

Může být český webový seriál světový?

BcA. František Vaculík

Diplomová práce
2020



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ateliér Audiovize

Akademický rok: 2019/2020

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE
(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **BcA. František VACULÍK**
Osobní číslo: **K17355**
Studijní program: **N8209 Teorie a praxe audiovizuální tvorby**
Studijní obor: **Audiovizuální tvorba – Režie a scenáristika**
Forma studia: **Prezenční**
Téma práce: **1. Teoretická část:
Může být český webový seriál světový?
2. Praktická část:
Audiovizuální dílo nebo tematický soubor audiovizuálních děl, délka minimálně 20 minut, režie a scenáristika.**

Zásady pro vypracování

1. Teoretická část:

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

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

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

2. Praktická část:

- a) Režie audiovizuálního díla v minimální délce 20 minut či soubor audiovizuálních děl oficiálně schválený před odevzdáním Výrobní komisí ateliéru Audiovizuální tvorba.
- b) Upoutávka, teaser či trailer na předložené audiovizuální dílo.
- c) Písemná explikace z pohledu dané specializace. Minimální rozsah 2 normostrany.
- d) Anotace.
- e) Technický scénář.
- f) Štábová listina.

V případě, že je dílo autorským počinem nebo není součástí praktické části SZZ studenta produkce, je nutné dodržet dále zásady: a – h (dle zadání praktické části práce na oboru Produkce). Tato data odevzdává za projekt vždy jeden člověk. Nezbytná je konzultace s vedením AAV.

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

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

1. Teoretickou práci ve formátu PDF/A dle specifikací výše.
2. Vytvořte podsložku Praktická práce, která bude obsahovat materiály částí a-f. Film ve formátu HD (1080p) či 4K (2160p) v odpovídajícím datovém toku a kontejneru MPEG-4 part10 (MPEG-4 AVC).
3. Vytvořte podsložku s názvem Katalog, která bude obsahovat „Podklady pro katalog FMK UTB ve Zlíně“: 10 kusů obrazové dokumentace praktické části závěrečné práce pro využití v publikacích FMK. Formát pro bitmapové podklady: JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250 mm delší strana. Formáty pro vektory: AI, EPS, PDF. Loga a texty v křivkách. V samostatném textovém souboru uveďte jméno a příjmení, login do portálu UTB, obor (ateliér), typ práce, přesný název práce v češtině i v angličtině, rok obhajoby, osobní e-mail, osobní web, telefon. Přiložte svou osobní fotografii v tiskovém rozlišení.

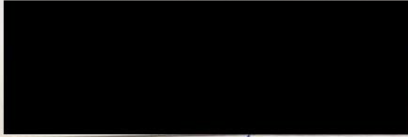
Rozsah diplomové práce: **dle vnitřní normy**
Rozsah příloh: **dle vypracování**
Forma zpracování diplomové práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:


SZCZEPANIK, Petr, ed. Nová filmová historie: antologie souasného myšlení o d jiných kinematografie a audiovizuální kultury. Praha: Herrmann, 2004. ISBN 80-239-4107-0.
KOKEŠ, Radomír D. Fikce, (makro)sv ty a typologie seriality. ě Praha, 2012
KOKEŠ, Radomír D. Teorie seriálové fikce. Praha, 2011

Vedoucí diplomové práce: **Mgr. MgA. Jan Gogola**
Ateliér Audiovize

Datum zadání diplomové práce: **13. prosince 2019**
Termín odevzdání diplomové práce: **15. května 2020**


doc. Mgr. Irena Ārmutidisov
děkanka




MgA. Irena Koc
vedoucí ateliěru

Ve Zlíně dne 13. prosince 2019

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ / DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

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

Prohlašuji, že:

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

Ve Zlíně dne: 20. 7. 2020

Jméno a příjmení studenta: František Vaculík

.....
podpis studenta

ABSTRAKT

Tato diplomová práce se zabývá českým internetovým seriálem a prostřednictvím vybraných příkladů se jej snaží porovnat se světovou webseriálovou produkcí.

Klíčová slova: seriál, internet, webový seriál, český webseriál, Gynekologie 2, Kancelář Blaník, #martyisdead, Stream, Mall.TV

ABSTRACT

This thesis deals with the Czech internet series and with its chosen examples it tries to compare it with the international web series production.

Key words: series, internet, web series, Czech web series, Gynekologie 2, Kancelář Blaník, #martyisdead, Stream, Mall.TV

Děkuji vedoucímu mé práce Mgr. MgA Janu Gogolovi ml. za vedení a mnoho přínosných podnětů a studijních pramenů k této mé práci.

Děkuji Joělu Bassagetovi za ochotu pomoci a poradit mi s volbou zkoumaných seriálů.

Děkuji Ing. Evě Vaculíkové za provedení gramatických a stylistických korektur.

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

OBSAH

ÚVOD	9
I TEORETICKÁ ČÁST	10
1 CHARAKTERISTIKA ŽÁNRU	11
1.1 Co VŠECHNO JE WEBSERIÁL?.....	12
1.2 AVOD PLATFORMY U NÁS	15
1.2.1 Stream.cz alias Televize Seznam.....	17
1.2.2 iDNES KINO (Playtvak)	18
1.2.3 Mall.TV	18
1.3 PLATFORMY VE SVĚTĚ.....	19
1.3.1 Netflix.....	19
1.3.2 Prime video.....	20
1.3.3 YouTube	21
1.3.4 Ostatní AVOD platformy	22
II PRAKTICKÁ ČÁST	23
2 VÝZNAMNÉ ČESKÉ WEBSERIÁLY NAPŘÍČ HISTORIÍ A SROVNÁNÍ SE ZAHRANIČÍM	24
2.1 GYNEKOLOGIE 2.....	24
2.1.1 Srovnání se světovou scénou.....	27
2.2 KANCELÁŘ BLANÍK.....	28
2.2.1 Srovnání se světovou scénou.....	32
2.3 #MARTYISDEAD	34
2.3.1 Srovnání se světovou scénou.....	39
ZÁVĚR	41
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	42
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	43
SEZNAM OBRÁZKŮ	44
SEZNAM TABULEK	45

ÚVOD

Ve své diplomové práci se chci zabývat fenoménem webového seriálu, jelikož jsem jejich častým konzumentem a ve webseriálové tvorbě vidím možnost svého uplatnění po dokončení univerzitního studia. Při úvodním průzkumu tohoto tématu jsem narazil na nedostatek odborné literatury v českém jazyce, což patrně souvisí s relativně nedávným vznikem tohoto audiovizuálního žánru. Tato skutečnost mě v myšlence zpracovat téma českého webseriálu utvrdila, jelikož tak mohu částečně zaplnit tuto informační mezeru. Co se týče cizojazyčné literatury, je situace o něco lepší, ale stále narážíme na velké limity. Přínosná je v tomto ohledu pro tuto práci e-kniha *Short, Narrative & Serialized: A complete guide to the web series phenomenon* od francouzského publicisty Joëla Bassageta, která toto téma ve světovém kontextu obsáhla vcelku podrobně.

Vzhledem k tomu, že webový seriál je široký pojem, rozhodl jsem se výběr zúžit a zaměřit se jen na seriály produkované AVOD platformami, tedy na ty, které jsou každému volně dostupné. Vyloučil jsem tak všechny SVOD a TVOD platformy, mezi které patří např. Netflix (přesný význam zkratk AVOD, SVOD a TVOD bude objasněn níže).

V teoretické části chci definovat pojem webový seriál, stručně zmapovat jeho historii a definovat druhy VOD platform. Dále též představím platformy, na kterých lze webové seriály sledovat u nás a ve světě.

V praktické části pak chci zpracovat přehled české webseriálové scény a srovnat ji se světovou produkcí. K tomu jsem si vybral seriály *Gynekologie 2* (2007), *Kancelář Blaník* (2014–2018) a *#martyisdead* (2019), neboť je lze považovat za přelomové v jejich dobovém kontextu. Po rozboru každého z těchto seriálů věnuji podkapitulu světové produkci z doby, ve které seriál vznikl, aby bylo možné zařadit jej do světového kontextu.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 CHARAKTERISTIKA ŽÁNRU

„Internet je síť, která vám nikdy neřekne ne.“

Joël Bassaget¹

Chceme-li zkoumat příčiny vzniku webového seriálu, je třeba v úvodu říci, co umění v obecném smyslu vůbec přinesl rozvoj internetu. Joël Bassaget ve své e-knize *Short, Narrative & Serialized: A complete guide to the web series phenomenon*² uvádí, že na internetu neexistují žádné praktické bariéry mezi tvůrcem a příjemcem díla, které je přístupné trvale. Je zde z hlediska možnosti publikování doposud nebývalá svoboda a tvůrci, tvoří-li nezávisle, nejsou omezení takřka žádnou vnější silou. Proto je internet již od svého rozvoje v polovině devadesátých let považován tvůrci (fotografy, spisovateli apod.) za prostředí svobodného vyjádření.

Nezávislí internetoví tvůrci se tak stávají sami svým producentem i distributorem. Jsou tedy pod tlakem předat své dílo co největšímu počtu lidí (mají-li tuto potřebu). Čím větší jsou totiž možnosti sdílení, tím větší počet lidí tyto možnosti využívá a tím obtížnější je pro tvůrce v záplavě obsahu na internetu vyniknout.

K dalšímu rozvoji šíření autorské tvorby po internetu přispěly revoluční změny v jeho užívání, které v roce 1999 označila novinářka Darcy DiNucci ve svém článku *Fragmented future* jako Web 2.0.³ Jedná se o technické změny, díky kterým se uživatel internetu stává nejen příjemcem (pakliže není přímo autorem webových stránek), ale též se aktivně zapojuje do jeho utváření. Vznikají tedy diskusní fóra a první sociální sítě, které napomohly lépe propojovat mezi sebou uživatele a tvůrce a umožnily jim vzájemně sdílet svou literární či fotografickou tvorbu. Na to ještě v pozdějších dobách navazují služby, které poskytují čím dál kvalitnější video streaming, v jehož přímém důsledku již začaly vznikat webové seriály.

V prvních letech Webu 2.0 byla stále ještě nízká rychlost internetu, tudíž i rozvoj sdílení video obsahu byl pomalejší než u jiných uměleckých odvětví. První videa, která si uživatelé internetu mezi sebou

¹ BASSAGET, Joel. *Short, Narrative & Serialized: A complete guide to the web series phenomenon* [online]. 4. Amazon Digital Services, 2019 [cit. 2019-12-26]. Dostupné z: https://www.amazon.com/dp/B07SX4Z991/ref=pe_385040_118058080_TE_M1DP

² BASSAGET, Joel. *Short, Narrative & Serialized: A complete guide to the web series phenomenon* [online]. 4. Amazon Digital Services, 2019 [cit. 2019-12-26]. Dostupné z: https://www.amazon.com/dp/B07SX4Z991/ref=pe_385040_118058080_TE_M1DP

³ Darcy DiNucci, *Fragmented Future*. *Print* 53, 1999, č. 4, s. 32, 221–222. Dostupný na WWW: <http://darcyd.com/fragmented_future.pdf>

mohli posílat, byly amatérské animace. Ty však měly na tehdejší dobu vcelku profesionální úroveň díky programu Flash, jehož vývoj šel paralelně s vývojem internetu a jehož základní verze byla pro uživatele dostupná zdarma. Tyto flashové animace, ze kterých jejich tvůrci vytvářeli celé série, by se daly považovat za předchůdce prvních webových seriálů.⁴ Animace byly často charakteristické pokleslým a velmi černým humorem nebo přímo vysokou mírou perverzity. Tím ale dobře charakterizují míru svobody tvorby na internetu, neboť pro distribuci v televizi by něco takového nebylo přípustné. Příkladem, jenž demonstruje tyto „kvality“, je série brutálních videí o plyšových zvířátkách *Happy Tree Friends* vycházející od roku 2002.

Za další předpoklad vzniku webseriálu uvádí Joël Bassaget prudký rozvoj digitální filmové techniky a její snadnou dostupnost. Digitální kamery a fotoaparáty se staly běžnou výbavou video amatérů a kvalita jejich záznamu dnes již může konkurovat profesionální filmové technice. Totéž platí pro postprodukční softwary, které začaly být nejen snadno dostupné, ale též velmi intuitivně ovládatelné a uživatelsky přívětivé. Díky internetu a streamovacím službám můžeme nalézt řešení každého svého problému takřka v řádu sekund. Stejným způsobem jsou sdíleny odborné vědomosti ze všech odvětví filmového průmyslu a mohlo by se tedy zdát, že místo studia filmu na vysoké škole stačí sledovat vzdělávací videa na platformě YouTube. Sledování těchto videí však dle mého názoru nemůže nahradit osobní setkání a konzultace s lidmi, kteří mají bohaté zkušenosti v oboru, a ne pouze naučené odborné vědomosti.

V důsledku těchto převážně technických inovací začalo na internetu vznikat velké množství více či méně technicky kvalitních krátkých filmů a seriálů. Ať už tedy jde o čistě nezávislou tvorbu, jejíž tvůrci točí svá díla spíše nadšenecky a jejíž skupina se prolíná se skupinou youtuberů, nebo o tvorbu zaštitěnou nějakou internetovou televizí.

1.1 Co všechno je webseriál?

Pro specifikaci webseriálu je třeba si nejprve stručně vysvětlit pojem internetová televize. Jakýkoliv internetový portál, na kterém může uživatel sledovat nabízený video obsah dle svého výběru a který není závislý na vysílacích časech jako klasická televize, se označuje zkratkou VOD (video on

⁴ BASSAGET, Joel. *Short, Narrative & Serialized: A complete guide to the web series phenomenon* [online]. 4. Amazon Digital Services, 2019 [cit. 2019-12-26]. Dostupné z: https://www.amazon.com/dp/B07SX4Z991/ref=pe_385040_118058080_TE_M1DP

demand). Portály dělíme na základě způsobu, jakým video obsah generuje zisky provozovateli portálu na SVOD, TVOD a AVOD.

Portál, na kterém jeho uživatel přímo platí za sdílený obsah tak, že si kupuje zhlédnutí jednotlivých videí, označujeme zkratkou SVOD (subscription video on demand). Portál, na kterém jsou k dispozici videa za paušální poplatek na určité časové období, se nazývá TVOD (transactional video on demand). Těmto modelům však od počátku konkuruje pirátské stahování video obsahu, kterému se obecně daří čelit pouze zaběhlým portálům, jako jsou Netflix nebo HBO GO. Proto je zde ještě třetí typ VOD platformy, a to AVOD (advertising video on demand), kde je sdílený video obsah poskytován uživateli zdarma. Poskytovatel však vydělává z vložené reklamy a je závislý na počtu zhlédnutí daného videa, a tím tedy na atraktivitě videa jako reklamní plochy pro investora. Tento model bude v této práci popsán podrobněji, jelikož z něj pak vychází i praktická část této diplomové práce. Čím více má video zhlédnutí, tím větší je jeho význam pro investora, který v rámci něj umísťuje svou reklamu a dle smluvních podmínek pak za tuto svou reklamu platí. Divák vlastně dostává video zdarma s tím, že v rámci jeho sledování zhlédne i zde umístěné komerční prvky, z nichž je video financováno. Tento princip hospodaření je obdobný u komerčních televizí, které jsou taktéž vysílány pro občany zdarma. Zisk těchto televizí je pak závislý na příjmu z reklam, které umísťují mezi vysílání.

V důsledku tohoto způsobu financování není platforma AVOD obvykle vyhledávána pro umístění prémiového obsahu, nicméně to neznamená, že její ziskovost je nízká. Odvíjí se především od obsahu a distribuce, ale i dalších faktorů.⁵ Reklama je navíc ještě efektivnější, pokud je automatizovaná a personalizovaná. Je zde tedy velmi úzké napojení na marketing a získávání zdrojových dat týkajících se chování uživatelů na síti, díky čemuž se mohou stát příjemci právě personalizované reklamy, která efektivně ovlivňuje jejich nákupní chování a přináší tak zadavateli reklamy největší zisky. Právě díky personalizaci reklam podložených na základě dlouhodobě získávaných dat o uživateli je tento způsob reklamy mnohem efektivnější pro její zadavatele než reklama v televizi, která je univerzální a jednotná pro všechny diváky.⁶ Vzhledem k rozmachu platformy těchto videí se tato oblast stává významným komunikačním kanálem pro marketingovou propagaci, a lze tak očekávat i do budoucna její příznivý vývoj, zejména vzhledem k rozmáhajícímu se prodeji smart televizí, tabletů nebo chytrých telefonů, na nichž uživatelé taktéž mohou sledovat webový seriál tohoto formátu. Jinými

⁵ BASSAGET, Joel. *Short, Narrative & Serialized: A complete guide to the web series phenomenon* [online]. 4. Amazon Digital Services, 2019 [cit. 2019-12-26]. Dostupné z: https://www.amazon.com/dp/B07SX4Z991/ref=pe_385040_118058080_TE_M1DP

⁶ CHRISTIAN, Aymar Jean, *Indie TV: Innovation in Series Development*. In: James Bennett, Niki Strange (eds.) *Media Independence: working with freedom or working for free?* New York: Routledge 2014, s. 159–181.

slovy řečeno, AVOD se pak dá přeložit jako reklamní video na vyžádání. Mezi tyto platformy patří především portál YouTube, na kterém může z vložené reklamy za určitých podmínek profitovat každý, kdo zde svůj autorský obsah umístí. Jedná se ale též o všechny internetové televize tvořící autorský webseriálový obsah.

Princip prodeje má tedy samozřejmě přímý vliv na charakter obsahu. Filmy a seriály na platformách SVOD a TVOD jsou sledovány podobným způsobem jako v běžné televizi, kdy divák věnuje obsahu větší pozornost. Mají tedy charakter klasické quality TV a můžeme zde sledovat i různé žánrové zastoupení. Videá pro AVOD platformy jsou více uzpůsobené tomu, že je divák sleduje spíše jako časovou výplň mezi jinými činnostmi, a soupeří tak o jeho pozornost s dalšími vlivy, které na něj na internetu působí. Jsou tedy kratší, mají obvykle zábavný či komediální charakter a z jejich dramaturgie je patrná snaha zaujmout diváka i přes množství reklamních sdělení umístěných ve videu.

Na rozdíl od televizních seriálů nejsou na AVOD platformách dané žádné ustálené formáty, co se týče stopáže jednotlivých epizod a počtu dílů tvořících sérii. V televizi se tyto stopáže ustálily kvůli potřebě jednodušší tvorby TV programu, ve kterém divák očekává vždy v pravidelnou dobu konkrétní pořad. Jelikož se však VOD distribuce ze své podstaty této potřebě vymyká, není třeba dodržovat jednotnou stopáž ani u webseriálů. Stopáž jednotlivých epizod je tedy podřizovaná spíše potřebám dramaturgickým a může se pohybovat ve velkém rozmezí, mezi dvěma a dvaceti minutami v rámci jedné série. Nejčastější průměrná stopáž však bývá mezi pěti a sedmi minutami.

Tato volnost dává tvůrcům možnost vyprávět každou epizodu ve svém vlastním rytmu tak, jak to vyžaduje její děj, ať už se jedná o koncept seriálu s epizodami otevřenými, nebo uzavřenými. Bassaget dále vysvětluje, že stejně jako u jakéhokoliv jiného videa distribuovaného přes internet platí, že čím je kratší a jeho děj rychlejší, tím větší šanci má na úspěch. Jelikož již téměř nikdo nebrouzdá po internetu výhradně z počítače a výhradně z pohodlí domova, ale mnohem častěji jsme připojeni na mobilních zařízeních a krátíme si s ním dlouhou chvíli třeba při čekání na tramvaj, je třeba diváka zaujmout v co nejkratším čase. Delší stopáž mají často až finální epizody jednotlivých sérií, kdy je již divák vtáhnut do děje a je ochoten si pro sledování finále vyhradit více času.⁷

Revoluce, kterou způsobila internetová distribuce filmů a seriálů, zcela změnila dosavadní zaběhlé stereotypy nejen v časové posloupnosti a kontrole distribučních oken, ale také odbourala vliv vysílacího schématu, protože program již není třeba přizpůsobovat více nebo méně exkluzivním

⁷ BASSAGET, Joel. *Short, Narrative & Serialized: A complete guide to the web series phenomenon* [online]. 4. Amazon Digital Services, 2019 [cit. 2019-12-26]. Dostupné z: https://www.amazon.com/dp/B07SX4Z991/ref=pe_385040_118058080_TE_M1DP

časům vysílání. Změnila se tedy pozice diváka, který již není pouhým pasivním příjemcem, ale naopak aktivně rozhoduje o tom, co a kdy si pustí. To zapůsobilo i na samotnou tvorbu obsahu internetových platforem. Tato tvorba se taktéž postupně stala vyhraněnější a cíleně tvořenou pro konkrétní skupiny diváků a jejich preference, a to na rozdíl od běžné televize snažící se o co největší univerzálnost a zasažení co nejširšího spektra potencionálních diváků.⁸

Webové seriály jsou často vytvářeny ve vlastní produkci platformy, která je vysílá. Takto interně vzniká méně než polovina programové nabídky. Více než polovina (obecně okolo 60 % nebo více) pak pochází z vnějších zdrojů a je tvořena na zakázku. V pozadí interní i externí produkce pak stojí tým složený z dramaturgů, producentů, scenáristů a dalších potřebných specialistů. Kritériem úspěchu je pak především počet zhlédnutí, související komentáře, reakce na sociálních sítích nebo také to, jakým způsobem se video dokázalo samo (virálně) šířit na veřejnosti, a stalo se tak úspěšným. Čím úspěšnější (sledovanější, komentovanější, sdílenější atd.) video je, tím více příležitostí k další spolupráci se naskytne jeho autorům, resp. produkčnímu týmu, který stojí za jeho vznikem. Významným měřítkem je pak často i to, zda bylo video zhlédnuto celé, tedy od začátku do konce, čímž se vyhodnotí jeho celková divácká atraktivita a eliminují se například vlivy toho, kdy diváky zajímá pouze jedna krátká scéna, nikoli celek.⁹

1.2 AVOD platformy u nás

Ve světě i v České republice se webový seriál poměrně rozšířil a stále více získává na své oblibě. K tomu přispívá již zmíněný přechod na Web 2.0, který technicky výrazně změnil podmínky pro konstrukci i používání webových stránek. Konkrétně se jedná o přechod z výhradně pevného obsahu webových stránek na web, který disponuje i prostorem pro sdílení obsahu a jeho kolektivní editaci. Díky tomu bylo možné z obecného hlediska zejména rozšířit možnosti, jak na internetu realizovat svou tvůrčí činnost a v návaznosti na to také podnikat. Mimo jiné tedy tento nový web umožnil vznik webseriálu, jehož tvorbou nevynikají pouze zahraniční média, ale s úspěšnými projekty se setkáváme i v naší zemi. K úspěšnosti webového seriálu napomáhá také aktuální trend pořizování chytrých

⁸ CHRISTIAN, Aymar Jean, Indie TV: Innovation in Series Development. In: James Bennett, Niki Strange (eds.) Media Independence: working with freedom or working for free? New York: Routledge 2014, s. 159–181.

⁹ BASSAGET, Joel. *Short, Narrative & Serialized: A complete guide to the web series phenomenon* [online]. 4. Amazon Digital Services, 2019 [cit. 2019-12-26]. Dostupné z: https://www.amazon.com/dp/B07SX4Z991/ref=pe_385040_118058080_TE_M1DP

televizí do domácností. Ty taktéž bourají bariéry pasivního příjmu televizního vysílání a dávají mu zcela nový rozměr, a to včetně nabídky sledování webseriálu.¹⁰

Aktuálně se na našem trhu setkáváme jak s AVOD platformami, které jsou celosvětově významné (více níže), tak i s platformami našimi národními. Mezi nejvýznamnější české servery, na kterých se setkáváme s AVOD platformou pro webseriál, patří televize Stream, iDNES.tv a Mall.TV, které jsou níže blíže charakterizovány. Na principu SVOD je pak založeno Voyo s měsíčním předplatným, ale také i iPrima. Významné je pak dále například i iVysílání České televize. Vedle toho pak jako příklad platformy TVOD můžeme zmínit O2 TV, která funguje jako jakási internetová videopůjčovna.

Webseriály i další produkce skrze internet mají velmi slibné možnosti nejen v České republice. Důvodem je například relativní svoboda a nezávislost v jejich tvorbě, ale také menší svázanost licenčními právy, geoblockingem atd. Svoboda tvoření, jak již bylo zmíněno, se liší v závislosti na tom, zda tvůrci tvoří nezávisle pro služby jako YouTube nebo Vimeo, nebo zda jsou zaštitěni některou webovou televizí. Nezávislí YouTube tvůrci si můžou dovolit v podstatě vše. Jediným omezením je, že pokud video obsahuje příliš mnoho násilí a vulgarity, není správcem uznáno jako vhodné pro inzerci a tvůrce jeho prostřednictvím nemůže vydělávat. Porušuje-li video autorská práva a neslouží pro vkládání reklamy, autor se může obávat pouze smazání jeho díla ze streamovací služby. Autoři tvořící pro internetovou televizi jsou zase limitováni podmínkou, že jejich dílo musí mít komerční potenciál právě pro umístění reklamy, product placementu (dále PP) atp. I přesto je však možné u webseriálů na internetových televizích sledovat větší svobodu, co se týče slovníku nebo zobrazovaných skutečností, jelikož se předpokládá, že distribucí přes internet se dostane k mladšímu, méně „pruděrnímu“ publiku.

Internetová produkce VOD platformami má silné postavení a je schopna relativně dobře konkurovat klasické televizní produkci. Webseriály jsou pak považovány za nejsilnější nástroj internetové produkce, a to nejen u nás. Jejich divácká obliba poskytuje tvůrcům velmi silnou samostatnost a s tím spojený vliv. To platí hlavně pro zahraniční produkci, která je schopna za svá díla získávat i významná ocenění ve své kategorii.¹¹

Před zevrubnějším popisem AVOD platformami u nás charakterizují stručně rozdíly mezi tvorbou webseriálů jednotlivých portálů. Jelikož Stream.cz na našem území působí nejdéle, je jeho tvorba nejrozsáhlejší a žánrově nejpestřejší, a je tedy těžké v ní najít nějakou jednotící linii. Mall.TV

¹⁰ TRYON, Chuck, *On-demand Culture: Digital Delivery and The Future of Movies*, New Brunswick, New Jersey, and London: Rutgers University Press 2013.

¹¹ Aymar Jean Christian, *Indie TV: Innovation in Series Development*. In: James Bennett, Niki Strange (eds.) *Media Independence: working with freedom or working for free?* New York: Routledge 2014

slouží k propagaci e-shopu Mall.cz, a proto je v jeho tvorbě patrná potřeba propagovat na e-shopu prodávané produkty, např. formou vložené reklamy, nebo PP. V jeho seriálech se tedy často objevují moderní technologie a sociální sítě, což odráží i na světový trend zobrazovat skrze médium internetového seriálu právě témata s internetem spojených, čemuž se podrobněji věnuji v praktické části této práce. Jelikož server iDNES KINO má seriálovou tvorbu spíše jako okrajový segment své produkce, jeho tvorba čítá nejméně titulů. Jeho seriály se technicky i dramaturgicky drží spíše tradičních televizních formátů a na rozdíl od Mall.TV příliš nevyužívá moderních trendů webseriálové tvorby.

1.2.1 Stream.cz alias Televize Seznam

Pod pojmem Stream.cz je možné primárně označit internetovou televizi, za jejímž vznikem stojí společnost Global Inspiration v čele s Milošem Petanou. Společnost Stream byla založena již v roce 2006 a na konci téhož roku byla i spuštěna. Zcela první video bylo zaměřeno na demonstrativní rozbíjení televize, které mělo za cíl nejen virální šíření tohoto videa, ale především demonstraci nové etapy sledování, kdy se diváci odkloní od klasického pasivního televizního příjmu.¹² Nicméně již v roce 2007 došlo k významnému milníku, a to k odkupu poloviny tohoto podniku společností Seznam. Díky tomu, že Seznam propojil Stream.cz se svým vyhledávačem, kde na něj umístil odkaz, výrazně se zvýšila sledovanost. Z hlediska obsahu měla zásadní vliv vlastní tvorba, která si u diváků našla svou popularitu, i přestože díky principu AVOD jsou videa „obohacena“ o reklamní prvky, a to jak na jejich začátku, tak často i v průběhu videa. V návaznosti na propojení s vyhledávačem Seznam.cz rostl i vliv společnosti Seznam, která posléze odkoupila i zbývající podíl společnosti Stream, a stala se tak v roce 2011 jejím výhradním vlastníkem. Samozřejmě to znamenalo i řadu změn. Mezi ty nejvýznamnější patří eliminace reportáží bulvárního charakteru, což zapůsobilo na celkové ladění Streamu. Dále pak odklon od neprofesionálního obsahu pocházejícího od uživatelů. Díky tomu došlo k profesionalizaci této platformy.¹³

Dalším významným milníkem v historii Streamu je květen 2019, kdy byl oficiálně sloučen s Televizí Seznam, která jej v podstatě přebrala za svou součást. Aktuálně tedy hovoříme o platformě Televize Seznam, která obsahuje jak vlastní tvorbu, tak tu, která byla přejata z původního Streamu. Ten ve své

¹² <https://www.televizeznam.cz/video/stream-fun/tv-destrukce-119772>

¹³ Lupa.cz Samostatný web Stream.cz skončil, Seznam slučuje videa na jedno místo. [online]. 2019 [cit. 2020-01-05]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/aktuality/samostatny-webstream-cz-skoncil-seznam-slucuje-video-na-jedno-misto/>

původní (samostatné) podobě zanikl, stejně tak jako jeho původní mobilní aplikace, kterou taktéž nahradila aplikace TV Seznam.¹⁴

Díky relativně dlouhé historii se na nynější TV Seznam nachází řada úspěšných webseriálů. Za jeden ze zcela nejznámějších můžeme označit *Kancelář Blaník* (2014–2018) věnovaný tématu politiky a lobbingu, za nímž stojí Negativ Film Productions. Dále pak seriály jako je *Semestr* (2016), *Mrazivá tajemství* (2016–2018), *Autobazar Monte Karlo* (2015–2016), *Přijela pouť* (2018) či seriál *Pěstírna* (2017) zaměřený na prostředí, ve kterém se pěstuje marihuana. Mezi zajímavé, edukativní či publicistické pořady TV Seznam patří např. satirický pořad Jindřicha Šídla *Šťastné pondělí* (2016–2020) nebo historický pořad Jiřího Padevěta *Krvavá léta* (2017), který se věnuje období české historie v letech 1938–1953.

1.2.2 iDNES.tv

Platforma s názvem iDNES.tv se transformovala z původní platformy Playtvák. iDNES.tv spadá pod akciovou společnost MAFRA, což je mediální skupina zaměřená především na denní tisk, ale i další mediální činnost, zejména tu na internetu. MAFRA tímto krokem reaguje na měnící se potřeby ve společnosti a snaží se svým čtenářům nabízet služby dle aktuálních trendů. Tato platforma se specializuje na reportáže, čímž podporuje především zpravodajský web iDNES.cz, ale i samotný denní tisk Mladá fronta Dnes. iDNES.tv dokonce v současné době zaštiťuje všechny videoplatformy společnosti MAFRA. Nicméně seriály jsou také součástí portálu iDNES a na iDNES.tv spadají pod samostatnou divizi iDNES KINO. Některé z nich byly také převzaty z původního Playtváka, nebo je na iDNES KINO vysílána jejich druhá řada. Takovým příkladem je třeba seriál *Single lady* (2017), na který tematicky navazuje *Single man* (2017), nebo seriál z prostředí krematoria nazvaný *Světlu vstříc* (2018). Mezi publicistické a vzdělávací pořady iDNES.tv patří *Humor proti totalitě* (2019–2020) nebo *Před sto lety* (2020), který se věnuje významným aktuálním výročím.

1.2.3 Mall.TV

Mall.TV je nejnovější platformou, která funguje pod záštitou internetového obchodu Mall.cz, giganta mezi e-shopy. Jedná se primárně o marketingový tah, protože vysílání ve formě AVOD patří mezi aktuální trendy v oblasti marketingu. Velmi důležitým důvodem pro jeho zřízení však byla i možnost vlastního ovlivňování zde umístěvané reklamy, která je zaměřena primárně na obchodní gigant Mall.

¹⁴ Seznam.cz. O nás [online]. 2019 [cit. 2020-01-03]. Dostupné z: <https://o.seznam.cz/o-nas/>

Reklama ve videu je centrálně řízena společností E-commerce Holding, pod kterou spadá i Mall Group spravující e-shop Mall.¹⁵ Díky tomu může marketingové řízení velmi autonomně pracovat jak se sekvenční reklamou ve videu, tak i s ostatními bannery na stránkách, nebo dokonce i s PP ve videích. Díky tomu je budován velmi efektivní a komplexní komunikační kanál společnosti propagující prodávané zboží dodavatelů. Co se pak týče osob, které stály u jejího vzniku, jedná se o podobný tým, který vytvořil i původní Stream.cz. Mall.TV je databáze videí s širokým záběrem a divák zde může nalézt videa nejrůznějších žánrů, nejčastěji však videa z kategorie zábava, zpravodajství nebo naučná videa.¹⁶ Mezi webové seriály z produkce Mall.TV patří třeba sitcom z prostředí reklamní agentury *Všechno je jinak* (2019), dále seriál z prostředí showbusinessu *Stylista* (2018) nebo seriál zaměřující se na tematiku kyberšikany *#martyisdead* (2019). Mezi další pořady patří třeba satirické *Události Lud'ka Staňka* (2018–2020) nebo vzdělávací pořad architekta Adama Gebriana *Překvapivé stavby* (2018–2020), ve kterém se snaží poukázat na skryté kvality zajímavých staveb, stojících na okraji veřejného zájmu.

1.3 Platformy ve světě

Při produkci webseriálů jsou samozřejmě velmi důležité finance. Pokud srovnáme platformy v České republice a ty ve světě, je zde evidentní rozdíl právě v jejich financování. Obecně nejvýznamnější světové platformy jsou totiž založeny primárně na bázi předplatného, eventuálně jednorázových plateb za zhlédnutí, vypůjčení na dobu určitou atd. V českém webovém prostředí jsou významnější platformy s volně dostupnými videi, které jsou financovány prostřednictvím AVOD.¹⁷ V této kapitole proto budou blíže charakterizovány i platformy Netflix a Prime Video, kde sice distribuce neprobíhá na základě AVOD, nicméně se jedná o celosvětově významné platformy, a především o velmi silné konkurenty, a proto je jejich krátká charakteristika nezbytná. Dalším důvodem je i to, že tyto dvě TVOD platformy se orientují hlavně na filmy a webseriály, kdežto světově významné AVOD platformy jsou orientovány velmi silně i na hudební produkci. Dalšími

¹⁵ Mall.TV [online] O nás [2020-01-05] dostupné na: <https://www.mall.tv/o-nas>

¹⁶ Mediaguru [online] Mall.spustí televizi [2020-01-05] dostupné na: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2018/03/mall-spusti-televizi-stoji-za-ni-zahor-a-kuchynka/>

¹⁷ Výzkum agentury Nielsen Admosphere z roku 2017 - Sledovanost VOD služeb v ČR [online] dostupné na <https://www.mediaguru.cz/clanky/2017/12/netflix-alespon-nekdy-sleduje-v-cesku-7-divaku/>

významnými TVOD platformami pro oblast filmů a webseriálů jsou pak například HBO GO, HULU nebo lovefilm.com.¹⁸

Největší pozornost je proto kladena na platformu YouTube, která je financována na bázi AVOD. V závěru kapitoly jsou pak zmíněny i další AVOD platformy, které jsou světově významné, nicméně ne všechny z nich se specializují na oblast webseriálu.

1.3.1 Netflix

Netflix je celosvětově známá americká společnost, která poskytuje divákům online filmy, seriály a dokumenty. Postupem času se Netflix rozšířil do celého světa, pouze s výjimkou některých zemí (např. Čína nebo Sýrie). Společnost vznikla již v roce 1997 a zpočátku fungovala jako videopůjčovna se zasíláním DVD. Později (v návaznosti na nové možnosti internetu Webu 2.0) se společnost začala zaměřovat právě na streamování prostřednictvím internetové online půjčovny. V jeho historii se také objevuje i období kabelové televize a podobnému typu vysílání se do určité míry věnuje Netflix dodnes, čímž se přibližuje významnému konkurentovi HBO.¹⁹

Jedním ze zásadních milníků v činnosti společnosti byl rok 2016, kdy se rapidně rozšířil rozsah jejího působení do mnoha zemí po celém světě. Netflix sice dlouhodobě pracoval na své mezinárodní expanzi, nicméně do té doby vstoupil především do velkých států. V České republice začal Netflix působit v roce 2016 a nabízí výběr pořadů v cizím jazyce (většinou v angličtině). Některé tituly mají české titulky nebo dokonce český dabing, tudíž osloví širší spektrum diváků.²⁰ Tituly, které mohou diváci na Netflixu sledovat, jsou jak z vlastní tvorby (především právě webseriály), tak převzaté. Chybí zde ale zpravodajství, soutěže či sportovní rubriky, typické pro klasickou televizi. Financování této platformy je závislé výhradně na poplatcích získaných od předplatitelů této služby, a nemusí tak do svého vysílání zařazovat reklamní obsah. S Netflixem se pojí také tzv. binge-watching, což znamená publikování celého seriálu najednou.²¹

¹⁸ Differences between SVOD, AVOD a TVOD [online] dostupné na <https://clipbucket.com/2019/03/07/understanding-the-terms-svod-avod-tvod-and-the-difference-between-vod-and-ott/>

¹⁹ Aymar Jean Christian, Indie TV: Innovation in Series Development. In: James Bennett, Niki Strange (eds.) Media Independence: working with freedom or working for free? New York: Routledge 2014

²⁰ Media Guru: Netflix nově vstoupil do 130 zemí včetně Česka [online], dostupné na <https://www.mediaguru.cz/clanky/2016/01/netflix-nove-vstoupil-do-130-zemi-vcetne-ceska/>

²¹ Aymar Jean Christian, Indie TV: Innovation in Series Development. In: James Bennett, Niki Strange (eds.) Media Independence: working with freedom or working for free? New York: Routledge 2014

1.3.2 Prime Video

Další ze SVOD platforem poskytující video na vyžádání je pod záštitou nadnárodního koncernu Amazon. Bývá tak někdy označována jako Amazon Prime Video. Amazon je mimo jiné orientován na prodej rychloobrátkového zboží (podobně jako Mall.cz), nicméně ve zcela jiném rozměru. Amazon je možné považovat za celosvětově největší a nejoblíbenější internetový obchod. A díky tomu, že Amazon vlastní a ovládá Prime Video, jakožto významnou platformu na bázi internetové televize, má k dispozici významný marketingový nástroj propagace. Zázemí společnosti Amazon přináší relativně dobré možnosti pro financování této platformy, která je však i velmi významně vydělává ze své vlastní činnosti.²²

Ač Amazon vznikl v roce 1994 původně jako internetový obchod s knihami, byl podnikatelsky tak úspěšný, že mohl významně rozšířit okruh svých aktivit. Prime Video nabízí uživatelům více možností, jak jej sledovat. Buď skrze předplatné této služby (včetně unikátního přístupu k audiovizuálním materiálům Amazonu), nebo pouze jednorázovým zakoupením titulu, či jeho zapůjčením z videopůjčovny na dobu určitou. Nicméně využití služeb Prime Videu je závislé na tom, v jaké zemi jsou tyto služby využívány. Například předplacené služby jsou nabízeny pouze v relativně omezeném počtu zemí.²³

1.3.3 YouTube

YouTube je velmi významná publikační platforma, která funguje na bázi AVOD, respektive jde o kombinovanou platformu. Tento internetový server umožňuje uživatelům sledování, ukládání a sdílení souborů ve formátu videa a další služby s tím související, jako jsou komentáře, playlisty či hodnocení. Základní služby jsou volně přístupné (zejména sledování a sdílení videí na sociálních sítích), další rozšiřující služby již fungují na bázi bezplatné registrace, a s tím souvisejícího uživatelského rozhraní. Primárně se jedná o hudební videa a videoklipy, televizní videa, filmové trailery, velmi oblíbené vlogy (videa ve formě blogu), instruktážní a naučná videa, autorská videa a další kratší či delší videa různých žánrů. Ke vzniku této platformy došlo v roce 2005 a za jejím vznikem stojí Chad Hurley, Steve Chen a Jawed Karim, kteří v té době pracovali pro PayPal. Nicméně již o rok později tuto platformu odkoupil Google, který ji vlastní dodnes. Ke spuštění uživatelského

²² Amazon[online]. 2019 [2020-01-07] dostupné na: <https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?ie=UTF8&nodeId=201376320>

²³ Prime video [online] service provider information [2020-01-08] dostupné na: https://www.primevideo.com/help/ref=dvm_MLP_EU_privacy?nodeId=202064890

rozhraní v českém jazyce, a s tím související místní lokalizace (včetně provázanosti na lokální partnery – především pro účely umístování reklam), došlo v roce 2008.²⁴

Vedle základní služby YouTube, která je zcela zdarma, pak existuje i platforma YouTube Premium. Ta je již předplacenou službou na bázi SVOD a umožňuje divákům za poplatek eliminaci reklam a zároveň další prémiový (zejména rozšiřující) obsah. Tato služba funguje od roku 2015. Další zajímavou a relativně mladou funkcí platformy YouTube je pak i živé vysílání, které nabízí aktivní online přenos videa. A v neposlední řadě je také zapotřebí zmínit velmi charakteristický termín, který s touto platformou souvisí, a to je pojem YouTuber. Toto označení charakterizuje osobu, která aktivně vytváří videa a vkládá je na tuto platformu. Má celou řadu odběratelů a fanoušků, kteří jeho obsah sledují. Obsah na YouTube je často provázán se sociálními sítěmi. Pro YouTubery je typické, že se soustředí na jednu vyhraněnou oblast (např. publikují zábavná videa, herní videa, vlogy atd.), které se detailně věnují. A právě v návaznosti na tuto oblast se pak tvoří i jejich fanouškovská základna. Sdílením svých autorských videí dokáží své fanoušky často velmi silně ovlivňovat, a proto dalším alternativním označením pro ně je i termín influencer. Pro YouTubery je často charakteristická relativně dobrá provázanost s diváky, a s tím související komunikace, včetně interakce prostřednictvím komentářů k videu. Tento fenomén pak vytvořil obrovský potenciál pro oblast marketingu a dal vzniknout pojmu influencer marketing.²²

1.3.4 Ostatní AVOD platformy

Existuje i mnoho dalších AVOD platform, které ve světě úspěšně fungují. Liší se svým obsahem a zaměřením, ale také rozsahem či například dosahem. Je dobré zmínit například platformu VEVO, která se sice přímo nezaměřuje na webseriál, ale především na hudební videa. Za její existencí stojí totiž hudební vydavatelství Sony Music Entertainment, Universal Music Group a Abu Dhabi Media. Je zde zároveň velmi silná distribuční, marketingová i finanční provázanost se společností Google.²⁵ Dále je možné jmenovat například Tubi TV, což je webová platforma využívaná primárně jako aplikace pro chytrá zařízení, jež umožňuje sledování videoobsahu formou streamového vysílání. Platforma Tubi TV je vlastněna společností Fox Corporation, jsou na ní ale umístěny i filmy a televizní pořady společností MGM, Paramount Pictures, Warner Bros a dalších. Její vysílání však není České republice, ani ve zbytku Evropy dostupné. Alternativou je Pluto TV, která sice aktuálně

²⁴ Michael Miller: Internetový marketing s YouTube, Computer Press, Brno 2012, [ISBN 978-80-251-3672-0](#)

²⁵ Clipbucket [online] Differences between SVOD, AVOD a TVOD [cit. 2020-01-03] dostupné na <https://clipbucket.com/2019/03/07/understanding-the-terms-svod-avod-tvod-and-the-difference-between-vod-and-ott>

v České republice své služby taktéž nenabízí, nicméně je opět zaměřena na filmovou a seriálovou tvorbu. Jako další příklad je pak možné uvést i televizní společnost VUDU, která dlouho sloužila pouze jako platforma pro sdílení filmů a pořadů ostatních producentů, v roce 2019 však začala produkovat i své vlastní webseriály.²³

II. PRAKTICKÁ ČÁST

2 VÝZNAMNÉ ČESKÉ WEBSERIÁLY NAPŘÍČ HISTORIÍ A JEJICH SROVNÁNÍ SE ZAHRANIČÍM

Abych mohl prokázat, nakolik si český webseriál stojí ve srovnání se zahraniční konkurencí, rozhodl jsem se udělat průřez jeho historií. V následujících podkapitolách se proto pokusím rozebrat tři konkrétní seriály po stránce jejich dramaturgické a formální kvality a srovnám je se zástupci zahraniční scény z téže doby. Prvním analyzovaným seriálem bude sitcom *Gynekologie 2* jakožto první český webseriál pocházející z dílny portálu Stream.cz. Jako druhý jsem vybral seriál *Kancelář Blaník*, vyrobený opět pro Stream.cz. Tomuto seriálu se podařilo žánr propojit s veřejným prostorem a zároveň zvýšit povědomí ve společnosti o existenci webového seriálu. Třetím subjektem je současný seriál *#martyisdead* z portálu Mall.TV. Ten byl zařazen proto, že jej považuji za průlom v české webseriálové tvorbě. Jako jeden z mála není komediální a nese v sobě silný společenský přesah v podobě osvěty a varování před kyberšikanou.

Navzdory tomu, že i portál iDNES.tv dotváří spektrum české webseriálové scény, žádný z jeho počínů dle mého názoru neznamena webseriálový milník, tudíž jsem se rozhodl tvorbu tohoto portálu do svého výzkumu nezařadit.

2.1 Gynekologie 2

Internetová televize Stream.cz fungovala ve svých prvopočátcích na principu uživatelské tvorby a tvorby originální. Stejně jako na portálu YouTube i na Stream.cz mohl každý umístit své vlastní, autorské video a sdílet jej s veřejností. Často se však stalo, že se uživatelský obsah proměnil v obsah originální a úspěšnému nezávislému tvůrci byla nabídnuta finanční odměna za jeho videa. Uživatel se tak dostal do užšího kontaktu s vedením Streamu. Jelikož se však televize Stream ve svých počátcích nemohla na tento model vývoje originální tvorby plně spolehnout, vznikla řada pořadů jako zakázka pro již zavedené obchodní značky či společnosti. Prvním takovým počinem, a tedy prvním českým webseriálem vůbec, byl sitcom *Gynekologie 2*. Stojí za ním jména jako Petr Čtvrtníček (scénárista i herec seriálu) nebo Igor Chaun (režie), která jsou spojena s kultovním satirickým pořadem *Česká soda* (1993), a zaručují tak jistou míru originálního humoru. Další osoby spojené se seriálem jsou třeba herci Jiří Lábus, Robert Nebřenský, Marek Daniel nebo Josef Polášek.²⁶

Gynekologie 2 reaguje na tehdejší stále rostoucí popularitu české „telenovely“ *Ordinace v růžové zahradě* (2005–2020) a velmi viditelně paroduje klasický český seriál *Nemocnice na kraji města*

²⁶ DOROTA, Vašíčková. *Stream.cz a jeho originální seriálová tvorba*. Praha, 2017. Bakalářská práce. Univerzita Karlova Filozofická fakulta Katedra Filmových studií.

(1977–2008). Na druhý jmenovaný odkazuje hudbou v úvodu každé epizody, která je té z *Nemocnice* velmi nápadně podobná. Dále jsou zde různé formální (formální i na dobu vzniku *Gynekologie 2* v roce 2007) anachronické prvky, jako je např. zamrznutý obraz, kterým končí každá epizoda. Některé postavy z tohoto seriálu též odkazují na ty z *Nemocnice na kraji města*. Například postava Roberta Nebřenského (primář Lexa) svými monology téměř doslova cituje doktora Sovu.

Dvojka v názvu seriálu je v jeho anotaci vysvětlena takto:

Původní televizní seriál volně navazující na první řadu, která byla natáčena původně pro polskou televizi v Bielsku-Biale, po skandálním zásahu katolické církve se však v rodném Polsku vůbec nevysílala a práva na její vysílání byla poté s úspěchem prodána do 27 zemí světa.²⁷

To je ovšem zřejmá mystifikace, která divákovi může připomenout humor charakteristický právě pro *Českou sodu*. Ve skutečnosti má tedy tento klamný text zvýšit atraktivitu seriálu skrze jeho domnělou skandálnost a nekorektnost. Pro nekorektnost má seriál díky svému internetovému umístění samozřejmě velmi dobrou živnou půdu. I přes to, že se v něm objeví mužské i ženské pohlavní orgány v přímém záběru a jeden z dílů nese název *Kunda*, se autoři snaží explicitní vulgární mluvě v dialozích vyhýbat. Ve způsobu, jakým se postavy gynekologů vymezují vůči jiným lékařským oborům (zejména kožní) nebo jakým primář Lexa odmítá homosexualitu svého syna Slávečka (Ladislav Hampl), lze spatřovat pokus o společenskou satiru a parodii společenských předsudků, stereotypů a konvencí.

Prostředím seriálu je tedy gynekologická klinika, ve které pracují se čtyři řadoví lékaři a primář. Toto prostředí slouží jako podhoubí pro situační humor, který je založený na dvojsmyslech týkajících se ženské anatomie. Je však zřejmé, že Petr Čtvrtníček při psaní scénáře neměl do gynekologické problematiky příliš velký vhléd a odborná přesnost ani nebyla jeho cílem. Humor tedy spíše připomíná vtipy dorostenců nad gynekologickou profesí a idealistické fantazírování nad provozováním tohoto řemesla. Některé zákroky přitom připomínají zápletky ze sci-fi filmů, jako například transplantace penisu a posléze jeho zpětné navrácení původnímu nositeli. Pozorný divák může postřehnout i zábavné prvky v mizanscéně, jako jsou například nohy vycházející z příkrývky na gynekologické židli, které jsou obuté do lyžařských bot.

Samotná struktura seriálu se pohybuje na pomezí mezi uzavřenými a otevřenými epizodami. Pointa humorných situací obvykle není vystavěna na ploše jednoho dílu (jehož stopáž se pohybuje mezi 3 a 10 minutami), je ale v seriálu rozvíjena na ploše širší. Např. v první zápletce osazenstvo kliniky řeší

²⁷ <https://www.dvdinform.cz/1722-sobotni-aha-s-dvd-gynekologie-2/>

nedorozumění vzniklé tím, že si postava Petra Čtvrtníčka špatně vyloží výraz „na ksicht“, který říká, že má jistý gynekologický zákrok provést ze známosti a mimo pořadí, a provede zákrok na obličejí dané pacientky. Tento gag je započat v první epizodě s názvem *Pysky*, kdy je Petr Čtvrtníček k danému zákroku vyzván, a končí zdánlivě nedokončen. Další epizoda s názvem *Šlechta* se této situaci vůbec nevěnuje. Místo toho se v ní řeší konflikt mezi gynekologickou kožní klinikou a působí značně nedějově. Gag je dokončen až v epizodě třetí s názvem *Problém*, kde je klinika konfrontována s následky tohoto nedorozumění. Vyprávění seriálu tedy působí značně chaoticky a pracuje s předpokladem, že se divák na epizody nedívá s rozestupy dnů či týdnů, ale zhlédne najednou více epizod nebo celý seriál. Navzdory tomu však televize Stream neuvolnila celý seriál metodou binge-watching, ale zveřejňovala epizody v rozestupech dnů. Dále jsou v seriálu vedlejší zápletky, které se rozvíjejí na ploše ještě širší a fungují paralelně se zápletkami hlavními. Příkladem je již zmíněná homosexualita primářova syna Slávečka a jeho inklinace ke gynekologu pohrdanému kožnímu oboru, což se řeší na ploše téměř poloviny seriálu. Jak již bylo zmíněno, některé epizody vůbec žádný děj nebo pointu nemají, jsou založeny na dvojsmyslných dialozích či monolozích a působí spíše jako herecké etudy.

Po formální stránce seriál ze všeho nejvíce připomíná právě soap-opery typu *Ordinace v růžové zahradě*, což je pravděpodobně do jisté míry záměr, ale i důsledek malého rozpočtu. To se týká především lacině vyhlížejících dekorací, plochého svícení a způsobu snímání. Z odborného pohledu zde lze najít jisté chyby, např. v kompozici. V širokých záběrech jsou postavám někdy řezány hlavy v polovině, což je pravděpodobně též způsobeno malým rozpočtem a nedostatečnou časovou dotací na jednotlivé díly. Méně pochopitelné jsou případy, kdy se mezi střihy vloudí černé okénko, a to i po obnovené premiéře, kdy už Stream celý seriál v minulosti jednou uvedl a byl vydán i na DVD.

Ve výsledku tedy pilotní projekt televize Stream a první český webseriál není na české scéně žádným výjimečným fenoménem, neboť plně netěží ze svobody, kterou mu dává internetové prostředí. Až na pár výjimek není vyloženě nekorektní, i když za ním stojí tým podobného složení jako za *Českou sodou*, která byla, a i na dnešní dobu je, mnohem odvážnější. Snaží se vymezit proti televizní zábavě, činí tak ale poměrně prvoplánovou parodií nemocničního prostředí za pomoci pokleslého, pubertálního humoru. Samotné pointy jednotlivých gagů nejsou obvykle moc dobře vystavěny a kvůli zvolené narativní struktuře působí nepřehledně. Za vyzdvižení stojí pokus o společenskou satiru ve scénách, kdy se doktoři vymezují vůči jiným medicínským oborům či lidem s odlišnou sexuální orientací. Po formální stránce seriál ničím nevybočuje z tehdejší průměrné televizní tvorby a neobjevují se v něm prvky, které se později staly u webseriálů časté, jako je rozklepaná ruční kamera a rychlý, zdánlivě nečistý střih. Přestože tedy v *Gynekologii 2* nevidím valné formální kvality ani

velký společenský přesah, tak z historického hlediska ale slouží jako důležitý milník prvopočátku českého webseriálu, který vzniknul parodií tehdejší i historické seriálové zábavy v televizi.

2.1.1 Srovnání se světovou scénou

Spuštěním serveru Youtube.com v roce 2005 nastal v této době rozmach webseriálů, které vznikaly především nezávisle, později však byly i různými institucemi financovány. Příkladem úspěšného webseriálu z těchto let je *Chad Vader* (2006), který byl původně produkován AVOD platformou *Channel 101*, kde však byla jeho výroba brzy zastavena. Projekt pak dále pokračoval nezávisle na serveru YouTube, kde se stal velmi úspěšným a následně jej převzaly platformy jako Hulu nebo Blimp.²⁸ Jedná se o příběh Chada, denního manažera v samoobsluze, který má ale z nějakého důvodu vzezření, a chování postavy Darth Vadera z filmové sci-fi série *Hvězdné války*. Tento koncept dal vzniknout mnoha zábavným a dobře napsaným gagům, které pobaví nejen fanoušky *Hvězdných válek*.

Dalším zajímavým počinem byl seriál *Lonelygirl15* (2006), jehož výjimečnost tkvěla v tom, že byl vyprávěný formou videoblogu patnáctileté dívky. Jako první tedy dokázal na internetu pracovat s prvkem falešné reality, stejně jako se to před lety ve filmu podařilo prvnímu found-footage hororu *Záhada Blair Witch* (1999). Seriál dokázal velké množství lidí přesvědčit o své autenticitě, ovšem krátce po jeho uvedení se začaly vést debaty o falešnosti celého videoblogu, až později sami tvůrci deklarovali, že se jedná o fikci.²⁹ Seriál *Lonelygirl15*, který se dočkal tří sérií, řeší například okultní praktiky dospívající dívky nebo záhadné zmizení jejích rodičů. Tento koncept falešné reality či falešná realita jakožto vyjadřovací prostředek, byl dále hojně ve webseriálech využíván, ale v českém prostředí jej poprvé použil až seriál *Semestr* (2016).

Za zmínku stojí také seriál *The Guild* (2007), který vypráví o složitém sociálním životě lidí, kteří tráví většinu svého života u počítače hraním on-line videoher. Tento koncept skvěle využívá prostředí internetu, protože díky své internetové distribuci se snadno dostane k lidem své cílové skupiny, tedy internetovým geekům, o kterých také pojednává. Díky své popularitě taky jako jeden z prvních využil financování formou crowdfundingu.

Přestože tedy portál Stream počinem *Gynekologie 2* poměrně hbitě zareagoval na prudký rozmach žánru internetového seriálu, příliš se držel svých televizních předchůdců a předobrazů a na rozdíl od

²⁸ BASSAGET, Joel. *Short, Narrative & Serialized: A complete guide to the web series phenomenon* [online]. 4. Amazon Digital Services, 2019 [cit. 2019-12-26]. Dostupné z: https://www.amazon.com/dp/B07SX4Z991/ref=pe_385040_118058080_TE_M1DP

²⁹ BASSAGET, Joel. *Short, Narrative & Serialized: A complete guide to the web series phenomenon* [online]. 4. Amazon Digital Services, 2019 [cit. 2019-12-26]. Dostupné z: https://www.amazon.com/dp/B07SX4Z991/ref=pe_385040_118058080_TE_M1DP

jiných webseriálů své doby nevyužil možností, které internetové médium nabízí. Tvůrci zmíněných světových seriálů si zkrátka byli vědomi, k jakému publiku skrz internetové médium promlouvají; k mladým lidem, často fanouškům sci-fi, fantasy a videoher. Podle toho též byla tvořena forma a obsah seriálů. *Gynekologie 2* připomíná televizní estrádu, která by našla své publikum snadněji v televizi než na internetu.

2.2 Kancelář Blaník

Přestože webseriály *Gynekologie 2* a *Kancelář Blaník* dělí sedm let, hraná tvorba televize Stream se v těchto letech nijak výrazně nerozvíjela. Za zmínku snad stojí jedině projekt *Alles Gute* (2009), který byl podobně jako *Gynekologie 2* snahou navázat na úspěch *České sody*, neboť se jedná o pokračování parodických lekcí německého jazyka, které k *České sodě* neodmyslitelně patřily. Tvůrci a tvářemi seriálu tedy byli především Milan Šteindler a David Vávra, pravidelně se v něm objevovali též Petr Čtvrtníček a Robert Nebřenský.

Kancelář Blaník vznikla spojením Streamu s významnou produkční společností Negativ Film Productions, stojící za řadou úspěšných českých, spíše nemainstreamových filmů. V rámci projektu *Kancelář Blaník* vzniká na Streamu samostatná redakce hrané tvorby, jejímž vedoucím se stal producent společnosti Negativ, Milan Kuchynka. V této redakci v následujících letech vzniklo velké množství originálních webseriálů a spolupráce s Negativem pokračovala i nadále, nejen dalšími šesti sériemi *Kanceláře Blaník* a jedním celovečerním filmem, ale též např. se seriálem z prostředí obchodu s ojetými automobily *Autobazar Monte Karlo* (2015–2016)³⁰. Režisérem *Kanceláře Blaník* je Marek Najbrt, který pod Negativem natočil všechny své celovečerní filmy, hlavní roli v seriálu ztvárnil Najbrtem hojně obsazovaný herec Marek Daniel.

Kancelář Blaník je patrně od *České sody* zatím nejzdařilejší politickou satirou u nás. Pracuje s reálnou českou politickou scénou a kolem aktuálního dění vytváří fiktivní realitu, jenž se odehrává na pozadí těchto skutečných událostí a kauz. V centru seriálu stojí fiktivní politický lobbista Antonín Blaník, jehož předobrazem jsou však reálné osobnosti, které v minulosti ovládaly české politické dění. Název seriálu odkazuje na legendu o spícím blanickém vojsku, které se má probudit a přijít na pomoc, až bude národu nejhůře. Zároveň však asociuje pasáž Blaník na Václavském náměstí v Praze, kde sídlila

³⁰ MRKVIČKA, Marek. *Kancelář Blaník jako přelomový webseriál televize Stream*. Brno, 2018. Bakalářská práce. Masarykova univerzita Filosofická fakulta Ústav filmu a audiovizuální kultury. Vedoucí práce Mgr. Michal Večeřa.

kancelář nechvalně známého lobbisty Romana Janouška.³¹ Jedním z hlavních motivů seriálu, který jej propojuje s realitou, jsou telefonáty Blaníka se skutečnými osobnostmi politického dění. Ty mají předobraz v nahrávkách z policejních odposlechů pořízených v rámci vyšetřování reálných politických kauz.³² Dále seriál odkazuje na reálné dění fiktivními, ale i skutečnými novinovými titulky, kterými jsou díly zakončeny jako důsledek Blaníkova lobbingu, nebo jsou vkládány mezi jednotlivé obrazy v seriálu.

Kvůli své specifčnosti a originalitě se seriál těžko žánrově zařazuje. Mimo žánry jako komedie či politická satira by se dalo též mluvit o sitcomu. Nasvědčuje tomu například jeho jednota místa. Odehrává se totiž převážně v Blaníkově kanceláři, ze které řídí české politické dění. Dále jsou zde ustálené postavy, kterými jsou kromě Blaníka jeho asistenti Lenka (Halka Třešňáková) a Žížala (Michal Dalecký). Dále se v každé epizodě pravidelně opakují obvyklé repliky či úkony. Nejcharakterističtější Blaníkovou replikou je „Jdu kadiť“, což paradoxně neznámá, že jde vykonat potřebu, ale provést nějaký tajný, kontroverzní telefonát. Ten musí vést na toaletě, kde jej, jak se domnívá, nikdo neslyší. Opakujícím se motivem je též obrazový a zvukový úvod každého dílu, kdy po znělce (tvořené motivem z písně Ktož sú boží bojovníci), následuje obvykle jeden z prvních záběrů na Blaníkovy boty (v každé epizodě jiné) a slyšíme vyzvánění jeho telefonu. Blaníkova zatíženost na boty je pak rozvinuta v celovečerním filmu *Prezident Blaník* (2018), kde si pro kůži na nové boty pěstuje dva chameleony pojmenované Pravá a Levá.

Samotný charakter Tondy Blaníka by se dal vyjádřit slovy jako sobecký, cynický, vypočítavý nebo bezpáteří. Je to tedy člověk, který dbá především na to, aby jeho jednání přineslo co největší přínos jemu samotnému, a neváhá za tímto cílem kohokoliv zradit. Jediná postava, ke které Blaník projevuje nějaké emoce, je jeho matka. Je to zároveň jediná osoba, před kterou má Blaník respekt, a díky tomu též sama nevědomky a mnohokrát ovlivní reálné české politické dění. V seriálu se ale reálně nikdy neobjeví a vystupuje stejně jako většina přítomných politiků skrze Blaníkovy telefonáty. Další snahou o polidštění ústřední postavy je poslední díl druhé série s názvem *Štědrý den*. Zde se Blaníkovo zdánlivě chybějící svědomí personifikuje do postavy Václava Havla, která se mu během štědrovečerní noci zjeví a sdělí, že by měl své postavení využít pro šíření pravdy a lásky. Havel je zde taktéž ztvárněn Markem Danielem, stejně jako v historickém televizním seriálu *České století* (2013–2014).

³¹ Uvedl Marek Najbrt v rozhovoru pro magazín *Průvan*, <<http://www.ceskatelevize.cz/ivysilani/10624368437-pruvan>> (cit. 16. 1. 2020).

³² Uvedl Robert Geisler v rozhovoru s Lud'kem Staňkem v pořadu *Rozhovory Lud'ka Staňka*, <<https://www.stream.cz/rozhovory-ludka-stanka/10018261-scenarista-kancelare-blanik-robert-geisler-oddoby-zemana-a-babise-nestihame-zpracovavat-temata>> (cit. 16. 1. 2020).

Aby však mohl seriál pokračovat ve stejném duchu jako dříve, musí z něj Lenka s Žížalou jeho svědomí vymýtít za pomoci knih Václava Klause (v prvním díle třetí série nazvaném *Svatý Blaník*). Celý seriál vyústil v celovečerní film *Prezident Blaník* (2018), který podobným způsobem jako seriál reflektoval přímou volbu prezidenta republiky v roce 2018. Jelikož však již šlo o film pro kina, byla kupříkladu narušena sitcomová jednota místa a divák se může podívat třeba přímo k Blaníkovi domů. Kontakty s politiky taktéž nebyly pouze na bázi fiktivních telefonátů. Herci ve filmu konfrontovali prezidentské kandidáty i jiné politiky v reálném prostoru. Jejich reakce byly různorodé a někteří své účinkování ve filmu využili pro vlastní propagaci. Např. Andrej Babiš, se kterým Blaník v seriálu často telefonuje, se k Marku Danielovi vstřícně hlásil jako ke starému příteli. Ivan Bartoš, kterého si tvůrci zvolili jako otce dítěte sekretářky Lenky, po prvotní konfrontaci souhlasil se svým dalším, již domluveným účinkováním ve filmu.

Pro ilustraci toho, jakým způsobem *Kancelář Blaník* pracuje s realitou a reálnými osobnostmi, zde nyní popíšu děj desáté epizody první série nazvané *Životní role Martina S.* (2014). V úvodu epizody Blaník telefonuje se svým kolegou Liborem. Tomu radí s rozhovorem, který má Liborův klient, tehdejší ministr obrany za ANO a zároveň herec Martin Stropnický, dávat novinářům. Poradí mu, ať na otázku vojsk NATO na území ČR odpoví souhlasem. Následuje reálný titulek ze serveru Novinky.cz, který informuje o Stropnického nesouhlasu. Blaník následně provede sérii telefonátů s Martinem Stropnickým, Liborem a Andrejem Babišem. Z těch vyplývá, že politické straně ANO se Stropnického výrok nehodí a Blaníkovým úkolem nyní je, aby skandál napravil. Blaník tedy Stropnickému poradí, ať kontroverzní výrok odvolá a prohlásí, že to byla „diletantská chyba“. Později se však ukáže, že ministr obrany místo toho, aby větu řekl novinářům, ji použil v seriálu *Kriminálka Anděl*, ve kterém účinkuje. Bezradný Blaník tedy požádá o radu Stropnického kolegyni z divadla Ivanu Chýlkovou, se kterou se osobně seje. Chýlková potvrdí Blaníkovu domněnku, že Stropnický je velmi vytížený a pletou se mu „repliky“ z divadla, filmu a politiky. Zároveň mu ale poradí, že „výkon herce stojí a padá s výkonem režiséra“. To Blaníka inspiruje a najme Jana Hřebejka, aby režíroval Stropnického politické chování. Následuje fiktivní novinový titulek, který hlásá, že Martin Stropnický za roli ministra obrany získal cenu Thálie.

Technická stránka seriálu je na svou dobu celkem neobvyklá. Obraz je snímán zásadně z ruky, kamera je tedy velmi rozklepaná a celkovému neklidu přispívají rychlé transfokace. Kompozice jsou spíše užší, kontrastují však s velmi širokými záběry (pokud to lokace dovoluje), které jsou často rámovány průhledy skrze dveře či zábradlí, působící značně voyeursky. Celý vizuál tedy koresponduje s konceptem seriálu, který dává divákovi nahlédnout do záležitostí, do kterých běžný občan nevidí a podtrhuje neklid, který kolem tohoto špinavého prostředí panuje. Zároveň připomíná vizuál investigativních dokumentů, které se často snaží podobné zákulisní intriky politiků rozkrýt. Tento

způsob natáčení taktéž nevyžaduje příliš velké technické zázemí a není ani časově náročný. Napomáhá tak tvůrcům celkem rychle reagovat na aktuální politické dění a reflektovat reálné kauzy, dokud zůstávají v živé paměti veřejnosti. Podobný způsob snímání můžeme později vidět u seriálů jako je *Autobazar Monte Karlo* nebo *Pěstírna*. Soundtrack, včetně úvodní husitské hymny, vytvořila hudební skupina Midi Lidi, charakteristická využitím monofonních digitálních tónů. Tento motiv odkazuje k motivu telefonu, přes který se odehrává podstatná část děje celého seriálu.

Webseriál *Kancelář Blaník* tedy dokázal ve své době velmi jednoduchým konceptem a velkou mírou hravosti uspokojit touhu českých diváků po kvalitní politické satíře. Dokázal si získat diváky napříč generacemi a sociálními vrstvami, oblíbeným se stal i u politiků, do kterých se střefoval. Dá se též říci, že *Blaník* do jisté míry definoval žánr internetového seriálu u nás. I lidé, kteří si dosud nejsou vědomi existencí internetového seriálu, často znají *Kancelář Blaník*, tedy se jim skrze něj dá žánr jako takový přiblížit. Seriál do velké míry využívá svobodu, která je mu dána internetovým médiem, protože si může dovolit i takovou míru kritiky a ironie vůči reálným politikům a stranám, ze které by veřejnoprávní i soukromá média mohla mít velké problémy. Když se ale tvůrci pokusili překročit formát webseriálu a natočili *Blaník* jako celovečerní film, byl diváckou i odbornou veřejností hodnocen spíše jako průměrný. Může za to pravděpodobně skutečnost, že tvůrci stejně jako u seriálu museli rychle reagovat na politickou situaci, která se velmi dynamicky mění. To platilo obzvláště u posledních prezidentských voleb, jejichž průběh byl velmi nevyzpytatelný a napínavý do poslední chvíle. Zatímco ale v několikaminutových dílech pro internet se dá relativně snadno vykristalizovat pointa i v časovém presu, u filmu s celovečerní stopáží to tak snadno nejde. Za vlažnější přijetí může také pravděpodobně skutečnost, že film ze zaběhnutých principů seriálu částečně uhnul. Zatímco seriál je postaven na tom, jak Blaník ovlivňuje politické dění, film je zaměřen více na jeho postavu a na to, jak je jeho život ovlivňován politickým děním. Ve výsledku jde tedy o sled vtipných skečů o Tondovi Blaníkovi, z nichž jsou některé postaveny na jeho interakci s politiky ve veřejném prostoru.

2.2.1 Srovnání se světovou scénou

V letech 2013 a 2014, kdy vznikala první řada seriálu *Kancelář Blaník*, již byla světová webseriálová scéna patřičně rozvinutá a světová databáze tvořila možná i tisíce titulů. Webseriál se stal oblíbeným formátem pro mladé, nadšené a mnohdy amatérské filmaře, kteří touto formou často napodobovali své oblíbené tvůrce či žánry. Začaly tak vznikat webseriály žánrů jako je horor, sci-fi nebo fantasy, které byly i pro televizní prostředí neobvyklé. Seriály často vznikaly bez rozpočtu, nebo byly financovány prostřednictvím crowdfundingu. V některých zemích, např. v Kanadě, však začaly

vznikat i zvláštní soukromé fondy pro rozvoj webseriálu. Dalšímu rozmachu též napomohla stále větší dostupnost smartphonů a mobilního internetu.³³

Příkladem žánrového webseriálu je brazilský počin *Nerd of the Dead* (2013). V něm dva nerdové, vybaveni teoretickými znalostmi, jak přežít zombie apokalypsu, čelí apokalypse skutečné. Webseriál navazuje na popularitu televizního seriálu *The Walking Dead* (2010–2020), tematiku zombie apokalypsy však lépe přibližuje internetovému publiku. Neohroženými hrdiny nejsou jedinci vybaveni reálnými schopnostmi přežít jako vojáci či policisté, ale kluci, kteří mají tematiku nastudovanou pouze skrze filmy, literaturu a videohry.

Dalším zajímavým příkladem je seriál *The Kill Corporation* (2013), u kterého se divák opět dostává do dystopické budoucnosti. V té jsou veškeré konflikty řízeny „rozhodčími smrti“, kteří mají právo rozhodnout, kdo přežije a kdo ne. Seriál se obratně vyhýbá vizuálním efektům a složité výpravě sci-fi filmů a děj situuje především do kancelářských interiérů. V seriálu i přesto díky zdařilému vizuálu a hudbě panuje působivá atmosféra. Vzhledem k tématice světa, kdy život a smrt člověka závisí na rozhodnutí korporace, se tvůrci mohli inspirovat sci-fi/hororovým muzikálem *Repo: Genetická opera* (2008).

Z roku 2013 též pochází britský seriál *Adots Apprentice* pojednávající o siru Adotovi, jenž hledá vhodného obchodního partnera a svým adeptům ukládá poněkud brutální úkoly. Seriál sarkastickým způsobem kritizuje svět businessu a paroduje formát reality show.

Seriál *Kancelář Blaník* tedy již dokázal lépe využít možnosti internetového média než český internetový debut *Gynekologie 2*. Velmi funkčně propojil fikční svět seriálu s českou politickou realitou. Díky svobodě internetu byl patřičně drzý a též díky rychlosti, se kterou byl produkován, dokázal reagovat na aktuální politické kauzy. V porovnání se světovou scénou však byl stále poněkud pozadu. S deformací reality, byť jiným způsobem, pracoval již dříve zmíněný seriál *Lonelygirl15* už v době prvního rozmachu tohoto žánru. Přestože jde tedy o důstojného zástupce české internetové scény své doby, kvůli své lokální tematice nemá tento seriál potenciál překročit hranice České republiky. V době, kdy ve světě již vznikaly tisíce jiných webových seriálů, se jednalo pouze o ojedinělý český počin, který však v následujících letech spustil lokální webseriálovou lavinu. Česká scéna také na rozdíl od zbytku světa příliš nepřekypovala webseriály nezávislými, tedy tvořenými bez záštity zaběhlých producentů či internetových televizí. Ani žánrovým seriálům se v naší zemi

³³ BASSAGET, Joel. *Short, Narrative & Serialized: A complete guide to the web series phenomenon* [online]. 4. Amazon Digital Services, 2019 [cit. 2019-12-26]. Dostupné z: https://www.amazon.com/dp/B07SX4Z991/ref=pe_385040_118058080_TE_M1DP

příliš nedařilo. Až o několik let později vznikl (rovněž pod Streamem) thriller z prostředí pěstování marihuany již zmiňovaná *Pěstírna* nebo postapokalyptické sci-fi *Skvrna* (2019).

Jednou z výjimek nezávislého žánrového seriálu je nadšenecký pokus o vzkříšení českého hororu s názvem *Pionýři hororu* (2013–2015). Ten byl po sérii projekcí v komorních kinech umístěn na YouTube. Skupinka amatérských, nezávislých a studentských filmařů se pokusila po vzoru amerického seriálu *Mistři hrůzy* (2005–2006) natočit desetidílný (v druhé sérii pětídílný) nezávislý hororový webseriál, ve kterém se každý tvůrce ujal jednoho dílu. Musel si též sám zařídit výrobu, tedy i financování, většinou z vlastních úspor. Projekt však neměl žádnou jednotící dramaturgii a každý tvůrce točil po svém. Vznikla tedy desetidílná řada stopáží i žánrem velmi různorodých krátkých filmů, jejichž kvalita se pohybovala od naprosto amatérských, až po profesionálně vypadající díla. Nutno též zmínit, že se (především v první sérii) jednalo spíše o komedie či přímo parodie hororového žánru. Projekt se však dostal do podvědomí pouze zarytým českým hororovým fanouškům a nedokázal zaujmout ani zahraniční žánrovou komunitu. Mezi tvůrce *Pionýrů* patří i autor této diplomové práce, ale i Pavel Soukup, režisér webseriálu *#martyisdead*, kterému je věnována následující podkapitola.

2.3 #martyisdead

Po úspěchu *Kanceláře Blaník* začala televize Stream produkovat webseriály ve vyšší frekvenci než v uplynulých letech a vedle *Negativu* začala spolupracovat i s dalšími producenty. Například úspěšný seriál z prostředí českého hokeje *Lajna* (2017–2019) vzniknul ve spolupráci se společností Orbis Pictures, stojící za řadou celovečerních hraných i dokumentárních filmů a seriálů. Začaly též vznikat další internetové televize. Kromě již zmíněných iDNES.tv a Mall.TV vznikla televize OBBOD, která však nefunguje na principu AVOD, ale TVOD (uživatel platí paušálně, jako např. Netflix). Přesto stojí za zmínku díky svému úspěšnému seriálu *Vyšehrad* (2016), který paroduje prostředí českého fotbalu.

Jedním ze zatím nejnovějších a nejzajímavějších webseriálů je projekt televize Mall.TV *#martyisdead*. Stojí za ním mladý režisér Pavel Soukup a byl koprodukován společností Bionaut Dark. Seriál též vznikl v rámci vzdělávacího projektu *Bezpečně na netu* sdružení CZ. NIC (správce internetových domén). Projekt si klade za cíl vzdělat mladé lidi ve věci rizikových jevů na internetu, jako je kyberšikana, které se *#martyisdead* věnuje. Na seriálu se proto podíleli i odborníci na internetovou bezpečnost a je inspirovaný skutečnými událostmi. Na rozdíl od seriálů, kterým se věnují předchozí dvě kapitoly, je tedy o poznání vážnější. Vymyká se tím i celkové české webseriálové scéně, která je až na pár výjimek vesměs komediální.

V úvodu seriálu umírá pod koly kurýrní dodávky teenager Martin Biederman (Jakub Nemčok) přezdívaný Marty. Případ je policií uzavřen jako nešťastná nehoda. Mladý kluk se nerozhlédl při přecházení ulice a roztržitý řidič, který jej uviděl, na poslední chvíli nestačil zastavit. Jeho otec (Jan Grundman) trpící výčitkami svědomí, protože se chlapci dostatečně nevěnoval, není schopen uvěřit, že je příčina jeho smrti takto triviální. Vede ho k tomu jednak neobvyklost lokace, kde se nehoda stala, ale i Martyho podezřelé chování v posledních týdnech. Jeho podezření zesílí, když zjistí, že si Marty před svou smrtí zablokoval profil na sociální síti Facebook. Pustí se tedy do pročitání jeho konverzací v jeho profilu, na kterém Marty trávil velkou část svého volného času, a pátrá po skutečné příčině jeho smrti. Rozvíjí se tedy paralelně dvě dějové roviny. Jedna vypráví o truchlících rodičích a pátrajícím otci, druhá ukazuje Martyho v jeho posledních týdnech života tak, jak se je daří mapovat jeho otcí. Pátrání se v určité části seriálu rozdvojí, když Marty ve své dějové linii začne pátrat po identitě člověka, který jej přes internet šikanuje a vydírá. Samotná tragičnost počáteční události a emoce s ní spojené, jsou vyjádřeny velmi citlivě a mnohem sugestivněji, než v mnohých filmech či televizních seriálech, snažících se podobná témata zpracovávat.

Seriál ukazuje, jakým způsobem současní mladí lidé tráví podstatnou část svého volného času na internetu a jak jsou schopni této on-line realitě věřit. Zároveň však ukazuje, jak je snadné tuto realitu deformovat, vydírat lidi a manipulovat s nimi. Jsou zde předvedeny reálné způsoby, které používají internetoví predátoři pro obelhávání obětí, zároveň však i způsoby, jak takové predátory odhalit. To může varovat potenciální oběti, na co si dát při on-line komunikaci pozor. Na druhou stranu mohou reální predátoři zjistit, na základě čeho mohou být vypátráni a jak se tedy proti dopadení zabezpečit. *#martyisdead* také demonstruje, jak nedokonalý je v současné době zákon ve vztahu ke kyberšikaně a jakým způsobem mají v těchto případech vyšetřovatelé svázané ruce. Příkladem budiž situace, kdy se kritická diskuse dokazující skutečnost, že byl Marty vydíraný, po smazání predátorova facebookového účtu zablokuje. Martyho otec zjišťuje, že jeho odblokování za účelem vyšetřování může být velmi složitá, zdlouhavá byrokratická procedura s nejistým výsledkem. Když potom Martyho otec vezme vyšetřování do vlastních rukou a za pomoci nezákonných metod se mu podaří usvědčit viníka, zjišťuje, že tento postup může být zásadní překážkou pro viníkovo potrestání. Seriál taktéž divákovi na jeho vlastním příkladu ukazuje, jak snadné je podlehnout předsudkům. Zhruba v polovině seriálu nás stopa zavede k Martyho homosexuálnímu třídnímu učitelí (Andrej Polák). Po konfrontaci s Martyho otcem však vyjde najevo, že učitel je v celé věci spíše obětí. Seriál tak ukazuje divákovi, že i on trpí předsudky, když mohl na základě pofidérních důkazů uvěřit v jeho vinu.

Jakým způsobem je seriál provázaný s prostředím internetu napovídá i jeho název, který je zároveň hashtagem. Podobně důmyslná byla kampaň před spuštěním seriálu. Na serveru televize Mall.TV a

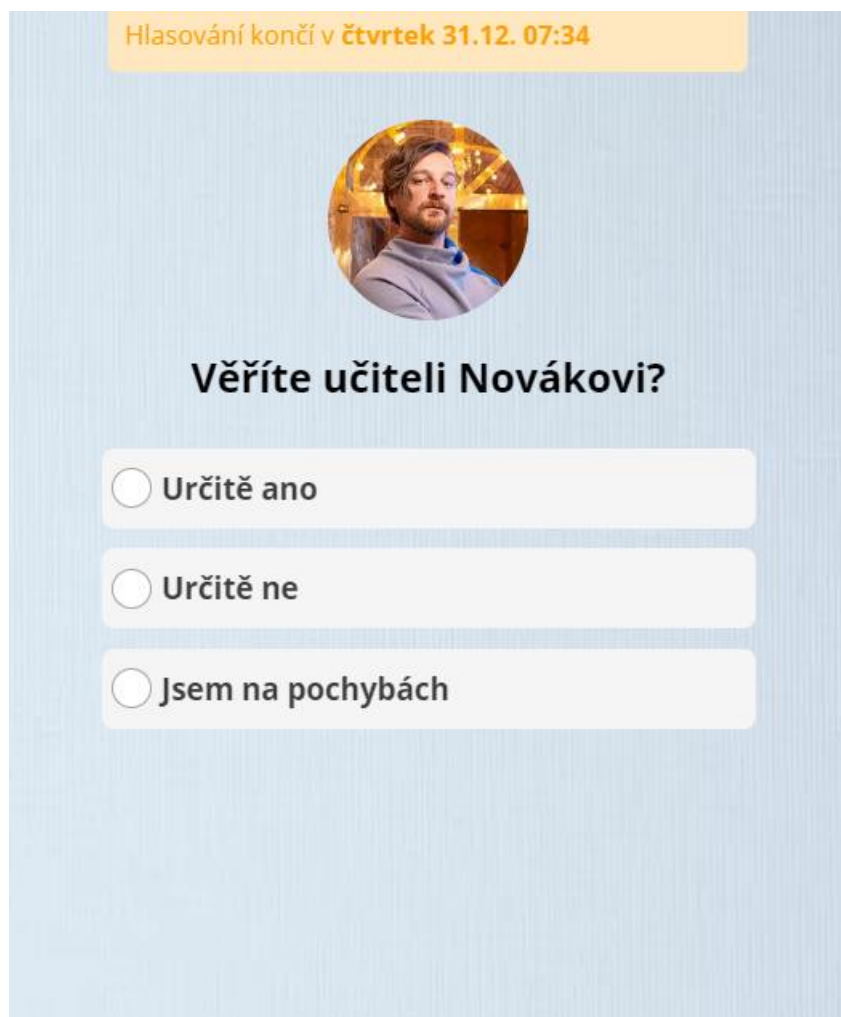
na dalších internetových reklamních plochách se začaly objevovat bannery s názvem seriálu. Jako tagline jsou na něm napsány pokyny „Nedívej se.“, „Neptej se.“, „Neklikej.“, které samy o sobě působí tajemně, ale ze všeho nejvíc nás lákají udělat přesný opak (obr. 1). Opět nám na našem vlastním příkladu demonstrují, že tajemno a neznámo obestírající on-line svět, je pro nás lákavější než to, co je nám dobře známé. To je často klíčem k rizikovému chování nejen teenagerů na internetu.

Obrázek č. 1: Propagační on-line materiál k seriálu *#martyisdead*




Zdroj: Mall.TV (2019)

Další způsob, jakým seriál skrze internetové médium komunikuje s divákem, je anketa, jež je uvedena u každého dílu. Ta se vztahuje k nějakému tématu v seriálu a nutí diváka nad daným dílem přemýšlet. Kupříkladu v dílu, který se falešně obviněnému třídnímu učitelu, je anketa, ve které divák může vyjádřit svou víru či nevíru v pravdivost učitelovy výpovědi (obr. 2). Výsledky ankety však bohužel nebyly na Mall.TV nijak dále vyhodnoceny. Mohly by tak ukázat, jaké procento lidí je schopno propadnout předsudkům a dát na první dojem.

Obrázek č. 2: Anketa doprovázející uvedení seriálu *#martyisdead*

Hlasování končí v čtvrtek 31.12. 07:34



Věříte učiteli Novákovi?

Určitě ano

Určitě ne

Jsem na pochybách

Zdroj: Mall.TV (2019)

Mluvíme-li o komunikaci s divákem, nelze nezmínit, jakým způsobem jsou na Mall.TV některé pořady propojeny. Jelikož jsou zde humoristicko-publicistické či dokumentární pořady, které vycházejí pravidelně, jejich tvůrci často na sebe vzájemně upozorňují. Komik a glosátor Luděk Staněk ve svém pravidelném pořadu *Události Ludka Staňka* (2018–2020) vždy den po publikování nového dílu *#martyisdead* vyzval své diváky k jeho zhlédnutí.

Kamera seriálu je podobně jako u *Kanceláře Blaník* výhradně ruční, čímž umocňuje stísněnou atmosféru a celkový neklid, který seriál provází. Na rozdíl od *Blaníku* však nepůsobí tolik nečistě a nahodile. Kompozice jsou naopak velmi přesné, vyvážené a celkový vizuál působí veskrze filmově. Blízké záběry na obličej postavy a nízká hloubka ostrosti dle mého názoru často ilustruje jejich uzavřenost a ponořenost do vlastních emocí a duševní nepřítomnost v reálném světě. Za vizuálem stojí kameraman Miloslav Holman, který natočil například většinu celovečerních filmů Marka Najbrta a řadu televizních seriálů. Bublíny on-line komunikací jsou často umístěny jako grafika přímo

do obrazu, což ve filmu ani televizi není nic nového. V jiných případech jsou komunikace snímány přímo z obrazovky, a to v takové blízkosti, že lze rozeznat jednotlivé obrazové body monitoru. Tento efekt, který je použitý i ve znělce seriálu, umocňuje sálající strach v seriálu z on-line světa a zároveň tento svět personifikuje. Hudba je převážně elektronická, čímž taktéž odkazuje na digitální prostředí. Dramatické atmosféře taktéž napomáhají zvuky, které jsou spojené s on-line komunikací. Velmi hlasité jsou obvykle tóny naprogramované on-line messengerem, jejichž přítomnost pracuje s asociacemi, které vyvolávají u lidí, kteří tentýž komunikační software používají (příchozí zpráva, zpráva zobrazena příjemcem, komunikační partner píše zprávu). Celkovou komplexní image seriálu též doplňují závěrečné titulky, které mají tentýž pixelový charakter jako úvodní znělka, a jejich rolování přes obrazovku je provedeno v duchu posouvání on-line chatu za pomoci kolečka myši.

Jelikož je jedním z hlavních partnerů seriálu firma Hewlett Packard, je zde velmi mnoho PP právě této firmy. Ten však působí vcelku přirozeně díky tomu, že se podstatná část příběhu odehrává u počítače. Vzhledem k tomu, že je Mall.TV součástí internetového obchodu Mall.cz, je PP partnerů v jejích pořadech velmi obvyklý jev. Mimo samotnou přítomnost PP se v obraze též objevuje ikona s nákupním košíkem, přes kterou se lze dostat na přítomný produkt do e-shopu. U *#martyisdead* to má však občas, vzhledem k vážnosti tématu, degradující efekt. Kupříkladu když v první epizodě sledujeme emocionální zhroucení Martyho matky, ve stejném záběru se nám objeví proklik na elektronickou podložku na myš, což celou situaci poněkud shazuje. Za zmínku stojí též moment, kdy Martyho otec kupuje nový mobilní telefon, kde jinde než na e-shopu Mall.cz.

Pokud si tedy seriál *#martyisdead* klade za cíl vzdělat především mladou veřejnost ve věci nebezpečí na internetu, tak se mu to dle mého názoru se mu to může podařit. Sugestivní a napínavou formou ukazuje, co všechno může neopatrného člověka na internetu potkat a kam až jeho lehkovážnost může vést. Díky faktické přesnosti může být příručkou, jak se na internetu nechovat nebo jak se naopak zachovat při kybernetickém útoku. Malou výhradou může být to, že stejně tak může sloužit on-line predátorům, jak se ve své volnočasové aktivitě zdokonalit. Audiovizuálních děl věnujících se tématice internetové bezpečnosti přitom u nás není mnoho. Dají se najít určité příklady v televizi, jako například epizoda seriálu TV Nova *Soukromé pasti* (2008–2011) nazvaná příznačně *V síti* (2011). Ta však naráží na zásadní překážku, že mladí lidé, jichž se tato problematika nejčastěji týká, na televizi nedívají. Znepokojivým poselstvím o tom, jak početná je komunita internetových predátorů a jak daleko jsou schopni zajít, je dokumentární film Barbory Chalupové a Víta Klusáka *V síti* (2020). Aby se dostal více k mladým lidem, pořádali jeho tvůrci promítání určená výhradně školám. Ty však bohužel záhy přerušila pandemie koronaviru. *#martyisdead* se zase snaží dostat k mladým lidem tím, že využívá prostředí internetu, které je jim vlastní. Co se týče průniku do

zahraničí, je v době vzniku této práce seriál *#martyisdead* zatím příliš mladý na to, aby to šlo indikovat. Na základě toho, že se jedná o problematiku, která není pouze lokální, se dá možný mezinárodní úspěch tohoto seriálu předvídat. Nahrává mu i skutečnost, že ještě před svým uvedením byl oceněn na mezinárodním filmovém festivalu *Serial Killer* v Brně.

2.3.1 Srovnání se světovou scénou

Stejně jako *#martyisdead* i webseriály ve světě se posunuly k větší vážnosti. Na platformě YouTube jsou sice stále k vidění fanouškovské seriály ctící, či naopak parodující žánry jako sci-fi, fantasy nebo horor. Na jiných AVOD platformách jsou však k vidění i seriály, které se zabývají vážnějšími tématy a neskouzávají ke komedii. Velmi zdařilým dílem je indický historický seriál *Hutatma* (2019), který vykresluje občanské nepokoje vedoucí k osamostatnění indického státu Gužarát od tehdejšího státu Bombaj v roce 1955. Přestože je seriál umístěn na indické AVOD platformě ZEE5 a je tedy volně k vidění, stopáž jednotlivých epizod se pohybuje kolem 40 minut, tedy se i stopáží vymyká průměrným webovým seriálům. Vzhledem k bohaté výpravě, propracované formální a obsahové stránce připomíná spíše quality TV seriály produkované komerčními televizemi a TVOD platformami. Kupříkladu náročné davové scény ukazující povstání občanů Gužarátu a jeho násilné potlačení bombajskými vojáky působí velmi efektně.

Opačný trend, tedy zkracování stopáže, lze sledovat u poměrně nového fenoménu instagramového seriálu. Ten reaguje na skutečnost, že pro současné teenagery jsou již média jako YouTube nebo Facebook zastaralá. Jejich pozornost dnes zaujímá primárně pro svou nekomplikovanost sdělování prostřednictvím fotografií právě Instagram. Jelikož je však délka instagramového videa limitována délkou jedné minuty, tak i epizody instagramových seriálů mají stopáž ohraničenou tímto limitem. To vede k větší zkratkovitosti děje, častému používání elips a osekání sdělení skrze médium na minimum. I tak lze ale vytvářet velmi zdařilá díla s působivou atmosférou. Dobrým příkladem je australský sci-fi/hororový seriál *Out There* (2017–2018), který dokáže v každé epizodě velmi obratně využít stopáž jedné minuty, aby posunul děj dopředu a nalákal diváka ke sledování dalšího dílu. Vzhledem ke stopáži jsou díly publikovány po dnech. Přestože by se od seriálu pro Instagram dala očekávat horší řemeslná kvalita, seriál působí velmi profesionálně, co se technické kvality i hereckých výkonů týče. Režisérka Hannah Lehmann o svém seriálu v rozhovoru pro internetový blog No Film School říká:

„Seriál musel vypadat, jako by patřil na Netflix.“³⁴

³⁴ *No film school* [online]. [cit. 2020-04-14]. Dostupné z: <https://nofilmschool.com/2018/06/instagram-series-are-things-now-meet-one-first-creators>

#martyisdead je pro český webseriál, rozhodně přelomový svým vykreslením mladé generace a toho, jak velkou součástí jejich světa tvoří on-line realita. Zároveň jako první webseriál plní edukativní funkci pro mladé lidi ve vztahu k bezpečnosti na internetu. Dlužno ale říct, že ve srovnání se světovou scénou to opět není nic nového. Ilustrací toho, jakou důvěru mladí lidé vkládají internetu a mementem před možnými následky, byl již dříve zmíněný seriál *Lonelygirl15*, přestože měl jednodušší formu a jednalo se o nadšenecký projekt. Podobně závažné téma řeší též kanadský internetový seriál *Out with Dad* (2010–2017). Zabývá se tím, jakým způsobem se mladí lidé vyrovnávají se svojí případnou homosexualitou. Koncept tohoto webseriálu by se dal přirovnat k TV seriálu *Gilmorova děvčata* (2000–2007) s tím rozdílem, že ústřední postavou je patnáctiletá lesbička Rose žijící pouze se svým ovdovělým otcem, se kterým řeší své milostné problémy s dívkami. Téma je v seriálu pojato velmi citlivě a může proto napomoci mladým lidem, kteří se vyrovnávají se svou sexuální orientací. Za zmínku stojí sedmá epizoda druhé série s názvem *Out with PFLAG*, ve které Rose navštíví skupinovou terapii, v rámci které se i jiní homosexuální jedinci zpovídají ze svých problémů. Jsou zde zachyceny reálné výpovědi lidí, kteří pocházejí z kultur, ve kterých není homosexualita společensky nebo zákonem přijímaná tak jako v naší, liberálnější kultuře.

Na druhou stranu ale *#martyisdead* drží krok se současným trendem odklonu od komediálního žánru. Tendence prodlužování stopáže a příklon k výpravnějším historickým opusům, jako je tomu u indického seriálu *Hutatma* (2019), však na české scéně nejsou vidět a ani je vzhledem ke sníženým finančním podmínkám nelze v dohledné době očekávat. Ani český instagramový seriál zatím nemá žádného svého zástupce, přestože by jeho výroba byla snadnější a levnější než u klasických webových seriálů.

Lze tedy říci, že *#martyisdead* rozhodně posunul český webseriál blíže světovému průměru a doplnil některé aspekty, které nás od světa dělily. Až budoucnost ukáže, jestli se českému webseriálu bude dařit nadále držet krok se světem, nebo bude jen dál dohánět, co jsme ve srovnání se světovou scénou zameškali.

ZÁVĚR

Webové seriály jsou již dnes suverénním audiovizuálním útvarem, který má sekce na mezinárodních filmových festivalech vlastní finanční audiovizuální fondy a o jejich existenci ví snad každý, kdo někdy používá internet. Krátké webové spin-offy často doplňují televizní seriály, aby k obrazovkám (nebo svým VOD platformám) přilákaly nové diváky z řad mladých lidí plně fungujících na internetu. Je těžké předvídat, jakým směrem se tento fenomén bude dále vyvíjet. Dalo by se však predikovat, že tradiční televize s lineárním programem bude umírat společně s generací současných seniorů, která se na ni ještě dívá a vystřídají ji VOD platformy a chytré televize. Historie však již ukázala, že tradiční média málokdy umírají na úkor těch nových. Kupříkladu s rozvojem domácích kin nezmizela kina veřejná. Ta začala klást větší důraz na technické zázemí a podporu 3D formátu, kterého se v domácích podmínkách těžko plnohodnotně dosahuje. Stejně tak tedy můžeme očekávat, že tradiční televizní stanice se přizpůsobí potřebě diváků sestavovat si sami svůj program a podpoří tedy interaktivitu způsobu jejich sledování.

Jedním z důležitých poznatků, které jsem při psaní této práce učinil, je, jak médium internetu mění téma i formu samotného seriálu. Webseriály často zpracovávají téma internetu jak takového, sociálních sítí, kyberšikany, deformace reality a podobně. Taktéž vycházejí vstříc diváckému vkusu lidí, kteří na internetu tráví nejvíce času, což jsou zpravidla teenageři, hráči PC her, fanoušci žánrů fantasy, sci-fi, hororu a dalších. Po formální stránce zase můžeme sledovat zkracování stopáže, kdy je třeba zaujmout diváka v co nejkratším možném čase a v relativně rychlém tempu vyprávět příběh. Je to způsobeno tím, že lidem často slouží k vyplnění volných chvil v jejich jinak rychlém životě. Jelikož jsou tyto seriály též natáčeny ve větším časovém presu, můžeme sledovat časté užívání ruční kamery a obecně menší akcent na vizuální stránku. Tyto zmíněné obsahové a formální prvky však již v posledních letech též mizí a ve světě webseriálu se objevují i výpravná, historická díla s delší stopáží.

Dále jsem si také uvědomil, jakým způsobem webový seriál díky svému umístění na internetu, který dotváří v určité míře realitu většiny z nás, přesahuje audiovizuální médium jako takové. Vymyslet webový seriál neznamena pouze napsat jeho scénář, natočit jej, provést postprodukcí a publikovat. Je také třeba myslet na to, jakým způsobem bude v on-line prostředí přežívat. Video umístěné na internet nemusí být pouze něco touto formou publikovaného, ale může zde fungovat komplexněji a propojovat více aspektů, jakými internet používáme, a jak reflektuje či deformuje realitu.

Český webový seriál, jak z mého výzkumu vyplývá, tyto své možnosti začal využívat oproti světové produkci s velkým zpožděním. Současný nejnovější přírůstek však dohnal mnoho „restů“, které jsme

za zahraniční scénou měli, a dal nám dobrou pozici k tomu, abychom ji nadále přestali dohánět, ale mohli s ní držet tempo.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] BASSAGET, Joel. *Short, Narrative & Serialized: A complete guide to the web series phenomenon* [online]. 4. Amazon Digital Services, 2019 [cit. 2019-12-26]. Dostupné z: https://www.amazon.com/dp/B07SX4Z991/ref=pe_385040_118058080_TE_M1DP
- [2] Darcy DiNucci, *Fragmented Future*. *Print* 53, 1999, č. 4, s. 32, 221–222. Dostupný na WWW: <http://darcy.com/fragmented_future.pdf>
- [3] Christian, A.J. (forthcoming). *Indie TV: Innovation in Series Development*, in James Bennett, Niki Strange (eds.) *Media Independence: working with freedom or working for free?*. James Bennett & Niki Strange, eds. New York, NY: Routledge 2014
- [4] TRYON, Chuck, *On-demand Culture: Digital Delivery and The Future of Movies*, New Brunswick, New Jersey, and London: Rutgers University Press 2013.
- [5] Lupa.cz Samostatný web Stream.cz skončil, Seznam slučuje videa na jedno místo. [online]. 2019 [cit. 2020-01-05]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/aktuality/samostatny-webstream-cz-skoncil-seznam-slučuje-videa-na-jedno-misto/>
- [6] Seznam.cz. O nás [online]. 2019 [cit. 2020-01-03]. Dostupné z: <https://o.seznam.cz/o-nas/>
- [7] WALES, M. Lorene, *Complete Guide to Film and Digital Production*, Routledge, 3. edice, 2017, ISBN 978113823982.
- [8] Mediaguru [online] Mall.spustí televizi [2020-01-05] dostupné na: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2018/03/mall-spusti-televizi-stoji-za-ni-zahor-a-kuchynka/>
- [9] Výzkum agentury Nielsen Admosphere z roku 2017 - Sledovanost VOD služeb v ČR [online] dostupné na <https://www.mediaguru.cz/clanky/2017/12/netflix-alespon-nekdy-sleduje-v-cesku-7-divaku/>
- [10] Differences between SVOD, AVOD a TVOD [online] dostupné na <https://clipbucket.com/2019/03/07/understanding-the-terms-svod-avod-tvod-and-the-difference-between-vod-and-ott/>
- [11] Amazon[online]. 2019 [2020-01-07] dostupné na: <https://www.amazon.com/gp/help/customer/display.html?ie=UTF8&nodeId=201376320>
- [12] Prime video [online] service provider information [2020-01-08] dostupné na: https://www.primevideo.com/help/ref=dvm_MLP_EU_privacy?nodeId=202064890

- [13] Michael Miller: Internetový marketing s YouTube, Computer Press, Brno 2012, [ISBN 978-80-251-3672-0](#)
- [14] Clipbucket [online] Differences between SVOD, AVOD a TVOD [cit. 2020-01-03] dostupné na <https://clipbucket.com/2019/03/07/understanding-the-terms-svod-avod-tvod-and-the-difference-between-vod-and-ott>
- [15] DOROTA, Vašíčková. *Stream.cz a jeho originální seriálová tvorba*. Praha, 2017. Bakalářská práce. Univerzita Karlova Filozofická fakulta Katedra Filmových studií.
- [16] MRKVIČKA, Marek. *Kancelář Blaník jako přelomový webseriál televize Stream*. Brno, 2018. Bakalářská práce. Masarykova univerzita Filozofická fakulta Ústav filmu a audiovizuální kultury. Vedoucí práce Mgr. Michal Večeřa.
- [16] *No film school* [online]. [cit. 2020-04-14]. Dostupné z: <https://nofilmschool.com/2018/06/instagram-series-are-thing-now-meet-one-first-creators>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

SVOD subscription video od demand

TVOD transactional video od demand

AVOD advertising video od demand

PP product placement

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1 Propagační on-line materiál k seriálu *#martyisdead* (zroj Mall.TV 2019).....35

Obrázek 2 anketa doprovázející uvedení seriálu *#martyisdead* (zroj Mall.TV 2019).....36

