, když nemá jasně stanovená pravidla a není limitovaná čímsi.“ (Reitler 2023)

Milan Kruml tvrdí, že k vývoji interaktivního audiovizuálního díla by ho motivovala možnost doplnit divákovi informace, které mu není schopen předat v samotném pořadu. Ve využití interaktivity v hrané tvorbě nevidí velký smysl, ale dává mu smysl interaktivita u pořadů, kde diváci mají možnost se zapojit, ale nemusí. Zmiňuje například různé soutěže, nebo další non-fiction formáty.

„Já vám řeknu, co mě osobně by přimělo: možnost tímto způsobem doplnit divákovi informace, které mu třeba nejsem schopen dát v tom díle, které vzniká tradičním způsobem. A dám vám hned příklad – já jsem dělal na cyklu o historii televize československé. Kde ty díly byly 52 minut a byly podle žánru. A tam nemůžete dát všechno. A mně by se líbilo, kdyby ti lidé měli šanci, když o něčem mluví respondent, že v tom hrál tak, aby se na to podívali. Jo, a to je bohužel zatím opravdu otázka budoucnosti. Nejen kvůli technologii, ale kvůli právům. To je jedna z věcí, která je důležitá.“ (Kruml 2023)

Pavel Strnad nevnímá interaktivní formáty jako nic, po čem by v současné době byla poptávka, není to pro něj relevantní, a proto pro něj nemá smysl se tím zabývat. „Není

to v současné době nic reálného, takže pro mě ani nemá smysl se tím zabývat.“ (Strnad 2023)

Interaktivní projekty z pohledu zastupované instituce

Cílem tohoto okruhu bylo zjistit, jak se k interaktivním projektům staví instituce, kterou daní informanti zastupují. V případě Michala Reitlera se jedná o TV Nova, u Milana Krumla jde o Českou televizi a v případě Pavla Strnada o nezávislou filmovou produkci.

Michal Reitler popisuje, že kontext konzumace obsahu se v posledních letech výrazně mění. Popisuje, že vyrůstá generace, která už nevyrostla na televizi, ale na notebooku a platformách a že to pravděpodobně ovlivní jejich chování v budoucnu. Vnímá, že platformy mají oproti televizi výrazně vyšší dynamiku, a z toho důvodu má pocit, že bude interaktivita nezbytná, především z hlediska programování obsahu. Michal Reitler také popisuje, že se na Nově za nepoměrně menší peníze ve srovnání například s Českou televizí snaží vyrábět obsah, který je naléhavý, což je samo o sobě těžké, a nedokáže si představit do toho zapojovat ještě interaktivitu.

„My jsme ve fázi, kdy se snažíme za nepoměrně menší peníze, než má ČT, a to vůbec nemluvíme o HBO, vyrábět hraný obsah, který je nějak naléhavý. To samo o sobě je těžké. A to se ještě nebavíme o tom, že by byl interaktivní. A tou interaktivitou samozřejmě ztrácíte naléhavost. Protože do toho vstupuje nějaký formální prvek, který bourá jednu stěnu a pouští vás dovnitř. Ten prožitek se tím nutně snižuje, protože je to prostě formální zásah.“ (Reitler 2023)

Milan Kruml vnímá, že veřejnoprávní média, takže i Česká televize, ve které pracuje, mají poměrně dilema, protože je jim jasné, že vývoj jde rychle kupředu a televize nemůžou zůstat na místě. Zároveň ale vnímá, že veřejnoprávní televize musí vysílat pro všechny a musí vědět, jaké má složení publika. Není tedy možné opomíjet například starší publikum a je potřeba to nějakým způsobem kombinovat a zvažovat, což podle Milana Krumla není jednoduchá situace.

„Já si myslím, že veřejnoprávní média, a Česká televize se tomu nevymyká, mají trošku dilema. Protože na jednu stranu je jim jasné, že vývoj jde poměrně rychle dopředu a že televize nemůžou zůstat stát na místě. A čekat s tím, že naši diváci jsou spokojení a

my nic dělat nebudeme. Na druhou stranu ale samozřejmě, vy vysíláte pro všechny. Pořád musíte vědět, jaké složení toho publika máte. A když tam máte těch mladších lidí málo, tak samozřejmě musíte usilovat o to, abyste jich nabral víc. Ale neznamená to, že se vykašlete na ty starší. To znamená, vy to pořád musíte nějakým způsobem kombinovat a zvažovat. Není to úplně jednoduchá situace.” (Kruml 2023)

Pavel Strnad má na interaktivní filmy skeptický pohled a vzhledem k tomu, že zastupuje svoji vlastní filmovou produkční společnost¹¹, tak názor na interaktivní filmy je z pohledu jejich společnosti totožný jako jeho osobní názor. Zároveň zmiňuje, že nezná nikoho z jiných filmových produkcí, kdo by se interaktivním filmům věnoval.

„Já upřímně neznám nikoho, kdo by pracoval na interaktivním audiovizuálním díle. Jedinou výjimkou jsou muzejní a galerijní instalace.” (Strnad 2023)

Budoucnost interaktivních audiovizuálních projektů

Důležitou oblastí, kterou si výzkum kladl za cíl prozkoumat, byla oblast budoucnosti interaktivních audiovizuálních projektů. Snahou bylo zjistit, jestli mají dle informantů podobné projekty v budoucnu své místo na audiovizuálním trhu a případně jestli je napadá nějaký nový způsob, jakým by se dala interaktivita v audiovizi využít.

Michal Reitler tvrdí, že z jeho zkušenosti neumí divák příběh sám vytvořit a polemizuje nad tím, jakým způsobem vzít interaktivitu do vědomí. Z hlediska budoucího využití mluví hodně interaktivitě v programování a o personalizaci audiovizuálního obsahu na míru divákovi a myslí si, že právě personalizace obsahu bude do budoucna ještě intenzivnější.

„Kontext konzumace obsahu se opravdu výrazně mění. Vyrůstá generace, která nevyrostla na televizi, ale vyrostla na notebooku a na platformách. To je, pokud jde o nějaký obsah, řekněme zjednodušeně, televizní – fikční. K tomu vám vzniká obrovský objem generovaný sociálními sítěmi, TikTokem, čili velikánské množství malého obsahu, a k tomu ještě celý herní svět. Takže ten trh s příběhy se vlastně zdrcnul, protože vy

¹¹ Společnost Negativ s.r.o. ve které jedním ze čtyř společníků a jednatelů.

*konkurujete, nebo nezdrnul, ale vlastně konkurujete tomu největšímu konzumentovi a to je mobil a herní konzole. [...] Čili myslím si, že ten trend nezbytně směřuje k tomu, že musíme vzít do hry, že diváci budou víc slyšet na svoje životní potřeby. A od nich budou odvíjet to, kde a na jaký obsah se budou dívat než opačně. [...] Čili v téhle oblasti, kam to míří, a jestli ta interaktivita je výstřelek nebo budoucí nezbytnost – spíš si myslím, že je to nějaká budoucí nezbytnost, protože prostě interaktivní už to je. Ať chcete nebo ne-
chcete.“ (Reitler 2023)*

Milan Kruml si jako jedno z možných budoucích využití interaktivních prvků představuje například doplňkový obsah, který by nesl především informační hodnotu. V tomto případě však upozorňuje nejenom na technologickou náročnost, ale i na právní aspekty, které by se mohly dotýkat například nějakého archivního obsahu. Milan Kruml obecně není zastáncem interaktivity v hrané tvorbě, ale interaktivita mu dává smysl například v non-fiction formátech, kde divákům, kteří se chtějí zapojovat dává tu možnost, ostatní ale do interaktivity nenutí.

„V současnosti ta nabídka na internetu, která je, tak už začíná být velmi nepřehledná. Vy pomocí toho HbbTV tlačítka najednou máte šanci toho diváka lépe vést. Jste schopni ho provést rychleji, třeba i tou videotékou, kterou máte. To znamená, ta snaha o větší využívání této možnosti tady určitě bude a bude v budoucnosti sílit.“ (Kruml 2023)

Pavel Strnad polemizuje nad tím, že by potenciálně do filmové tvorby mohla v budoucnu zasáhnout umělá inteligence, která by mohla tvořit příběhy a filmy na přání. Jinak si budoucím využitím interaktivity není jistý, ale nevylučuje ho.

„Třeba se zanedlouho ukáže, že AI je skvělá věc, která vám bude schopná generovat příběhy podle toho, jak si je budete vymýšlet. A třeba se najde nějaký způsob, kdy to zaklapne a bude to fungovat. To se může stát, ale v současném způsobu výroby audiovizuálních děl, která jsou skriptovaná, natočená, sestříhaná, dokončená a pak hotová prezentovaná divákovi, tak vlastně ta interaktivita jde úplně proti tomuto výrobnímu procesu.“ (Strnad 2023)

10 Diskuse: Potenciál využití interaktivity v české filmové a televizní tvorbě

Tato kapitola si klade za cíl propojit poznatky získané studiem literatury a odborných článků a metodou *desk research* s daty získanými z kvalitativních rozhovorů s významnými českými producenty a mediálními analytiky. Formou kvalitativních rozhovorů byl zjišťován jejich pohled na interaktivní formáty, úskalí a příležitosti, které tyto formáty nabízí.

Interaktivita v audiovizuální tvorbě může mít velké množství různých podob a dotýká se spousta oblastí. Tato kapitola si klade za cíl propojit výsledky kvalitativní studie se souvislostmi, které se dotýkají přemýšlení nad způsobem využití interaktivity v české filmové a televizní tvorbě.

10.1 Cílová skupina interaktivních audiovizuálních formátů

Při zkoumání potenciálu využití interaktivity v českých filmových a televizních projektech je zásadní si uvědomit, že samotný interaktivní žánr audiovizuálních má dle odpovědí informantů má do jisté míry omezenou cílovou skupinu. Je tedy důležité se pokusit definovat, jak velká je potenciální cílová skupina těchto projektů, protože právě velikost této skupiny může být jedním z rozhodujících faktorů televizních a filmových producentů při úvahách o vývoji nebo výrobě podobných projektů. A to i vzhledem k nákladům na podobné projekty, které jsou vzhledem k jejich povaze vyšší než u běžných audiovizuálních děl s lineární narativní strukturou a bez možnosti do díla nějak zasahovat.

Podle informantů se obzvláště televize může na první pohled jevit jako veskrze pasivní médium. „Obecně se zdá, že se jedná o pasivní, relaxační způsob, jak se pobavit, informovat nebo vzdělávat: po náročném dni práci, třeba u počítače, je to poslední, co

*bychom chtěli dělat, je sedět a klikat u televize, hádat se s rodinou, kam má příběh pokračovat.*¹² (Stewart 1998, s. 15)

Stewart (1998, s. 16) nicméně toto tvrzení dále částečně vyvrací a tvrdí, že sledování televize vlastně nikdy nebylo nutně pasivním. Tvrdí, že naopak televize může být důležitý mediátor a vyvolávat debaty a interagovat s pořady a dalšími diváky.

Michal Reitler (2023) k tomu přistupuje ještě z obecnější perspektivy: *„Interaktivita, vlastně vůbec sdílení obsahu je interaktivní už v té základní úrovni – že někomu ukazuje svět, který je podobný jeho světu. Čili on si porovnává svou vlastní zkušenost se zkušeností, na kterou kouká. [...] V zásadě je interaktivita daná tím, že aktivně porovnáváte vlastní životní zkušenost, s tou zkušeností postav, kterou tam máte.“*

Stewart (1998, s. 17) následně dodává, že právě z aktivních uživatelů se můžou stát interaktivní uživatelé.

Jak je ale velká část diváků, která se chce stát aktivními – interaktivními uživateli? Milan Kruml (2023) si myslí, že je to menšina. *„Ale teď je otázka, jak velká menšina to je. Ona se postupně zvětšuje, protože ta interaktivita je čím dál tím jednodušší z hlediska přístupu.“* Popisuje, že podle něj tato skupina bude do budoucna růst právě díky většímu přístupu k těmto technologiím. Zdůrazňuje ale, že je podle něj stále větší část populace, která považuje konzumaci audiovizuálního obsahu za relax, a nečeká, nevyžaduje a ani nechce žádnou aktivitu vyvíjet.

Podobný názor má i Michal Reitler (2023), který si myslí, že je část diváků, která vyloženě touží něco ovlivňovat a interagovat s dílem a druhá část diváků, kterou to pouze baví sledovat. Reitler také dodává, že ve chvíli, kdy vložíme interakci do samotného příběhu, tak otevíráme prostor pro hravé lidi, které však tvoří pouze určitý segment a ostatní diváky to může obtěžovat.

¹² Originální znění citace: „Generally it appears to be a passive, relaxing way of being entertained, informed or educated: after a hard day working, maybe at a computer, the last thing we want to do is sit and click round the TV, arguing with the family about where to go next“, vlastní překlad autora.

V tomto kontextu pak dává smysl například způsob, jakým k interaktivitě přistupuje švédská televize SVT, která pomocí aplikace *Duo* (Sveriges Television AB 2022) dává divákům možnost interakce, zároveň ale druhé skupině diváků nechává prostor toto dění pouze sledovat.

Jeremy Orlebar (2012, s. 123) ve své *Knize o televizi* tvrdí: „*Přitažlivost televizního sportu, obzvláště fotbalu, pro diváky byla ještě zvýšena zavedením interaktivních služeb doplňujících přenosy zápasů. Kolem 40 procent předplatitelů kanálů Sky Sport Active sleduje fotbalové zápasy interaktivně. Digitální technologie jim umožňuje, aby si vybírali z textových informací vztahujících se k utkání a volili úhly kamery, z nichž je zápas zobrazován na jejich televizní obrazovce.*“

Procento předplatitelů, u kterých Orlebar (2012, s. 123) uvádí, že sledují fotbalové zápasy interaktivně, nám může pomoci vytvořit představu o velikosti této skupiny. Je však potřeba vzít v potaz, že tento odhad může být velice nepřesný a může být také velmi odlišný v případě hrané a zábavní tvorby. Roli můžou hrát také lokální specifika a v průběhu let se toto číslo mohlo proměnit. Toto číslo je však v souladu s tvrzením Milana Krumla (2023), který si myslí, že aktivních diváků je menšina.

Pavel Strnad (2023) má však ještě radikálnější názor a myslí si, že divácká poptávka po interaktivních projektech je minimální. „*Pokud by existovala na trhu taková poptávka po tom, aby si diváci mohli určovat děj filmu, tak by určitě vznikl nějaký takový žánr a vyráběly by se filmy, které by umožňovaly nějakým způsobem ten děj modifikovat na základě diváckých požadavků. Ale nic takového není.*“ (Strnad 2023). Jeho názor koresponduje s názorem Milana Krumla, i tvrzením Jamese Stewarta v tom smyslu, že si myslí, že většina diváků audiovizuální díla vnímá jako pasivní zábavu. „*Principiálně si myslím, že masové publikum nebo mainstreamoví diváci, zkrátka většina diváků audiovizuální díla konzumuje jako entertainment jako nějakou volnočasovou aktivitu, ve které nechtějí být aktivně zapojení, chtějí se spíš pasivně nechat bavit.*“ (Strnad 2023). Strnad dále předpokládá, že je tu určitě nějaká část publika, která by interaktivitu ocenila a chtěla by se zapojit, dle jeho názoru je ale výrazně menšinová a myslí si, že se jedná o řádově jednotky procent. „*Nemám pocit, že by vznikal celý jeden velký segment interaktivních filmů. Takže důkaz realitou je ten, že diváci po tom úplně neprahnou.*“ (Strnad 2023)

Názor Pavla Strnada je ze všech odhadů velikosti potenciální skupiny nejradiálnější.

Důvodem může být fakt, že Strnad pochází z čistě filmového prostředí, kde může být pro interaktivní projekty menší místo než v případě televize. Každopádně všichni informanti se shodují na tom, že potenciální cílová skupina interaktivních audiovizuálních projektů je do značné míry omezená, což může být jeden z hlavních faktorů, které hrají proti vývoji interaktivních filmů a pořadů.

10.2 Pocity ovlivňující divákův zážitek z filmu

V širším kontextu je důležité si uvědomit, že televizní, či filmový zážitek diváků je částečně determinován jejich sociálními pozicemi ve společnosti a rozdíly mezi individuálními diváky a rodinným publikem jsou značné, jak v jednotlivých kulturách a národech, tak mezi nimi (Orlebar 2012, s. 70).

To, jestli si lidé film užijí a jejich výsledný zážitek z filmu je úzce spojen s jejich emočním prožitkem (Young 2012, s. 115). V širším kontextu se tak může jednat jak o emoční prožitek vyvolaný samotným filmem, tak prožitek z jeho sledování, který může být ovlivněný například sdílením zážitku s blízkou osobou.

Toto hraje důležitou roli především proto, že určité typy interaktivních projektů jsou spíše individuální zážitek. Toto platí především u projektů pro virtuální realitu, kdy si každý divák odnese svůj specifický zážitek, který nemá možnost v reálném čase sdílet s blízkou osobou.

Emoční prožitek však můžou vyvolat i samotná možnost, nebo nutnost interakce v audiovizuálním díle. Z kvalitativního výzkumu prováděného se společností Kantar (Voleková et al. 2020) vyplynulo, že například časové omezení na interakce v případě dalšího směřování příběhu u některých účastníků vyvolávalo stres, který potom negativně ovlivnil zážitek z celého díla. Z výzkumu také vyplynulo, že pokud by se měli účastníci měli rozhodovat například o důležitých životních rozhodnutích, bylo by to pro ně lákavé. Někteří uváděli, že by to pro ně bylo lákavé z důvodu pocitu nebezpečí, který dovoluje divákovi prožít situace se kterými se v běžném životě nesetká. Jeden z respondentů uvedl i určitou ambivalenci: „*Bylo by to lákavé, ale i stresující.*“ (Voleková et al. 2020) Právě stres může být do jisté míry stimulující (Večeřová-Procházková, Honzák 2008, s. 189) a může to být tak určitý faktor, který zesílí náš zážitek.

Za povšimnutí stojí vyjádření Aleny Činčerové ohledně uvedení *Kinoautomatu* v televizi, které Radka Fuksová (2011) cituje ve své práci. Alena Činčerová tvrdí, že její otec z počátku nesouhlasil s promítáním *Kinoautomatu* mimo kinosál. „Říkal totiž, že největší kouzlo *Kinoautomatu* spočívá v kolektivní hře při hlasování v kinosálu. Společný prožitek z toho vlastně dělá tu velikou atrakci“ (Činčerová 2007, s. 44–48). To stejné si myslí i Michal Reitler (2023): „ten okamžik, kdy jste všichni spolu a jste všichni na stejné křižovatce a přeskupujete se, je vlastně princip té zábavy.“

Koresponduje s tím i názor Pavla Strnada (2023), který vnímá interaktivní projekty především jako eventovou záležitost a například *Kinoautomat* přirovnává spíše k živému vystoupení, než filmu. „*Kinoautomat* se pak hrál v Praze, ale bylo to v zásadě živé vystoupení uváděné poměrně známými herci (např. Miroslav Horníček nebo Eduard Hrubeš) a ten děj byl diváky ovlivňován v nějakých dobře vymyšlených trajektoriích.“ (Strnad 2023)

Tento společný prožitek je právě to, co chybí při individuální konzumaci například skrze virtuální realitu, nebo VOD platformu a může to tak do jisté míry negativně ovlivnit celý divácký zážitek. Reitler (2023) polemizuje nad tím, jaký projekt by mohl fungovat i při individuální konzumaci. Zmiňuje například knížku Patrika Hartla, která popisuje příběh sourozenců a z každé strany knihy čteme příběh z perspektivy jednoho z nich. „A jste překvapený, jak různé světy oni dva vidí. Přesto že jsou ve stejných situacích. A to se dá, že to čtete dvakrát. Dokonce je to docela ekonomické, protože vy dostanete dva filmy za cenu 1 a půl filmu, když jsou to podobné situace. A tohle můžete samozřejmě dát na tu platformu, že se buď kouknete na její příběh nebo nejdřív na její a pak na jeho.“ (Reitler 2023)

Individuální konzumace však může mít svá úskalí. Jedna z možných emocí, které u diváka na konci může vyvolat je pocit, který by se dal vzdáleně přirovnat k dnešní době velmi diskutovanému jevu *FOMO* – tedy „*fear of missing out*“, pocitu strachu z toho, že nám něco důležitého a vzrušujícího uniká, nejčastěji spojovaného s nějakou událostí. (Oxford University Press 2023)

V mírně posunutém významu by se tak *FOMO* dalo vnímat i jako jeden z možných pocitů po zhlédnutí jedné z více možných narativních linek interaktivního filmu. Divák může mít na konci pocit, že mu kvůli učiněným rozhodnutím uniká jiná narativní linka, která mohla být zajímavější a více vzrušující. Případně se divákovi nedostaví pocit

katarze a doufá, že by mu jiná příběhová linka tento pocit mohla poskytnout. Ve výsledku se tak zážitek z interaktivního filmu může změnit v hon za všemi možnými linkami příběhu a divák z toho může být do jisté míry frustrovaný.

Tuto teorii by mohla do jisté míry potvrzovat slova Ivana Vágnera (1995, s. 51), který píše, že se na výstavě EXPO v roce 67 při prvním uvedení *Kinoautomatu* pokoušely domlouvat skupiny lidí na společném hlasování tak, aby prozkoumaly dosud neprobádanou variantu příběhu. Vágner ve své knize následně cituje ze záznamu divadelní hry Ivana Vyskočila (1980): „*Člověka dnes macerovaného interpretacemi už nezajímá jen jak to s tím Hamletem dopadne, jestli to dotáhne do konce či ne. Jeho zajímá, jak by to s ním bylo dopadlo kdyby byl Laertes prozíravější, kdyby se byl Polonius prostě nenechal zapíchnout „jako nějaké podsvinče“.*“

Sumeet Singh Lamba (2021, s. Kapitola 1) tvrdí, že pojem *FOMO* poprvé popsal a identifikoval v roce 2000 marketingový stratég Dan Herman (2000). Pojem se tedy ustálil až po vydání Vágnerovi knihy a uvedení Vyskočilovy divadelní hry. Z dnešní perspektivy se nabízí na jejich poznatky nahlížet právě skrze tento popsany fenomén.

Naopak, výhodou interaktivních projektů však může být to, že divákovi dodávají pocit kontroly. Orlebar (2012, s. 123–124) popisuje, že televizní zobrazování sportu většinou oslovuje diváka jako svědka událostí. Tyto interaktivní prvky však divákovi nabízí větší zapojení, má za cíl strhnout divákovu pozornost, pravděpodobně tím, že mu nabízí určitou míru kontroly. Sportovním přenosům se sice tato práce nevěnuje, avšak důvody, které Orlebar zmiňuje ale dávají smysl i v kontextu hrané a zábavní tvorby. V tomto smyslu se vyjadřuje i Michal Reitler (2023): „*Výhodou interakce je, že ten projekt je víc diváka.*“ Reitler však dále mluví jen o určité iluzi. Popisuje, že příběh musí mít pevně danou kostru a tvůrce musí přesně vědět, čeho chce dosáhnout. Divákovi pak vzniká pouze nějaká iluze, že něco ovlivnil. Reitler ale také varuje, že je v tom schované velké nebezpečí toho, že se celý příběh může zbořit, pokud to není dostatečně dobře připravené.

Interaktivní prvky v audiovizuálních projektech tak mohou u diváků vyvolat různé pocity, které můžou jak pozitivně, tak negativně ovlivnit výsledný divácký zážitek a pro producenty to může tak být další komplikace, kterou musí brát při vývoji podobných projektů v potaz.

10.3 Propojení obsahu a formy

Důležitým bodem k zamyšlení nad celým zkoumaným tématem je role formy audiovizuálního díla – tedy formy obsahující interaktivní prvky – a samotného obsahu audiovizuálního díla. Tyto úvahy vedou k zamyšlení nad několika věcmi. Nemůže se stát, že příliš velké lpění na formě způsobí opomenutí důležitosti obsahu? Toto vede k ještě mnohem důležitější otázce. Jakou roli má interaktivní forma plnit?

Otázkou je, zdali by například *Kinoautomat* fungoval sám o sobě bez interaktivních prvků. Obstál by příběh Miroslava Horníčka bez interaktivního elementu? Byl by pro diváky samotný příběh dostatečně zajímavý? Pravděpodobně můžeme soudit, že by tomu tak nebylo. V souvislosti s *Kinoautomatem* bylo v některých zdrojích použito slovní spojení *fabulační hříčka* (Malý, Procházka, Zapletal 2010, s. 96) a můžeme díky tomu usuzovat, že zde absence hlubšího obsahu nebyla nutně na škodu, protože to nemuselo být cílem tohoto projektu.

Otázkou ale zůstává, jak je to s vyvážením interaktivní formy a obsahu u audiovizuálních projektů, které vznikají v dnešní době.

Milan Kruml (2023) si myslí, že pro úspěch je zásadní kvalitní obsah a polemizuje nad tím u kterého formátu by byla interaktivita využitelná. „[...] je to věc, kterou já si vůbec nejsem jistý. Jakým směrem se vydat. Když byste chtěl mít nějakou interaktivitu spojenou s nějakým seriálem. Dobře, dokážu si představit, třeba u minisérie *Iveta*, tam bych věděl – *archive*, a jak to vypadalo ve skutečnosti – a teď jsme ten pořad natočili znova. To jo, to je bezva. U těch věcí, které jsou, jak oni říkají, *dobový*, tak tam si to dokážu představit docela dobře. Ale u věcí, u dramatu, které je současné...” (Kruml 2023) Kruml dále zmiňuje problematiku akvizic a zamýšlí se nad tím, jestli je možné z licenčního hlediska k akvizičním pořadům vůbec nějaké interaktivní prvky přidávat.

Michal Reitler (2023) si myslí, že i u samotné interaktivity je potřeba přemýšlet ve smyslu obsahové nadstavby audiovizuálního díla a v případě zapojení interaktivních prvků do samotného díla je potřeba vytvořit nějaký herní princip, který umožní vstup diváka. Reitler ale zdůrazňuje, že to musí být důsledek, respektive eskalace toho vyprávění.

Reitler popisuje tuto obsahovou nadstavbu na hypotetickém příkladu projektu. *„Jestli je to projekt zaměřený na noční můry, jak se jich zbavit, a vy divákovi umožníte, si tu noční můru prožít, tak je to nějaká terapie. Na začátku toho projektu musí být rozhodnutí, že to s tímto účelem děláte.“* (Reitler 2023) Toto skvěle koresponduje s českým projektem *Tmání*, popsáním v kapitole 6, který něco velmi podobného umožňuje.

Reitler popisuje, že samotná forma většinou nestačí. Myslí si, že interaktivita v audiovizuálním díle musí souviset s důvodem proč a komu to vyprávíme.

Zároveň je ale Michal Reitler otevřený i možnosti, že by interaktivita byla čistě formální. *„Může to být formální, jenom ta formálnost musí být čerstvá. Jinak vás to nebaví. Prostě musí vám to otevřít něco, co byste jinak nečekal.“* (Reitler 2023) Toto může být i jeden z důvodů, proč například *Kinoautomat* fungoval jen po určitou omezenou dobu a po čase o něj zájem opadl. Je možné, že by podobné projekty stihl stejný osud a jednalo by se jen o nějakou krátkodobou záležitost.

Pavel Strnad (2023) je k interaktivním filmům a audiovizuálním dílům obecně skeptičtější. Rozvíjí myšlenku, že by interaktivita mohla fungovat například ve smyslu, že si divák určuje, jakým způsobem bude příběh snímáný, v tomto kontextu ale naráží na to, že způsob snímání vlastně určuje to, co divákovi audiovizuální dílo předá.

Celkově se dá říct, že forma musí být v souladu s obsahem, aby byl koncept dlouhodobě udržitelný. Krátkodobě můžou pravděpodobně fungovat i projekty založené čistě na prozkoumávání formy interaktivního média, je však nepravděpodobné, že by se z něčeho takového mohl stát nějaký nový fenomén, nebo udržitelný koncept pořadu.

V případě užití interaktivity formou nelineární narativní struktury popsané v předchozí části může být velmi složité udržet obsah v koherenci s formou tak, aby forma sloužila obsahu a nikoliv naopak.

10.4 Výstřelek, nebo pevná součást spektra audiovizuálních projektů?

Chris Hales ve svém článku, který vyšel v odborném časopise *Digital Creativity* věnovaného *Kinoautomatu* zmiňuje pozoruhodnou věc: *„Jak můžeme vidět, film přešel*

z celosvětové senzace v roce 1967 do totálního zapomnění v roce 1974“ (Hales 2005, s. 55).

Kinoautomat se v Praze uváděl od ledna 1971, kdy se z počátku uváděl s velkým ohlasem (Janošec, Bělohavý, Lokaj 2009, s. 10:15-10:20). Oficiální důvod, proč se *Kinoautomat* postupně přestal v roce 1972 v kině Světozor uvádět byla jeho nepohodlnost tehdejšímu režimu (*Zašlapané projekty - Kinoautomat* 2009, s. 13:00-14:00). Některé těžko ověřitelné zdroje (Příspěvodatelé Wikipedie 2023; Uživatel ČSFD s přezdívkou „sator“ 2023) ale tvrdí, že o projekce postupně přestal být zájem a začalo na ně chodit čím dál méně lidí a zákaz uvádění tehdejším režimem dokonce označují za „ránu z milosti“. Trend úpadku návštěvnosti s postupem času však můžeme pozorovat na většině filmů v kinodistribuci, což je zřejmé například ze statistik Unie filmových distributorů (2023), takže se v tomto ohledu nejedná o nic překvapivého.

Z těchto reakcí můžeme soudit, že se v případě *Kinoautomatu* jednalo spíše o krátkodobou senzaci, která po pár letech opadla a nedočkala se hlubšího ukotvení v rámci filmové a televizní tvorby následujících let.

Michael Naimark, umělec, výzkumník a producent v oblasti virtuální reality a nových médií ve svém starším článku polemizuje nad tím, jestli je interaktivní umění jako takové vůbec dobrý nápad (1997). Ve svém textu srovnává první dvě dekády interaktivního umění s prvními dvěma dekádami umění výtvarného, fotografie nebo filmu jako takového a tvrdí, že interaktivní umění zdaleka nedosáhlo takových kvalit a ohlasu, jako jiné typy umění ve svých prvních 20 letech. Dva ze čtyř projektů, které zmiňuje ve svém textu, jsou projekty Radúze Činčery – *Kinoautomat* a *Kinolabyrinth*. Na konci svého textu však uvádí, že nevěří, že interaktivní umění je špatný nápad a že 20 let je krátká doba na to, aby se nový žánr zcela rozvinul: „*Nejvyšší zkouškou dobrého umění je čas.*“¹³ (Naimark 1997)

Obstálo však interaktivní umění čtvrt století po vydání Naimarkova textu? Podle čeho ale hodnotit, jestli interaktivní umění uspělo, nebo neuspělo? Jeden z faktorů, které můžou hovořit pro úspěch interaktivního umění a interaktivních audiovizuálních

¹³ V originálním znění: „The ultimate test of good art is the test of time.“, vlastní překlad autora.

projektů je fakt, že mnoho významných filmových festivalů zavádí sekce věnované virtuální realitě a interaktivním projektům.

Bernard Perron (Perron et al. 2008, s. 233) ve svém 15 let starém článku píše, že interaktivní filmy jako fenomén téměř vymizel a že je nemožné na ně nahlížet bez negativních konotací. Skeptický je také James Curran (2010, s. 19–33), který doporučuje opatrný přístup a tvrdí, že technologické vymoženky v televizi zřídka naplní svoje přísliby.

Nada Elnahla (2020, s. 507) ve svém odborném článku také zmiňuje filmovou adaptaci novely *Sugarcane Island*, kvůli které bylo v 90. letech osazeno 42 amerických kin tlačítkovým systémem na divácké hlasování. Při popisování tohoto projektu vychází z novinového článku Lisy Napoli (1998), který popisuje, proč tyto projekty nebyly úspěšné. Jako hlavní důvody uvádí jak nepřijetí odbornou kritikou a nezájem publika. Nezájem publika je faktor, který ve své výpovědi zmiňuje také Pavel Strnad (2023). Lisa Napoli (1998) zmiňuje však také nízký rozpočet na marketing projektu. Její článek nese titul *Interactive Filmmakers Hope to Make a Comeback*. Povedl se však tento comeback?

Například Netflix však v posledních době vyprodukoval několik různých interaktivních projektů. Minimálně nějakým způsobem tedy u publika tyto projekty rezonují, když stojí za pozornost také významným filmovým festivalům, které zřizují speciální sekce pro imerzní interaktivní projekty. Můžeme však polemizovat nad tím, zdali tento současný zájem ze stran festivalů o interaktivní projekty mj. ve virtuální realitě nestihne stejný osud, jako stihl *Kinoautomat* na svém českém uvedení na začátku 70. let, kdy zájem postupně vyprchal.

10.5 Interaktivita v programování v kontextu VOD platforem

James Orlebar (2012, s. 17) tvrdí, že moderní diváci chtějí mít pod kontrolou, na co se dívají a především kdy se na to dívají. Díky rozšíření VOD služeb si divák čím dál více sám rozhoduje o programovém schématu a o tom, kdy bude televizi sledovat a stává se tak aktivním účastníkem.

Michal Reitler (2023) mluví o tom, že si myslí, že v budoucnu bude v programování hrát interaktivita čím dál větší roli. „Už to děláme tím, že jsme schopni sbírat data, jak

se diváci chovají a co preferují. Čili to se děje. Dělá se to odjakživa, jenom teď ta data jsou natolik přesná a je jich natolik dost, že když to umíme dobře vyhodnotit, tak vlastně oni to ovlivňují naprosto. Váš Netflix vypadá jinak než můj. To je takhle jednoduché. Už vám nabízí věci, co chcete vy, aniž byste to věděl, co odpovídá víc vašemu vkusu. Čili ty cookies na to míří. Interaktivita už tady je, ať chcete nebo nechcete.“ (Reitler 2023) Reitler dále popisuje, že si určitě myslí, že personalizace obsahu bude v budoucnu ještě rozšířenější.

Milan Kruml (2023) si všímá obrovského zahlcení multimediálního trhu a z toho pramenící ztráty přehlednosti v nabízeném obsahu. *„Ty velké médiatény nebo videotény bohužel už začínají být taky málo přehledné. Mají i třeba problém s řazením do žánru atd. Ale to všechno není tak podstatné jako to, že tam vám vlastně ta interaktivita může pomoci, ale není to interaktivita opravdu s konkrétním pořadem, ale spíš se systémem.“ (Kruml 2023) V tomto kontextu bude tedy v budoucnu pravděpodobně čím dál důležitější divákovi personalizovat obsah na míru a zpřehledňovat mu širokou nabídku audiovizuálního obsahu. Personalizace obsahu pak může probíhat právě na základě interakce diváků s platformou, jejich výběrem a preferencemi.*

Způsob konzumace obsahu se během posledních let proměňuje a Michal Reitler si myslí, že zásadní zlom ještě přijde a tato změna bude souviset především s generační proměnou a změnou způsobu konzumace obsahu. Jako největší konkurenci pro audiovizuální obsah pak vnímá mobil a herní konzole. Vyplyvá z toho tedy, že pokud chtějí producenti a instituce udržet krok s dobou, budou pravděpodobně muset tento trend reflektovat a přizpůsobovat mu svůj obsah a způsob jeho distribuce.

Téma interaktivity, kontroly a iluze kontroly v rámci Netflixu zpracovává například Anette Markham s týmem výzkumníků (2018). Zkoumají, jakým způsobem ovlivňuje interaktivita v rámci platformy naši zkušenost. *„Netflix začíná svou uživatelskou cestu s myšlenkou, že platforma přináší obsah na základě toho, jak se uživatelé uživatel se systémem interaguje. Pokud uživatel zvolí své preference, systém použije svůj algoritmus, aby zobrazil pouze obsah, který si uživatel přeje.“ (Markham, Stavrova, Schlüter 2018)*

Zdá se, že interaktivita bude v budoucnu hrát čím dál větší roli v programování, především v kontextu konzumace obsahu právě skrze VOD platformy. Interaktivita může být v tomto případě i skrytá, ve smyslu, že obsahová podoba platformy se mění na

základě toho, jak divák s platformou interaguje a jak se na ní chová, bez toho, aniž by divák přímo věděl, že svých chováním ovlivňuje podobu platformy. Michal Reitler (2023) k tomuto tématu dodává: „Čili v téhle oblasti, kam to míří, a jestli ta interaktivita je výstřelek nebo budoucí nezbytnost – spíš si myslím, že je to nějaká budoucí nezbytnost, protože prostě interaktivní už to je. Ať chcete nebo nechcete.“

Interaktivita v programování obsahu a jeho distribuci je oblast, kterou by mohl být směřovaný jeden z dalších výzkumů. Téma by pro výzkum mohlo být relevantní i vzhledem ke generační proměně o které mluví Michal Reitler.

10.6 Praktické aspekty produkce interaktivních filmů

V práci, která se věnuje potenciálu využití divácké interaktivity, je důležité vzít v potaz také praktické aspekty vývoje a výroby těchto formátů.

První z aspektů je technologická náročnost podobných projektů. Z hlediska jednotlivých forem distribuce se tomuto aspektu více věnovala kapitola 8, většina forem distribuce ale má společné to, že se vymyká běžným formátům a potřebuje speciální technologickou přípravu, která je obvykle spojena s dodatečnými náklady.

Pavel Strnad (2023) vnímá roli diváka primárně jako pasivního příjemce obsahu, a proto také není interaktivním audiovizuálním projektům, se kterými se pojí mnohé praktické komplikace, příliš nakloněn. „*Historicky od začátku kinematografie a potom s příchodem televize divák pasivně přijímá obsah a pokusy ho nějakým způsobem zatáhnout do hry jsou vždycky omezené nebo limitované technickými možnostmi.*“ (Strnad 2023) Strnad dále popisuje, že tyto technické komplikace spojené s podobnými projekty jsou natolik velké, že především u distribuce pro masové publikum je to nepřekonatelná překážka. Interaktivní projekty¹⁴, které v českém prostředí vznikly, vnímá jako specifické případy, které jsou těžko replikovatelné.

Kromě technických komplikací jsou s interaktivními audiovizuálními formáty spojené také vyšší náklady na samotnou výrobu. Pokud bereme v potaz projekty s nelineární

¹⁴ Pavel Strnad v rozhovoru zmiňoval konkrétně *Kinoautomat* a *Rozpaky kuchaře Svatopluka*.

narativní strukturou, tak navýšení nákladů logicky souvisí s větším množstvím potřebného materiálu, který poskládá několik narativních linek. V případě projektů pro virtuální realitu je nákladnost projektu spojená s technickou náročností přípravy takového filmu.

Michal Reitler (2023), který dříve z pozice kreativního producenta v České televizi uvažoval o produkování interaktivního seriálu na více kanálů, uvádí dva hlavní důvody, proč se do podobného projektu nakonec nepustil. Zmínil, že takový projekt by byl zprve nákladný a zadruhé nejistý.

Stejného názoru je i mediální analytik Milan Kruml (2023), který souzní s Michalem Reitlerem v tom, že výroba podobných typů pořadů má nejistý výsledek. Kruml také popisuje to, že je komplikace přílišná náročnost sladění obsahu. *„Abych se zabýval dejme tomu natáčením seriálu a k tomu se ještě zabýval tím, jak interaktivně, jaké všechny interaktivní prvky na to natáčení a ten scénář můžou působit, na to nemám kapacitu. Nemá na to, podle mě, dneska téměř žádná televize“* (Kruml 2023). Kruml si myslí, že v kombinaci s nejistotou výsledků je to důvod, proč jsou k podobným formátům postoje českých subjektů obezřetnější.

V kontextu veřejnoprávních médií je pak dle Milana Krumla (2023) důležitý kontext toho, že vysílá pro všechny. A přesto, že je důležité, aby veřejnoprávní televize držela krok s dobou a měla by se snažit oslovovat i mladé publikum, tak je důležité, aby stále tvořila i pro to starší. Podle Milana Krumla je tak důležité to neustále kombinovat a zvažovat, protože na všechno nemá finanční zdroje ani kapacity.

Pavel Strnad (2023) má podobný pohled jako Michal Reitler a Milan Kruml. *„Předpokládám, že na tyto projekty jsou vyšší náklady a menší poptávka.“*

11 Zhodnocení

Na interaktivitu se v audiovizuálním průmyslu dá dívat z mnoha úhlů. Ponoření do tématu ukázalo, jak široké a různorodé může využití interaktivity v audiovizuálním světě být. V průběhu historie vzniklo mnoho interaktivních projektů, které využívají různé typy interaktivních prvků. V rámci zkoumání se ukázalo, že interaktivní audiovizuální projekty vznikají spíše sporadicky a nebylo zjištěno, že by tvořily nějaký koherentní celek. Za jediný zjištěný koherentnější celek se dá považovat interaktivní tvorba Netflixu, který nabízí více interaktivního obsahu. Vzhledem k velikosti vlastní tvorby a akvizic platformy se však ani toto nedá považovat za nějaký fenomén.

Mnoho ze způsobů využití interaktivity v audiovizi se však jeví jako poměrně krkolomné. Potenciální cílová skupina audiovizuálních interaktivních projektů se zdá jako poměrně malá, kromě toho je s interaktivními projekty spojeno mnoho komplikací, technických i výrobních. Producenti se shodují na tom, že výroba interaktivních pořadů je nákladná a má nejistý výsledek. Tato nejistota úspěchu může souviset s nízkou poptávkou po podobných formátech. Z hlediska specifik českého prostředí nevidí oslovení informanti žádný významný rozdíl oproti zahraničí s výjimkou opožděného nástupu trendů.

Jeví se, že potenciál pro tvorbu audiovizuálních projektů s nelineární narativní strukturou není v českém prostředí příliš velký a komplikace s tím spojené jsou převažující nad potenciálními benefity.

Jako prostor pro využití divácké interaktivity se však ukázala interakce se samotnými platformami nabízejícími obsah, tedy především VOD platformami. Interakce může v tomto případě sloužit pro třídění a individualizaci nabízeného obsahu a toto se jeví jako směr, kam se budou do budoucna platformy více ubírat.

Další způsob, který by mohl do budoucna potenciálně najít větší uplatnění, je interakce skrze druhou obrazovku, která úspěšně funguje například ve Švédsku. Velkou výhodou tohoto způsobu je jeho neinvazivnost, která dovoluje zapojení aktivním divákům, ale nenutí do interakce diváky, kteří chtějí být pouze pasivním konzumentem obsahu. Díky tomu se tak producenti neomezí na úzkou skupinu diváků, která interaktivitu vyhledává, ale cílovou skupinu běžných pasivních diváků naopak o tyto jedince rozšíří.

Celkově se dá říct, že se interaktivita v audiovizi nedá považovat za nastupující fenomén a jedná se spíše o okrajovou záležitost, která však může mít u některých projektů v určité míře své místo. České prostředí však v tomto ohledu bude pravděpodobně spíš nadále přebírat se zpožděním trendy ze zahraničí.

12 Limity práce a prostor pro další výzkum

Cílem práce bylo sestavit kompilaci poznatků o interaktivních audiovizuálních projektech a zasadit je do širšího kontextu, i přes to se však jako hlavní limit práce se dá považovat přílišná obšírnost zkoumaného tématu, která nedovoluje jít příliš do hloubky jednotlivých témat. Dotýká se mnoha oblastí, které nemá prostor detailně pokrýt, a je možné, že byly některé aspekty opomenuty. Další limit práce související s šíří zkoumaného tématu je chybějící detailní analýza některého ze zahraničních audiovizuálních trhů, který by mohla pomoci bližšímu pochopení práce s interaktivitou v zemi s progresivním audiovizuálním průmyslem.

V rámci dalšího výzkumu by bylo vhodné se detailněji zaměřit na jednotlivé menší oblasti, například z hlediska žánru, distribučního kanálu, nebo typu interaktivního zapojení diváka. Užší zaměření dalšího výzkumu může dovolit hlouběji porozumět všechny konsekvence a navrhnout konkrétní doporučení pro producenty audiovizuálního obsahu.

Jeden ze směrů dalšího výzkumu by mohl směřovat na interakce s platformami distribuujícími obsah a individualizaci obsahu na základě diváckého chování. Dalším z možných směrů dalších výzkumů by mohlo být zkoumání využití divácké interakce skrze druhou obrazovku, případně výzkum zaměřený na doplňkový informační obsah doplněný do audiovizuálních děl. Nabízí se také možnost porovnat z hlediska interaktivních audiovizuálních formátů jeden konkrétní stát, který má progresivní filmový a televizní trh s Českou republikou a zaměřit se na veškeré konsekvence a specifika obou trhů.

13 Závěr

Cílem práce bylo sestavit kompilaci poznatků o tématu interaktivních audiovizuálních děl a zasadit téma do širšího kontextu. V práci byly popsány principy interakce s audiovizuálními díly, interaktivní audiovizuální projekty byly rozděleny do kategorií, byly popsány významné interaktivní projekty z minulosti s důrazem na projekty z českého prostředí. Jedna kapitola byla věnována také distribučním kanálům a technickým možnostem oboustranné komunikace v rámci těchto kanálů.

V rámci druhé části práce byl prováděný výzkum za pomoci kvalitativního dotazování polostrukturovanými rozhovory. Pro rozhovory byl vybrán významný televizní producent, filmový producent a mediální analytik. S každým byl vedený rozhovor zaměřující se na předem stanovené okruhy, které měly za cíl zjistit jejich názor na interaktivní audiovizuální projekty. Byla provedena analýza dat, která se zaměřovala na hlavní stanovené okruhy otázek.

Cílem druhé části práce bylo pomocí dat získaných z polostrukturovaných rozhovorů, literatury, odborných článků a pomocí metody *desk research* zjistit, jaký je potenciál využití divácké interaktivity na českém audiovizuálním trhu. V rámci diskuse bylo otevřeno několik témat, kterých se dotkli informanti v rozhovorech a ovlivňují zkoumanou oblast. Zkoumanými metodami vyšlo najevo, že využití interaktivity v audiovizuální oblasti může mít mnoho podob, většina z nich má však svá úskalí, které se týkají nejen technických komplikací, ale i nízkého zájmu publika o podobné projekty. Jako specifikum českého prostředí se podle výpovědí informantů ukázala pouze určitá opožděnost oproti zahraničním trendům. Interaktivita však může mít v audiovizuálním průmyslu své místo například v podobě interakce skrze druhou obrazovku, nebo v rámci ovládání a užívání VOD platforem, což jsou oblasti, kterým by mohl směřovat další výzkum.

14 Seznam obrázků

Obrázek 1: Meta Quest 2 – jeden z rozšířených headsetů pro virtuální realitu včetně ovladačů. Dostupné z: https://www.amazon.com/Oculus-Quest-Advanced-All-One-2/dp/B09DDM2371?th=1	42
Obrázek 2: Symbolická reprezentace narativní struktury šňůry perel. Vlastní zpracování.	13
Obrázek 3: Symbolická reprezentace větvené narativní struktury. Vlastní zpracování.	14
Obrázek 4: Symbolická reprezentace objízdne narativní struktury. Vlastní zpracování.	15
Obrázek 5: Symbolická reprezentace kombinované narativní struktury. Vlastní zpracování.	15
Obrázek 6: Symbolická reprezentace soustředěné narativní struktury. Vlastní zpracování.	16
Obrázek 7: Záběr z filmu <i>Tmání</i> . Dostupné z https://image.pmgstatic.com/cache/resized/w663/files/images/film/video/preview/166/714/166714175_cb1760.jpg	19
Obrázek 8: "Nové použití pohyblivých obrazů", ilustrace z <i>The Graphic</i> . Dostupné z: https://mediarep.org/bitstream/handle/doc/4207/NECSUS_2018_7_1_17-44_Cowan_Interactive_media_.pdf?sequence=6&isAllowed=y	21
Obrázek 9: fronta na Kinoautomat, Montreal, <i>EXPO '67</i> . Dostupné z: http://www.kinoautomat.cz/o-kinoautomatu.htm	23
Obrázek 10: Plakát na projekci Kinoautomatu v roce 2007. Dostupné z: http://www.kinoautomat.cz/foto.htm	24
Obrázek 11: Záběr ze seriálu <i>Hříchy pro pátere Knoxe</i> . Dostupné z: https://ct24.ceskatelevize.cz/sites/default/files/styles/node-	

article_16x9/public/images/1326786-300479.jpg?itok=PrROC877	26
Obrázek 12: Záběr z filmu <i>Tmání</i> . Dostupné z: https://www.framefilms.cz/tmani/ .	27
Obrázek 13: Záběr z filmu <i>Noční směna</i> . Dostupné z: https://cdn.akamai.steamstatic.com/steam/apps/584980/ss_3e0dc82ba6ab37f3ff90e7cb5ae410e82691a94a.1920x1080.jpg?t=1659342740	29
Obrázek 14: Záběr z filmu <i>Black Mirror: Bandersnatch</i> . Dostupné z: https://www.imdb.com/title/tt9495224/mediaviewer/rm1924429056?ref_=ttmi_mi_all_sf_1	30
Obrázek 15: Schéma narativní struktury filmu <i>Black Mirror: Bandersnatch</i> vytvořené fanouškem filmu. Dostupné z: https://www.reddit.com/r/blackmirror/comments/aahqbr/an_attempt_at_mapping_bandersnatch/	31
Obrázek 16: Některé z dostupných interaktivních projektů v české lokalizaci Netflixu. Dostupné z: https://www.netflix.com/browse/genre/2869704	32
Obrázek 17: Plánek kinosálů projektu <i>Kinolabyrinth EXPO '90 Ósaka</i> . Dostupné z: http://www.naimark.net/writing/badidea.html	36
Obrázek 18: Hlasování o pokračování děje pomocí mobilních telefonů. Dostupné z: https://confirmgood.com/post/golden-village-interactive-movie/	37
Obrázek 19: <i>Venice Immersive 2022</i> - forma distribuce VR projektů na festivalu v Benátkách. Dostupné z: https://www.linkedin.com/pulse/venice-immersive-its-all-momentum-rebecca-gregory-clarke/	43

15 Seznam použitých zdrojů

ANIFILM, 2023. Program – VR filmy. online. 2023. [Viděno 1 duben 2023]. Získáno z: <https://www.anifilm.cz/cs/program/soutez/vr-filmy/>

ASSELIN, Martine, 2023. About LOU (available in english). *Les pieds en haut*. online. 28 únor 2023. [Viděno 1 duben 2023]. Získáno z: <https://lespiedsenhaut.com/2023/02/28/about-lou/>

AUST, Ondřej, 2012. Bývalý dlouholetý analytik Novy Milan Kruml nastoupil do ČT. *Médiář*. online. 13 červen 2012. [Viděno 30 duben 2023]. Získáno z: <https://www.mediar.cz/byvaly-dlouholety-analytik-novy-milan-kruml-nastoupil-do-ct/>

BARTÁK, Matěj, 2018. *Nový slovník cizích slov pro 21. století*. Vydání druhé. Plot, ISBN 978-80-7428-326-0.

BATES, Benjamin William, KELLY, Henry Weldon a CORBIN, Douglas Haynes, 1913. Target apparatus for use with kinematographs online. US1072298A. 2 září 1913. [Viděno 11 duben 2023]. Získáno z: [https://patents.google.com/patent/US1072298A/en?q=\(bates\)&q=\(kelly\)&inventor=corbinUS76356013A](https://patents.google.com/patent/US1072298A/en?q=(bates)&q=(kelly)&inventor=corbinUS76356013A)

BELL, Elizabeth, 2008. *Theories of Performance*. SAGE. ISBN 978-1-4129-2638-6. Google-Books-ID: Qb9wZsoJw3YC

BIRCH, J., LAMBOURNE, A. a ORERO, P., 2014. Media accessibility in HBBTV: Interaction for all. In: *International Broadcasting Convention (IBC) 2014 Conference*. online. Amsterdam, Netherlands: Institution of Engineering and Technology. 2014. pp. 7.3-7.3. [Viděno 26 duben 2023]. ISBN 978-1-84919-927-8. DOI 10.1049/ib.2014.0022.

BREN, Paulina, 2013. *Zelinář a jeho televize: kultura komunismu po pražském jaru 1968*. Vyd. 1. Academia. Šťastné zítřky (Academia). ISBN 978-80-200-2322-3.

BROWN, Emily a CAIRNS, Paul, 2004. A grounded investigation of game immersion. In: *CHI '04 Extended Abstracts on Human Factors in Computing Systems*. online. Vienna Austria: ACM. 24 duben 2004. pp. 1297–1300. [Viděno 17 duben 2023]. ISBN 978-1-58113-703-3. DOI 10.1145/985921.986048.

BROWN, Tom, 2013. *Breaking the Fourth Wall*. Edinburgh University Press. ISBN 978-0-7486-6953-0. Google-Books-ID: ObdvAAAAQBAJ

CARDOSO, Gustavo, 2006. *The Media in the Network Society: Browsing, News, Filters and Citizenship*. Lulu.com. ISBN 978-1-84753-792-8. Google-Books-ID: PRH7Ay7NOKQC

CGTN, 2020. The age of interactive films is at hand. online. 2020. [Viděno 31 leden 2021]. Získáno z: <https://news.cgtn.com/news/2020-04-29/The-age-of-interactive-films-is-at-hand-Q5zBvozQVq/index.html>

CINEMA CITY, 2023. 4DX. online. 2023. [Viděno 20 květen 2023]. Získáno z: <http://www.cinemacity.cz/4dx>

COWAN, Michael, 2018. Interactive media and imperial subjects: Excavating the cinematic shooting gallery. online. 2018. [Viděno 11 duben 2023]. DOI 10.25969/MEDIA-AREP/3438.

CREEBER, Glen, 2015. *The Television Genre Book*. Bloomsbury Publishing. ISBN 978-1-84457-898-6. Google-Books-ID: gyBdDwAAQBAJ

CTRLMOVIE AG, 2023. Technology. *CtrlMovie*. online. 2023. [Viděno 15 duben 2023]. Získáno z: <https://ctrlmovie.com/technology>

ČESKÁ TELEVIZE, nedatováno. Rozpaky kuchaře Svatopluka. *Česká televize*. online. nedatováno. [Viděno 31 leden 2021 a]. Získáno z: <https://www.ceskatelevize.cz/po-rady/899451-rozpaky-kuchare-svatopluka/>

ČESKÁ TELEVIZE, nedatováno. 90' ČT24 – iVysílání | Česká televize. online. [Viděno 30 duben 2023 b]. Získáno z: <https://www.ceskatelevize.cz/po-rady/11412378947-90-ct24/>

ČESKÁ TELEVIZE, nedatováno. Michal Reitler – Lidé. *Česká televize*. online. [Viděno 30 duben 2023 c]. Získáno z: <https://www.ceskatelevize.cz/lide/michal-reitler/>

ČESKÁ TELEVIZE, 2021. Služba přes červené tlačítko (HbbTV). online. 2021. [Viděno 26 duben 2023]. Získáno z: <https://www.ceskatelevize.cz/hbbtv/>

ČESKÉ PRIORITY, Z. Ú., nedatováno. České priority – Metoda desk research. *České priority*. online. [Viděno 17 duben 2023]. Získáno z: <https://www.ceskepriority.cz/foresight/desk-research>

ČESKÉ RADIOKOMUNIKACE A.S., 2023. CRA HbbTV – Interaktivní TV s novým prostorem pro reklamu. online. 2023. [Viděno 26 duben 2023]. Získáno z: <https://www.cra.cz/cra-hbbtv-propojeni-tv-vysilani-a-internetu>

ČINČERA, Radúz, 1966. Československý KINOAUTOMAT do Montrealu. online. 22 září 1966. Vol. 21, no. 19. [Viděno 31 leden 2021]. Získáno z: <https://ndk.cz/view/uuid:b6a4dcec-435d-11dd-b505-00145e5790ea?page=uuid:cb9a0110-2f69-11e9-b63d-5ef3fc9ae867&fulltext=ki-noautomat>Knihovna Národního filmového archivu Signatura: II-285

ČINČEROVÁ, Alena, 2007. *Alena Činčerová – otcův čtyřicetiletý Kinoautomat*. [Xan-typa]. 2007.

ČLOVĚK V TÍSNI O.P.S., 2023a. Lou · Jeden svět 2023. *Jeden svět 2023*. online. 2023. [Viděno 1 duben 2023]. Získáno z: <https://www.jedensvet.cz/filmy/52177-lou>

ČLOVĚK V TÍSNI O.P.S., 2023b. Jeden svět interaktivně · Jeden svět 2023. *Jeden svět 2023*. online. 2023. [Viděno 1 duben 2023]. Získáno z: <https://www.jedensvet.cz/filmove-kategorie/425-jeden-svet-interaktivne>

DICK, Jeremy, 2019. Interactive Haunted House Movie Coming from Crawl Director Alexandre Aja & Amblin. *MovieWeb*. online. 15 srpen 2019. [Viděno 16 duben 2023]. Získáno z: <https://movieweb.com/haunted-house-movie-alexandre-aja-choose-your-own-adventure/>

DIJK, Jan van, 2012. *The Network Society*. SAGE. ISBN 978-1-4462-6809-4.

DIJK, Professor Jan A. G. M. van, 2005. *The Network Society: Social Aspects of New Media*. SAGE. ISBN 978-1-84860-476-6. Google-Books-ID: b7ktTPViIYMC

DOC.DREAM SERVICES S. R. O., nedatováno. MFDF Ji.hlava | Virtuální realita. online. [Viděno 1 duben 2023]. Získáno z: <https://www.ji-hlava.cz/programove-sekce/virtualni-realita>

DOSTÁL, Jiří, 2011. *Výukové programy*. Jirí Dostál. ISBN 978-80-244-2782-9. Google-Books-ID: cgcLE7u7CJ8C

DUFKA, Tomáš, 2016. Volejte řediteli? Pečlivě sešrané „lidové“ divadlo. *Radiožurnál*. online. 19 květen 2016. [Viděno 22 duben 2023]. Získáno z: <https://radiozurnal.rozhlas.cz/volejte-rediteli-peclive-sehrane-lidove-divadlo-6233660>

ELNAHLA, Nada, 2020. Black Mirror: Bandersnatch and how Netflix manipulates us, the new gods. *Consumption Markets & Culture*. online. 2 září 2020. Vol. 23, no. 5, pp. 506–511. [Viděno 19 duben 2023]. DOI 10.1080/10253866.2019.1653288.

FENTON, Natalie (ed.), 2010. *New media, old news: journalism & democracy in the digital age*. Los Angeles: SAGE. ISBN 978-1-84787-573-0. PN4784.T34 N49 2010

FLEURY, Alexandre, PEDERSEN, Jakob Schou, BAUNSTRUP, Mai a LARSEN, Lars Bo, 2012. Interactive TV: Interaction and Control in Second-screen TV Consumption: 10th European Interactive TV Conference. *Adjunct proceedings of the 10th European interactive TV conference (EuroITV)*. 2012. pp. 104–107.

FRAME FILMS S.R.O., 2023. Tmání. *Tmání*. online. 10 únor 2023. [Viděno 1 duben 2023]. Získáno z: <https://www.framefilms.cz/tmani/>

FRASER, Kevin, 2019. Alexandre Aja to direct an interactive haunted house movie for Amblin. *JoBlo*. online. 14 srpen 2019. [Viděno 16 duben 2023]. Získáno z: <https://www.joblo.com/alexandra-aja-to-direct-an-interactive-haunted-house-movie-for-amblin/>

FSV UK, 2023. Katedra mediálních studií | IKSŽ – Institut komunikačních studií a žurnalistiky. online. 2023. [Viděno 30 duben 2023]. Získáno z: <https://iksz.fsv.cuni.cz/institut/katedra-medialnich-studii>

FUKSOVÁ, Radka, 2011. *Interaktivní televizní seriály České televize: Rozpaky kuchaře Svatoopluka a Hříchy pro pátera Knoxe*. online. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. [Viděno 5 duben 2023]. Získáno z: <https://bit.ly/3Op11Yj>

GOLDSCHIEDER, František, 1967. Filmy za branou Expa. *Kino*. online. 19 říjen 1967. Vol. 22, no. 21. [Viděno 31 leden 2021]. Získáno z:

<https://ndk.cz/view/uuid:b69e25ce-435d-11dd-b505-00145e5790ea?page=uuid:6f399a50-2f61-11e9-b63d-5ef3fc9ae867&fulltext=ki-noautomat>Knihovna Národního filmového archivu Signatura: II-285

HALES, Chris, 2005. Cinematic interaction: From kinoautomat to cause and effect. *Digital Creativity*. online. 1 leden 2005. Vol. 16, no. 1, pp. 54–64. [Viděno 2 duben 2023]. DOI 10.1080/14626260500147777.

HENDL, Jan, 2016. *Kvalitativní výzkum: základní teorie, metody a aplikace* /. Čtvrté, přepracované a rozšířené vydání. Portál, ISBN 978-80-262-0982-9.

HERMAN, Dan, 2000. Introducing short-term brands: A new branding tool for a new consumer reality. *Journal of Brand Management*. online. 1 květen 2000. Vol. 7, no. 5, pp. 330–340. [Viděno 18 duben 2023]. DOI 10.1057/bm.2000.23.

HILL, Annette, 2005. *Reality TV: audiences and popular factual television*. online. London: Routledge. [Viděno 30 duben 2023]. ISBN 978-0-415-26152-4. Získáno z: <http://archive.org/details/realitytvaudienc0000hill>

CHALOUPKA, Zdeněk, 2019. *Interaktivní webový film jako svébytná forma dokumentárního díla*. online. Akademie múzických umění v Praze. Filmová a televizní fakulta. Knihovna. [Viděno 1 květen 2023]. Získáno z: <http://dspace.amu.cz//handle/10318/13507>Accepted: 2019-11-16T08:01:04Z

IMDB.COM, INC, nedatováno. Late Shift. *Box Office Mojo*. online. [Viděno 16 duben 2023]. Získáno z: <https://www.boxofficemojo.com/title/tt4796254/>

JAKUBOWICZ, Karol, 2013. *Nová ekologie médií: konvergence a mediamorfóza* /. 1. vyd. Verbum, ISBN 978-80-87500-38-5.

JIRKA, Jakub, 2018. *Mezi filmem a videohrou – analýza Detroit: Become Human*. online. Akademie múzických umění v Praze. Filmová a televizní fakulta. Knihovna. [Viděno 1 květen 2023]. Získáno z: <http://dspace.amu.cz//handle/10318/10395>Accepted: 2019-04-05T07:03:17Z

KABÁT, Marcel, 2017. Noční směna člověka dost změní. *Lidové noviny*. online. 6 duben 2017. Získáno z:

<https://www.lidovenoviny.cz/ctecka.aspx?d=06.04.2017#strana=8>

KINO SVĚTOZOR, 2007. Kinoautomat: Člověk a jeho dům. online. 2007. [Viděno 31 leden 2021]. Získáno z: <https://web.archive.org/web/20070601182109/http://www.kinosvetozor.cz/cz/program/filmy/1299/Kinoautomat-Clovek-a-jeho-dum/>

KINOAUTOMAT, 2010. O Kinoautomatu | Kinoautomat | Interaktivní film | Praha. online. 2010. [Viděno 31 leden 2021]. Získáno z: <http://www.kinoautomat.cz/o-kinoautomatu.htm>

KRUMML, Milan, 2023. *Rozhovor s Milanem Krumlem pro účely Diplomové práce Potenciál využití divácké interaktivity v české filmové a televizní tvorbě*. 5 květen 2023.

KUNIC, Srečko a ŠEGO, Zoran, 2019. Analysis of the Hybrid Broadcast Broadband Television Standard – HbbTV. In: *2019 International Symposium ELMAR*. září 2019. pp. 89–92. DOI 10.1109/ELMAR.2019.8918676.

LA BIENNALE DI VENEZIA, 2022a. Biennale Cinema 2022 | Tmání (Darkening). *La Biennale di Venezia*. online. 6 červenec 2022. [Viděno 1 duben 2023]. Získáno z: <https://www.labiennale.org/en/cinema/2022/venice-immersive/tm%C3%A1n%C3%AD-darkening>

LA BIENNALE DI VENEZIA, 2022b. Biennale Cinema 2022 | Venice Immersive. *La Biennale di Venezia*. online. 6 červenec 2022. [Viděno 1 duben 2023]. Získáno z: <https://www.labiennale.org/en/cinema/2022/venice-immersive>

LAMBA, Sumeet Singh, 2021. *FOMO: Marketing to Millennials*. Notion Press. ISBN 978-1-63633-679-4. Google-Books-ID: BfIZEAAAQBAJ

LARSEN, Anne Lærke a SVENNINGSEN, Uffe Høy, 2011. Mange danskere surfer, når tv'et kører [Many Danes surf while the TV runs]. *Medie udvikling*. online. 2011. Získáno z: https://projekter.aau.dk/projekter/files/70311738/Bilag_B_Medieudviklingen_2011_DR_medieforskning.pdf

LARSSON, Mattias a LUNDKVIST, Fredrik, 2019. *Interactive TV and group viewing : A qualitative study of companion apps and viewer engagement during group TV viewing*. online. 2019. [Viděno 6 květen 2023]. Získáno z:

<https://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:kth:diva-253648>

Les pieds en haut, 2023. *Les pieds en haut*. online. [Viděno 1 duben 2023]. Získáno z: <https://lespiedsenhaut.com/>

MALÝ, Svatopluk, PROCHÁZKA, Martin a ZAPLETAL, Mirek, 2010. *Vznik, rozvoj a ústup multivizuálních programů: Laterna magika a polykrany /*. 1. vyd. Praha: Akademie múzických umění v Praze, ISBN 978-80-7331-183-4. Moravská zemská knihovna v Brně Signatura: 2-1259.393

MANDLER, Emanuel a PALOUŠ, Martin, 1993. *Dvě desetiletí před listopadem 89: sborník*. Maxdorf. ISBN 978-80-85800-09-8. Google-Books-ID: PH81AAAAMAAJ

MAŇOUROVÁ, Anna a PBE, 2014. Češi utrací za esoterické pořady statisíce. Je to byznys, přiznávají sami věštcí. *Radiožurnál*. online. 2 březen 2014. [Viděno 30 duben 2023]. Získáno z: <https://radiozurnal.rozhlas.cz/cesi-utraci-za-esotericke-po-rady-statisice-je-byznys-priznavaji-sami-vestci-6299276>

MARCHÉ DU FILM, 2023. Cannes XR | Marché du Film – Festival de Cannes. *Marché du Film*. online. 2023. [Viděno 1 duben 2023]. Získáno z: <https://www.marchedufilm.com/programs/cannes-xr/>

MARKHAM, Annette, STAVROVA, Simona a SCHLÜTER, Max, 2018. Netflix, imagined affordances, and the illusion of control. *final draft of forthcoming article*. online. 1 leden 2018. [Viděno 18 květen 2023]. Získáno z: https://www.academia.edu/38423863/Netflix_imagined_affordances_and_the_illusion_of_control

MASARYKOVA UNIVERZITA, 2023. Výzkum od stolu. *100metod*. online. 2023. [Viděno 17 duben 2023]. Získáno z: <https://kisk.phil.muni.cz/100metod/vyzkum-od-stolu>

MIDPOINT INSTITUTE, nedatováno. Milan Kruml | MIDPOINT Institute. online. [Viděno 30 duben 2023]. Získáno z: <https://www.midpoint-institute.eu/en/person/milan-7e3mxq>

MIŠKA, Jaroslav, 2022. *Interaktivní film*. online. Akademie múzických umění v Praze. Filmová a televizní fakulta. Knihovna. [Viděno 1 květen 2023]. Získáno z:

<http://dspace.amu.cz/handle/10318/15202>Accepted: 2022-03-08T08:03:13Z

MONOSKOP, 2015. Kinoautomat – Monoskop. online. 2015. [Viděno 31 leden 2021]. Získáno z: <https://monoskop.org/Kinoautomat>

MORAVEC, Onřej, 2022. *Tmání je moje osobní terapie, říká režisér filmu, který uvedou Benátky ve virtuální realitě.* online. 31 srpen 2022. [Viděno 1 duben 2023]. Získáno z: https://www.irozhlas.cz/kultura/film/tmani-festival-benatky-premiera-film-virtualni-realita-ondrej-moravec_2208312141_nov

NAIMARK, Michael, 1997. Interactive Art – Maybe It's a Bad Idea. *Cyberarts International Compendium Prix Ars Electronica Vienna and New York: Springer, 1998.* online. 1997. Vol. 1998. [Viděno 12 duben 2023]. Získáno z: <http://www.naimark.net/writing/badidea.html>

NAPOLI, Lisa, 1998. Interactive Filmmakers Hope to Make a Comeback. *The New York Times.* online. 17 srpen 1998. [Viděno 19 duben 2023]. Získáno z: <https://archive.nytimes.com/www.nytimes.com/library/tech/98/08/cyber/articles/17dvd.html>

NEGATIV, 2023. O nás. *Negativ Film Productions.* online. 2023. [Viděno 30 duben 2023]. Získáno z: <https://negativ.cz/o-nas/>

Netflix, 2018. online. [Viděno 19 duben 2023]. Získáno z: <https://www.netflix.com/title/80988062>

NFA, 2023. Pavel Strnad. *Filmový přehled.* online. 2023. [Viděno 27 květen 2023]. Získáno z: <https://www.filmovyprehled.cz/cs/person/2506/pavel-strnad>

Noční směna, nedatováno. online. [Viděno 16 duben 2023]. Získáno z: <https://www.csfd.cz/film/450340-nocni-smena/prehled/>

NOVA GROUP, nedatováno. Management. online. [Viděno 30 duben 2023]. Získáno z: <https://www.novagroup.cz/kdo-jsme/management>

ODBOR STATISTIK ROZVOJE SPOLEČNOSTI, ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2022. *VYUŽÍVÁNÍ INFORMAČNÍCH A KOMUNIKAČNÍCH TECHNOLOGIÍ V DOMÁCNOSTECH A MEZI OSOBAMI za období 2022.* online. 2022. Zpracoval: Odbor statistik rozvoje

společnosti Ředitel odboru: Ing. Martin Mana Kontaktní osoba: Ing. Lenka Weichetová, e-mail: lenka.weichetova@czso.cz Český statistický úřad, Praha, 2022. Získáno z: <https://www.czso.cz/documents/10180/164606768/06200422.pdf/1c5c22c0-8941-4670-9698-e949482b0c35?version=1.1>

ORLEBAR, Jeremy, 2012. *Kniha o televizi* /. 1. vyd. Nakladatelství Akademie múzických umění, ISBN 978-80-7331-246-6.

OXFORD UNIVERSITY PRESS, 2023. fomo abbreviation – Definition, pictures, pronunciation and usage notes | Oxford Advanced Learner's Dictionary at OxfordLearnersDictionaries.com. online. 2023. [Viděno 3 duben 2023]. Získáno z: <https://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/fomo>

PANNONIA ENTERTAIMEND, nedatováno. *Noční směna: podrobné instrukce pro diváky*. online. Pannonia Entertaimend. Získáno z: http://uffo.cz/media/422257/Nocni_smena_podrobne_intstrukce_pro_divaky_iOS.pdf

PATERSON, James a PATERSON, William Graham, 1902. Improvements in Targets online. GB190114871A. 17 červenec 1902. [Viděno 11 duben 2023]. Získáno z: <https://patents.google.com/patent/GB190114871A/enGB190114871D>

PAVLÍČEK, Antonín, 2007. *Nová média a web 2.0* /. Vyd. 1. Oeconomica, ISBN 978-80-245-1272-3.

PĚNIČKOVÁ, Adéla, 2019. Český nápad v Hollywoodu. Spielberg chystá interaktivní film podle kinoautomatu. *Forbes*. online. 21 srpen 2019. [Viděno 16 duben 2023]. Získáno z: <https://forbes.cz/cesky-napad-v-hollywoodu-spielberg-chysta-interaktivni-film-podle-kinoautomatu/>

PERRON, Bernard, ARSENAULT, Dominic, PICARD, Martin a THERRIEN, Carl, 2008. Methodological questions in 'interactive film studies'. *New Review of Film and Television Studies*. online. 1 prosinec 2008. Vol. 6, no. 3, pp. 233–252. [Viděno 19 duben 2023]. DOI 10.1080/17400300802418552.

PIMENTEL, Ken a TEIXEIRA, Kevin, 1993. *Virtual Reality: Through the New Looking Glass*. Intel/Windcrest. ISBN 978-0-8306-4065-2.

PŘISPĚVOVATELÉ WIKIPEDIE, 2023. *Kinoautomat*. *Wikipedie*. online. [Viděno 26 květen 2023]. Získáno z: <https://cs.wikipedia.org/w/index.php?title=Kinoautomat&oldid=22411375>Page Version ID: 22411375

REITLER, Michal, 2023. *Rozhovor s Michalem Reitlerem pro účely Diplomové práce Potenciál využití divácké interaktivity v české filmové a televizní tvorbě*. 20 duben 2023.

RYAN, Marie-Laure, 2015. *Narativ jako virtuální realita: imerze a interaktivita v literatuře a elektronických médiích* /. Vydání 1. Academia, Možné světy. ISBN 978-80-200-2507-4.

RYAN, Marie-Laure, EMERSON, Lori, ROBERTSON, Benjamin J. a DAVENPORT, Gloriana, 2014. *The Johns Hopkins Guide to Digital Media*. JHU Press. ISBN 978-1-4214-1223-8. Google-Books-ID: qC0_AwAAQBAJ

„SATOR“, 2023. *Zajímavosti, Vyprávěj – Série 1 (2009), Velikonoce (S01E14)*. online. 17 duben 2023. Získáno z: <https://www.csfd.cz/film/264232-vypravej/474070-velikonoce/prehled/>

SDRUŽENÍ ČESKÉ FILMOVÉ KRITIKY, Z.S., 2022. *Tmání – Ceny české filmové kritiky*. online. 2022. [Viděno 1 duben 2023]. Získáno z: <http://filmovakritika.cz/tmani/>

SKŘENKOVÁ, Klára, 2020. *Na pomezí filmu a videohry*. online. Akademie múzických umění v Praze. Filmová a televizní fakulta. Knihovna. [Viděno 1 duben 2023]. Získáno z: <http://dspace.amu.cz/handle/10318/14706>Accepted: 2021-04-07T07:01:05Z

SLÁDEČEK, Petr, 2001. *Britské listy*. online. 22 březen 2001. [Viděno 22 duben 2023]. Získáno z: <http://www.britskelisty.cz/0103/20010322i.html>

STEWART, James, 1998. *Interactive Television at Home: Television Meets the Internet*. 1 srpen 1998.

STRNAD, Pavel, 2023. *Rozhovor s Pavlem Strnadem pro účely Diplomové práce Potenciál využití divácké interaktivity v české filmové a televizní tvorbě*. 11 květen 2023.

STUDIO BRIEFING, 2014. *CAMERON: WHEN MOVIES AND VIDEO GAMES MERGE* : Studio Briefing. online. 30 říjen 2014. [Viděno 23 duben 2023]. Získáno z:

<http://www.studiobriefing.net/2014/10/cameron-when-movies-and-video-games-merge/>

STÝBLO, Zbyšek, 2014. *Prostory pro filmovou projekci* /. Vyd. 1. České vysoké učení technické v Praze, ISBN 978-80-01-05627-1.

SVERIGES TELEVISION AB, 2022. Duo. *App Store*. online. 2022. [Viděno 6 květen 2023]. Získáno z: <https://apps.apple.com/se/app/duo/id1123082507>

SVERIGES TELEVISION AB, 2023a. Duo - din kompis i tv-soffan - Apps on Google Play. online. 2023. [Viděno 6 květen 2023]. Získáno z: https://play.google.com/store/apps/details?id=se.svt.duo&hl=en_US

SVERIGES TELEVISION AB, 2023b. SVT Play - Apps on Google Play. online. 2023. [Viděno 6 květen 2023]. Získáno z: https://play.google.com/store/apps/details?id=se.svt.android.svtplay&hl=en_US

SVĚT TELEVIZE, 1992. HDTV - nové médium?, zvláštní číslo bulletinu Svět televize. . 1992.

ŠKVORECKÝ, Josef, 1991. *Hříchy pro pátera Knoxe: detektivní divertimento*. Praha: Mladá Fronta. Edice Smaragd. ISBN 978-80-204-0229-5.

TANAK, Nour, 2015. Interactive Cinema – A mini guide for understanding and producing a 360 interactive movie. online. 2015. Získáno z: https://medialabamsterdam.com/wp-content/uploads/2015/01/InteractiveCinema_Guideline_v5.pdf

Tmání (2022), 2022. online. [Viděno 1 květen 2023]. Získáno z: <https://www.csfd.cz/film/1230930-tmání/prehled/>

Tvůj souboj s divočinou (2019), 2019. online. [Viděno 8 květen 2023]. Získáno z: <https://www.csfd.cz/film/712335-tvuj-souboj-s-divocinou/prehled/>

UNIE FILMOVÝCH DISTRIBUTORŮ, 2017. TOP 20 ČR – duben (April) 2017 | Unie filmových distributorů. online. 2017. [Viděno 15 duben 2023]. Získáno z: <https://wayback.webarchiv.cz/wayback/20170425124146/http://ufd.cz/top-20-cr-duben-april-2017>

UNIE FILMOVÝCH DISTRIBUTORŮ, 2023. Unie filmových distributorů |. online. 2023. [Viděno 26 květen 2023]. Získáno z: <https://ufd.cz/>

UŽIVATEL ČSFD S PŘEZDÍVKOU „SATOR“, 2023. Vyprávěj – Velikonoce (S01E14) (2009). ČSFD.cz. online. 17 duben 2023. [Viděno 26 květen 2023]. Získáno z: <https://www.csfd.cz/film/264232-vypravej/474070-velikonoce/prehled/>

VÁCLAVÍK, Lukáš, 2021. Česká televize spustila nové iVysílání. Postupně jej bude vylepšovat až do konce roku 2022. *AVmania.zive.cz*. online. 2021. [Viděno 20 květen 2023]. Získáno z: <https://avmania.zive.cz/takhle-bude-vypadat-nove-ivysilani-ceska-televize-jej-spusti-6-prosince>

VÁGNER, Ivan, 1995. *Svět postmoderních her /*. Vyd.1. H & H, ISBN 978-80-85787-75-7.

VEČEŘOVÁ-PROCHÁZKOVÁ, Alena a HONZÁK, Radkin, 2008. Stres, eustres a distres. *Interní medicína pro praxi*. online. 1 květen 2008. Vol. 10, no. 4, pp. 188–192. [Viděno 19 květen 2023]. Získáno z: <http://solen.cz/doi/10.nnnn/int.2008.045.html>

Velký průvodce uvolněním mysli, 2021. online. [Viděno 8 květen 2023]. Získáno z: <https://www.csfd.cz/film/1036276-velky-pruvodce-uvolnenim-mysli/prehled/>

VERDUGO, Renato, NUSSBAUM, Miguel, CORRO, Pablo, NUÑNEZ, Pablo a NAVARRETE, Paula, 2011. Interactive films and coconstruction. *ACM Transactions on Multimedia Computing, Communications, and Applications*. online. listopad 2011. Vol. 7, no. 4, pp. 1–24. [Viděno 11 duben 2023]. DOI 10.1145/2043612.2043617.

VOJTĚCHOVSKÁ, Martina, 2023. CME: Tempo investic do Voyo udržíme i v dalších letech. *MediaGuru.cz*. online. 2023. [Viděno 20 květen 2023]. Získáno z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2023/05/cme-tempo-investic-do-voyo-udrzime-i-v-dalsich-letech/>

VOLEKOVÁ, Hana, VAŠÍČKOVÁ, Dorota, KNAUEROVÁ, Anna, VACÍK, Jakub, ŠMÍD, Kristian, ŠESTÁK, Dan a KÁBA, Vojtěch, 2020. *Prezentace kvalitativního výzkumu Dilemata*. 2020.

VYSKOČIL, Ivan, 1980. *Haprdáns*. online. Nedivadlo, Získáno z:

<https://vufind.mzk.cz/Record/MZK01-000907593>

XD TECHNOLOGY S.R.O., nedatováno. 5D Cinema Maxim. online. [Viděno 20 květen 2023]. Získáno z: <https://www.kino-5d.cz/>

YOUNG, Skip Dine, 2012. *Psychology at the Movies*. John Wiley & Sons. ISBN 978-0-470-97177-2. Google-Books-ID: zfdyBFka4BYC

Zašlapané projekty – Kinoautomat, 2009. *Zašlapané projekty*. online. Získáno z: <https://www.ceskatelevize.cz/porady/10209988352-zaslapane-projekty/409235100061014-kinoautomat>

Příloha č. 1: Otázky polostrukturovaného rozhovoru

1. Obecný pohled na interaktivní audiovizuální díla

1.1. Vnímáte roli diváka jako čistě pasivní, nebo je podle vás nějaká interakce s audiovizuálním dílem příhodná?

1.2. Jaký je váš pohled na interaktivní audiovizuální projekty?

1.3. Jakou vnímáte roli interaktivních audiovizuálních projektů na spektru filmové a televizní tvorby? Jde podle vás pouze o nějaký výstřelek, nebo mají podle vás podobné projekty na audiovizuálním spektru hlubší ukotvení?

2. Interaktivní audiovizuální projekty v českém prostředí

2.1. Máte pocit, že je český filmový a televizní trh pro podobné projekty vhodný?

3. Interaktivní audiovizuální projekty z pohledu vás jako producenta

3.1. Co by vás přimělo k vývoji interaktivního filmového, nebo televizního projektu?

3.2. Co je pro vás jako producenta překážkou pro vývoj podobných projektů?

4. Interaktivní projekty z pohledu instituce, kterou zastupujete

4.1. Jaký je postoj k podobným projektům z pohledu instituce, kterou zastupujete?

5. Budoucnost interaktivních audiovizuálních projektů

5.1. Myslíte si, že obdobné projekty mají v budoucnu své místo na audiovizuálním trhu?

5.2. Myslíte si, že by se dala divácká interaktivita využít v budoucnu nějakým novým způsobem?

6. Napadá vás k tomuto tématu cokoliv dalšího?

Příloha č. 2: Rozhovor s Michalem Reitlerem

Rozhovor proběhl 20. 4. 2023 v sídle TV Nova na Kříženeckého náměstí 5a na Praze 5. Jedná se doslovnou transkripci z nahrávky rozhovoru. Rozhovor byl očištěný od dialektu a chyb ve větné skladbě, jak dovoluje Hendl (2016, s. 212) v rámci definice doslovné transkripce.

Vojtěch Kába

První oblast, o které bych se s vámi rád bavil, je obecný pohled na interaktivní audiovizuální díla. S tím, že mám dvě-tři podotázky. Ta první je, jestli vnímáte roli diváka jako čistě pasivní, nebo jestli je, podle vás, nějaká jeho interakce s vizuálním dílem příhodná?

Michal Reitler

No vždycky je vítaná, protože bereme-li televizi jako vyloženě pasivní – nejpasivnější možné médium, do kina musíte vyrazit, koupit si lístek, tak u té televize to zapnete a doufáte, že vás to nějak vtáhne. To, že vás to vtáhne, je první druh interaktivity. Že vás to zaujme, že neodejdete, ale je to pasivní. Co si pamatuji, tak vždycky televize usilovaly o to, diváka zaangažovat co nejvíc, aby měl pocit, že ovlivňuje například to, na co se dívá. To znamená, že například probíhaly ankety – Jaký typ seriálu byste si přáli vidět? Hlasování o nejoblíbenější postavu seriálu nebo zpravodajství. Vlastně trvale televize usiluje o nějakou interaktivitu nebo řekněme zpětnou vazbu. A když se pak dostanete tak daleko, že vytvoříte projekt, kde je interaktivita podstatou věci, no tak to je podle mě nejbliž tomu, aby divák měl pocit, že ten obsah spoluvytváří. Bakaláři jsou nějaký typ interaktivity, to znamená, že zpracováváme příběhy od vás.

Vojtěch Kába

A myslíte si, že se liší typy diváků? Že jsou diváci, kteří vyloženě touží po tom být zapojeni do děje a třeba diváci, kteří chtějí od televize čistě to, ať jim něco naservíruje a neřešit.

Michal Reitler

Řekl bych, že jsou diváci, kteří chtějí vyloženě ovlivňovat děj, a je druhá část, která to

ráda pozoruje.

Vojtěch Kába

Pozoruje to, jak třeba někdo jiný ovlivňuje obsah?

Michal Reitler

Ano, myslím si, že se televizní diváci rozdělují na lidi, kteří posílají esemesky velmi rádi nebo zhasínají světla u Kuřátka, a druzí se na to koukají, posmívají se tomu možná, ale vlastně to rádi sledují.

Vojtěch Kába

Rozumím, rozumím.

Michal Reitler

Je to vlastně divák na druhou. Kouká na děj, ale rád sleduje i ty diváky, co se zapojují.

Vojtěch Kába

Takže tu zpětnou vazbu nebo interaktivitu diváka a televize nebo nějakého média, vnímáte v širším kontextu. I v tom třeba, že je to právě to posílání nějakých návrhů nebo zapojování se obecně?

Michal Reitler

No tak ta interaktivita, vlastně vůbec sdílení obsahu je interaktivní už v té základní úrovni – že někomu ukazujete svět, který je podobný jeho světu. Čili on si porovnává svou vlastní zkušenost se zkušeností, na kterou kouká. Představuje si, že by v dané situaci byl, a buď je rád, že v ní není, nebo by si přál v ní být. Takže ta interaktivita je podstatou jakéhokoliv audiovizuálního sdělení, vztaženo i na obrazy a na podcasty. V zásadě je interaktivita daná tím, že aktivně porovnáváte vlastní životní zkušenost s tou zkušeností postav, kterou tam máte.

A třeba existoval britský formát, kdy například při korunovaci v Británii nebo nějaké velké společenské dějinné události rozmístili kamery do bytů a sledovali lidi, jak to

komentují. A to je taky nějaký druh interaktivity. Máte ten oficiální program a do toho tam máte rodinu, která si sesedne a říká: "Ježíš ta vypadá, proč si vzala žlutý šaty a ne vzala si jako zelený?" Teď si představte, že byste té paní umožnili hlasovat, jaký typ šatů by si měla vzít. A tím vlastně jenom přirozeně navážete na to, co lidi u televizi dělají. Oni se vymezují vůči postavě, vůči zápletce. Ulice, třeba, je postavená na tom, že předkládá divákům mnoho křížovatek. U Ulice není důležité, jak to dopadne. U Ulice je důležité, jak se ty postavy rozhodují na jednotlivých křížovatkách a tím je to interaktivní. Příkladně tím, že lidé s tím polemizují. Případně dostali k dispozici během posledních dvaceti let internet, čili ten svůj názor promítají přes sociální sítě. A ve chvíli, kdybyste jim dal do ruky nástroj, kterým by mohli změnit vývoj postavy, tak by to pravděpodobně udělali.

Vojtěch Kába

A myslíte si, že by to pro diváky bylo atraktivní, třeba v rámci té Ulice, najednou se moct rozhodnout a určit co daná postava udělá? Jestli to není právě tak, že jsou rádi, že to můžou okomentovat: "No to si teda vzala hrozný šaty". Ale jestli by to pro ně bylo vůbec zajímavé? Být v pozici, kde by mohli rozhodnout o směřování jinak.

Michal Reitler

Neuměl bych to asi rozdělit procentuálně, ale zcela jistě velká část diváků by ráda měla červené tlačítko, kterým rozhodne o tom, že tahle postava bude potrestaná, této postavě budou přát horší výhody, tuhle postavu škrtnou. Ta tvorba na míru, ona teda zasáhla celé odvětví, ono je to trochu opačně, že vlastně už dostáváte všechny nabídky na míru, že už vám firmy rovnou dodávají něco, co by vám mělo sedět. U toho obsahu, kdyby měl divák možnost to upravit, vyhazuje v Super Star toho, koho nechce. Respektive je to dělané pozitivně, to znamená, že hlasuje pro toho, koho chce, ale dostává právo volby a tím pádem je spolutvůrcem další epizody, protože to je jeho volba.

Vojtěch Kába

Jo, a cítí se víc angažovaný a víc napojený na to.

Michal Reitler

Každé hlasování je rozhodování o vlastních preferencích.

Vojtěch Kába

Další oblast, o které bych se s vámi rád bavil, jsou audiovizuální projekty v českém kontextu. Protože v rámci své práce se snažím zaměřit primárně na české prostředí a ze zahraničních věcí si spíš vzít to, co nového přináší pro české prostředí. Takže bych se vás rád zeptal, jestli si myslíte, že je český kontext něčím specifický? Jestli je tento trh něčím speciální oproti mezinárodnímu trhu nebo trhu v jiných zemích? A jestli si myslíte, že tyto projekty jsou pro český trend vhodné a pro českého diváka zajímavé?

Michal Reitler

Nevím, jestli jsme jiní než zahraniční trh, nemám dost informací, na to, jak se těmto věcem daří venku. Pokud jde o reality entertainment, tam je to celkem přehledné, protože přebíráme světově funkční modely, kde ta interaktivita je. Vlastně pořád nutíme diváka se nějak interaktivně podílet. Všechny game show na tom stojí, v reality entertainment vyrazujete, hlasujete pro někoho, ovlivňujete ten obsah. Stáváte se aktivní součástí. Tohle vlastně není žádná progresse, ale čistě: "pojd'te se zapojit, bude vás to víc bavit." Pokud jde o progresivnější formáty, tak si myslím, že tady ta progresse momentálně není. Že by někdo hledal způsob, jak vtáhnout diváka do příběhu jinak než samotným příběhem.

Vojtěch Kába

A jaký si myslíte že je ten důvod, že tady ta progresse není? Je to například tím že je ten trh malý nebo na to divák není připravený nebo...?

Michal Reitler

No, já bych spíš řekl, že tohle je dost velká nadstavba – obsahová. Kdybyste vyráběl fiction a počítal byste s tím, že musíte vytvořit nějaký herní princip (ale i výrobní), který vám umožní nechat vstoupit diváka do toho příběhu, tak to musí být důsledek – nějaká eskalace toho, proč to vyprávíte. Čili jestli je to projekt zaměřený na noční můry,

jak se jich zbavit, a vy divákovi umožníte, si tu noční můru prožít, tak je to nějaká terapie. Na začátku toho projektu musí být rozhodnutí, že to s tímto účelem děláte. A myslím si, že my v Čechách máme vůbec dost starostí s tím postavit příběh tak, aby odpovídal tomu prostředí, ze kterého vyprávíme. Čili mám pocit, že jsme v tom základním táboře.

Zajímalo by mě, jak s tímhle tím principem, o kterém mluvíte, pracují v Holandsku a v Belgii, což jsou brutálně nejprogresivnější trhy. Holandsko úplně. Oni podřizují formu tomu, jaké mají téma a komu ho chtějí sdělit. Čili zcela jistě byste našel seriály, které už teď záměrně vznikají na výšku, protože jsou určené pro instagramovou generaci a už to vlastně podřizují tomu, kde to ti diváci budou konzumovat. Jestli je pro ně to téma nosné a pak by tu interaktivitu, pravděpodobně, do toho zanášeli, protože vědí, že prostě potřebují – tato cílová skupina se o tom tímto způsobem baví. Čili myslím, že v Čechách se to neděje prostě proto, že ta forma nestačí.

To, co u Kuřátka bylo fantastické – protože to byl geniální nápad, který v té době byl progresivní – ta forma je zábavná, a i celý ten projekt je zábavný. Vlastně není v ničem světový. Prostě: udělá svíčkovou nebo guláš, omluví se, nebo se naštvě? Takže ono to neeskaluje žádné téma. U té detektivky naživo taky hrozně dobře fungovala ta formální stránka, že umožníte divákovi si zasoutěžit, že je to takový AZ kvíz. AZ Kvíz, jestli ho znáte, tak víte, že je tam nějaký čas, než soutěžící odpoví a ten čas je tam proto, aby to doma stihl člověk. V game show, v těch znalostních, potřebujete vytvořit tento okamžik. Když tam máte moc chytré soutěžící a krátký čas, tak lidi doma najednou nemůžou soutěžit, protože on jim to vyplácne tu odpověď dřív než oni sami. Páter Knox vytvořil tu mezírku, kdy se rozebíralo, kdo by to mohl být. A to je formální. V téhle době, myslím si, že by se k tomu asi šlo vrátit. Nevím, jak moc by lidi bavilo, být takhle interaktivní, když mohou být interaktivní na sociálních sítích okamžitě a okamžitě to komentovat, okamžitě dát vědět ven svůj dojem. Ale ve chvíli, kdy bychom našli důvod pro interaktivitu, to znamená: "Vstupte do příběhu, zažijte něco díky příběhu, aby vám po tom příběhu bylo líp a abyste si vyzkoušeli nějakou zkušenost, která by v reálném životě byla traumatizující." – tak to by asi stálo za to. Ale myslím, že ta forma, my v Čechách nevolíme formu sekundárně – to znamená, že bychom měli téma a podle toho komu ho jdeme vyprávět, bychom volili formu. A to si myslím, že ta interaktivita v audiovizuálním světě musí souviset s tím, proč a komu to vyprávíme.

Vojtěch Kába

Takže vždycky to téma a ten účel je to východisko. A potom hledáme cestu, jakým způsobem to vyprávět divákům.

Michal Reitler

Ano, kdybych uvažoval já a měl bych uvažovat progresivně, tak stejně nakonec skončím u formy. Čili já jsem chtěl během covidu točit živě seriál, denně. Což by vám umožnilo, jakmile je to živě, tak vám to umožní to přerušit a vzít diváky do hry.

Vojtěch Kába

Což, pokud jsem to pochopil, tak právě Páter Knox byl točený živě.

Michal Reitler

Ano, to je právě ta krása. A Svatopluk Kuřátko ne, ale vlastně měli varianty, čili diváci měli zdání, že něco ovlivnili. Asi by se k tomu dalo vrátit, i když už teď vznikly takové projekty. Dorostla nová generace, která neví o Svatoplukovi nic. Takže asi by to šlo udělat. Ale vlastně moc mě nenapadá, jak tu interaktivitu udělat, aby sloužila formě, když jste v něčem tak konzervativním a ze starého světa, jako je lineární vysílání. A na platformě – jasně, existují projekty, kdy se můžete podívat na seriál od kteréhokoliv dílu a dává vám to jiný obrázek příběhu. Ale jako interaktivita v tomhle smyslu, aby byla novátorská, aby v něčem překvapila. Nevím, jak by musela vypadat.

Vojtěch Kába

Ale teda říkáte, že vždycky to musí vycházet nejdřív z toho tématu.

Michal Reitler

Nemusí, může to být formální, jenom ta formálnost musí být čerstvá. Jinak vás to nebaví. Prostě musí vám to otevřít něco, co byste jinak nečekali. Čili přemýšlím, co tak interaktivního by to muselo být, aby vás to zelektrizovalo formálně. U non-fiction je to představitelné relativně snadno. Když se dostanete na operační sál a operatér se vás bude ptát: "Tak vyřízneme to, nebo ne?" Tak to je šíleně provokativní. A vy jako divák najednou máte rozhodnout o něčem, o čem víte úplnou čochu. Ještě přemýšlím,

jak bych dotáhl tuhle metaforu. Ale vlastně vycházím z toho, že každý doma je lékař. Každý je doma amatérský odborník na všechno, protože si to vygooglil. Čili když tohohle člověka dostanete do situace, že to musí rozhodnout – záleží na tom lidský život – ty jo, to by bylo zajímavé. Kdyby to byla taková jako fake reality. To jsem teda zvědavý, jak se z tohohle vyřešeršujete. (smích)

Vojtěch Kába

Další oblast, o které bych se s vámi moc rád bavil, jsou tyto interaktivní projekty z pohledu vás jako producenta. Rád bych se zeptal zaprvé na to, co by vás přimělo k vývoji nějakého takového projektu a zadruhé, jaké jsou naopak překážky pro takové projekty nebo jak byste na to pohlížel vy? Z producentského hlediska.

Michal Reitler

A bavíme se teď o vyloženě hraném projektu pro lineár?

Vojtěch Kába

Bavíme se v nějakém širším kontextu. To znamená i z hlediska distribuce, neomezovat bych se čistě na lineární televizní vysílání, ale i výhody platformy, nebo případně i projekty určené pro distribuci skrze virtuální realitu, což je samozřejmě trochu komplikovanější.

Michal Reitler

Tak co mě na tom odrazuje je, že vy, když necháte diváky vstoupit do tvorby obsahu, tak hrozí ztráta směru. Že ta interakce je, myslím, dobrý sluha, špatný pán. Respektive dobrý nástroj, ale blbé je, když vám to začne určovat, kudy to běží. Protože když vlezete na sociální sítě a řídil byste se tím, co si lidi myslí na sociálních sítích a jaká dovedou řešení, tak je to cesta opravdu do horoucích pekel. Toto je veliké nebezpečí interakce, když nemá jasně stanovená pravidla a není limitovaná čímsi. V hrách je ta interakce limitovaná nějakou definicí celé té hry a máte vymezený svět, kterým se pohybujete. A způsob, jakým se ta vaše postava mění a vyvíjí, je stejně předdefinovaný nějakými limity, které mají 6, 7, 10, 12, 20 úrovní, ale vlastně pořád je to iluze. Čili v případě nějakého interaktivního projektu bychom museli dobře rozumět tomu, jaký typ iluze vytváříme a kam tou interakcí toho diváka dovedeme. Ne ten projekt, ale kam

dovedeme diváka interakcí. Čili způsobem, jakým on zasahuje – vy si můžete ve hře vybrat, že se budete chovat jako prase, a když se chováte jako prase, tak ta hra vám znesnadňuje existenci. Když je to dobře nastavené. Vede to k tomu – nechovejte se jako prase, protože se vám hůř plní úkoly. A už je tam nějaký limit. Historicky z těch projektů, které mi vyskakují, jde jenom o formální hru. To znamená o nějakou anketu. Třeba u toho Karáska bylo pěkné, že se diváci mohli rozhodnout buď, anebo. Čili ho necháte vyvolat konflikt, nebo ho vedete ke smířlivému řešení. A diváci se rozdělí podle svých přirozených způsobů komunikace. Někdo je ostrý, zlomyslný, nevím, druhý je peacemaker. Odhlasují a teď se na sebe ty dvě skupiny koukají. Jedna má radost, že to je po jejich a ta druhá říká: "No to jsem teda zvědavý, jak to jako dopadne touhle cestou, kterou já nemám rád." Ale je to jenom hra. Čili riziko té práce s interakcí, si myslím, je v tom, že vám to může ten obsah prostě zbořit. Když to nemáte dobře připravené. Výhodou interakce je, že ten projekt je víc diváka. The Last of Us je mimořádně úspěšná hra, protože to ztotožnění se s postavou je absolutní. Tak to je výhoda, že máte pocit, že je to váš příběh.

Vojtěch Kába

Rozumím, takže si myslíte, že je důležité při přemýšlení nad vývojem takového projektu držet to, aby ten projekt neutekl z nějakých mantinelů. Aby neutekl z toho směrování, aby se neutřhl ze řetězu, aby zachoval svůj původní účel a téma.

Michal Reitler

No on musí mít pevně danou kostru a pevně daný cíl, kterého vy jako tvůrce chcete dosáhnout. A divákovi vzniká iluze, že něco nějak ovlivnil.

Vojtěch Kába

Protože několik různých autorů píše o těchto projektech, jak už o tom Svatoplukovi nebo třeba o Kinoautomatu, že je to jenom iluze interaktivity. A že je to jenom tak, aby divák měl pocit, že něco ovlivnil, ale reálně nic neovlivňuje. Protože Kinoautomat jede takhle nebo takhle a stejně to dopadne stejně. A někteří autoři píšou, že Kuřátko, že to taky nebyla reálná volba, ale bylo to předdefinované dopředu a byl to jen nějaký pocit.

Michal Reitler

No, ale myslím si, že dobře, divák může mít pocit, že ovlivní výsledek, neovlivní. Ale je fér, že ovlivní cestu. A to je stejně velká hodnota pro diváka, že ovlivňuje cestu postavy, stejně jako když ovlivní výsledek. Takže mě se zdá, že to není podvod. Ale co jsem se snažil na tom příkladu – hádka nebo smířčí řešení – ukázat, že buď vám to dává za pravdu, to znamená: je nás víc takových, co by chtěli, aby se Sváťa pohádal. Ale my, co jsme se hádat nechtěli, se koukneme, jaké to je. A teď je hrozně důležité, že ten autor to pravděpodobně vždy dovede k tomu, že nakonec Sváťa dosáhne svého. A buď toho dosáhne po dobrém, nebo po zlém. Myslím že to, co ti diváci mohou ovlivnit a měli by ovlivnit, je ta cesta, ne výsledek.

Vojtěch Kába

Rozumím.

Michal Reitler

Já vám tu teď zanesu takovou paralelní historku. Nevím, jestli znáte divadelní představení Pomezí?

Vojtěch Kába

Ne.

Michal Reitler

To hráli dlouho v takovém rozpadlém baráku. Herecká skupina tak dvanácti lidí, kde to není hlediště – jeviště, ale vy přijdete do místnosti.

Vojtěch Kába

Jo, jako imerzivní divadlo.

Michal Reitler

Ano. Začíná to nějakou oslavou a pak oni se rozejdou do svých pokojů a vy si vyberete, s kým jdete. A různě si měníte, s kým jdete. A můžete na to představení jít tolikrát,

kolik je tam postav. A je to fascinující. Vy nic neovlivňujete, ale skládáte si jiný příběh. A to je pro mě jasná interaktivita.

Vojtěch Kába

Že si divák vybere svoji cestu.

Michal Reitler

Vy si volíte perspektivu. A i když jste tak nedůsledný, jako jsem byl já, a tak moc přeskakujete, protože furt chcete někde vidět něco jiného a vlastně neposkládáte si nic. Ale vede vás to k tomu, že se pak slezete v hospodě s těmi vašimi kamarády, se kterými jste tam byli, a dáváte dohromady: "Na čem jsi byl ty?", "Na čem jsem byl já?" Že vlastně ten příběh je daný, ale vy tím, že všichni sledujete příběh subjektivně, tak v tom je to interaktivní, že vy vidíte něco jiného než váš soused.

Vojtěch Kába

Jo, to jste vlastně narazil na zajímavou věc, kterou taky ve své práci popisují a několikrát jsem na ni narazil. Že často, právě u těchto projektů – kde je několik cest nebo kde má divák nějakou volbu varianty příběhu – se stává, že divák má pocit, že mu chybí ty další příběhové linky. Například při uvedení Kinoautomatu v Montrealu na výstavě EXPO, se stávalo to, že se skupiny diváků domlouvaly na hlasování tak, aby si prošli tu linku, kterou ještě neprošli předtím. A často se děje, že pokud to je skrz nějakou VOD platformu, tak po skončení té jedné linky si to diváci dávají znova a znova a znova a zkouší ty další cesty. A to mi nějakým způsobem evokuje fenomén fear of missing out. A jak jste mluvil o tom divadle, že jste měl tendenci přeskakovat mezi postavami. Tak pak je otázka, jestli tento divácký pocit, jestli právě není na škodu?

Michal Reitler

Je to součást hry. Když dostanete stavebnici, tak si z ní postavíte, co chcete. Čili myslím, že to diváci mají vědět, to je celý. Můžou mít i doporučení. Ale vlastně, přijďte kolikrát chcete. Ten repeat faktor je tam hrozně vysoký. Já jsem měl pro ČT připravený ještě druhý koncept a ten byl, že se na ČT1 rozjede příběh a jestli chcete jít s touto rodinou, tak přepněte na ČT Art, jestli chcete jít s touto rodinou, přepněte na ČT2. Jestli chcete jít s touto rodinou, tak jděte na ČT Sport. A chtěl jsem ty jednotlivé

linky víc posunout do parametrů těch kanálů. To znamená, že ti, co jdou na Art sledují někoho, kdo potřebuje řešit nějaké existenciální starosti. Ten, kdo zůstává na jedničce, tak řeší, kdo s kým co – vztahovou rovinu. Ten, kdo jde na dvojku, nevím. A těšil jsem se, že budu koukat, jak ty křivky různě přeskakují podle preferencí těch lidí. Jak pak vytvořit konflikt mezi arťákama a ČT1, a bude to o vkusu. Že se budou hádat o věcech, které pro lidi, co sledují ČT Art, jsou plytké. No a říkal jsem si, jak by to hezky fungovalo v repríze, kdyby diváci věděli, že můžou jít jinudy.

Vojtěch Kába

No, a to je vlastně úplně stejný princip, na kterém byl Kinoautomat uvedený v televizi. Že jste přepínal mezi kanály.

Michal Reitler

Akorát byly dva.

Vojtěch Kába

Ano, akorát byly dva.

Vojtěch Kába

A vy jste říkal, že jste uvažoval o vývoji? Nebo jaké byly důvody pro zastavení tohoto projektu?

Michal Reitler

Nenašel jsem autora a ani dost velké odhodlání. Respektive autora bych měl, ale nenašel jsem dost velké odhodlání přes jiné projekty. Protože tohle po vás nikdo nechce. Vlastně nikdo po vás nechce takhle složitý koncept.

Vojtěch Kába

Takže máte pocit, že ze strany vedení té televize nebyl zájem o takovou věc, že to bylo příliš nekonvenční?

Michal Reitler

Jo no, na první dobrou ne. Protože se vám vyrojí příliš mnoho otázek. Které ten projekt činí nebezpečným. Prostě – proč bychom měli najednou vysílat na všech kanálech totéž? A umíme to vlastně napsat? Museli bychom sladit všechny kanály. Zase, proč bychom to dělali? To znamená – musel bych najít nějaký důvod, kdy má televize nějaké výročí. Jak se ta televize chová konzervativně, tak oni za a) na to nemají prachy – takže raději by tam dali koncert Phila Collinse. Proč tam má vlézt někdo z ČT1 a něco tam hrát? Navíc, je to čtyřikrát tak drahé. Protože vy nenatočíte inscenaci, ale musíte je natočit čtyři. Takže za peníze čtyřech uděláte něco... A teď si říkáte proč? Takže kdybychom natočili tenhle jeden díl, nevím, za osm milionů – tak ale vy musíte stejně dlouho, těch 70 minut, vyprávět něco na Artu. A každé je to jiné prostředí. Něco musíte na ČT2, takže i kdyby to byly tři kanály, tak to máte za 20 milionů. A to už jsem si říkal: "Hmm, to, než je přesvědčím... Kašlu na to." Raději mezitím vyvinu další řadu Případů prvního oddělení. Což tak, plus mínus, bylo. A stejné to bylo s tím, já jsem chtěl dělat živý, živě vysílaný, hraný seriál. Třikrát týdně, to jsem si říkal, to bychom zvládli. Během covidu. A bál jsem se, že mi na to to vedení kývne. Protože, teda je to vzrušující, i jsem to měl vymyšlené, jak bych to dělal, aby to šlo. Co by to přinášelo za benefit. Ale vlastně je to tak nebezpečné a nové, že špatně na to získáváte podporu.

Vojtěch Kába

To znamená, že si myslíte, že třeba ty překážky nebo ty důvody, proč se do toho moc lidí nepouští, jsou zaprvé to, že to je nákladné?

Michal Reitler

Nákladné, nejisté.

Vojtěch Kába

To, že to je nejisté, neověřené a že to třeba...

Michal Reitler

Nákladné, nejisté. To stačí takhle shrnout. Teď mi šlo hlavou, jestli bych to nemohl udělat na Nově. No, řekl jsem si: "To fakt teda jako..." První, na co narazím, že mi na

to řekne program: na tohle nemáme slot. Takzvaně. Tam není žádný den v týdnu, kdy bychom tam mohli dát něco, co je jenom jednou. Vůbec nic takového diváci nečekají. Takže jak to tam dostanete, když diváci nečekají, že něco takového bude. K tomu byste musel udělat velikánskou kampaň. Abyste vysvětlil: "Pojďte se podívat na experiment!" Experiment je v lineárním světě, opravdu téměř zakázané slovo. Takže ono ten experiment musí dělat taková persona, že si to zapnete, protože se o tom všude mluví. Takže vám to spotřebovává obrovskou sílu tvůrčí, protože je to složitější než cokoli jiného. Musíte silně argumentovat do toho média, že to mají udělat, protože je to progresivní. Ale abyste byl jako médium progresivní, musíte ty věci dělat progresivní furt. Čili to nemůžete dělat v konvenčním prostředí. Dobře, i tohle zvládnete – ale pak investujete velikánské peníze do marketingu, který... – A to jsou všechno peníze. Čas, který na tom lidi stráví. Čas, který to spotřebuje v televizi. Tím pádem ten čas se nedostane na jiné projekty, které to potřebují.

Vojtěch Kába

A třeba v kontextu VOD platformy? Jako je třeba Voyo nebo iVysílání? Je to zase příliš malá divácká skupina pro tak velký projekt?

Michal Reitler

No, jednak malá a jednak to prostě nesledují všichni v tu stejnou chvíli. No tak co s tím?

Vojtěch Kába

Myslíte si, že je důležitý ten faktor toho, že to běží v jednu chvíli? V případě Kinoautomatu byli v kině všichni najednou a teďka to prožívají společně – že to je důležitý faktor?

Michal Reitler

No, řekl bych že jo. Že ten okamžik, kdy jste všichni spolu a jste všichni na stejné křižovatce a přeskupujete se, je vlastně princip té zábavy. Na té platformě na to každý kouká jindy. Myslím si, že tam by fungovalo, kdybyste měl osm dílů, a existuje takový projekt, a když byste se díval v jiném pořadí epizod, tak dostanete trochu jiný příběh. To pak je nějaký typ interaktivity. Ale nevím, jestli je to vlastně interaktivita, spíš si ten

příběh tvoříte sám. Nebo můžete udělat to, co udělal Patrik Hartl v jedné své knížce, že z jedné strany čtete – máte příběh sourozenců – z jedné strany čtete tu knihu očima toho kluka a z druhé strany očima holky. A jste překvapený, jak různé světy oni dva vidí. Přesto že jsou ve stejných situacích. A to se dá, že to čtete dvakrát. Dokonce je to docela ekonomické, protože vy dostanete dva filmy za cenu 1 a půl filmu, když jsou to podobné situace. A tohle můžete samozřejmě dát na tu platformu, že se buď kouknete na její příběh nebo nejdřív na její a pak na jeho. A fakt to teda v té knížce funguje. Když máte její příběh, tak už ten jeho nečtete bez kontextu, ale přesně víte, jak to s tou sestrou dopadne. Čili vy už víte, jak to dopadne s oběma, ale je dominantní to, co čtete jako první, a to druhé je komplementární. Čili vy víte, jak dopadli, ale koukáte se na to, jak jinak ty situace viděl on. My máme svých starostí dost to udělat dobře, ten obsah, natož ještě dvakrát jinak.

Vojtěch Kába

Rozumím. No, protože třeba Netflix v posledních dvou nebo třech letech vytvořil asi 20 nebo 25 různých podobných projektů na svoji platformu. Od dramatických věcí až po například Bearl Grylls v divočině, kdy jste takovým rádcem Bearla Gryllse, kterému doporučujete, jestli má teď hledat vodu nebo jít hledat úkryt, nebo potravu, a jestli má tu horu přelézt nebo jí prolézt tunelem. Takže mi v tomto kontextu, připadá zajímavé, že se do toho teď Netflix hodně opírá. A připadá mi zajímavé, že říkáte, že na SVOD platformách chybí to, že to ti diváci sledují v jeden moment. Že tam není to kolektivní prožívání zážitku a potom to následné sdílení: "A ty jsi šel tuto variantu a já šel touto, já jsem viděl tady, a co se stalo tam..." A vlastně to divák konzumuje čistě individuálně. Řekněme, že je to jenom jeho cesta, kterou on prochází, kdykoliv má on čas a je nezávislý na ostatních lidech. Což říkáte, že je, řekněme, nevýhoda toho.

Michal Reitler

Mně se to tak jeví. Vezměte v úvahu, že jsem začátečník v tomhle. Myslím jako i my, na českém trhu s SVOD obsahem. Čili že si lidi zaplatí za nějakou knihovnu. To, že to dělá Netflix, chápu. Pro nás pro všechny, pro celý SVOD, je největší konkurencí celý svět gamingu. Úplně nejvíc. Není horší konkurence, sociální síť a celý svět hraní her. Ten stojí na tom, že ovlivňujete totálně všechno. Teda, totálně, v rámci té hry. Ale je to vaše hra, váš svět, váš skin, který máte. Všechno si to obléknete, buď vám to jde líp nebo hůř – máte víc peněz, míň, víc střílíte, více se perete, přežívat s vodou, bez vody...

Žijete si to sám. Získáte si k té postavě vztah, jako kdybyste to byl vy, a začíná přebírat vaše touhy. A strávíte tam víc času než u Netflixu. Prostě s hrou strávíte více času než s jakoukoliv jinou platformou. Takže rozumím, že se platformy snaží tyto lidi přetáhnout k sobě a nabídnout jim něco, co je herním světem poučené. Nejsem si jistý, nebo já si rád počkám, jak to bude fungovat. Protože naštěstí nejsme jednička světového trhu, která by musela být progresivní tímhle způsobem. Takže se budu spíš koukat, ale zdá se mi, že je to taková formální blbůstka. Jakože rozhodujete o tom, jestli má existující člověk něco udělat nebo ne. No, jeví se mi to jako napodobenina toho světa her.

Vojtěch Kába

Každopádně teda v kontextu SVODu, to vnímáte spíše tak, že v naší pozici na českém trhu se snažíme spíše sledovat trendy, které jsou v zahraničí, a dostat je na nějakou základní úroveň?

Michal Reitler

Jo, jo. No, tak my jsme ve fázi, kdy se snažíme za nepoměrně menší peníze, než má ČT, a to vůbec nemluvíme o HBO, vyrábět hraný obsah, který je nějak naléhavý. To samo o sobě je těžké. A to se ještě nebavíme o tom, že by byl interaktivní. A tou interaktivitou samozřejmě ztrácíte naléhavost. Protože do toho vstupuje nějaký formální prvek, který bourá jednu stěnu a pouští vás dovnitř. Ten prožitek se tím nutně snižuje, protože je to prostě formální zásah.

Vojtěch Kába

Takže máte pocit, že se tím ten prožitek diváka může snížit.

Michal Reitler

No rozhodně impact toho příběhu. Protože ve chvíli, kdy ho ovlivníte, tak opouštíte tenzi, kterou se jako autor snažíte vytvořit. To znamená – postava koná špatně – a vy když se teď zeptáte, co má udělat, tak možná se diváci shodnou na dobrém řešení. A co jako? Takže jdete domů? Je to vyřešené. Nemůžete, to znamená, že to dobré řešení musí zase vést k novému problému. Ale myslím si, že ta divácká pozornost není tak intenzivně napojená na iluzi celé té hrané věci, když má možnost do toho interaktivně

zasáhnout.

Vojtěch Kába

Rozumím, že ta forma může předčít ten obsah, předčít tu naléhavost toho sdělení.

Michal Reitler

Nikdy jsem se tím hlouběji nezabýval. Vlastně jakého typu by ta interakce musela být, aby to násobilo ten účinek.

Vojtěch Kába

Potom tady mám ještě dvě oblasti. Ale o té jedné jsme se už vlastně bavili – nějaké obecně interaktivní projekty z pohledu instituce. Což ve vašem případě je momentálně Nova. Už jsme víceméně probrali i směřování třeba Voya a tak. A teď se chci bavit především o budoucnosti. Jestli třeba máte pocit, že to do budoucna má své místo na audiovizuálním trhu? Což je jedna ze základních otázek, kterou se ve své práci snažím vyzkoumat. Jestli je to, řekněme, nějaký výstřelek, nějaká krátkodobá senzace? Která byla například v Montreal a potom párkrát někde s nějakým projektem. Anebo jestli to je cesta, kterou se audiovize bude do budoucna ubírat? Myslíte si, že to bude v budoucnu mít nějaké větší místo na audiovizuálním trhu? Anebo je audiovizuální trh tak koherentní věc, kde ty stejné věci budou fungovat i třeba za padesát let.

Michal Reitler

Nevím, jestli vám na to přesně odpovím, ale ten kontext konzumace obsahu se opravdu výrazně mění. Čili vyrůstá generace, která nevyrostla na televizi, ale vyrostla na notebooku a na platformách. To je, pokud jde o nějaký obsah, řekněme zjednodušeně, televizní – fikční. K tomu vám vzniká obrovský objem generovaný sociálními sítěmi, Tik Tokem, čili velikánské množství malého obsahu, a k tomu ještě celý herní svět. Takže ten trh s příběhy se vlastně zdrcnul, protože vy konkurujete, nebo nezdrncnul, ale vlastně konkurujete tomu největšímu konzumentovi a to je mobil a herní konzole. A zatímco se dá předpokládat, že generace, které nyní začínají mít děti, tak ještě vyrostli u televize, to znamená s dětmi se k televizi vrátí a znovu si ji zapnou, protože je to nějaký návyk, který měli v dětství. Tak možná za pět, deset let už to takhle nebude. To znamená, že je to zvrát v životě – vy koukáte na televizi jako děčko, pak jste

na výšce, máte tolik podnětů, že vás televize vůbec nezajímá, ani ji nemáte, a ještě ji dokonce nenávidíte. A ve chvíli, kdy máte doma dítě, tak se k té televizi vrátíte. Ta televize vám umožňuje udělat to, co dělali rodiče vám. Máte to dítě někde fixované, najednou jste fixovaný na rodinu a jste rád, že vám do toho někdo mluví jako kulisa, nějaký krb. Toto je pravděpodobně pryč. Čili myslím si, že ten trend nezbytně směřuje k tomu, že musíme vzít do hry, že diváci budou víc slyšet na svoje životní potřeby. A od nich budou odvíjet to, kde a na jaký obsah se budou dívat než opačně. Že by televize nastavovala životní režim jako: "Musím být u televize v osm, jinak o něco přijdu." To už není pravda. Čili v téhle oblasti, kam to míří, a jestli ta interaktivita je výstřelek nebo budoucí nezbytnost – spíš si myslím, že je to nějaká budoucí nezbytnost, protože prostě interaktivní už to je. Ať chcete nebo nechcete. Ta interaktivita mimo jiné je daná tím, že u televize jste přepnul, vypnul, nevypnul... Nevypnul – je největší hodnota televize. Z kina se taky neodchází, ale z platformy? Čau, nebaví vás to dvacet minut – jdete jinam. Protože ta nabídka je nekonečně velká. A to je druh teda brutální dynamiky. Čili myslím si, že my se budeme muset nějak tím principem interaktivity zabývat, protože způsob konzumace obsahu, bych řekl je jako mocninou v té interaktivitě větší.

Vojtěch Kába

No, a ještě tady mám poslední podotázku. Jestli si – součástí tady té rozvahy o budoucnosti – jestli si myslíte, že by se ta divácká interaktivita dala využít nějakým úplně novým jiným způsobem? Který zatím třeba vůbec nevznikl. Nebo nějaký způsob, jak více zapojit diváka do děje a do spoluvytváření obsahu. A jestli si myslíte, že to k tomuto bude směřovat, nebo jestli vás třeba napadá nějaká...?

Michal Reitler

Moje zkušenost říká, že divák vám neumí ten příběh vytvořit. Kdyby to bylo úplně na zelené louce, bílý papír – zelená louka. Že on ho nevytvoří. Ale jakým způsobem tu interaktivitu vzít do vědomí? Už to děláme tím, že jsme schopni sbírat data, jak se diváci chovají a co preferují. Čili to se děje. Dělá se to odjakživa, jenom teď ta data jsou natolik přesná a je jich natolik dost, že když to umíme dobře vyhodnotit, tak vlastně oni to ovlivňují naprosto. Váš Netflix vypadá jinak než můj. To je takhle jednoduché. Už vám nabízí věci, co chcete vy, aniž byste to věděl, co odpovídá víc vašemu vkusu. Čili ty cookies na to míří. Interaktivita už tady je, ať chcete nebo nechcete. To,

co vám nabízí Tik Tok, je něco, co odráží to, na co se nejraději koukáte. Tak je to interaktivní a už ovlivňujete obsah přímo. Čili už vznikají věci, na základě této zkušenosti, pro vás. Lidi by se rádi dívali na tohle – tak jo.

Vojtěch Kába

Takže máte pocit, že tohle je nějaká cesta do budoucna? Že ten obsah bude co nejvíce personalizovaný tomu danému divákovi?

Michal Reitler

No, určitě.

Vojtěch Kába

Nevědomky, vlastně, toho diváka. Stejně tak jako sociální sítě, které automaticky...

Michal Reitler

Já bych vlastně – s tou nevědomostí – protože je to generace, která v tom vyrůstá a ví to. Takže jsem zvědavý, jakým způsobem začnou lidi reagovat na to, když ví, že ten obsah je na míru. Spousta lidí kolem mě si už ty profily na Netflixu záměrně narušuje. Aby se jim neuzavíral ten svět. Že najednou tam mají jen korejské seriály. Potřebují vypouštět i jiné signály. Třeba zase jiní mí kamarádi, včetně mě, si nechávají na sociálních sítích i lidi, které bych tam nejraději neměl. Protože najednou bych si omezil obsah, který mi chodí. Takže ta interaktivita probíhá a vlastně nevím, jestli má být ještě součástí i toho samotného fikčního obsahu. To nevím. Nejsm tam. Musel bych asi vidět nějakou referenci, která mě ohromí. Kde se ta forma s obsahem o sebe opírají.

Tenhle princip interaktivity obsahu nakonec stejně vede k nějaké realitě, i když je to ve fikci. Protože jakmile se to objeví v Karáskovi, tak z toho děláte princip hry. Už to není příběh. Už je to IKEA. Složte si příběh z komponentů, které se vám dodaly – a na těchto křížovatkách máte tu možnost.

Vojtěch Kába

Jo, já jsem se jenom chtěl zeptat, jestli si nemyslíte, že to, jak to divákovi vždycky

nabízí to, co se mu líbí – jestli to diváka neomezuje a nevytváří to tunelové vidění? A potvrzování si své bubliny. A jestli to potom nevede, je to už spíš mimo otázka, ale jestli to pak nevede k nějaké radikalizaci společnosti? V tom, že každý se potvrzuje v tom, co on má rád, s čím souhlasí a jak to vidí. A potom to otvírá ty nůžky.

Michal Reitler

Vede, ale zase záleží na tom, když jste tvůrce obsahu a víte, pro koho ten obsah děláte, čím žije, co ho trápí a jaký má světonázor. Tak mu můžete předložit látku, která zpočátku jeho světonázor potvrzuje. A přes deset dílů ho dovede k nějakému novému poznání. Jedna věc je jít s proudem. To znamená, jak se říká, nasypat kaprům, co chtějí kapři. Anebo to vezmete jako příležitost, to znamená víte, koho tam máte a tím pádem je můžete nějak, nevím, obohatit – abych nepoužíval termíny jako kultivovat.

Vojtěch Kába

Což možná, ale jestli to už není spíš veřejnoprávní pohled na to, ne?

Michal Reitler

No, to veřejnoprávní, to máme v Čechách. Ale úplně běžně funkční komerční subjekty zvedají témata, která jsou pro lidi důležitá. Protože lidi se chtějí něco dozvědět. Když jim předložíte jejich svět, do kterého vnikne někdo, kdo ho nezná, tak je to bude bavit. Stejně jako když vezmete postavu jako jsou oni a vložíte ji do světa, který neznají. Takže vlastně to koukání do cizích světů je myslím podstatou toho, proč chodíme do divadla, proč čteme knížky, proč koukáme na audiovizi. Že si rozšiřujete – buď se ujistíte, že ten život, co žijete, žijete dobře, nebo vám to sdělí, že ty strachy, co máte, jsou překonatelné, nebo že na ně existuje nějaké řešení. Anebo prostě jenom hledáte únik. Ale slibuji si třeba od toho, že budeme vědět víc, kdo jsou naši předplatitelé. Protože jakmile to vím, tak vlastně už umím volit pohádku, která jimi zarezonuje. A nebýt Voyo, tak nedostanou diváci, kteří koukají na Novu a na Primu, příběh Ivety. Protože ČT by to nikdy nedělala. ČT by si nikdy nemohla dovolit vložit tyhle prostředky do příběhu o pop zpěvačce. Prostě je to neadekvátní tomu, co ta televize má za povinnost dělat. Kdežto díky Voyovy můžete lidem, kteří jsou vyučení nebo mají střední vzdělání, doručit někoho, kdo jim zpříjemní život. Druhá řada Ivety, druhý díl je fakt mimořádná věc, ale jako že na to čumím jako blázen, co se tam povedlo. Tam je ten její únos,

respektive únos, ona s tím souhlasila. Je to jako drsný. Na chvíli to vypadá jako Fargo. To můžete udělat, když víte, že tam máte diváky, kteří jsou diváci Ulice a máte tam diváky Ordinace, protože Voyo je tvořené těmito lidmi. Takže když jim přinesete Jitřní záři, tak jim doručíte něco, co by v ČT bylo dobrý, ale jako v téhle oblasti, kde máte lidi na malých obcích, kteří nemají rádi lidi na podpoře – tak najednou, se tam pro ně něco děje. V tom je to vlastně dobrý, že když už to přečtete, co tam máte za lidi, tak ta interakce vám dopomáhá, že vám ty lidi vyselektuje. Oni tam kvůli něčemu přijdou, kvůli něčemu tam zůstanou. Lidl to dělá dobře. Lidl teď, on má své lidi, co tam chodí kvůli potravinám, které stojí málo peněz. Nejsou to ty drahé trendové, najdou si tam své zboží, jsou to obyčejné samošky všude po ČR. Ale mají sezónní zboží, které byste tam nečekal. Udělají vám řecký týden a fakt tam dostanete dobré jídlo. A lidi si to řeknou mezi sebou. Teď jede reklama, že dostanete tři náradí od dobré značky, jsou tam – plotové nůžky na baterky, něco a něco. A vy si říkáte, to bych byl rád a máte to na jednu baterku, jedno dobíjení, nemáte tam tu šňůru zatracenou, ani benzín. Teď je to značka, která je docela dobrá. Čili vlastně to, jak oni vědí, kdo jim tam chodí, tak jsou schopní jim dávat tyhle eventy. Což tahle ta trojice náradí na zahradu, je podle mě totéž, co mi na Voyo doručujeme Králem Šumavy. Že ty lidi vidí: "Cože? Král Šumavy? Dobře, asi kouknu."

Vojtěch Kába

Že to úplně nečekají.

Michal Reitler

Což jsme teď teda vlastně mimo tu vaši oblast, ale vlastně ta interaktivita, jak je už všudypřítomná. Vlastně vy ten dialog vedete s divákem každou minutu a každou minutu vám přichází zpětná vazba. Už to není každý měsíc nebo každý půl rok. Víte, kdo si koupil Voyo kvůli Ivetě. Ne kdo, to zatím po divácích nechceme, což je škoda, ale víme kolik. Takže buď jim můžete házet jenom to, co chtějí – víme, že fungují výborně Survivor, Love Island, to jsou na Voyo nejúspěšnější koncepty. Ale vedle toho pro ně máte ty hravé věci. A koncepce moje stojí na tom, že to musí být pro diváky Ulice.

Vojtěch Kába

Rozumím, takže je to spíš nějaké nabourávání té bubliny.

Michal Reitler

Nějaké rozšiřování toho prostoru.

Vojtěch Kába

A to nabourávání je, řekněme, úkol toho producenta.

Michal Reitler

Ano, úkol producenta je, jasně vědět, koho tam máte. A tím pádem to porovnat s tím, komu to jdete vyprávět. Teď jsme měli na FAMU na návštěvě producenta Il Boemo, tak to byla klíčová otázka – pro koho to dělali? To mě zajímalo ze všeho nejvíc. No a odpověď byla dost jasná – oni to prostě dělali pro znalce hudby. Fajn, to je v pořádku. Takže ti, co Myslivečka milují, byli nadšení, že někdo zdvihnul jeho odkaz. A že ta muzika je strašně dobře udělaná a velmi dobře nazpívaná. Mají rezervu někde v těch v sopránech, tam říkali, že neměli úplně světovou špičku, což je najednou škoda. Ale víte, kam tím míří, takže já jsem najednou: "Aha! Tak dobře. Tak to není kostýmní věc, není to Amadeus, fajn." Jenom tu kampaň neudělali dobře.

Vojtěch Kába

Takže vždycky je důležité vědět kam tím míříte a pro koho.

Michal Reitler

No, komu to jdete říkat a jestli v tom obsahu v tom máte oporu. Čili když se vrátím zpátky k interakci, tak si myslím, že ve chvíli, kdy vložíte interakci do samotného příběhu, tak prostě berete do hry hravé lidi. A to je taky jenom nějaký segment. A ty ostatní to může obtěžovat. Nakonec je to vždycky hra. Může to být nějaké pátrání, vlastně, byl jsem ještě na představení – teď jsem si to mlhavě vybavil – že vy projdete z jedné nebo z druhé strany a procházíte instalacemi. Máte tam zvukové věci, máte tam dopisy, všechno můžete, deníky tam jsou. A vy zjišťujete, u koho jste doma. A zjistíte že jsou tři, a že ona – to dítě je nešťastné. Jste v dětském pokoji, máte tam nějaké fotky, prohlížíte si to, čtete si deník. Jsou tam post-ity, kdo má co udělat. Vzkaz od mámy: "Nezapomeň vynést odpadky a zavolej tátovi už jsi to rok neudělala." A vy: "Aha..." a jdete do další místnosti. A to je to. To je fantastické pátrání. Jsou tam místa,

kdy se normálně dojmete. Nevím ale, jestli to má cenu, to takhle dělat jako audiovizi. Ale lidi rádi pátrají. Lidi rádi pátrají, luští a rozhodují. Respektive dávají tipy. Moje žena dává hned tipy, když na něco koukáme, tak ona již od třetí minuty říká, jak to skončí.

Vojtěch Kába

Tak já už vás nebudu zdržovat. Moc děkuji. Můžu tedy to, co jsme si tady povídali, použít do mé práce?

Michal Reitler

Jistě, jakkoliv.

Vojtěch Kába

Děkuji moc.

Příloha č. 3: Rozhovor s Milanem Krumlem

Rozhovor proběhl 5. 5. 2023 v kavárně SmetanaQ na Smetanově nábřeží v Praze.

Vojtěch Kába

První okruh, který tady mám, je nějaký obecný pohled na interaktivní audiovizuální díla. Otázka je, jestli vnímáte roli diváka jako čistě pasivní, anebo je podle vás nějaká interakce s tím audiovizuálním dílem záhodná?

Milan Kruml

No, já si myslím, že těch aktivních diváků je menšina. Ale teď je otázka, jak velká menšina to je. Ona se postupně zvětšuje, protože ta interaktivita je čím dál tím jednodušší z hlediska přístupu. Dneska, když se naučíte ovládat smart televizi, kde máte HbbTV tlačítko, tak vám to stačí. To dřív nebylo, dříve to bylo mnohem komplikovanější. A těch lidí, kteří mají televizi, která tohle umožňuje, přibývá. To znamená, ona ta skupina bude růst. Ale pořád vidím to, že ta většina považuje konzumaci audiovizuálních obsahů za relax, tzn. chce, aby jí ty obsahy bavily. Nemusí to být jako zábava, ale chce, aby ji bavili a nečeká od nich, nebo nevyžaduje žádnou další aktivitu ani nechce žádnou vyvíjet. Takže si myslím, že to hodně dlouho bude pořád tak, že těch takzvaně línějších uživatelů a diváků bude víc.

Vojtěch Kába

To znamená, že si myslíte, že jsou v podstatě dvě části diváků. První nějaká větší skupina to považuje za čistě nějaké přijímání obsahu a druhá skupina, kterou by třeba nějaké takové podobné projekty bavily.

Milan Kruml

No jo, tak to máte tak. Je hodně lidí, kteří se dívají na soutěžní pořady, protože se chtějí srovnat nebo se chtějí přesvědčit, že jsou přinejmenším stejně chytří jako ti soutěžící. A pak je nějaká menší skupina lidí, která by ráda to nejenom zjistila, ale prokázala tím, že se zúčastní. Ale ta skupina už je menší a bude vždycky menší.

Vojtěch Kába

Rozumím. A z čeho si myslíte, že to vychází?

Milan Kruml

Já si myslím, že to obecně vychází z toho, že opravdu televize je od začátku líné médium. A současně ona vás vlastně zaměstnává, i když se díváte povrchně. A to nejenom televize, ale i když máte něco, co najdete na streamu nebo YouTube třeba. Zaměstnává vás vizuálně i intelektuálně. Na to, abyste se ještě aktivně zúčastnil, tak už musíte vyvinout docela dost velkou aktivitu. Jo, v uvozovkách velkou, ona není tak velká, ale prostě překonáváte nějaký přirozenější způsob, jakým to vnímáte.

Vojtěch Kába

A myslíte, že to platí i v případě filmů třeba?

Milan Kruml

U filmu to je jinak. Podle mě. Protože ten film, pokud ho přijímáte v kině, to je taky důležitá věc. A vy v tom kině jste úplně v jiné bublině. Že se vlastně abstrahujete od okolního světa, soustředíte se na příběh, a to prostředí vám to umožňuje. Je tam tma, je to na velkém plátně, takže nemáte žádné nebo minimum dalších vizuálních podnětů. Zvuk je udělaný tak, že to zvukově sedí na to, a to soustředění je naprosto odlišné od toho, když sedíte doma u televize. Tam se to nabízí. Jste v tom příběhu, to znamená i ta interaktivita by vám třeba pomohla dál nebo více se o to zajímat.

Vojtěch Kába

Takže si myslíte, že je větší potenciál pro to, aby to diváky zaujalo u těch diváků, kteří chodí na filmy do kina než u diváků, kteří sledují audiovizuální obsah v televizi?

Milan Kruml

Já si myslím, že to tak může být. Ale pořád je to i pro ty lidi, co do toho kina chodí a jsou na to zvyklí, tak je to nesrovnatelný způsob příjmu kvality obsahu. Jako vy můžete být nadšený fanoušek filmů a v kině se plně soustředíte a doma se stejně budete dívat nepozorně, protože vás k tomu nic moc nenutí. Vezměte si to tak, že lidi, kteří se

dokážou i doma soustředit, tak to jsou třeba lidi, kteří se dívají na fotbal nebo na sport, na živé vysílání. A ti se fakt soustředí tu hodinu a půl nebo dvě. Ale taky na ně nesmíte mluvit, oni se obklopí tím, co potřebují – nápoj a tak dál. A to je všechno. Oni nechtějí žádné další vjemy. Oni si v podstatě vytvoří to kino. No a je to komplikovaný.

Vojtěch Kába

Takže vlastně ty interaktivní formáty jsou v podstatě asi něco jiného, než co valná většina diváků očekává od audiovizuálního díla.

Milan Kruml

Já si myslím, že ano, ale na druhou stranu samozřejmě pro část diváků je příjemné to, že když chtějí, tak můžou dostat víc. A schopnost toho, kdo ty obsahy vysílá nebo vyrábí, je taková, že počítá s jejich dalším zájmem nebo jim nabízí nějaký bonus. A to pro část publika určitě zajímavé je.

Vojtěch Kába

Vnímáte tedy interaktivní formáty jako nějakou nadstavbu audiovize?

Milan Kruml

Ano.

Vojtěch Kába

A je to věc, která pro určité spektrum diváků může být nějakým zpestřením. Nebo jak byste zařadil tyto projekty do spektra audiovize?

Milan Kruml

Podle mě je to zatím pořád doplněk k tomu, řekněme k obsahům, které se vyrábějí. Málo těch obsahů vzniká tak, že si vlastně ti tři už od začátku, při tom vývoji, řeknou teď uděláme interaktivní hru. Většinou to vzniká tak, že teď uděláme hru, kde bude možné ji hrát i pro diváky i interaktivně. Ale primárně samozřejmě pořád směřují ty obsahy tam na ty způsoby nebo na ty kanály, jimiž se šíří. A pokud vám někdo řekne: „My máme 90 procent uživatelů, kteří chtějí interaktivní věci.“, tak vy budete mít

interaktivní obsah. Ale pokud vám někdo řekne: "Hele, potřebujeme novou soutěž, je o ni velký zájem a udělejte ji tak, aby se dala prodat alespoň do pěti zemí." tak si budete lámat hlavu. V první fázi s tím klasickým obsahem vysílaném v lineární televizi a teprve potom, když vám někdo řekne, měli byste k tomu mít i nějakou interaktivní verzi, tak ji začnete vymýšlet. Ale jde o ten kanál, který si vyberete.

Vojtěch Kába

To tedy znamená, že tady tu formu definuje poptávka?

Milan Kruml

Ano, je to tak.

Vojtěch Kába

A jaká si myslíte, že je poptávka po těch konkrétních věcech?

Milan Kruml

Já si myslím, že roste. Jo, i když ty televize samozřejmě mají záběr, který je poměrně hodně široký a z velké části oslovuje cílovou skupinu, která dejme tomu je přesně naladěná na to, že chce, aby ji někdo bavil. No a vedle toho jsou samozřejmě streamovací služby, které se snaží oslovit ty mladší cílovky. Ale já bych řekl, že ve chvíli, kdy začnete pracovat s publikem a instruujete ho, nebo chcete po něm, aby využíval HbbTV tlačítko, protože to pro vás je nějak důležité z hlediska proma třeba, nebo je na to navázaná reklama, která je také důležitá. Tak v tom musíte prostě něco nabídnout. To znamená, nejsem si úplně jistý, jestli to už dneska takhle všude probíhá, ale ta myšlenka, že byste měli pracovat multiplatformě a nabídnout i tu interaktivitu, zvláště u hraných věcí, by měla být přítomná už v tom vývoji. Protože jestli chcete, aby se počet lidí, kteří využívají tuhle možnost zvyšoval, tak to není jenom tím, že by tam mohli najít doplňkový obsah, musíte jim nabídnout i nějaké další atraktivní věci.

Vojtěch Kába

Rozumím. Já bych teď přeskočil pár otázek a navázal na blok, který se věnuje budoucnosti těchto projektů. Jak jste to už nějakým způsobem nařkl. Máte tedy pocit, že

tyto interaktivní projekty mají do budoucna větší místo na audiovizuálním trhu? Právě třeba z toho důvodu implementace HbbTV technologie? Máte pocit, že to do budoucna má potenciál růstu?

Milan Kruml

Myslím si, že jo. A řeknu vám, proč si to myslím. Protože v současnosti ta nabídka na internetu, která je, tak už začíná být velmi nepřehledná. Vy pomocí toho HbbTV tlačítka najednou máte šanci toho diváka lépe vést. Jste schopen ho provést rychleji, třeba i tou videotékou, kterou máte. To znamená, ta snaha o větší využívání této možnosti tady určitě bude a bude v budoucnosti sílit. To je jedna věc, druhá věc je ta, že samozřejmě s přechodem, respektive ten trend, který se nastartoval ve Spojených státech a pomalu přechází do Evropy – to znamená, že velká část lidí bude chtít využívat tzv. fast kanály. To znamená kanály, které jsou zadarmo, nebo systémy na internetu zadarmo a platí se reklamou, kde v tom systému máte třeba 80 kanálů. Tak ten se pomalinku přesunuje i k nám a tam si myslím, že ta interaktivita bude sloužit hlavně k orientaci a vyhledávání věcí, které chcete vidět. Ale není tím vyloučeno, že se najdou nějaké nové možnosti třeba pro inzerci, která se bude muset využívat. Já jsem teď viděl takový dost komický dokument z roku 57 o tom, jak bude vypadat svět po roce dva tisíce: kuchyně – tam přesně byla ta interaktivní televize. Řezník paní ukazoval kotletu na té obrazovce, paní zmáčkla tlačítko a kotletu dopravili do bytu. Tohle jsou samozřejmě věci, které pravděpodobně budou v budoucnosti možné, aby to mělo nějaký účet a objednáváte zboží, dokud budete mít kredit nevyčerpaný atd. Ale pořád si myslím, že část lidí, a ne nepodstatná, o to zájem mít nebude.

Vojtěch Kába

Že budou chtít jen pasivně vnímat příběh.

Milan Kruml

Mohou chtít kontakt s konkrétními lidmi a nebudou tomu moc důvěřovat, ty důvody můžou být různé.

Vojtěch Kába

Rozumím. Já tady mám podotázku, jestli si myslíte, že by se dala divácká interaktivita

využít v budoucnu nějakým novým způsobem? To jste vlastně už trochu naznačil třeba tou inzercí.

Milan Kruml

Ale ona se dá využít samozřejmě i třeba řekněme pro vytváření nějakých nekonečných seriálů. O tom jsme už mluvili, to možné je. Vyčleníte si několik postav a budete po divácích chtít, nebo dáte jim možnost, aby jejich další osudy určili oni. Čili samozřejmě budete pracovat tak, aby ty postavy příliš neovlivnily ty linky, které máte vymyšlené, ale pro toho diváka to může být zajímavé. On se může do určité míry ztotožnit s nějakou postavou a teď jí bude chtít dát nějaký nový nebo jiný impulz. To možné je. Myslím si, že ty možnosti z hlediska té inzerce jsou fakt hodně velké a že vlastně nejsou ještě úplně prozkoumané. Já teda osobně se domnívám, že jedna z nejpodstatnějších věcí bude ta orientace v nabídce, kterou by vám ta interaktivita měla usnadnit. Že už dneska je to komplikované.

Vojtěch Kába

Jojo, takže to bude třeba ne vyloženě nutně interaktivita s tím samotným dílem, ale s tím zážitkem celkovým, s vedením a s výběrem...

Milan Kruml

Ano přesně tak. A ten, kdo tohle zvládne, tak podle mě bude mít podstatnou výhodu. Bude moci diváky a ty uživatele navádět tam, kam bude potřebovat nebo jim dávat tipy. Ale současně tohle je jedna z věcí, která podle mě je opravdu strašně důležitá, protože ten výběr už je takový, že...

Vojtěch Kába

Ta personalizace toho obsahu například.

Milan Kruml

Na YouTube si můžete najít jako x věcí, ale vy nevíte, že si je tam můžete najít. Když vám to podle nějakých algoritmů nevygeneruje to, na co se rádi díváte, tak pokud neznáte třeba konkrétní název, tak můžete hodiny strávit hledáním něčeho. A

mimochodem ty velké médiatěky nebo videotěky bohužel už začínají být taky málo přehledné. Mají i třeba problém s řazením do žánru atd. Ale to všechno není tak podstatné jako to, že tam vám vlastně ta interaktivita může pomoci, ale není to interaktivita opravdu s konkrétním pořadem, ale spíš se systémem.

Vojtěch Kába

Systémem jako takovým. Já bych se teď zaměřil na české prostředí jako takové. Máte pocit, že to české prostředí je něčím specifické? V tom smyslu, že je třeba vhodné pro tyto věci? Nebo jestli třeba ve srovnání se zahraničím má nějakou výhodu, případně nevýhodu?

Milan Kruml

Já si myslím, že má jedinou nevýhodu, a to je to, že tady ten audiovizuální trh a celá ta branže byla a pořád ještě je zpožděná oproti tomu zahraničí. A trendy sem přicházejí se zpožděním a než na ně ty subjekty, které jsou na trhu důležité, zareagují, tak to trvá docela dost dlouho. Jinak si nemyslím, že by tady byly nějaké nevýhody.

Vojtěch Kába

Takže si nemyslíte, že je to něčím specifické. Spíš tady ty věci přichází později?

Milan Kruml

No, přesně tak. Jo, a to stačí. To je právě to, že ten rozvoj nastává ve chvíli, kdy jednak je ta konkurence hodně silná, kdy probíhá boj o každého diváka nebo uživatele a kdy část těch potenciálních zákazníků nebo diváků je hladová po něčem novém i na základě příchodu nových technologií. Ale u nás to tak úplně není. Dokonce si myslím, že je to pro část diváků pořád svět, do kterého se už nechtějí vydávat.

Vojtěch Kába

A nemyslím si, že na to třeba může mít nějaký vliv globalizace a celkově bourání jazykové bariéry, obzvláště u mladého publika. A že by to třeba nějakým způsobem motivovalo české tvůrce nějak navázat na zahraniční obsah.

Milan Kruml

To určitě jo, ale rozumíte, tady je pořád trošku problém v tom, že třeba u televize, ale ono to je bohužel i u těch streamových služeb, průměrný věk toho uživatele u nás je pořád docela vysoký. A ty mladé přílohy, tak mají řekněme trošku jiné zájmy, jiné zdroje a podobně. Jasně, tak nakonec se všichni sejdou u další řady Stranger Things. Ale myslím si, že jsou věci, jako zrovna pokračování Hry o trůny, které už míří na starší publikum. Když se podíváte na to, co vlastně využívají lidi ve věku třeba od dvanácti do šestnácti/sedmnácti let a odkud čerpají ty audiovizuální obsahy, tak tam je mezi prvními Instagram, Tik Tok. A ti to dělají. A tam si myslím, že i tuzemští tvůrci, kteří přicházejí na YouTube nebo na sociální sítě, tak s tím zacházet umí. A budují si svoje publikum, které se chová už výrazně jinak než třeba ta starší část populace. A starší myslím třeba od třiceti výš.

Vojtěch Kába

Takže si myslíte, že se tomu nějak ti tvůrci přizpůsobují, tomuto trendu – a hledají si tu cílovou skupinu třeba na těchto jiných platformách?

Milan Kruml

No, jak kteří. Protože pro část těchto velkých hráčů jsou pořád podstatnější ti lidi starší. Protože oni sice více rozmýšlejí, ale zase mají více peněz na to, aby je investovali do nějaké formy zábavy atd. Ale jasně, ti lidi, kteří se naučili pracovat s publikem na YouTube a přecházejí nebo vytvářejí si třeba na TikToku nebo na Instagramu svoje kanály, tak jasně že s nimi umí pracovat výborně. Ale to už je trošku jiný svět. A pro mě teda zvlášť, protože jasně – začíná se prolínat s tou klasickou televizí, ale bude to ještě docela dost dlouho.

Vojtěch Kába

Já bych se vás zeptal na takové dva okruhy. A to interaktivní projekty z pohledu vás jako producenta, nebo řekněme člověka, který pracuje na vývoji pořadů. A interaktivní projekty z pohledu instituce, kterou zastupujete, což je ve vašem případě veřejnoprávní Česká televize. Takže bych začal tím prvním blokem otázek: Co by vás třeba přimělo k vývoji nějakého interaktivního filmového nebo televizního projektu z pozice vás jakožto člověka, který vyvíjí pořady?

Milan Kruml

Já vám řeknu, co mě osobně by přimělo: možnost tímto způsobem doplnit divákovi informace, které mu třeba nejsem schopen dát v tom díle, které vzniká tradičním způsobem. A dám vám hned příklad – já jsem dělal na cyklu o historii televize československé. Kde ty díly byly 52 minut a byly podle žánru. A tam nemůžete dát všechno. A mně by se líbilo, kdyby ti lidé měli šanci, když o něčem mluví respondent, že v tom hrál tak, aby se na to podívali. Jo, a to je bohužel zatím opravdu otázka budoucnosti. Nejen kvůli technologii, ale kvůli právům. To je jedna z věcí, která je důležitá. Protože můžete vyzkoušet leccos, ale pořád musíte myslet na to, že si musíte koupit k něčemu práva. Že musíte někomu zaplatit za to, že ho použijete i v nějakých systémech, které jsou interaktivní atd. A to je jedna věc. Druhá věc je ta, že já nejsem moc příznivec toho řekněme určování dalšího osudu hrdinů. Je to jako hezká hra. Ale myslím si, že v té hrané tvorbě, v tom nevidím moc velký smysl. Naopak. Líbí se mi a rád bych dělal věci, kde řekněme ti diváci, kteří chtějí být aktivní, tak budou mít šanci. To jsou třeba soutěže. Myslím si, že výborné využití mají reality show. A pořád mluvíme o veřejné službě. Ale i ta dělá kvalitní pořady. Je to jenom otázka toho, jak jsou udělané, není to otázka konkrétního formátu nebo žánru. A tam se tohle všechno dá využít. A to nemluvíme o dětských pořadech, to je kapitola sama pro sebe. Ale tam si myslím, že ta interaktivita, je docela na vysoké úrovni.

Vojtěch Kába

Rozumím. A co by pro vás bylo naopak překážkou pro vývoj podobných projektů nebo pro implementaci interaktivních prvků do pořadu?

Milan Kruml

V současnosti zcela určitě komplikace nebo přílišná náročnost sladění toho obsahu. Takže abych se zabýval dejme tomu natáčením seriálu a k tomu se ještě zabýval tím, jak interaktivně, jaké všechny interaktivní prvky na to natáčení a ten scénář můžou působit, na to nemám kapacitu. Nemá na to, podle mě, dneska téměř žádná televize. Ona to může vyzkoušet jako hru, ale nevyzkouší to jako nástroj, protože na to není zvyklá. Ten systém tady takhle nefunguje. V Koreji takhle třeba funguje, ale i tak je to omezenější. Protože ty televize mají rády všechno pod kontrolou a nejenom televize i ty další subjekty, co na trhu působí. Tak raději než spoléhat na to, že ti diváci jim

řeknou, co by si představovali nebo jaký by ten vývoj těch postav měl být – co když to neřeknou? Tak si sami iniciují u diváků nějaké výzkumy, aby se to dozvěděli? Nelze na to spoléhat. A to je jedna z věcí, která je důležitá, podle mě. Pořád mluvíme o nějaké aktivitě, která je dobrovolná a vede od publika směrem k tomu médiu. A to médium, ale na ni nemůže spoléhat. Publikum se rozhodne, že ho to nezajímá a že se tím nebude zabývat a nebude tohle hrát. A to médium nemá moc šancí, jak to změnit. Může mít atraktivní obsah, ale většina tohle musí přijmout. A tam jsou, z hlediska producentů nebo tvůrců hranice, na které narážíte. Čili vy nevíte, jestli to bude mít smysl. Ale to neznamená, že byste to neměli zkoušet.

Vojtěch Kába

Jasně, že je to vlastně hodně nejistý.

Milan Kruml

Je to nejistý. Samozřejmě jako všechno, co děláte. Jasně, jsou věci, které když natáčíte – natáčíte kriminální seriál a alespoň trochu se snažíte – tak je velká pravděpodobnost, že to nebude úplně neúspěšné. Ale pak jsou věci, u kterých ta pravděpodobnost není zas tak úplně vysoká. A vy taky můžete zjistit, že to prostě nefungovalo. Protože to lidi nechtěli, ne protože by to bylo špatné, ale prostě to nebylo ono. A to pak samozřejmě znamená ztrátu financí. Proto si taky myslím, že ty postoje českých subjektů jsou obezřetnější.

Vojtěch Kába

Rozumím. No a když bychom to vzali z pohledu České televize. Tak jaký máte pocit, že je obecný postoj České televize? Nebo to klidně můžeme vzít obecněji, jako nějakého veřejnoprávního média.

Milan Kruml

Já si myslím, že veřejnoprávní média, a Česká televize se tomu nevymyká, že mají trochu dilema. Protože na jednu stranu je jim jasné, že vývoj jde poměrně rychle dopředu a že televize nemůžou zůstat stát na místě. A čekat s tím, že naši diváci jsou spokojeni a my nic dělat nebudeme. Na druhou stranu ale samozřejmě, vy vysíláte pro všechny. Pořád musíte vědět, jaké složení toho publika máte. A když tam máte těch

mladších lidí málo, tak samozřejmě musíte usilovat o to, abyste jich nabral víc. Ale neznamená to, že se vykašlete na ty starší. To znamená, vy to pořád musíte nějakým způsobem kombinovat a zvažovat. Není to úplně jednoduchá situace. Protože samozřejmě my si můžeme říct, teď se zaměříme na ty mladé a budeme dělat interaktivní věci a takováto témata. Fajn. Ale ta televize nebo ten duální systém má smysl, že je to jedna televize, která má zásobovat všechny. Před několika lety, už je to docela dlouho, před deseti lety byly v západní Evropě diskuse, kde zástupci komerčních stanic, mluvím o lineární televizi, říkali: "A my si myslíme, že by se měla část poplatků dát nám, protože my oslovujeme více mladých lidí než veřejnoprávní televize, a když oni neoslovují nějakou celou skupinu a my jo, tak by se to mělo dělit." Následkem toho bylo, že ty veřejnoprávní televize začali oslovovat mladé lidi ve větší míře než ty komerční. Takže se to najednou začalo proměňovat, ty cílovky. Je to samozřejmě argument, který je na jednu stranu populistický, ale na druhou stranu ukazuje, že ta veřejnoprávní televize je v takovéto pozici. Že by vlastně měla dělat všechno, ale ona na všechno úplně nemá peníze nebo capacity. Ale myslím si, že přinejmenším ve chvíli, kdy se televize rozhodla, teď myslím konkrétně tu českou, posilovat online nabídku, tak i ta interaktivita je něco, čím se bude asi zabývat. Byť ne v takové míře, v jaké by to mohla dělat Nova nebo Prima, pokud zjistí, že je tam velký zájem zadavatelů inzerce vymýšlet různé inzertní akce a napojit inzertní akce na interaktivní možnosti pořadů.

Vojtěch Kába

Takže máte pocit, že třeba u těch komerčních televizí by ta motivace mohla primárně vycházet právě z nějaké inzerce? Nebo nějakých dalších způsobů nových příjmů skrze inzerce. A u té veřejnoprávní televize to vychází spíše z hlediska té cílové skupiny?

Milan Kruml

Ano, přesně tak. Tak ty komerční televize, tam je to poměrně jednoduchá záležitost – vy si buď vyděláte peníze, abyste mohl vysílat a natáčet, anebo si je nevyděláte. Každý pořad by se měl zaplatit. Ty marže jsou různé. Ano, byly tady pokusy stanovit jednotnou šílenou marži u každého pořadu, což vede k devastaci toho komerčního prostředí a k ponížení kreativity. Ale ve chvíli, kdy k vám přijde někdo se zajímavou nabídkou,

kteřá bude obsahovat nebo bude mít požadavek interaktivní – nějaké hry nebo něčeho. No tak proč by ta komerční televize tohle neměla akceptovat? Naopak. Všechny nové věci, které povedou k tomu – a to je podle mě docela důležitá věc – nemá to vést jen k tomu, aby se ty pořady zaplatily. Má to vést k tomu, aby se ta nabídka té komerční televize zpestřila. To znamená, aby lidi byli spokojeni s tím, co vysílá. Že se na ni dívají a mají pocit, že jim dává to nejlepší, co může. A to samozřejmě za předpokladu, že ta televize nebude prodělečná. Jo, jasně, debata prezidentských kandidátů se vám nezaplatí. Do té nedáte žádnou inzerci. No ale musíte ji udělat, protože je to o prestiži a o tom, že jste televize, která pořád cítí nějakou veřejnou službu. To znamená interaktivita asi ve většině případů v komerčních televizích bude hledat, nebo ty modely budou hledat nějaký způsob, jak oslovit inzerenty. Ale není to nutně zákonitost, která se musí u každého toho projektu projevit. Jo, je to různé. Ty televize jsou pořád součástí nějakého prostředí a dělají věci, které jsou důležité pro to prostředí, pro jejich pověst a pro prestiž.

Vojtěch Kába

Takže vlastně víceméně v obou případech, u té komerční i veřejnoprávní televize, to z velké části vychází z poptávky po těchto věcech. O které si myslíte, že je spíše nízká?

Milan Kruml

Já si myslím, že je nízká. Třeba ve srovnání se zahraničím. A přičítám to tomu, že ti lidé, kteří jsou zvyklí na tento způsob komunikace s nějakým médiem nebo přijímání obsahů s touto možností, tak tu možnost mají na x místech. Tam kam chodí – na sociálních sítích atd. Nečekají je od televize, tu považují za staré médium. A ti diváci, kteří tu televizi mají jako médium číslo jedna, anebo mají ty streamy jako médium číslo jedna. Tak tohle nevyhledávají, protože to vlastně nepotřebují. Například zajímavý model – vy se díváte na seriál Marie Terezie a nedíváte se na něj v lineární televizi, vy víte, že máte 7 dní, tak se na něj díváte a využijete zpětnou sledovanost a díváte se třeba 3 dni poté. A díváte se a chcete vidět, co se stalo ve spojitosti s touhle postavou, která už tam dál nehraje, ale víte, že existovala. No a vy nevyužijete žádnou interaktivní volbu, vy jdete na Wikipedii nebo na Google a vygooglíte si to. A takhle to ti lidé užívají. To znamená, oni možná i ví, že tu možnost mají. Ale protože velká část lidí dneska užívá té svobody, že sice někdo vám sestavuje program, ale vy se můžete k tomu programu kdykoliv vrátit a přetočit si to atd., atd. A kombinují ho s internetem,

to znamená, oni tu interaktivitu si vytvářejí sami. Nepotřebují k tomu tu televizi. Proto televize zatím nebyla úplně schopná vám vysvětlit, k čemu je to dobré. Já si myslím, že toto je jedna z chyb, které se tady dějí. Že teda se nějakou osvětou, když to přeženu, ty televize moc nezabývají. Nebo nevím, jestli máte vy podobný pocit, ale já myslím, že ne. Tak to takhle je. Takže to vlastně funguje, jak jsem popsal.

Vojtěch Kába

Rozumím. Jakože osvětu myslíte v tom kontextu, nabídnout divákovi nějaké další informace.

Milan Kruml

Když začnete vysílat, dejme tomu budete vysílat přesně Marii Terezii, a vy mu předtím ukážete, že když udělá tohle, že se mu tam tyhle informace zobrazí. Tak část těch diváků, ne moc velká, jsou to nějaký procenta, ale jsou, tak si řekne aha, tak to já to HbbTV tlačítko využiju.

Vojtěch Kába

Jo, takže třeba myslíte z toho technického řešení. Že diváci třeba často ani neví, že mají možnost využít nějaké HbbTV tlačítko.

Milan Kruml

To je právě ono, nejde o ten obsah, jde o to využít tu možnost. A to si myslím, že televize nejsou moc schopny těm divákům vysvětlit. Jsou samy proti sobě.

Vojtěch Kába

Naučit těmto řekněme novým technologiím.

Milan Kruml

Přesně, a na to doplácet.

Vojtěch Kába

Rozumím. No, a ještě mě zaujalo, jak jste říkal, že máte pocit, že v zahraničí to je běžnější.

Milan Kruml

Je to běžnější. Ale taky je to dané, řekněme...

Vojtěch Kába

Třeba jako nějakou tou osvětou?

Milan Kruml

Ani ne osvětou, víte, čím je to dané? Je to hodně o technologii šíření televizního signálu. V Německu je dneska, tuším, asi 80 procent domácností, které mají buď kabel anebo mají satelit. Ale ten kabel převažuje. V Belgii je to asi 94 % lidí, kteří mají kabel na domácnost. V tu chvíli vy dostáváte ten signál jiným způsobem. A taky ta technologie, například u interaktivity je to daleko snazší, to používat. Protože přece jenom je to rozdíl oproti tomu přenosu vzduchem. Který sice ano, máme digitální šíření, ale ten signál není úplně všude takový, jaký by měl být. To je jedna věc. Druhá věc je ta, že tím, že používáte ten kabel nebo satelit, tak se naučíte s televizí jinak pracovat. Vy už tak musíte zvládnout nějaký základ. U satelitu to není jen o zapnutí, ale o zapnutí kanálu atd. U kabelu taky máte nabídku, která je dejme tomu 80 pozic. Vyvoláváte si tam ty informace atd., atd. Nemluvím o lidech, kteří dnes používají televizi po internetu. I když u nás jich je pořád ještě docela dost málo, ale roste to rychle. Tak v tu chvíli máte trošku jinou zkušenost s tím.

Vojtěch Kába

To znamená, že do určité míry je to asi dané tím, že ti lidé jsou zvyklí na ty technologie víc a tím pádem je to pro ně přirozenější.

Milan Kruml

A myslím si, že to taky není žádná velká sláva v některých těch velkých zemích. Ale na druhou stranu přece jenom ten návyk na tu technologii tam je. Tady u nás, si

vezměte, že největší šok pro lidi, teď mluvím o televizních divácích, bylo to, že si museli zakoupit přístroj, který jim konvertuje ten digitální signál do jejich televizorů. A co se kolem toho dělo, že? Já si pamatuju, že ve Vysočanech tam mě potkávali paní a říkali mi: "Vy jste z televize a znamená to, že nebudeme nic vidět?" Takže já jsem říkal: "Ne, musíte si koupit takovou krabičku." Ale ti lidé to fakt řešili hodně. To byla takováto blbost, jak jednoduchá. Máte něco, co bude fungovat, když k tomu přidáte jednu krabičku a nazdar. Nic jiného nepotřebujete. No jo, ale ta krabička znamená, že budete muset ladit a všechno je to elektronicky, ale přesto už to je problematické. No, a to si myslím, že to byl takový první střet našich diváků s novou technologií. Přičemž mám takové podezření, že velká část lidí to dodneška neumí pořádně ovládat.

Vojtěch Kába

Takže máte pocit, že třeba právě ten rozvoj technologií je hodně pomalý?

Milan Kruml

Myslím si, že jo. On se soustředí jinam. Tady se technologie hodně rozvíjí třeba z hlediska výroby pořadů. Z hlediska toho, dejme tomu, třeba investic do přenosové techniky atd. O2 má neskutečný přenosový vůz, asi nejlepší ve střední Evropě. To mi jednou někdo říkal: "Jak je to možný, že Česká televize támhle dělá přenos fotbalu a potřebuje tam tři vozy a O2 má jeden?" Jasně, protože v tom jednom voze mají všechno. Nepotřebujete už nic dalšího. Ale ty televize v tomto směru nezaostávají. Vytvoří si virtuální studia a já nevím co. Ale řekl bych, že tady ten technologický rozvoj trošku naráží na nějakou technologickou gramotnost. Já vím, že by se asi politici a vláda měli snažit o strašně moc věcí najednou, ale tohle třeba mi připadá jako dost nebezpečné, že se to vlastně nijak nerozvíjí. Že pořád přichází nové a nové věci. A já mám takový pocit, že je to záležitost úzké skupiny. Ne úzké, ale určité skupiny lidí, která se o ty technologie zajímá a je schopna je využívat. A teď si vezměte, kolik lidí vlastně má problémy už jenom s tímhle. A jako mezi námi, ono to není úplně jednoduché. Nám trvalo půl roku, než jsme přišli na to, jak připojit druhý telefon k handsfree v autě. Ale ono to opravdu nebylo tak jednoduché a technicky to vyžadovalo určité úkony, které nebyly ani popsány v té brožuře. Ale to je spousta věcí, vy je třeba nepotřebujete každý den, to znamená, vy se to užívání neučíte. A pak zjistíte najednou že jste trošku bezradní, protože tohle neznáte, co s tím. Ono už jenom, když se podíváte na ovládání třeba textového editoru. Kolik lidí využívá alespoň 50 procent funkcí? Ani neví, že tam

jsou.

Vojtěch Kába

Takže máte pocit, že často lidé inklinují k tomu, co znají? Co je jim jasné a těmto novým věcem třeba ani moc nejdou naproti?

Milan Kruml

No nejdou, a proto jsem říkal, že prostě pro mě je důležité, aby ty televize začaly lidem vysvětlovat, co to je červené tlačítko a co všechno se stane, když ho zmáčknou. Já bych řekl, že na to teď nemají moc čas nebo se zabývají jinými věcmi. Chápu, že ta doba je taková, že je to strašně rychlé a ty věci, které jsme si ještě před dvěma lety mysleli, už dneska neplatí ani náhodou. Takže to je pak komplikované. Co byste měl dělat dřív. Ale tohle třeba je pro ty televize docela důležitá věc.

Vojtěch Kába

Rozumím. Já mám pocit, že jsem docela vyčerpал všechny moje oblasti. Mám tady poslední oblast, která nese název: "Napadá vás k tomuto tématu cokoliv dalšího?" Napadá vás něco, co si třeba myslíte, že je důležité, s tímto tématem souvisí a co ještě nebylo řečeno?

Milan Kruml

Mě by třeba zajímalo, proč ve Skandinávii, nebo alespoň podle toho co jsem viděl, proč to v té Skandinávii uspělo? Já teď nevím, kdo je vlastně z hlediska užívání interaktivity u televize nebo u audiovizuálních obsahů vepředu. Ale docela by mě zajímalo proč. Protože to musí mít nějaký důvod, který může spočívat v nějakých výhodách, nebo v možnosti dělat něco jednodušším způsobem, než je běžné. Je to možné. Ale já to nevím. Tak to je třeba jedna z věcí, která mě docela zajímá. A potom se tady bavíme vlastně o možnostech, o technologiích, o zvládnání technologií a tak dále. Ale nebavíme se zase tolik o tom obsahu, který ale někdo musí vyrobit a musí ho vyrobit tak, aby ten obsah byl vhodný pro tento způsob konzumace. A to si myslím, že není žádná legrace. Protože vy se nemůžete soustředit na nějaký derivát toho obsahu, který už je vyroben nebo který vyrábíte. Ne, vy musíte přemýšlet jinak. Musíte přemýšlet jako ten člověk, který sedí u toho. U té televize třeba a teď si zmáčkne tlačítko a

naskakují mu nějaké možnosti. A vy mu říkáte, co by mohl. Ale ten obsah musí být šitý na míru tomu, jak ho chcete užívat. A to si myslím, že v mnoha případech bude další problém.

Vojtěch Kába

Takže máte pocit, že vlastně primární je ten obsah jako takový?

Milan Kruml

No, bez toho obsahu to nebude mít smysl. Vy si budete moci interaktivně zvolit cokoliv. A co? Přestane vás to bavit, když tam nebudete mít nic, kvůli čemu by vám stálo za to tam jít. Nevím, co na to říká Michal Reiter, ale řekl bych, že tohle třeba je věc, kterou já si vůbec nejsem jistý. Jakým směrem se vydat. Když byste chtěl mít nějakou interaktivitu spojenou s nějakým seriálem. Dobře, dokážu si představit, třeba u minisérie Iveta, tam bych věděl – archivy, a jak to vypadalo ve skutečnosti – a teď jsme ten pořad natočili znova. To jo, to je bezva. U těch věcí, které jsou, jak oni říkají, dobový, tak tam si to dokážu představit docela dobře. Ale u věcí, u dramatu, které je současné... Ano, můžete mít nějakou soutěž o ceny, ale co si budeme povídat... A další věc je ta, že vy vlastně nevysíláte jenom původní věci. Vy vysíláte třeba i akvizici. Je možné k akvizičnímu pořadu dělat interaktivní součást? Já nevím, nevím, jestli to práva umožňují. Nebo si koupíte adaptaci licenci na Survivor a můžete tam mít interaktivní součást? Nebo musíte koupit ještě licenci na interaktivní část toho? A co v ní je? Že těm lidem budete určovat jaké dostanou odměny, když vyhrají? Jako já nevím, rozumíte mi? Ta péče o ten obsah je tak strašně důležitá. Protože vy tu technologii můžete naučit lidi zvládat atd. Ale pak jim ještě musíte říct, proč tam mají chodit.

Vojtěch Kába

Jasně. Takže kdybychom to shrnuli, tak z hlediska nějakého potenciálu využívání těchto technologií je podle vás stěžejní ta technologická gramotnost. A dokážete si představit, že by to třeba mohlo fungovat jako doplněk, přidat nějakou informační hodnotu, třeba řekněme k pořadům dobovým nebo nějakým pořadům politickým.

Milan Kruml

Zatím to tak je. Asi v budoucnosti to může být řekněme i zcela samostatný princip, co

lidi budou chtít sledovat a účastnit se toho. Ale já to zatím v České republice v podmínkách, které tady jsou, jako moc reálné nevidím. Jakože by to byla otázka třeba tohoto roku nebo tak.

Vojtěch Kába

Rozumím. Tak jo, tak já myslím, že jestli vás už k tomu nic nenapadá.

Milan Kruml

To je všechno.

Vojtěch Kába

Tak já vám moc děkuju. A můžu tedy tento rozhovor použít pro potřeby té mé práce? Nevadí vám to?

Milan Kruml

No samozřejmě, můžete.

Vojtěch Kába

Tak já vám moc děkuju.

Milan Kruml

Není problém.

Příloha č. 4: Rozhovor s Pavlem Strnadem

Rozhovor proběhl 11. 5. 2023 v Café Letka na Letohradské ulici na Praze 7.

Vojtěch Kába

Já bych se vás rád zeptal na první okruh, a to nějaký obecný pohled na interaktivní audiovizuální díla a začal bych otázkou, jestli vnímáte roli diváka jako čistě pasivního příjemce obsahu, nebo jestli je podle vás nějaká interakce s audiovizuálním dílem záhodná.

Pavel Strnad

Divák je primárně pasivním příjemcem obsahu. Historicky od začátku kinematografie a potom s příchodem televize divák pasivně přijímá obsah a pokusy ho nějakým způsobem zatáhnout do hry jsou vždycky omezené nebo limitované technickými možnostmi. Aby do toho divák byl schopný nějakým způsobem vstupovat, aby ten vztah nebyl jenom jednosměrný, ale obousměrný, vyžaduje nějaké technické podmínky, které jsou samozřejmě obtížně realizovatelné. U nás vznikl Kinoautomat, což byla věc vytvořená speciálně pro světovou výstavu v Montrealu v roce 1967. Kinoautomat se pak hrál v Praze, ale bylo to v zásadě živé vystoupení uváděné poměrně známými herci (např. Miroslav Horníček nebo Eduard Hrubeš) a ten děj byl diváky ovlivňován v nějakých dobře vymyšlených trajektoriích. Pak je tady televizní seriál se Svátou Kuřátkem, kde hlasovali diváci prostřednictvím rozsvěcením světel a měření odběru elektřiny. Což je taková věc, která by asi jindy a jinde než za socialismu nešla realizovat. Takže jsou takové jediné a hodně specifické případy, kdy divák přímo zpětně ovlivňuje nějakým způsobem děj. A divák ve smyslu masové publikum, to není individuální divák, který si například u počítačových her ten děj svojí cestou tou hrou proměňuje. U masového publika je vždycky problém, jakým způsobem ten jeho názor nebo jeho rozhodnutí převést na druhou stranu. A to je podle mě nepřekonatelné.

Vojtěch Kába

Rozumím. Když bychom řekli, že se nebudou brát v potaz ty technologické překážky – je to podle vás vůbec záhodná nějaká interakce s audiovizuálním dílem, nebo to jako vnímáte tak, že film je věc, která by se měla přijímat tak jak je udělaná a zásahy

do ní vlastně nejsou jako žádoucí?

Pavel Strnad

Myslím si, že ta technická omezení jsou tak velká, nebo ty komplikace s tím spojené jsou tak velké, že je to prostě nereálné. Jinými slovy, pokud by existovala na trhu taková poptávka po tom, aby si diváci mohli určovat děj filmu, tak by určitě vznikl nějaký takový žánr a vyráběly by se filmy, které by umožňovaly nějakým způsobem ten děj modifikovat na základě diváckých požadavků. Ale nic takového není.

Vojtěch Kába

Takže máte pocit, že vlastně poptávka po něčem takovém není?

Pavel Strnad

No, určitě není. Jinak by to to existovalo. Problém není v tom, že to nikdo nevymyslel, ale neexistuje poptávka. Kdyby ta poptávka byla, tak by samozřejmě už dávno tady byl nějaký byznys, který by se tím zabýval.

Vojtěch Kába

Máte pocit, že české prostředí je v tomto smyslu něčím specifické?

Pavel Strnad

Ne, já myslím, že je to všude stejné.

Vojtěch Kába

Rozumím. Když vezmeme pohled vás jako producenta, tak vy jste vlastně mluvil o tom, že máte pocit, že poptávka po něčem takovém je nulová, nebo je nízká, jestli jsem to správně pochopil. Je něco, co by vás motivovalo nějaký takový podobný projekt vyvíjet? Je to právě ta divácká poptávka, nebo je něco, co by to pro vás bylo?

Pavel Strnad

Není to v současné době nic reálného, takže pro mě ani nemá smysl se tím zabývat.

Vojtěch Kába

To znamená, že tím, že máte pocit, že tady po tom vlastně žádná poptávka není, tak pro vás to není vůbec jako relevantní o tom přemýšlet.

Pavel Strnad

Ne, není to relevantní. Napadá mě ještě jeden typ audiovizuálních projektů, kde by pro něco takového mohlo být nějaké přirozené místo, a to audiovizuální instalace v muzeích a galeriích, kde by byla asi možná taková interakce. Tam si něco takového dovedu představit. Ale je to hodně malý trh, malá oblast. A ta interaktivita tam většinou spočívá v tom, že si tam divák může vybrat jaké informace ho zajímají o té dané věci. To znamená, že to není interaktivita ve smyslu ovlivňování děje nebo příběhu.

Vojtěch Kába

Rozumím. A máte pocit, že ve smyslu nějakých nových postupně se rozvíjejících distribučních kanálů, především skrze nějaký VOD platformy a podobné věci třeba vznikl prostor, kde by pro nic takového bylo větší místo než v klasické kinodistribuci? Nebo vnímáte, že to je prostě jenom jiný typ distribučního kanálu a ten závěr je stejný?

Pavel Strnad

Podle mě je to jenom jiný typ distribučního kanálu a mám pocit, že tam není žádný velký prostor pro něco, co by to umožňovalo. A i když samozřejmě technicky je to nejbliž tomu, co by se dalo asi realizovat, kdy u streamingu je asi možné zprostředkovat nějakou interakci mezi zdrojem a divákem. Ale zase předpokládám, že kdyby po tom byla poptávka, tak to Netflix už dávno dělá.

Vojtěch Kába

Já jsem zjistil, že za poslední 4, nebo 5 let vzniklo na Netflixu asi 15 nebo 20 podobných jako věci. Jsou to spíš takové menší věci. Nejsou to žádné velkolepé filmy, ale několik takových projektů vzniklo i třeba jako nějaký speciální díly různých jako pořadů, který třeba mají úspěch jako třeba pořady s Bearem Gryllem o výletech do divočiny, tak Netflix vlastně začal dělat interaktivní verze těchto děl, kdy divák sám určuje, jestli se má vydat tady do hor, anebo tady do toho tunelu. Ale jako je to

samozřejmě jenom nějaký určitý malý segment oproti obrovskému množství klasických věcí, které Netflix produkuje.

Pavel Strnad

Pak mě ještě napadá možnost, kdy divák si určuje, jakým způsobem bude ten příběh snímáný.

Vojtěch Kába

Takže si sám určitě nějaký úhel pohledu?

Pavel Strnad

Třeba výběr z více kamer. Občas to tak bývá třeba u sportovních přenosů. A například u některých VR projektů máte vlastně vy jako divák máte možnost sledovat celou tu realitu vytvořenou 360° okolo vás, takže vlastně to, kam zaměřujete svůj pohled, tak tam svým způsobem nějaká interakce probíhá. Zároveň VR má ale problém, jak vlastně vyprávět ten příběh v takovémto prostředí, protože jednoznačně vyprávění každého filmového příběhu je spojené se způsobem snímání a výběrem záběrů. Ale je to marginální věc, rozhodně to není nic masivního, co se děje díky tomu, že se streaming rozšířil a technické možnosti se zlepšily. Nemám pocit, že by vznikal celý jeden velký segment interaktivních filmů. Takže důkaz realitou je ten, že diváci po tom úplně neprahnou.

Vojtěch Kába

Já si v rámci své práce kladu otázku, jestli tam jde spíš o nějaký výstřelek, nebo jestli to má nějakou pevnější součást na audiovizuálním spektru. Takže z vašeho názoru je to spíš výstřelek? Myslím obecně jako interaktivní filmy, interaktivní audiovizuální formáty.

Pavel Strnad

No, já myslím, že to je víceméně eventová věc, která může fungovat, pokud to má nějaký dobrý důvod, ale vysloveně eventově, než že by to byla nějaká masová věc.

Vojtěch Kába

A když teda ještě vezmeme v potaz ty věci, který by mohly být překážku ve vývoji nějakého interaktivního filmu, tak překážkou je podle vás tedy technická náročnost, nákladnost a nízká poptávka. Nebo co pro vás všechno představuje překážky?

Pavel Strnad

Předpokládám, že tyto projekty mají vyšší náklady a zároveň je po nich menší poptávka.

Vojtěch Kába

Rozumím. Pak tady mám okruh otázek, který se věnuje interaktivním projektům z pohledu instituce, kterou zastupujete, což ve vašem případě je vaše filmová produkce, ale asi se dá předpokládat, že názor vlastně je veskrze podobný jako váš osobní, názor, je to tak?

Pavel Strnad

Ano, ano víceméně (smích). Zcela určitě.

Vojtěch Kába

A máte pocit, že na tomto názoru se shodnou i ostatní filmové produkce?

Pavel Strnad

Já upřímně neznám nikoho, kdo by pracoval na interaktivním audiovizuálním díle. Jedinou výjimkou jsou ty muzejní a galerijní instalace.

Vojtěch Kába

Rozumím. Z hlediska budoucnosti máte pocit, že nějaké podobné projekty mají v budoucnu místo na audiovizuálním trhu?

Pavel Strnad

Možná jo, možná ne. Třeba se zanedlouho ukáže, že AI je skvělá věc, která vám bude

schopná generovat příběhy podle toho, jak si je budete vymýšlet. A třeba se najde nějaký způsob, kdy to zaklapne a bude to fungovat. To se může stát, ale v současném způsobu výroby audiovizuálních děl, která jsou skriptovaná, natočená, sestříhaná, dokončená a pak hotová prezentovaná divákovi, tak vlastně ta interaktivita jde úplně proti tomuto výrobnímu procesu. Pokud budou audiovizuální díla vznikat tak, že vy zadáte umělé inteligenci klíčová hesla a AI je prostě vygeneruje během sekundy, tak třeba jo. Třeba to bude nějaká cesta, kdy si zaplatíte nějakou streamingovou platformu, která vás bude takhle bavit. Nevylučuju to samozřejmě, ale podle mě to vyžaduje úplně jiné podmínky, než tu máme teď. A tam ta individuální participace pak samozřejmě může být, protože ten systém bude schopný obsloužit všechny uživatele, kteří v tu chvíli budou připojení. Uvidíme, jak rychle se to bude vyvíjet.

Vojtěch Kába

A napadá vás třeba ještě nějaký jako jiný, další nový způsob, jakým by se třeba potenciálně interaktivita dala v audiovizi využít v budoucnu?

Pavel Strnad

Tohle je docela dobrý nový způsob, ne? (smích) Že vám bude AI generovat váš příběh na základě zadání a pak budete soutěžit s těmi, kdo si vygeneroval zábavnější film.

Vojtěch Kába

Napadá vás ještě cokoliv dalšího k tomuto tématu? K čemukoliv, co bylo zmíněný, nebo o čem jsme se bavili?

Pavel Strnad

Principiálně si myslím, že masové publikum nebo mainstreamoví diváci, zkrátka většina diváků audiovizuální díla konzumuje jako entertainment, jako nějakou volnočasovou aktivitu, ve které nechtějí být aktivně zapojení, chtějí se spíš pasivně nechat bavit. Samozřejmě je tu asi nějaká část publika, ale výrazně menšinová, která by se chtěla zapojit a chtěla by, aby tam nějakým způsobem ta interaktivita byla, ale odhaduju spíš, že to jsou opravdu jsou řádově jednotky procent.

Vojtěch Kába

Máte pocit, že je velký rozdíl mezi filmovým a televizním projekty v tomto ohledu? Myslíte si, že je filmový průmysl v tomto ohledu výrazně odlišný?

Pavel Strnad

Určitě tam nějaký rozdíl je, ale zase že by to mělo nějaký zásadní vliv na tu interaktivitu, si nemyslím. Myslím, že velký rozdíl je u herního průmyslu a by bylo zajímavé se zeptat gamerů, kteří musejí principiálně pracovat s tou variabilitou toho příběhu. Protože my jsme asi opravdu spojení s tím klasickým vyprávěním, kde se napíše příběh, ten se natočí, pak se sestříhá, dokončí a snažíte dosáhnout nějakého ideálního tvaru. Zatímco u nich je to podle mého mnohem větší dobrodružství v tom, že to musí být prostě schopní pokrýt všechny varianty, který tam můžou nastat.

Vojtěch Kába

Já vám moc děkuju, můžu teda tu nahrávku v přepisu použít do té práce?

Pavel Strnad

Jasně.

Vojtěch Kába

Moc děkuju.