

UNIVERZITA KARLOVA

FAKULTA SOCIÁLNÍCH VED

Institut komunikačních studií a žurnalistiky

Katedra mediálních studií

Nová VoD služba Dramox

Bakalářská práce

Autor práce: Anežka Benčová

Studijní program: Komunikační studia, specializace Mediální studia

Vedoucí práce: prof. MgA. Martin Štoll, Ph.D.

Rok obhajoby: 2023

Prohlášení

1. Prohlašuji, že jsem předkládanou práci zpracovala samostatně a použila jen uvedené prameny a literaturu.
2. Prohlašuji, že práce nebyla využita k získání jiného titulu.
3. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna pro studijní a výzkumné účely.

V Praze dne 3.5.2023

Anežka Benčová

Bibliografický záznam

BENČOVÁ, Anežka. Nová VoD služba. Praha, 2023. Bakalářská práce (Bc). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí práce prof. MgA. Martin Štoll, Ph.D.

Rozsah práce: 72 193 znaků

Abstrakt

Bakalářská práce se věnuje trendu video on demand služeb včetně představení několika jejich příkladů. Teoretická část práce se soustředí na Dramox, platformu tohoto typu orientovanou na streamování divadelních představení. Práce popisuje vznik Dramoxu, jeho funkce a také obsahuje kapitolu pojednávající o autorských právech ve spojitosti s divadelním uměním. Praktická část bakalářské práce se zabývá hloubkovými rozhovory se zástupci divadel zapojených do projektu, jejich komplexním pohledem na platformu a dosud získanými zkušenostmi. Práce se nezabývá komerčním způsobem využití tohoto média a podnikatelským záměrem, z důvodu nezájmu divadel a společnosti Dramox sdílet interní data.

Abstract

The bachelor thesis focuses on the trend of video on demand services, including the presentation of several examples. The theoretical part of the thesis focuses on Dramox, a platform of this type oriented towards streaming theatrical performances. The thesis describes the origin of Dramox, its features and also includes a chapter on copyright in relation to the performing arts. The practical part of the bachelor thesis deals with in-depth interviews with representatives of the theatres involved in the project, their comprehensive view of the platform and the experience gained so far. The thesis does not address the commercial use of this medium and the business case, due to the theatres' and Dramox's disinterest in sharing internal data.

Klíčová slova

Dramox, divadlo, VoD služby, streamování představení, kultura, média, online platforma

Key words

Dramox, theatre, VoD services, streaming of performance, culture, media, online platform

Title

New VoD service Dramox

Poděkování

Děkuji mé rodině a blízkým, kteří mě během celého studia, i při psaní této práce trpělivě podporovali. Za odborné vedení práce děkuji profesoru MgA. Martinu Štollovi, Ph.D. Velmi si vážím všech cenných rad, které mi poskytl. V neposlední řadě bych ráda poděkovala zástupcům divadel, kteří mi věnovali svůj čas a uskutečnili se mnou rozhovor. Bez těchto profesionálů by má práce nevznikla.

OBSAH

Úvod	2
TEORETICKÁ ČÁST PRÁCE.....	3
1. Spojení divadla a internetu.....	3
2. Služba typu Video on Demand.....	5
2.1 Definice pojmu VoD služby.....	5
2.2 Typy VoD služeb	6
2.3 Příklady VoD služeb	7
2.3.1 Netflix.....	7
2.3.2 VOYO	8
2.3.3 iVysílání	9
3. Platforma Dramox	10
3.1 Vznik platformy.....	12
3.2 Funkce platformy	13
4. Autorské právo v divadle	16
4.1 Autorská práva v projektu Dramox	17
PRAKTICKÁ ČÁST PRÁCE.....	19
1. Metodika výzkumu	19
2. Výzkumná otázka, cíl výzkumu	19
3. Výběr respondentů.....	20
4. Zpracování rozhovorů.....	23
4.1 Kdo byl iniciátorem prvotní komunikace?.....	23
4.2 Proč jste se rozhodli využít příležitosti Dramoxu?.....	24
4.3 Kolik inscenací máte nyní na Dramoxu dostupných?.....	26
4.4 Jedná se o inscenace pouze po derniéře?	27
4.5 Jakým způsobem byly záznamy pořízené?	29
4.6 Má Dramox výrazný vliv na ekonomiku divadla? (finanční zisk, návštěvnost)	30
4.7 Nepředstavuje dle Vašeho názoru Dramox nebezpečí pro živé divadlo?	32
4.8 Diskuze.....	33
Závěr	35
ZDROJE.....	38
Seznam obrázků	42
Seznam tabulek	42

Úvod

V posledních letech se fenomén služeb typu VoD (video on demand, česky video na vyžádání) značně rozmohl po celém světě a neminul ani Českou republiku. Jedná se o poměrně nový druh komunikační formy dostupný kdykoli, kdekoli, pro téměř kohokoli. Je beze sporu, že celosvětová pandemie viru covid-19 v letech 2019 až 2021, měla na tuto oblast výrazný vliv. Postihla nejenom sektor zdravotnictví, školství či ekonomiky, ale také oblast kultury, kam spadají divadla, instituce klíčové pro tuto práci. Platforma, na kterou jsem se ve své práci rozhodla zaměřit, pomohla držet právě divadla v nelehké online době v kontaktu s příznivci živé kultury, diváky. Tato platforma nese název Dramox a zrodila se v České republice. Nejenom covidová krize a s ní spojená opatření, ale i fakt, že v této době je již český divák na VoD služby zvyklý a schopný s nimi pracovat napomohl Dramoxu k úspěchu. Ráda bych ve své práci nejprve rozebrala spojení internetu a divadla, jako dvou zdánlivě těžce propojitelných oblastí. Jelikož Dramox funguje na principu VoD služby, v práci ho charakterizují a uvádím další příklady služeb dostupných v českém internetovém prostředí. Dále bych ráda Dramox představila, popsala, jak funguje a jaké možnosti uživatelům nabízí. V praktické části mé práce mě pak bude zajímat, jak Dramox vnímají přímo divadla zapojená do projektu, jejich zkušenosti a dojmy z dosavadní spolupráce. V praktické části se mimo jiné zaměřuji i na otázku, zda divadla vidí v Dramoxu pouze výhody, nebo i potenciální hrozbu.

Jelikož je téma streamování divadla na internetu nové a poměrně neprobádané, nebylo možné čerpat z knižních zdrojů do takové míry, jak by si zasluhovala akademická kvalifikační práce a byla jsem tak odkázaná na internetové články, diplomové práce týkající se podobného tématu, oficiální webové stránky Dramoxu či na vlastní zdroje v podobě osobních rozhovorů se zástupci divadel, které Dramox využívají.

Má bakalářská práce se od původní teze odklání zejména v seznamu použité literatury, kdy jsem v průběhu psaní práce usoudila, že navrhovaná literatura pro mé téma neobsahuje dostatek aktuálních informací. Dalším odkloněním je předpokládaná výzkumná otázka. Výzkum jsem se rozhodla soustředit pouze na jednu její část, a to je vliv Dramoxu na divadla, nikoli na divadelní publikum. Navrhovaný výzkum v tezi by byl příliš široký.

TEORETICKÁ ČÁST PRÁCE

1. Spojení divadla a internetu

V knize „Co je to divadlo“ popisuje Jan Bernard divadlo jako uměleckou formu události, která se vyznačuje využitím herců, určitého prostoru a reálného času k vyprávění příběhu a tím přenosu emocí či myšlenek na diváka. Bernard zmiňuje, že divadlo existuje v různých formách, od klasického, loutkového až po alternativní divadlo, a neustále se vyvíjí v kulturním i historickém kontextu. Dále podotýká důležitost kladení důrazu na nejen estetickou, ale i sociální a politickou dimenzi. Divadlo může sloužit jako prostředek pro reflexi, potažmo kritiku společnosti.¹

Denis McQuail charakterizuje pojem internet jako soubor technologií, zařízení a služeb, zprostředkovávající komunikaci a přenos informací mezi elektronickými zařízeními připojenými k této síti. Rozlišuje ve své knize „Úvod do teorie masové komunikace“ dva přístupy k internetu: technologický a společenský. Technologický přístup se zaměřuje na analytický popis technických parametrů jako jsou protokoly, softwarové a hardwarové prvky, přenos dat a další. Naopak společenský přístup se zaměřuje na vliv internetu na společnost a masovou komunikaci. McQuail také uvádí, že internet má výrazný vliv na způsob, jakým lidé komunikují a získávají informace. Internet umožňuje snadný a rychlý přístup k obrovskému množství informací z celého světa. Nicméně, jako každá technologie, i internet přináší nové potíže jako je riziko online komunikace, pod kterou spadá například emailová komunikace či sociální sítě nebo snižování pozornosti uživatelů a závislost na sítích.²

Srovnání divadla a videa lze vysvětlit na základě jejich podobného vizuálního základu. Obě média sdílejí vizuální prvky, které slouží k prezentaci vybraného obsahu. Bylo pouze otázkou času, kdy se obě média začnou vzájemně propojovat a ovlivňovat.³

Navzdory skutečnosti, že digitální média již ze své podstaty zjevně potlačují základní prvky divadelního umění, je jimi v současné době prezentováno. Digitální média ovlivňují

¹ BERNARD, Jan, 1983. Co je divadlo. Praha: Státní pedagogické nakladatelství. ISBN 14-405-83.

² MCQUAIL, Denis, 2009. Úvod do teorie masové komunikace. 2. rozšířené vydání). Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-574-5.

³ OPLETALOVÁ, Jana, 2021. Divadlo v době internetu a koronavirové krize [online]. Brno [cit. 2023-04-03]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/c94cee/>. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Mgr. Pavlína Míčová.

hlavní smyslové vjemy, které divák přijímá během divadelního představení včetně času a prostoru, které mohou díky možnosti libovolného přehrávání z jakéhokoliv „chytrého zařízení“ prakticky zaniknout. Digitální média umožňují divákům upravovat hlasitost a velikost obrazu, ale ztrácí se pocitový vjem a trojrozměrnost prostoru. To všechno má dopad na interakci a vnímání daného díla publikem. Protože digitální média omezují již zmíněné základní prvky divadla, včetně přímé interakce s publikem, mohou divadelní představení prezentovaná skrze digitální média nabízet pouze transformovanou a neplnohodnotnou podobu, která není schopna plně nahradit autenticitu klasického divadelního představení. Divadelní představení umístěné na digitální platformu nedisponuje schopností přenést plnohodnotnou emoci, která je s každým živým publikem unikátní a nenahraditelná. Jde zde o absenci bezprostředního kontaktu mezi umělcem a divákem v reálném čase na konkrétním místě.⁴

Pandemie, která v posledních letech ovlivnila celý svět, urychlila propojování a transformaci obou médií. Starší médium (divadlo) se stalo více závislým na novém médiu (video), jelikož by bez tohoto propojení mohlo dojít vlivem pandemických opatření až do bodu existenčního problému.⁵

⁴ OPLETALOVÁ, Jana, 2021. Divadlo v době internetu a koronavirové krize [online]. Brno [cit. 2023-04-03]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/c94cee/>. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Mgr. Pavlína Míčová.

⁵ tamtéž

2. Služba typu Video on Demand

Video on Demand služby se na českém trhu stávají stále populárnějšími. V současné době je zde v nabídce celá řada VoD služeb, které se snaží oslovit různé skupiny zákazníků. Dramox je nyní jednou z nich. V čele trhu se nachází celosvětově známé platformy jako Netflix, Amazon Prime Video nebo HBO GO, které se uchytily na českém trhu již v první vlně. Tyto služby nabízejí širokou škálu titulů včetně vlastní produkce a usilují o udržení si své pozice na trhu. V posledních letech však na český trh vstoupilo i několik nových hráčů, jako například televizní stanice Prima nebo Mall.TV. Tyto služby se snaží získat zákazníky nejen nabídkou filmů a seriálů, ale také sportovních přenosů a vlastní produkcí. S tímto trendem se snaží držet kroki čeští poskytovatelé kabelové televize, kteří nabízejí své vlastní VoD služby, jako například T-Mobile TV, O2 TV nebo Vodafone TV. Tyto služby lákají zákazníky na kombinaci kabelové televize a internetových služeb v jednom balíčku.

2.1 Definice pojmu VoD služby

Výstižná definice VoD služby byla stanovena Mezinárodní telekomunikační unií v roce 2009, která zní: „*Služba, ve které si může koncový uživatel na požádání vybrat a zobrazit video obsah a kde koncový uživatel může ovládat časové pořadí, ve kterém video obsah prohlíží (např. možnost spustit prohlížení, pozastavit, rychle vpřed, přetočit atd.)*.“⁶

Dále bych pro bližší specifikaci pojmu ráda uvedla legislativní definici českého zákona. Jedná se o zákon č. 132/2010 o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání který zní následovně: „*audiovizuální mediální službou na vyžádání služba informační společnosti), za kterou má redakční odpovědnost poskytovatel audiovizuální mediální služby na vyžádání a jejímž hlavním účelem nebo hlavním účelem její oddělitelné části je poskytování pořadů veřejnosti za účelem informování, zábavy nebo vzdělávání, a která umožňuje sledování pořadů v okamžiku zvoleném uživatelem a na jeho individuální žádost na základě katalogu pořadů sestaveného poskytovatelem audiovizuální mediální služby na vyžádání (dále jen „katalog pořadů“)*“.⁷

⁶ BLÁZQUEZ, Francisco Javier Cabrera, Maja CAPPELLO, Christian GRECE a Sophie VALAIS, 2016. VOD, platforms and OTT: which promotion obligations for European works? [online]. Strasbourg: European Audiovisual Observatory [cit. 2023-01-11]. ISSN 2079-1062. Dostupné z: <https://www.kreativnievropa.cz/co5fokmmap3aa309/uploads/2021/10/iris-plus-2016-3-vod-platforms-and-ott-which-promotion-obligations-for-european-works.pdf>

⁷ Zákon č. 132/2010 Sb. o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a o změně některých zákonů (zákon o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání)

Dle Jakubowicze bychom VoD platformy mohli zařadit do vlny takzvaných nových médií 3.0. Blíže se jedná o fenomén zvaný „druhá etapa digitální konverze televize“, který spočívá v technologické integraci televize a rychlého internetu (...). Výsledkem je schopnost televizorů o standardu Hybrid Broadcast TV (HbbTV) přijímat jak tradiční televizi, tak internet a zprostředkovat tak nelineární nabídku včetně internetového obsahu.⁸

2.2 Typy VoD služeb

VoD služby se rozdělují podle obchodních modelů, postavených na různých způsobech platby koncovými uživateli. Rozlišujeme tyto tři základní typy:⁹

Prvním typem je služba **SVoD** (Subscription Video on Demand). Jde o nejčastěji využívaný typ. Uživatel zde uzavírá smlouvu o předplatném, pravidelném, nejčastěji měsíčním poplatku za neomezený přístup do široké nabídky audiovizuálních obsahů. Ukázkovým příkladem služby SVoD je americký Netflix nebo české VOYO.¹⁰

Dalším typem a zároveň protějškem konceptu SVoD je **TVoD** (Transactional Video on Demand). Tato služba nefunguje na bázi založení zpoplatněného přihlášení či vytvoření uživatelského účtu, nýbrž na bázi jednotlivých plateb, jejichž prostřednictvím si uživatel kupuje možnost zhlédnutí jednoho konkrétního pořadu. Většinou se zde jedná o filmy a možnost zhlédnutí je časově omezená. Příkladem je služba iTunes.¹¹

Poslední službou je služba **AVoD** (Advertising Video on Demand nebo také Ad-based Video on Demand). Nejznámějším příkladem tohoto typu je platforma YouTube. Uživatel zde za obsah neplatí, avšak tato skutečnost je podmíněná sledováním reklam, které mohou narušovat celkový dojem ze sledování video obsahu.¹²

⁸ JAKUBOWICZ, Karol, 2013. Nová ekologie médií: konvergence a mediamorfóza. Zlín: Verbum. ISBN 978-80-87500-38-5.

⁹ KAHÁNEK, Adam, 2020. Chování českého uživatele na mediálních platformách Video on Demand [online]. Praha [cit. 2023-01-12]. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/121712/120371787.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky Katedra mediálních studií. Vedoucí práce PhDr. Milan Kruml.

¹⁰ KAYSEN, Mads. Understand the "SVOD", "TVOD" and "AVOD" terms and business models of streaming services like Netflix. LinkedIn [online]. 24.8.2015 [cit. 2023-01-12]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/pulse/understand-svod-tvod-avod-terms-business-models-streaming-mads-kaysen/>

¹¹ tamtéž

¹² KAYSEN, Mads. Understand the "SVOD", "TVOD" and "AVOD" terms and business models of streaming services like Netflix. LinkedIn [online]. 24.8.2015 [cit. 2023-01-12]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/pulse/understand-svod-tvod-avod-terms-business-models-streaming-mads-kaysen/>

2.3 Příklady VoD služeb

Dovoluji si vybrat z bohaté nabídky VoD služeb následující, neboť se domnívám, že každý z nich reprezentuje určitý typ komunikační strategie.

2.3.1 Netflix

Netflix je pravděpodobně nejznámější příklad SVoD služby, dnes dostupný téměř po celém světě. Na začátku roku 2023 platforma překročila hranici 230 milionů aktivních uživatelů. Netflix je dostupný ve více než 190 zemí. Na český trh vstoupil v roce 2016 a v češtině funguje od roku 2019.¹³ Nabídka videotéky je v každé zemi jiná, stejně tak i cena předplatného.¹⁴

Dle statistik online databáze Unofficial Online Global Search (uNoGS), která ukazuje počet dostupných titulů, je na českém Netflixu k lednu 2023 6 441 filmů a 2 363 seriálů, celkem 8 804 titulů. Toto číslo je ve srovnání se všemi ostatními trhy kde Netflix působí nejvyšší. Překonává i tak obrovské trhy, jako je americký či britský.¹⁵ (Je důležité podotknout, že pojmem český Netflix se rozumí uživatelé, kteří mají českou adresu a zároveň nastavený anglický profil. Pokud je nastavený profil český, Netflix nabízí pouze ty tituly, které mají český dabing či titulky, kterých je výrazně méně.)¹⁶

Netflix nabízí uživatelům 3 druhy měsíčního předplatného:

- Tarif **Basic**, s kvalitou videa „dobrá“, při rozlišení 720mp, za 199 Kč/měsíc
- Tarif **Standart**, s kvalitou videa „lepší“, při rozlišení 1080pm, za 259 Kč/měsíc
- Tarif **Premium**, s kvalitou videa „nejlepší“, při rozlišení 4K+HDR (dle připojení k internetu a kapacitě zařízení), za 319 Kč/měsíc

Všechny tarify umožňují sledovat Netflix na televizi, počítači, telefonu či tabletu bez reklam. Dalším významným rozdílem mezi typy předplatného je počet povolených zařízení. U tarifu Basic je to pouze jedno zařízení, u možnosti Standart dvě a pro Premium šest.¹⁷

¹³ LENK, Štěpán, 14.2. 2023n. l. Netflix: Vše, co potřebujete vědět. Alza.cz [online]. [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.alza.cz/netflix-cesky>

¹⁴ KUCSEROVÁ, Frederika, 2021. Konvergence médií, služby SVOD a jejich využití [online]. Praha [cit. 2023-01-18]. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/126927/130304126.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky Katedra mediálních studií. Vedoucí práce PhDr. Milan Kruml.

¹⁵ Unogs.com [online], 2023. Unofficial Online Global Search [cit. 2023-01-18]. Dostupné z: <https://unogs.com/countrydetail>

¹⁶ VYSKOČIL, Tomáš, 2021. Na českém Netflixu je nejvíce titulů na světě. Jak je to možné?. Filmtoro.cz [online]. 26. 7. 2021 [cit. 2023-01-18]. Dostupné z: <https://filmtoro.cz/blog/netflix-nejvic-filmu-serialu-na-svete>

¹⁷ Předplatné a ceny. Netflix.com [online]. [cit. 2023-01-19]. Dostupné z: <https://help.netflix.com/cs/node/24926>

2.3.2 VOYO

Voyo je internetový videoportál spadající pod společnost CME, který funguje na již zmiňovaném principu video on demand (VoD), typově se jedná o službu SVoD. Platforma byla spuštěna roku 2011 ve všech šesti zemích, kde společnost CME působí. Jako první bylo Voyo spuštěno v České republice, později v Rumunsku, Slovensku, Bulharsku a Slovinsku, a jeho obdoba Oyo v Chorvatsku. Nabízený obsah nyní představují pořady a seriály odvysílané televizními kanály CME (v České republice všechny stanice televize Nova) a dále české i zahraniční filmy, na které společnost získala licenci.¹⁸ Služba Voyo se stala v posledních letech velmi populární a překročila v České republice a na Slovensku v říjnu roku 2022 hranici 400 tisíc předplatitelů.¹⁹

Od roku 2011 bylo Voyo dostupnou platformou pro všechny uživatele, zpoplatněno bylo v polovině roku 2012.²⁰ Dnes je Voyo za Netflixem a HBOMax třetí nejpoužívanější placenou VoD službou v České republice.²¹

Cena předplatného služby Voyo je nyní 159 korun na dobu 30 dní.²² Dále se také nabízí možnost využít „Voyo na zkoušku“ po dobu 7 dní zdarma. Ve službě je dostupný obdobný obsah jako s plným předplatným, vyjímaje živé vysílání televizních kanálů a sportovních přenosů, bez možnosti sledování v offline režimu.²³

Za předchůdce platformy Voyo můžeme považovat videotéku s archivními díly pořadů na internetových stránkách televize Nova. Oproti této základní službě fungující na bázi AVoD, služba Voyo disponuje hned několika významnými vylepšeními. Uživatelé dle popisu společnosti Nova mohou sledovat živé vysílání televize Nova, čímž se rozumí veškerá vlastní tvorba včetně hlavní zpravodajské relace, přímých přenosů sportovních zápasů či kulturních

¹⁸ NOVOTNÁ, Markéta, 2013. Marketingová strategie VOYO.cz [online]. Praha [cit. 2023-01-12]. Dostupné z: https://vskp.vse.cz/35636_marketingova_strategie_voyocz Diplomová práce. Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta mezinárodních vztahů. Vedoucí práce Ing. Milan Postler, Ph.D.

¹⁹ ROŽÁNEK, Filip, 1997. Voyo má 400 tisíc předplatitelů, oznámila TV Nova. Lupa.cz [online]. Praha: Internet Info, 19. 10. 2022 [cit. 2023-01-14]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/aktuality/voyo-ma-400-tisic-predplatitelu-oznamila-tv-nova/>

²⁰ MICHNOVÁ, Barbora, 2022. Nástup novodobé online platformy Voyo v České republice [online]. Zlín [cit. 2023-01-14]. Dostupné z: <https://digilib.k.utb.cz/handle/10563/50306> Bakalářská práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, fakulta multimediálních komunikací. Vedoucí práce MgA. Lubomír Konečný.

²¹ Nová data o SVOD: Nejužívanější jsou Netflix, HBO Max a Voyo, 2022. Mediaguru.cz [online]. Praha: PHD, 1.6.2022 [cit. 2023-01-14]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2022/06/nova-data-o-svod-nejuzivanejsi-jsou-netflix-hbo-max-a-voyo/>

²² Kolik stojí Voyo předplatné?. Voyo.nova.cz [online]. [cit. 2023-01-19]. Dostupné z: <https://voyo.nova.cz/faq/19-kolik-stoji-voyo-predplatne>

²³ Jak funguje předplatné Voyo na zkoušku?. Voyo.nova.cz [online]. [cit. 2023-01-19]. Dostupné z: <https://voyo.nova.cz/faq/38-jak-funguje-predplatne-voyo-na-zkousku>

událostí. Funkce sledování z archivu i na dále zůstává přístupná, na tomto místě uživatelé mohou najít záznamy všech pořadů.²⁴

Nabídka divákům televize Nova zahrnovala zároveň i službu Voyo+. Služba Voyo+ představovala zástupce typu služby TVoD a byla zde videotéka filmů, ze kterých si uživatelé mohli konkrétní film za jednorázový poplatek zapůjčit ke zhlédnutí.²⁵

2.3.3 iVysílání

Platformu iVysílání provozuje veřejnoprávní Česká televize. V katalogu je uživateli k dispozici široká škála obsahu, který byl již odvysílán na stanici České televize. Jednou z hlavních funkcí iVysílání je možnost sledovat živé vysílání televizních kanálů České televize: ČT1, ČT2, ČT24, ČT sport a dalších speciálních kanálů, které nabízí. Díky tomu mohou uživatelé sledovat televizní pořady v reálném čase, stejně jako při klasickém lineárním vysílání.²⁶

Portál iVysílání nelze porovnávat s komerčními portály jako je Voyo, neboť se jedná o online službu poskytovanou veřejnoprávním médiem, které je financováno z poplatků majitelů televizních přijímačů. I když reklama slouží jako doplňkový zdroj příjmů, diváci obvykle vidí pouze jeden reklamní spot před přehráním videa.²⁷

Webová podoba iVysílání prošla od jejího vzniku mnoha výraznými změnami ať už v designu či funkcionalitě. V roce 2009 byl představen nový webový portál, který byl navržen tak, aby co nejlépe splňoval funkci video archivu. V roce 2011 Česká televize uvedla na digitální trh aplikaci pro hybridní televizní platformu HbbTV, funkční i na chytrých telefonech či tabletech. Tímto způsobem Česká televize realizovala svůj záměr nejen optimalizovat

²⁴ Televize Nova spustila novou internetovou službu VOYO.cz. TN.cz [online]. 2011 [cit. 2018-05-08]. Dostupné z: <http://tv.nova.cz/clanek/novinky/televize-nova-spustila-novou-internetovou-sluzbu-voyo-cz.html>

²⁵ DOLEŽAL, Aleš, 2018. Fenomén Netflix a jeho vliv na změny chování diváků [online]. Praha [cit. 2023-01-14]. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/99888/120299220.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky Katedra mediálních studií. Vedoucí práce MgA. Martin Štoll, Ph.D.

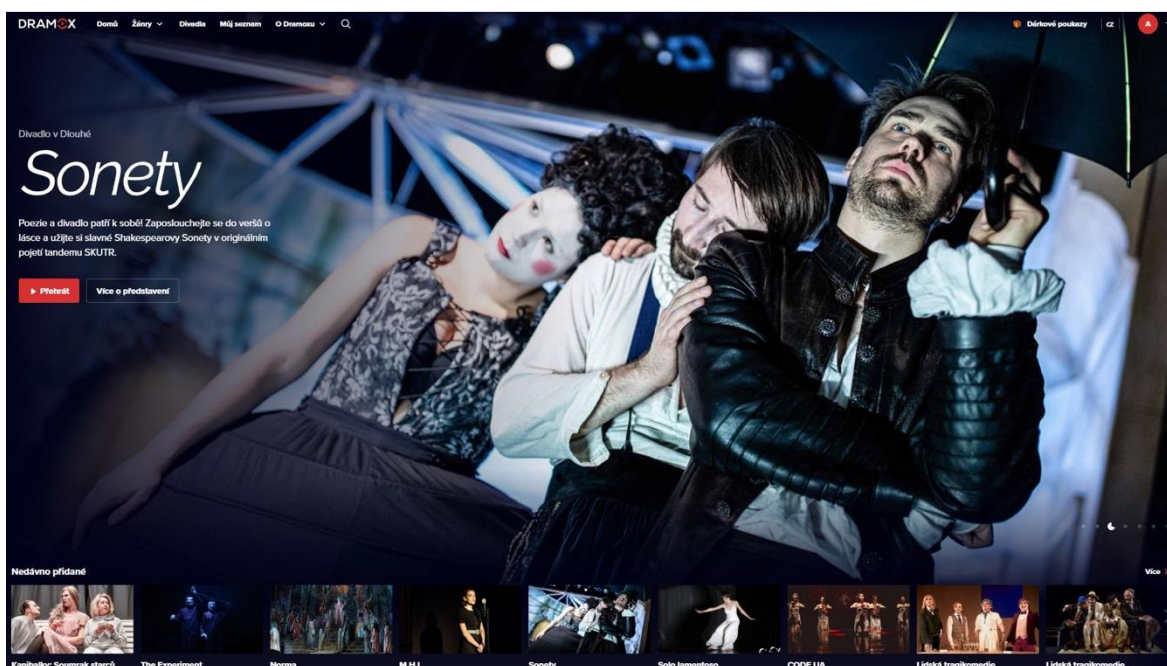
²⁶ SOUKUPOVÁ, Gabriela, 2020. Video on demand služby na českém trhu [online]. Praha [cit. 2023-04-11]. Dostupné z: https://vskp.vse.cz/80462_video-on-demand-sluzby-na-ceskem-trhu. Bakalářská práce. Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta podnikohospodářská. Vedoucí práce Mgr. Jan Hanzlík, Ph.D.

²⁷ NOVOTNÁ, Markéta, 2013. Marketingová strategie VOYO.cz [online]. Praha [cit. 2023-01-12]. Dostupné z: https://vskp.vse.cz/35636_marketingova_strategie_voyocz Diplomová práce. Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta mezinárodních vztahů. Vedoucí práce Ing. Milan Postler, Ph.D.

vizuální podobu iVysílání, ale i poskytnout divákům větší komfort a možnost volby obsahu prostřednictvím moderních technologií.²⁸

3. Platforma Dramox

Dramox je webová služba pro příznivce divadla, která nabízí širokou škálu divadelních představení na jednom místě. Za měsíční předplatné diváci mohou sledovat divadelní záznamy kdykoliv a kdekoliv bez reklamních přestávek. Nabízí různé žánry a pravidelně přidává nová představení. Snaží se tím podpořit rozvoj divadelního umění a přenášet divadelní zážitek.



Obrázek č. 1: Dramox, domovská stránka

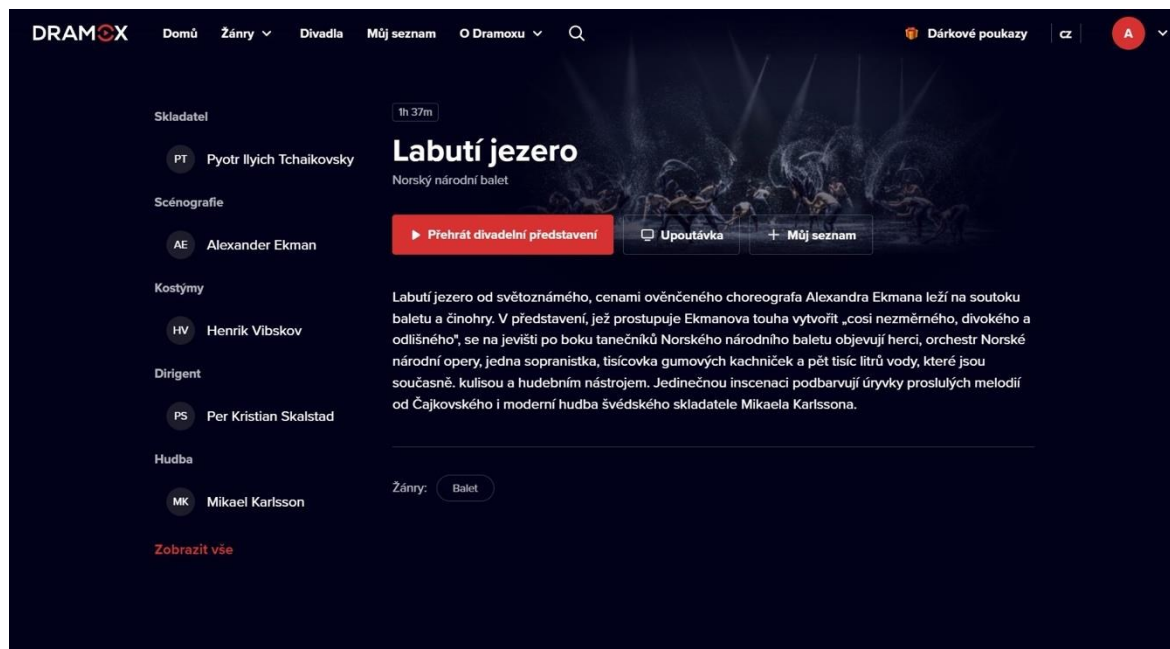
Dramox funguje kompletně jako remote společnost, což je obchodní model, který umožňuje svým zaměstnancům pracovat z jakéhokoli místa na dálku, bez nutnosti fyzické přítomnosti v kanceláři nebo jiném pracovním prostředí. Zaměstnanci firmy jsou rozmístěni po celé Evropě, například v Londýně či Berlíně.²⁹

V tzv. Knihovně divadel Dramoxu je dnes k nalezení 176 divadel. Zde jsou divadla rozříděná dle žánru, včetně loutkového divadla, baletu, opery, či alternativního divadla.

²⁸ LUKŮVKA, Adam, 2021. Nástup internetových televizí: Analýza českých audiovizuálních streamovacích služeb [online]. Brno, [cit. 2023-04-18]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/g4cem/>. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Ondřej Pavlík.

²⁹ ZAVADIL, Martin, ředitel Dramoxu [rozhovor]. Praha, 14.4. 2023.

Dostupná jsou divadla nejen tuzemská, ale také australská, norská, španělská a mnoho dalších. Pro demonstraci různorodosti nabídky bych ráda uvedla Labutí jezero v podání Norského národního baletu, nebo korejský muzikál Kkun v podání uměleckého týmu Haeboma z Jižní Koreje.³⁰



Obrázek č. 2: Dramox, Norský národní balet, Labutí jezero



Obrázek č. 3: Dramox, Haeboma, Kkun

³⁰ Divadla. Dramox.cz [online]. [cit. 2023-01-22]. Dostupné z: <https://www.dramox.cz/divadla>

3.1 Vznik platformy

V roce 2020, kdy byla platforma spuštěna, se zároveň rozšířila pandemie covidu-19 v České republice. Ta měla na kulturní sektor zásadní vliv.

Již v první, březnové vlně covidu představovala zavedená opatření výrazný zásah do divadelního sektoru. Během nouzového stavu byl vyhlášen úplný zákaz hraní představení. Načasování zde bylo fatální, jelikož se jednalo o střed sezóny 2019/2020, kdy byla divadla v procesu uvádění premiér a zároveň dosahovala vysoké divácké návštěvnosti. Premiéry byly odsunuty, či úplně zrušeny a došlo tak k narušení dramaturgických plánů divadel. V této nelehké době se divadla, stejně jako mnoho dalších organizací i jednotlivců začala realizovat online. Kromě služby Dramox také například navázala spolupráci s internetovou televizí Mall.TV, která vytvořila portál #kulturažije s dostupnou a zpoplatněnou videotékou záznamů inscenací.³¹ Další platformou podporující divadla v krizi byl TicketPortal, kde bylo možné zakoupit vstupenky na online představení, které bylo k dispozici k přehrání po dobu 24 hodin.

Zprovoznění služby Dramox bylo plánováno na konec roku 2020, spuštěna však byla již v říjnu, tedy na počátku druhé vlny koronaviru. Pandemie ale nebyla jediným důvodem vzniku tohoto projektu, jak by se mohlo na první pohled zdát. Stala se však jeho výrazným urychlovačem. Autoři projektu tak zareagovali na vládní opatření omezující provoz divadel.³² „Myšlenka se zrodila v hlavě Martina Hájka, který mi zavolal někdy v březnu minulého roku. (2020) Chtěli jsme vytvořit službu, která bude pomáhat divadlům dlouhodobě, a snad se nám to daří. Všechny nás spojuje láska k divadlu a technologické znalosti, říká sám Martin Zavadil, ředitel nově vzniklé platformy.³³

Hlavním strůjcem myšlenky Dramoxu je podnikatel Martin Hájek, zakladatel české společnosti Livesport. Společně s ním za vznikem Dramoxu stojí také digitální specialista Martin Zavadil, který přizval posledního z trojice, Radima Horáka, který má s VoD službami

³¹ ZAHŘÁDKA, Pavel, Rudolf LEŠKA, Matěj MYŠKA, Petr SZCZEPANIK, Ivan DAVID, Jitka PAVLIŠOVÁ, Lucie VELFLOVÁ a Lucie ZELENÁ, 2021. Dopad epidemie nemoci covid-19 na distribuci, prezentaci a monetizaci kulturního obsahu: hudba, film a divadlo [online]. Praha: Vysoká škola finanční a správní [cit. 2023-01-26]. Dostupné z: https://is.vsf.s.cz/publication/9663/dopady_covid.pdf

³² KOTRBATÝ, Adam. Zakladatel Livesportu vytáhl na pomoc umělcům. Spouští první český Netflix pro divadla. Hospodářské noviny [online]. Economia, 20.10.2020 [cit. 2023-01-23]. ISSN 2787-950X. Dostupné z: <https://domaci.hn.cz/c1-66832520-zakladatel-livesportu-vytahl-na-pomoc-umelcum-spousti-prvni-cesky-netflix-rdquo-pro-divadla>

³³ ARTLOVÁ, Martina. Vyjednat licenci pro některá představení trvá i rok, říká Martin Zavadil. Jeho platforma Dramox streamuje divadelní inscenace z celého světa. Euro [online]. 7.10. 2021 [cit. 2023-04-13]. Dostupné z: <https://www.euro.cz/clanky/vyjednat-licenci-pro-nektera-predstaveni-trva-i-rok-rika-martin-zavadil-s-kolegy-vloni-spustil-platformu-dramox-ktera-streamuje-inscenace-z-celeho-sveta/>

zkušenosti skrze videoportál Voyo. Součástí práce Radima Horáka je i odstraňování nelegálního obsahu z internetu. Divadla, která s Dramoxem spolupracují, mohou tuto službu využít pod záštitou jeho firmy Weemazz.³⁴

Dramox je dnes k dispozici ve čtyřech jazykových verzích – v české, slovenské, anglické a nejnověji i v ukrajinské. Služba je dostupná po celém světě bez jakéhokoli omezení.³⁵

Radim Horák v jenom z rozhovorů přiblížil skladbu předplatitelské skupiny. Z výzkumů a zpětných vazeb vyplývá, že většina uživatelů Dramoxu jsou pravidelní návštěvníci divadel. Mezi uživateli je významně zastoupená skupina lidí starších 55 let, kteří již nemohou kvůli svým zdravotním či sociálním problémům fyzicky navštěvovat divadlo. Rovněž se zvyšuje počet studentů, kteří využívají Dramox k sledování divadelních her v rámci školní výuky.³⁶

3.2 Funkce platformy

Dramox má systém předplatného v mnohém podobný jako služba Voyo. Uživatelům nabízí vždy prvních 7 dní užívání zdarma a následnou aktivaci zvoleného předplatného. Na výběr má budoucí divák dvě varianty lišící se na základě délky jejich trvání. První varianta je na bázi měsíční platby a druhá na bázi roční, s finančním zvýhodněním 17 % oproti měsíčním platbám.

- 7 dní zdarma, poté 299 Kč/měsíc
- 7 dní zdarma, poté 2 990 Kč/rok³⁷

Z částky utržené za předplatné náleží celkem 55 % divadlům a tvůrcům. Následně dochází k individuálnímu rozdělení tohoto 55 % podílu mezi herce, režiséry a ostatní tvůrce dle uzavřených smluv s Dramoxem.³⁸ Výsledná částka se vypočítává podle každého jednotlivého uživatele a finanční prostředky z předplatného jsou rozděleny mezi ta divadla, jejichž

³⁴ KOTRBATÝ, Adam. Zakladatel Livesportu vytáhl na pomoc umělcům. Spouští první český Netflix pro divadla. Hospodářské noviny [online]. *Economia*, 20.10.2020 [cit. 2023-01-23]. ISSN 2787-950X. Dostupné z: <https://domaci.hn.cz/c1-66832520-zakladatel-livesportu-vytahl-na-pomoc-umelcum-spousti-prvni-cesky-netflix-rdquo-netflix-rdquo-pro-divadla>

³⁵ CHARVÁT, Jan. Dramox je více než Netflix pro divadlo, diváci totiž přímo podporují tvůrce. E15.cz [online]. CZECH NEWS CENTER a.s., 18.7. 2022 [cit. 2023-01-23]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/byznys/e15-a-byznys/dramox-je-vice-netflix-pro-divadlo-divaci-totiz-primo-podporuji-tvurce-1391634>

³⁶ SAMEČKÁ, Barbora. Ojedinělý stream Dramox táhne lidi zpět ke kultuře. Mezi divadla rozdělí přes 5 milionů korun. Sj.news [online]. 21.4. 2021 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://sj.news/ojedinely-stream-dramox-tahne-lidi-zpet-ke-kulture-mezi-divadla-rozdeli-pres-5-milionu-koron/>

³⁷ Zvolte si vaše předplatné. Dramox.cz [online]. [cit. 2023-01-22]. Dostupné z: <https://www.dramox.cz/choose-plan>³⁸
Martin Zavadil: „Dramox je reklama na divadlo.“. DailyCoffee [online]. 7. 1. 2021 [cit. 2023-02-06]. Dostupné z: <https://www.dailycoffee.cz/martin-zavadil-dramox-je-reklama-na-divadlo/>

představení zhlédl. „Pokud se podívám na jedno představení, půjde celých 55 % jemu. Pokud se podívám na dvě, rozdělí se částka rovnoměrně mezi obě představení, čímž se hodnota těchto přehraní „sníží“. Přijde nám to spravedlivější. Vysvětluje způsob přerozdělování příjmů Radim Horák.³⁹

Vedle možnosti zakoupení klasického předplatného, nabízí Dramox také službu „Podpořte divadlo“. Prostřednictvím této funkce si uživatel může vybrat kterékoliv divadlo zapojené do projektu, a poslat mu libovolný finanční obnos.⁴⁰

Další nabízenou službou platformy je možnost zakoupení dárkového poukazu. Ten je možné za poplatek 89 Kč získat i v tištěné podobě, nikoli pouze elektronické. Dárkový poukaz je možné zakoupit jednorázově na 4 různá časová období:

- Období 1 měsíce za 299 Kč
- Období 3 měsíců 897 Kč
- Období 6 měsíců za 1 590 Kč
- Období 1 roku za 2 990 Kč⁴¹

Rostoucí poptávku po dárkových poukazech vyzdvihuje v jednom z rozhovorů generální ředitel Dramoxu Martin Zavadil. Zájem o poukazy dle jeho slov neprojeví pouze jednotlivci, ale také množství firem, které chtějí svým zaměstnancům nebo obchodním partnerům věnovat něco zajímavého.⁴²

Jednou z dalších oblastí působnosti platformy je oblast vzdělávání. Dramox spolupracuje se vzdělávacími institucemi, přesněji s gymnázii, středními, vyššími odbornými a vysokými školami a s posledními dvěma ročníky školy základní, a to prostřednictvím funkce „Dramox pro školy“. Tato služba umožňuje vyučujícím zakomponovat pomocí Dramoxu divadlo do výuky. Každý student obdrží svůj unikátní kód s přístupem k Dramox účtu. Zvýhodněná cena předplatného pro studenty činí 149 Kč/měsíc.⁴³ Martin Zavadil v rozhovoru na otázku týkající se Dramoxu do škol odpověděl, že tato funkce byla v plánu od samého začátku. „Učitelé

³⁹ SAMECKÁ, Barbora. Ojedinělý stream Dramox táhne lidi zpět ke kultuře. Mezi divadla rozdělí přes 5 milionů korun. Sj.news [online]. 21.4. 2021 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://sj.news/ojedinely-stream-dramox-tahne-lidi-zpet-ke-kulture-mezi-divadla-rozdeli-pres-pet-milionu-korun/>

⁴⁰ Příspěvek divadlu. Dramox.cz [online]. [cit. 2023-01-27]. Dostupné z: <https://www.dramox.cz/prispevek-divadlu>

⁴¹ Darujte Dramox. Dramox.cz [online]. [cit. 2023-01-27]. Dostupné z: <https://www.dramox.cz/darkove-poukazy>

⁴² DOČKALOVÁ, Michaela. Lifestyle Rozhovory Martin Zavadil: „Dramox je reklama na divadlo.“. Dailycoffee [online]. 7.1. 2021 [cit. 2023-04-13]. Dostupné z: <https://www.dailycoffee.cz/martin-zavadil-dramox-je-reklama-na-divadlo/>

⁴³ Dramox pro školy. Dramox.cz [online]. [cit. 2023-02-06]. Dostupné z: <https://www.dramox.cz/pro-skoly>

středních škol, kteří nemají ve své blízkosti divadlo, by tak mohli k výuce používat divadlo. Hned jakmile jsme Dramox spustili, tak se nám však ozvalo velké množství škol a učitelů s tím, že by ho chtěli co nejdříve používat ve výuce.“ V současné době tato možnost funguje tak, že k mnoha představením na Dramoxu je přiložen tzv. pracovní list. Tyto listy nejsou testy, nýbrž slouží k pochopení motivace postav a vlastní interpretaci divadelního představení.⁴⁴

⁴⁴ CHARVÁT, Jan. Dramox je více než Netflix pro divadlo, diváci totiž přímo podporují tvůrce. E15 [online]. 18. 7. 2022 [cit. 2023-04-13]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/byznys/e15-a-byznys/dramox-je-vice-nez-netflix-pro-divadlo-divaci-totiz-primo-podporuji-tvurce-1391634>

4. Autorské právo v divadle

Podstatným faktorem, který určuje fungování platformy a také míru zapojení divadel, je autorské právo. Alespoň v krátkosti považuji za nutné zmínit jeho specifčnost pro divadelní prostředí.

Autorské právo v České republice je definováno v zákoně č. 121/2000 Sb., o právu autorském a právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (dále jen „zákon o autorském právu“). Autorské právo je právní ochrana uměleckých, literárních, vědeckých a jiných děl včetně softwaru, která jsou vytvořena nebo zpracována autorem nebo jinou fyzickou osobou. Konkrétně se jedná o právo autora na výhradní rozhodování o využití díla a na ochranu své osobnosti v souvislosti s tímto využitím, a dále o právo na úhradu za využití díla.⁴⁵

Autorské právo se dělí na osobnostní a majetková práva. Mezi osobnostní práva patří například právo na autorství, právo na určení pravdivosti a úplnosti užití díla či právo na ochranu proti necitlivému či neslušnému zacházení s dílem. Majetková práva zahrnují například právo na rozmnožování a šíření díla, právo na vytvoření odvozených děl, právo na veřejné předvádění a vystavování díla a právo na zpřístupnění díla veřejnosti. Tato práva jsou převoditelná a mohou být děděna.⁴⁶

Autorské právo je platné po celou dobu života autora, i po jeho smrti je chráněno po zákonem stanovenou dobu. Pokud není uvedeno jinak, trvá ochrana majetkových práv 70 let po smrti autora, a to i u anonymních a pseudonymních děl (užívání falešného jména nebo přezdívky).⁴⁷

V knize "Autorské právo v divadle" autor Jiří Srstka popisuje způsob, jakým funguje autorské právo v oblasti divadla. Jedná se o soubor právních norem, které řídí vztahy mezi autory, divadelními společnostmi, herci a dalšími profesionály v oblasti divadelního umění. Autorské právo v divadle se vztahuje na všechna divadelní díla, tedy na hry, libreta, scénáře, choreografie a další podobnou tvorbu. Podle zákona o autorském právu vzniká autorské právo k dílu okamžikem, kdy je dílo vyjádřeno v jakékoli objektivně smysly vnímatelné podobě,

⁴⁵ Zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon)

⁴⁶ tamtéž

⁴⁷ tamtéž

například v podobě divadelního textu. V oblasti divadelního umění se autorské právo týká nejen samotného divadelního díla, ale také jeho inscenace, tedy konkrétního provedení díla na divadelní scéně. Toto provedení se stává samostatným dílem, na které má autor opět autorská práva.⁴⁸

V divadelní praxi se autorské právo řeší především prostřednictvím autorských smluv, které stanoví, kdo má právo na užití díla a jakým způsobem. V smlouvách se také stanovují odměny pro autory a další profesionály v oblasti divadelního umění. Celkově lze říci, že autorské právo v divadle slouží k ochraně tvůrců a zajištění, že bude jejich práce spravedlivě odměněna a chráněna před zneužitím.⁴⁹

Autorské právo v případě streamování divadelních představení online zahrnuje ochranu autorských práv držitelů divadelních děl. Díla mohou být streamována legálně pouze tehdy, pokud majitelé autorských práv, kteří mají právo rozhodovat o způsobu využití svého díla k daným představením, vydali licence pro streamování. Streamování divadelních představení bez předchozího souhlasu majitelů autorských práv je porušení autorských práv a může vést k právním následkům.⁵⁰

4.1 Autorská práva v projektu Dramox

Podmínkou pro uvedení každého divadelního představení na platformě Dramox je zajištění veškerých autorských práv. Dramox jakožto zprostředkovatel služby musí uzavřít několik smluv. S divadlem, autorem hry, režisérem, dramaturgem, autorem hudby, scénografem, choreografem a všemi výkonnými umělci. „*Například k natáčení Dobře placené procházky*

s Divadlem J. K. Tyla v Plzni jsme uzavřeli třicet smluv. Stačí, aby jediný člověk řekl ne a představení nemůžeme uveřejnit. Proto si myslíme, že projekt, jako je Dramox, nevznikl nikdy předtím,“ říká Radim Horák v jednom z rozhovorů.⁵¹

⁴⁸ SRSTKA, Jiří, 2022. Autorské právo v divadle. 2. podstatně přepracované a doplněné vydání. Praha: Leges. ISBN 978-80-7502-582-1

⁴⁹ tamtéž

⁵⁰ Zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon)

⁵¹ SAMECKÁ, Barbora. Ojedinělý stream Dramox táhne lidi zpět ke kultuře. Mezi divadla rozdělí přes 5 milionů korun. Sj.news [online]. 21.4. 2021 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://sj.news/ojedinely-stream-dramox-tahne-lidi-zpet-ke-kulture-mezi-divadla-rozdeli-pres-pet-milionu-koron/>

Abych mohla v této práci plně popsat proces autorských práv v případě streamovací platformy, uskutečnila jsem rozhovor s ředitelem Dramoxu, panem Martinem Zavadilem. Dramox je domluven na spolupráci s agenturami zabývajícími se zajišťováním ochrany autorských práv jako je například Dilia. Dalo by se říci, že jsou 3 potencionální varianty, se kterými Dramox dále pracuje. V každém případě je podepsaná licenční smlouva. Takových smluv má společnost Dramox podepsaných dle slov Martina Zavadila až 5 tisíc. Na otázku, jak dlouho trvá celý proces uzavření takové smlouvy odpovídá příkladem, kdy ošetření práv zabralo 1,5 roku a zároveň druhým, kdy bylo za měsíc vše vyřešené. V průměru se tak jedná o 3 až 6 měsíců.⁵²

Nejjednodušší je první varianta, kdy divadla vlastní k představení všechna práva. Druhá varianta spočívá v částečném vlastnictví práv. To znamená, že divadla mají vypořádána práva například pouze s herci či autorem hudby, ale již ne s režiséry apod. Smlouva se tak uzavírá jen na danou část a následně je nutné kontaktovat zbylé tvůrce a podepsat smlouvu i s nimi. Třetí varianta je ta nejsložitější. Jedná se o případ, kdy divadlo nevlastní žádná práva, pouze to výrobní. Dle slov Martina Zavadila je v takovém případě nutné vyřešit až 40 smluv. Zhruba jedna polovina všech případů jsou, bohužel, typově třetí varianta. Zbylé dvě varianty si pak dělí druhou polovinu rovným dílem. Jako největší překážku v uzavírání smluv dále udává obtížnou dostižitelnost některých autorů či jejich dědiců.⁵³

⁵² ZAVADIL, Martin, ředitel Dramoxu [rozhovor]. Praha, 14.4. 2023.

⁵³ tamtéž

PRAKTICKÁ ČÁST PRÁCE

1. Metodika výzkumu

Pro svou praktickou část bakalářské práce jsem zvolila metodu hloubkových rozhovorů. Tato výzkumná metoda se řadí do kategorie kvalitativních metod výzkumu, která je používána především pro získání hlubšího porozumění názorům, postojům a zkušenostem respondentů v dané oblasti.

Divadla jsem individuálně kontaktovala a domluvila s nimi průběh rozhovoru tak, aby byl pro dotazovanou stranu maximálně vyhovující. Tři respondenti preferovali zodpovězení otázek psanou formou, se zbylými šesti jsem uskutečnila rozhovor, z toho se dvěma prostřednictvím online schůzky a se čtyřmi jsem se setkala osobně.

2. Výzkumná otázka, cíl výzkumu

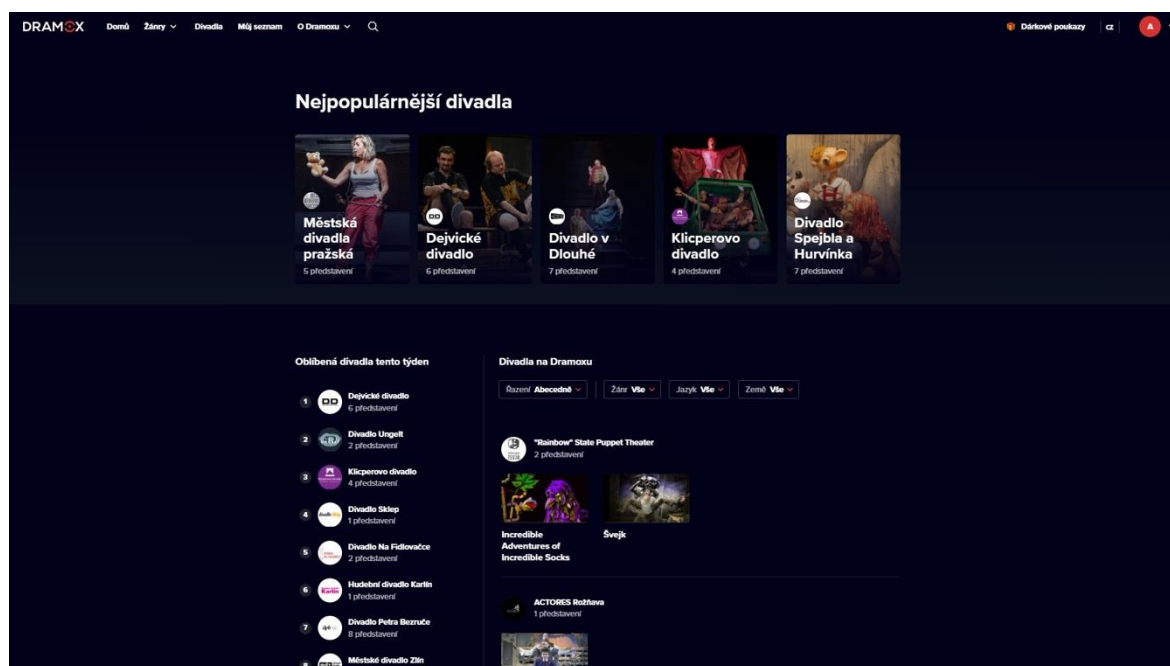
- Vnímají divadla Dramox jako přínos nebo hrozbu?
- Jak divadla využívají nástroj Dramoxu?
- Jaký vliv má na divadla využívání Dramoxu?

Jako cíl výzkumu mé bakalářské práce jsem si stanovila odpovědět na otázku, zda divadla vnímají Dramox jako přínos pro jejich odvětví, či naopak, jako potenciální ohrožení. Pro získání této odpovědi je nutné zjistit a definovat, jakým způsobem divadla nakládají s Dramoxem jakožto dostupným nástrojem. Toto zjištění pak úzce souvisí s vlivem, který to na divadla zatím má a v budoucnosti mít může. Toto jsou tři body, které tvoří výzkumný cíl práce. Výsledkem tak je současný pohled na vztah divadel vůči Dramoxu.⁵⁴

⁵⁴ MIŠOVIČ, Ján, 2019. Kvalitativní výzkum se zaměřením na polostrukturovaný rozhovor. Praha: SLON. ISBN 978-80-7419-285-2

3. Výběr respondentů

Zkoumaný vzorek pro můj výzkum tvoří celkem 9 divadel. Divadla jsem vybírala na základě seznamu filtrovaného podle největší popularity na platformě Dramox k březnu 2023. Při výběru vzorku jsem se soustředila na divadla, která jsou do projektu aktivně zapojená, aby byly jejich odpovědi pro výzkum co nejrelevantnější.

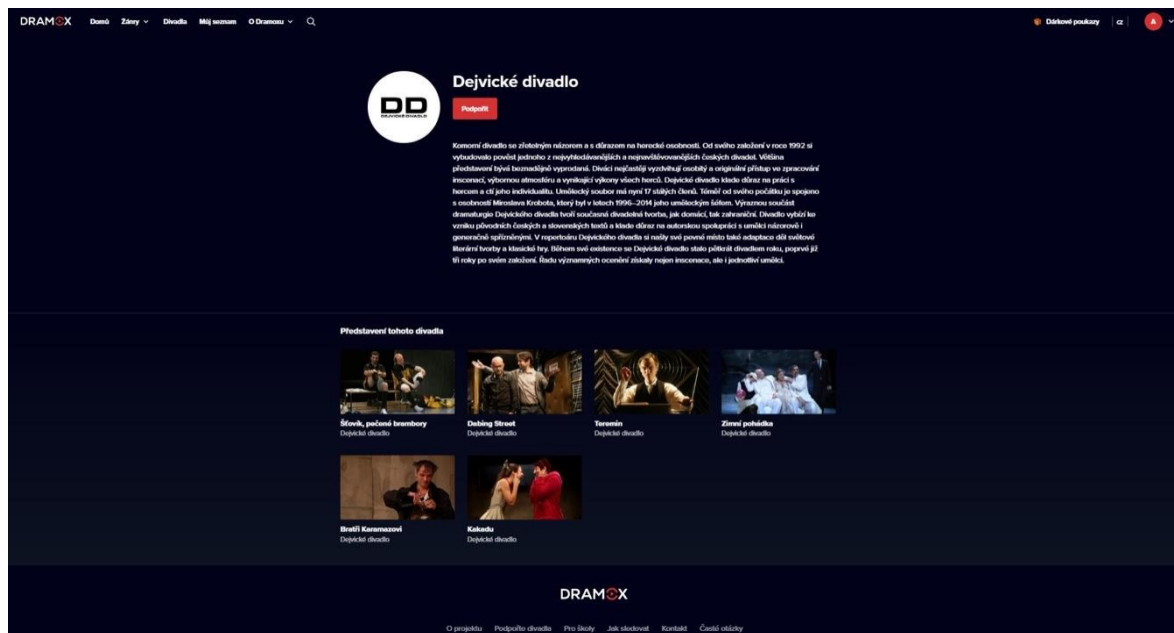


Obrázek č. 4: Dramox, nejpopulárnější divadla

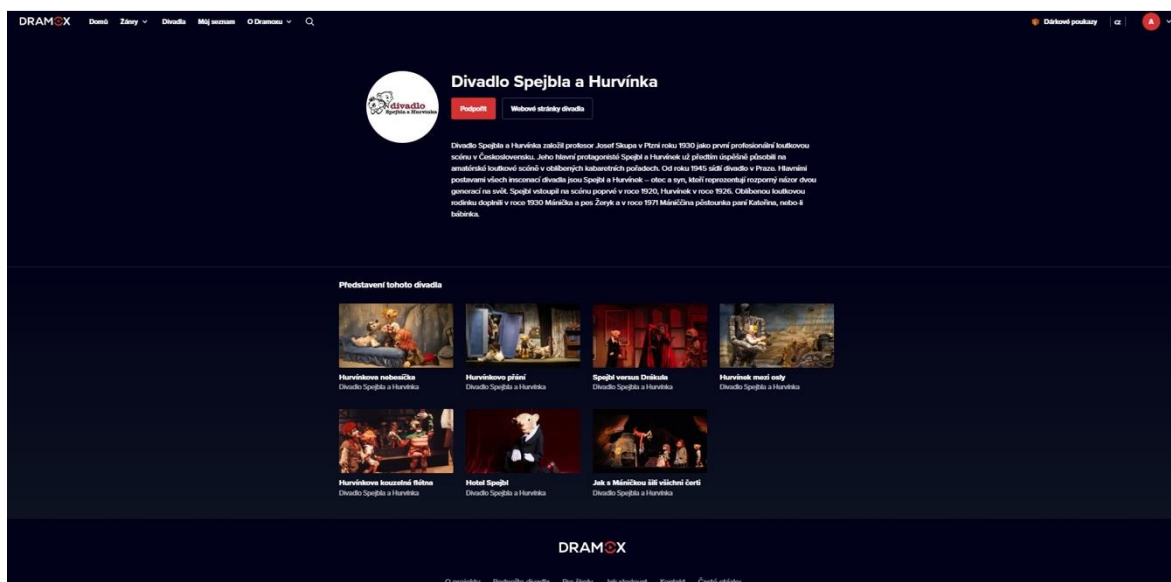
Seznam respondentů:

Respondent č. 1	Dejvické divadlo (Praha)
Respondent č. 2	Divadlo J. K. Tyla (Plzeň)
Respondent č. 3	Divadlo Na Fidlovačce (Praha)
Respondent č. 4	Divadlo pod Palmovkou (Praha)
Respondent č. 5	Divadlo Spejbla a Hurvínka (Praha)
Respondent č. 6	Divadlo v Dlouhé (Praha)
Respondent č. 7	Jihočeské divadlo (České Budějovice)
Respondent č. 8	Klicperovo divadlo (Hradec Králové)
Respondent č. 9	Městská divadla pražská (Praha)

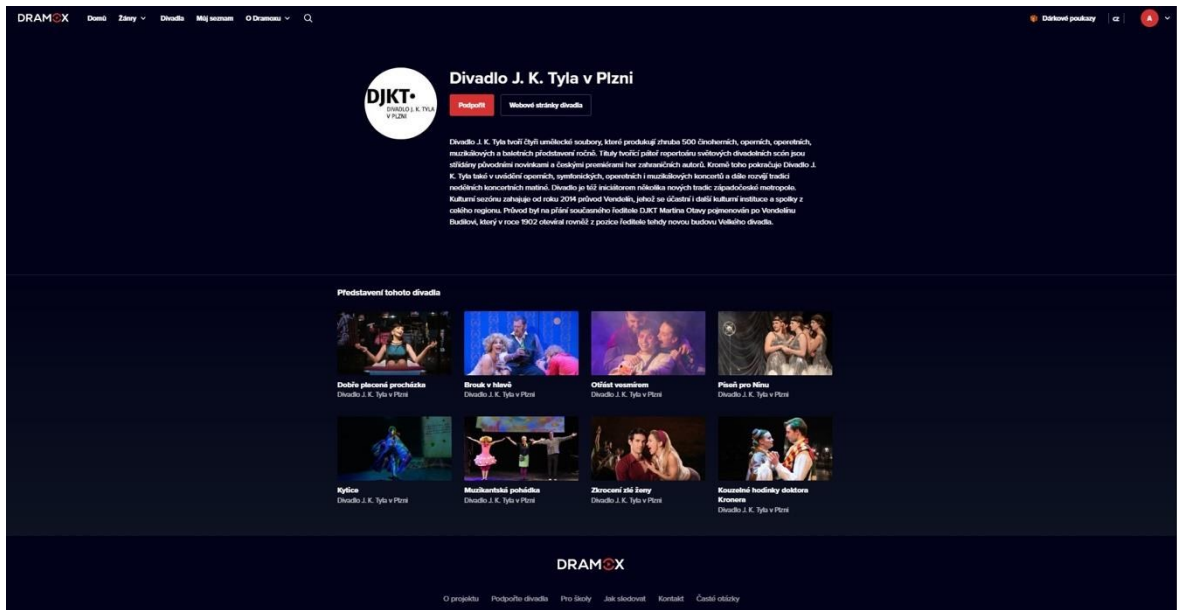
Otázky rozhovoru jsem navrhovala tak, aby pojaly co nejširší záběr informací pro získání všestranného pohledu na Dramox. Jsou řazené od obecných, přes technické informace až po subjektivní vnímání dané platformy. Uvědomuji si, že tento výběr divadel není reprezentativní ani pro celou divadelní scénu v České republice, ani v Dramoxu samotném, nicméně vycházím z možností, které mi realita výzkumu poskytla. Zdaleka ne všechna mnou oslovená divadla reagovala.



Obrázek č. 5: Dramox, Dejvické divadlo



Obrázek č. 6: Dramox, Divadlo Spejbla a Hurvínka



Obrázek č. 7: Dramox, Divadlo J. K. Tyla

4. Zpracování rozhovorů

4.1 Kdo byl iniciátorem prvotní komunikace?

	Iniciativa ze strany Dramoxu	Iniciativa ze strany divadla
Dejvické divadlo	X	
Divadlo J. K. Tyla	X	
Divadlo Na Fidlovačce	X	
Divadlo pod Palmovkou		X
Divadlo Spejbla a Hurvínka		X
Divadlo v Dlouhé	X	
Jihočeské divadlo	X	
Klicperovo divadlo	X	
Městská divadla pražská		X

Tabulka č. 1: „Kdo byl iniciátorem prvotní komunikace?“

Má první otázka směřovala na navázání spolupráce mezi Dramoxem a divadly. Ve většině případů iniciativa vycházela ze strany společnosti Dramox, a to konkrétně v případě šesti divadel. Dramox tak lze považovat za aktivního iniciátora komunikace. První krok ke spolupráci uskutečnila trojice loutkové Divadlo Spejbla a Hurvínka, Divadlo pod Palmovkou a Městská divadla pražská. V případě Divadla Spejbla a Hurvínka hrála stěžejní roli agentura Dilia, která na novou platformu upozornila ředitelku divadla. Co se týče Městských divadel pražských, iniciativa přišla z oddělení marketingu, které se zájmem kontaktovalo Dramox.

Některá divadla byla oslovena už v době, když platforma ještě nefungovala. Tak tomu bylo i v případě Divadla v Dlouhé, Jihočeského nebo Dejvického divadla. První jednání probíhala dle slov paní ředitelky Dejvického divadla Evy Měříčkové již před více než 5 lety. V této souvislosti zmiňuje také značnou prvotní opatrnost divadel: „...Když to vezmu úplně do minulosti, tak si myslím, že ještě v době mého funkčního období přišli zástupci Dramoxu na první jednání, kde mluvili o svém záměru vybudovat takovou platformu. Ta první jednání probíhala asi před 5 lety a divadla byla velmi opatrná, protože u divadel je to velmi těžká a specifická situace v tom, že když inscenace skončí, tak skončí jednou pro vždy...“

4.2 Proč jste se rozhodli využít příležitosti Dramoxu?

	Covidová krize	Archivace inscenací po derniéře, záznam	Rozšíření pole působnosti	Příležitost zisku
Dejvické divadlo		X		
Divadlo J. K. Tyla	X		X	
Divadlo Na Fidlovačce	X			
Divadlo pod Palmovkou	X		X	X
Divadlo Spejbla a Hurvínka	X	X		
Divadlo v Dlouhé		X	X	
Jihočeské divadlo		X	X	
Klicperovo divadlo		X	X	
Městská divadla pražská			X	X

Tabulka č. 2: „Proč jste se rozhodli využít příležitosti Dramoxu?“

U této otázky se při přihlédnutí k době spuštění Dramoxu nabízí jako hlavní důvod pro rozhodnutí divadel covidová pandemie a restriktce s ní spojené. Z rozhovorů ale vyplývá, že ačkoli to pro divadla při rozhodování bylo jedním z faktorů, nebyl to důvod jediný. Jako jeden z faktorů ho zmiňuje necelá polovina respondentů. Stejný počet pak udává jako hlavní důvod možnost archivace inscenací po derniéře.

Ředitelka Divadla v Dlouhé, Daniela Šálková, komentuje rozhodnutí slovy: „*My bychom do toho šli i kdyby covid nebyl. To, že se to sešlo s covidem byla velká výhoda, jelikož jsme měli přes tuto platformu možnost zůstat v kontaktu s divákem, ale šli bychom do toho i bez pandemie. Důvod byl druhý život inscenací po derniéře.*“ Covidová krize nehrála roli při rozhodování ani u Jihočeského divadla, jelikož stejně jako v případě dalších divadel došlo k oslovení a následnému souhlasu již v době před krizí. Jihočeské divadlo vstoupilo do projektu s velkým odhodláním. O tom svědčí snaha divadla promovat jejich představení a současně platformu Dramox.

PR manažer Klicperova divadla v Hradci Králové, Martin Sedláček, uvedl, že inscenace „Labutí jezero“, která je již po derniéře, byla diváky tak intenzivně poptávaná, že se divadlo rozhodlo její záznam umístit právě na Dramox, aby byla dále ke zhlédnutí aspoň touto formou.

Dalším zmiňovaným důvodem bylo zprostředkování divadla divákům například z jiného kraje. Zuzana Vernerová z marketingového oddělení Městských divadel pražských odpovídá na otázku motivace pro zapojení se do projektu větou „*Dramox je pro nás novým způsobem, jak přiblížit naše inscenace divákům, kteří nejsou pražští...*“.

Ačkoli byl výzkum uskutečněn pouze s divadly, která se rozhodla pro spolupráci s Dramoxem pozitivně, pro širší kontext jsem se rozhodla zařadit do své praktické části práce i příklad dvou divadel, která do Dramoxu zapojena nejsou.

Prvním takovým divadlem je Divadlo Mír. Divadlo Mír není součástí Dramoxu z důvodu založení vlastního online prostoru v prosinci 2020. I přes to, že pandemie koronaviru byla silným impulsem pro ostravské divadlo k zřízení vlastní streamovací služby, do online prostředí směřovalo již předtím. Od září 2019 aktivně provozuje YouTube kanál „Tři tygři“ (pro divadlo specifická kultovní improvizací show) s několikaminutovými humornými skeči, kde jednotlivá videa dosahují i jednoho milionu zhlédnutí. Divadlo Mír se však přesunulo především na vlastní platformu „MírPlay“, kterou si vytvořilo samostatně díky svým vlastním programátorům a grafikům, kteří jsou součástí divadla. Pouze platební systém vznikl ve spolupráci s třetí stranou, aby divadlo bylo co nejméně závislé a mohlo samostatně rozhodovat o funkcionalitě a vzhledu platformy. To samé platí i co se týče obsahu, který tvoří výhradně tvorba konkrétního divadelního souboru. V rámci obsahu dostupného na webu MírPlay jsou ke zhlédnutí kromě dalších scén Tři tygrů také filmové adaptace divadelních her. Nově se zde také objevil formát Noční show, který si klade za cíl primárně pobavit diváky zábavnými scénkami, nekorektním humorem a reakcemi na aktuální dění.⁵⁵

Druhým divadlem z této kategorie je pražské Divadlo Viola. Tehdejší ředitel Robert Tamchyna jako důvod, proč se Divadlo Viola neúčastní Dramoxu udává několik bodů. Divadlo nedisponovalo žádným záznamem ve vysílatelné kvalitě a vzhledem k absenci komunikace mezi Dramoxem a divadlem nedošlo k předání informace o možnosti natočení záznamů v produkci Dramoxu. Svou roli zde sehrál i strach z poklesu zájmu o živá představení v případě nahrání před derniérou. Situace se ovšem mění a Divadlo Viola již vlastní záznam představení „*Neumím jinak než láskou*“, které se blíží do derniéry. Tehdejší ředitel přidává poznámku k autorským právům, kdy jejich získání bylo pro divadlo příliš obtížný proces. Nyní můžeme říci, že tato obava je irelevantní, jelikož Dramox autorská práva vyřizuje kompletně sám. Je tedy možné, že se Divadlo Viola také na Dramoxu v budoucnosti objeví.⁵⁶

⁵⁵ CHLEBEK, Tomáš. Internetová představení v Ostravě fungují. Streamovací služba Divadla Mír má deset tisíc uživatelů a velké plány. CzechCrunch [online]. 13.1. 2022 [cit. 2023-04-21]. Dostupné z: <https://cc.cz/internetova-predstaveni-v-ostrove-funguji-streamovaci-sluzba-divadla-mir-ma-deset-tisic-uzivatelu-a-velke-plany/>

⁵⁶ TAMCHYNA, Robert, bývalý ředitel Divadla Viola [rozhovor]. Praha, 19.4. 2023

4.3 Kolik inscenací máte nyní na Dramoxu dostupných?

	1 až 3	3 až 5	5 a více
Dejvické divadlo			X
Divadlo J. K. Tyla			X
Divadlo Na Fidlovačce	X		
Divadlo pod Palmovkou		X	
Divadlo Spejbla a Hurvínka			X
Divadlo v Dlouhé			X
Jihočeské divadlo		X	
Klicperovo divadlo		X	
Městská divadla pražská		X	

Tabulka č. 3: „Kolik inscenací máte nyní na Dramoxu dostupných?“

Počet dostupných inscenací se napříč dotazovanými divadly poměrně liší. Tyto údaje jsou platné k březnu 2023. Divadlo Na Fidlovačce má momentálně zveřejněné pouze 2 inscenace. Pro demonstraci rozdílu má nejvíce uvedených inscenací plzeňské Divadlo J. K. Tyla, a to celkem 8. Rozhodování o umístění inscenace je založené na oboustranné domluvě. Divadla nabízí zpravidla co sama uznají za vhodné, a Dramox si následně vybírá, jaké inscenace skutečně uvede. Jak říká i Zuzana Vernerová z marketingového oddělení Městských divadel pražských: „*Je to kompromis mezi tím, co můžeme nabídnout a co si Dramox představuje. Inscenace jsou vybírané na základě našeho odhadu, co by mohlo být úspěšné.*“ Podobně se vyjádřila i Daniela Šálková, ředitelka Divadla v Dlouhé: „*Funguje to oběma směry, buď nás Dramox vyzve, že by měli zájem o nějakou inscenaci, nebo jim jí my nabídneme a oni to vyhodnotí sami. My nabízíme všechny inscenace po derniéře.*“

Martin Zavadil k tématu selekce potencionálního online obsahu Dramoxu uvádí jako příklad okolnosti, za jakých představení po zvážení odmítl. Jednalo se o explicitní obsah, který nebylo možné na platformu legálně umístit, a to z důvodu absence věkového omezení.⁵⁷

Divadla nejsou vázána jakýmikoli dohodami ohledně umístění záznamu mimo platformu, to potvrzují slova produkčního Divadla Spejbla a Hurvínka, Pavla Outlého: „*Nejsme nijak vázáni, že bychom záznamy nemohli umístitovat i kamkoli jinam než na Dramox.*“

⁵⁷ ZAVADIL, Martin, ředitel Dramoxu [rozhovor]. Praha, 14.4. 2023.

4.4 Jedná se o inscenace pouze po derniéře?

	Pouze po derniéře	Inscenace na aktivním repertoáru
Dejvické divadlo	X	
Divadlo J. K. Tyla		X
Divadlo Na Fidlovačce		X
Divadlo pod Palmovkou	X	
Divadlo Spejbla a Hurvínka		X
Divadlo v Dlouhé	X	
Jihočeské divadlo		X
Klicperovo divadlo		X
Městská divadla pražská	X	

Tabulka č. 4: „Jedná se o inscenace pouze po derniéře?“

Téma streamování inscenací, které zatím nejsou po derniéře je jedno z témat, která divadla řeší nejvíce. Často se tomu i přes snahu ze strany Dramoxu brání. PR manažer Klicperova divadla Martin Sedláček komentuje tuto situaci slovy: *„Náš úzus, který jsme si dali a kde nás Dramox trochu tlačí, že by to chtěli jinak je, že na Dramox opravdu nebudeme dávat nic z toho, co nyní hrajeme. Ono by nám to ve výsledku nesebralo tolik diváků, ale chceme si zachovat exkluzivitu. Například nyní hrajeme představení „Koule“ s Pavlou Tomicovou, které Dramox chce natočit, ale my máme podmínku, že to nechceme, než bude derniéra. Chcete to vidět, přijďte do Hradce.“*

Divadlo Spejbla a Hurvínka poskytuje představení, která jsou stále na repertoáru z důvodu chybějících záznamů těch již po derniéře: *„Nejedná se o derniéry, přímo naopak. Jsou to inscenace, které jsme měli v té době na repertoáru. Vychází to i z toho, že jsme je zrovna měli nazkoušené a za krátkou dobu mohl být záznam hotový. Mělo by to pro nás samozřejmě větší smysl dávat tam věci po derniéře, jelikož bychom se vyhnuli otázce, jestli to neodláká diváky a měli bychom digitální archiv.“*

Divadlo na Fidlovačce jako jediné z dotazovaných zaznamenalo negativní dopad na návštěvnost inscenace, která je současně uváděná na repertoáru i na Dramoxu, říká člen umělecké rady Petr Veselý: *„Současné uvádění inscenace „Srňky“ na Dramoxu i v divadle negativně ovlivnilo zájem o živé představení.“*

Dejvické divadlo vyčlenilo k této příležitosti jedno představení. *„Teď jsme ve fázi, že se domlouváme na specifickém představení, které hrajeme v antikvariátu. Jmenuje se „Játra“ a jednak je to mimo prostory divadla a také je to těžší téma, není úplně komické od začátku do*

konce, ale je to výborné představení, skvělý výkon. A vzhledem k tomu, že ta kapacita antikvariátu je 60 míst, tak si říkáme, že tam to nic ohrozit nemůže, naopak to může představení rozšířit mezi více lidí. Takže toto máme před sebou.“ Říká ředitelka divadla Eva Měříčková.

Osobitý postoj zaujímá k otázce umístování představení také vedení Jihočeského divadla. Záznam představení „Hej mistře“ byl pořízen přímo při premiéře inscenace v době adventu. „Hej mistře jsme jim sami nabídli, a jelikož Dramox pozoroval nedostatek představení s vánoční tematikou, mělo to velký úspěch. To jsme natočili hned premiéru během adventu a na Dramoxu to bylo během 3 dnů.“ Jihočeské divadlo celkově poskytuje Dramoxu inscenace před derniérou, ačkoli tomu dle slov paní Mazurové předcházeli nejedni střet názorů. „My jsme nechtěli dá na Dramox aktuálně hrané věci, trochu jsme se báli, že nám to může negativně ovlivnit návštěvnost. Došlo ke konfliktům, zda tam dát či nedat Ztracený svět. Po Rybovce (představení „Hej mistře“) se ukázalo, že to návštěvnost neovlivnilo. Dokonce naopak. Když ji spustili, přišly za námi dvě paní, které to viděly na Dramoxu a přijely až z Kutné Hory, aby se na to u nás podívaly.“



Obrázek č. 8: Dramox, Jihočeské divadlo, Hej Mistře

4.5 Jakým způsobem byly záznamy pořízené?

	Vlastní způsob pořízení	Produkce Dramoxu
Dejvické divadlo	X	
Divadlo J. K. Tyla	X	
Divadlo Na Fidlovačce		X
Divadlo pod Palmovkou	X	X
Divadlo Spejbla a Hurvínka	X	
Divadlo v Dlouhé	X	
Jihočeské divadlo	X	X
Klicperovo divadlo	X	X
Městská divadla pražská	X	

Tabulka č. 5: „Jakým způsobem byly záznamy pořízené?“

Inscenace se natáčí bez jakýchkoli úprav, internetový divák tak vidí představení v plně autentické formě. Zárukou toho je i fakt, že se představení natáčí za běžného provozu s diváky. K realizaci natočení záznamu divadla standardně vyblokuje několik míst v hledišti pro štáb. Některá divadla preferují vlastní způsob pořízení záznamů, jiná naopak využívají možnosti ponechat pořízení záznamu v produkci Dramoxu. Tři z dotazovaných divadel pak tyto způsoby kombinují.

U záznamů se jeví dle zkušeností divadel jako problém jejich pořizování Českou televizí. V okamžiku, kdy si Česká televize inscenaci natočí, divadla nedisponují téměř žádnými pravomocemi. Tuto situaci popisuje ředitelka Dejvického divadla Eva Měříčková: „*Potom tu byly záznamy natočené televizí, kde měla všechna práva televize a nastávala paradoxní situace, že kdyby divadlo chtělo promítnout svojí inscenaci, muselo by si vykoupit práva od televize nebo jí platit užití. Divadlo se najednou dostávalo do podivného postavení, kdy i přes to, že dalo ten první vklad, připadají všechna práva televizi. To, co televize zaplatí divadlu se nakonec podobá tržbě za jeden večer, kdy se inscenace hraje, takže to není moc peněz a divadlo se k tomu už nikdy nedostane, protože není uvedeno jako koproducent.*“ Tuto zkušenost zmiňují téměř všichni respondenti.

Záznamy si ve většině případů divadla produkují sami. Nejedná se však o interní záznamy, ty bývají pořizovány na jednu statickou kameru, a to je dle jejich slov v televizi nekoukatelné. Jedná se o profesionální záznamy, točené vždy na více kamer s detailními záběry a následnou postprodukcí jako střih či barevná korekce. Nejvíce problematickou disciplínou je v případě natáčení představení zvuk, to vyplývá z odpovědi ředitelky Divadla v Dlouhé Daniely Šálkové: „*Hodně se pracuje se zvukem, sběrné mikrofony, a ten zvukový mix na závěr je hodně*

náročná disciplína, jelikož to je častý problém záznamů. Pokud se herec otočí a mluví na druhou stranu apod., do toho záznamu to pak nemusí být úplně srozumitelné.“

Dramox při navázání spolupráce nabízí pořízení záznamů přímo jejich produkčním týmem, to komentuje ředitelka Divadla v Dlouhé Daniela Šálková slovy: „...Dramox nabízí, že ty inscenace natočí sám, ale my sami máme inscenace stejně natočené a dáváme přednost spolupráci s našimi tvůrci.“ Naopak Klicperovo divadlo této službě využilo a Martin Sedláček ji podrobněji popisuje: „My si u každé inscenace děláme pracovní záznam z jedné kamery, nijak nestříhaný, a to není pro Dramox použitelné. Všechny ostatní věci, které jsou nově, si Dramox natáčí sám. My jim dopředu poskytneme pracovní záznam, aby si to mohli dopředu nakoukat a připravit, pak přijedou na představení, kde jim jenom případně vyblokujeme místa, nějaký prostor a oni si to natáčí ve své režii. V podstatě v tento moment to máme tak, že my ten záznam neplatíme, to si hradí kompletně Dramox. Ten záznam mají oni, ale my jsme dostali kopii kvůli schvalování. Nějakým způsobem jsme schopní se k němu dostat.“

4.6 Má Dramox výrazný vliv na ekonomiku divadla? (finanční zisk, návštěvnost)

	Ano, má	Nemá, nebo pouze zanedbatelný
Dejvické divadlo	X	
Divadlo J. K. Tyla	X	
Divadlo Na Fidlovačce	-	-
Divadlo pod Palmovkou		X
Divadlo Spejbla a Hurvínka		X
Divadlo v Dlouhé		X
Jihočeské divadlo	X	
Klicperovo divadlo		X
Městská divadla pražská	X	

Tabulka č. 6: „Má Dramox výrazný vliv na ekonomiku divadla? (finanční zisk, návštěvnost)“

Pokud se nejedná o zisk v podobě financí přímo od Dramoxu, nýbrž o nárůst zájmu o návštěvu divadla jako takového či konkrétní inscenace, jsou divadla mírně rozpačitá. Většinou popisují tento benefit jako velmi těžce měřitelný. Co se týče návštěvnosti divadla nebo konkrétní inscenace, hraje zde roli i nedávná covidová krize, jejíž následky doznívají ještě v této době. Tuto skutečnost zmiňuje ve svých odpovědích i Martin Sedláček z Klicperova divadla: „Toto úplně změřit nejde, i tím, že se to spustilo za doby covidu. Až nyní se dostáváme na čísla jako před covidem, ale nemyslíme si, že by to bylo vlivem Dramoxu. Třeba když se natočili

„Jedlíci čokolády“, Dramox udělal plakátovou kampaň tady v Hradci, kdy jsme jim poskytli naši inzerční plochu, ale přímou vazbu nemáme, a asi se to nedá změřit.“ Velmi podobná odpověď přišla i ze strany Dejvického divadla: *„To jsme od toho neočekávali. My máme na všechno návštěvnost 90 %, takže bychom zvýšení asi ani nepostřehli. Takže to si myslím že ne, ale je možné, věříme, že někdo z diváků, kdo to vidí na Dramoxu třeba přijdou k nám do divadla. Nejsme schopni to vysledovat, nějak to statisticky změřit.“*

Když přejdeme k možnosti finančního zisku divadel, celkově dle odpovědí divadel lze říci, že Dramox představuje určitý způsob vedlejšího zisku. Divadla dostávají podíl na zisku čtvrtletně. Nejdále co se týče schopnosti zisku je mezi odpověďmi Dejvické divadlo. Ředitelka Eva Měříčková zde byla velmi otevřená a odpověděla na tuto otázku následovně: *„Musím říct, že mě překvapilo, jak je to vysoká částka. Nejsou to statisíce, je to víc. Ale je otázka, jestli je to tím, že je to Dejvické divadlo nebo jestli je ten zájem i u jiných divadel, nevím, jak na tom jsou. Za existenci té smlouvy získalo divadlo kolem 2 miliónů, a to jsou u divadel nezanedbatelné peníze.“*

Petr Sedláček za Klicperovo divadlo navazuje: *„Určitě, v tom dělení peněz je složitý vzorec. Ta částka, která jde hercům, je po rozdělení relativně malinká, pro divadlo je ale docela zajímavá. Vyúčtování se dělá čtvrtletně a hodně se to liší podle toho, na co se lidi zrovna dívají, Několikanásobně nám to vyskakuje, například po zveřejnění Jedlíků čokolády nám to vyskočilo. Ještě pro upřesnění, v celém rozpočtu divadla je to zlomek, ale dalo by se to přirovnat k tržbě za jedno představení.“*

Stručně, ovšem výstižně na tuto otázku odpověděla referentka marketingu Divadla J. K. Tyla Hana Zichová: *Zisky z Dramoxu jsou pravidelné. Nelze říct, že by se rovnaly tržbám, nicméně zanedbatelné nejsou. Dalo by se tedy říci, že se nám to vyplatí.“* V podobném duchu se nesla i odpověď Elišky Novákové z Divadla pod Palmovkou: *„Zejména v období pandemie divadlo určitý zisk z platformy mělo. Nebyl to však významný ekonomický profit.“*

Daniela Šálková z pozice ředitelky Divadla v Dlouhé, jako jednoho z největších divadel ze seznamu respondentů, poznamenává: *„Určitě, není to nějaký rozhodující příjem, není to ani nějaký zásadní příjem, nejsou to ani jednotky procent v rámci našich příjmů. My jsme velké divadlo, takže máme velký příjem. Věřím, že menší divadla by vám řekla něco jiného, tam ty příjmy budou asi zajímavé, u nás je to bezvadný, ale není to žádná zásadní věc, která by nám vyřešila naše hospodaření, ale příjmy nám to přináší.“*

4.7 Nepředstavuje dle Vašeho názoru Dramox nebezpečí pro živé divadlo?

	Představuje	Nepředstavuje
Dejvické divadlo		X
Divadlo J. K. Tyla		X
Divadlo Na Fidlovačce		X
Divadlo pod Palmovkou		X
Divadlo Spejbla a Hurvínka		X
Divadlo v Dlouhé		X
Jihočeské divadlo		X
Klicperovo divadlo		X
Městská divadla pražská		X

Tabulka č. 7: „Nepředstavuje dle Vašeho názoru Dramox nebezpečí pro živé divadlo?“

Ředitelka Divadla v Dlouhé Daniela Šálková odpověděla na otázku, zda nedochází z jejího pohledu ke konfliktu těchto dvou odlišných sdělovacích kanálů, VoD služby a živého divadla těmito slovy: *„To si v žádném případě nemyslím, protože živý kontakt s člověkem je něco, co se nahradit nedá. Můžete sledovat bravurní herecké výkony, ale tady ten zážitek, který dává divadlo, to vám tato forma nedá. Přesto jsem vděčná, že to existuje a myslím, že to je skvělé. Z profesního hlediska pro divadelníky je to skvělé, že můžeme vidět práci kolegů a starší záznamy a mám radost, že to má velkou odezvu i u běžných diváků“*

Zuzana Vernerová z Městských divadel pražských toto potencionální znehodnocování divadelní kultury popisuje těmito slovy: *„A tak si myslím, že to není o tom, že by to nějak ničilo kulturu, či devalvovalo, samozřejmě je to jiný zážitek, než když se hezky obléknete, jdete do divadla, o pauze si dát chlebiček. Je to jiný zážitek, ale může to lidem ukázat nové obzory, nalákat je na další inscenaci do toho divadla.“*

Velice přínosná pro můj výzkum byla odpověď Hany Zichové za Divadlo J. K. Tyla: *„Je to určitě jiný druh zážitku. Jeden nenahradí ten druhý. Televize samozřejmě nedokáže zprostředkovat živý divadelní zážitek v jeho autenticitě. Nicméně divák, který si divadlo doma pustí, si ho dle mého názoru pustí proto, že má rád drama jako žánr – vyhledává divadelní hry (balet, operu, muzikál) jako žánr a jedná se pro něj o alternativu k filmu. Nicméně řekla bych, že je to většinou divák, který chodí i do divadla, nevnímá to jako náhradu plnohodnotného zážitku. A někdo si třeba rád pustí znovu něco, co už viděl a líbilo se mu to (chce se znovu zasmát, poslechnout si písničku atp.).“*

Martin Zavadil v našem rozhovoru uvedl příklad nástupu kina, rozhlasu, televize či internetu, kdy při každém začátku nové éry zábavy stála divadla s určitou mírou skepse. Ve finále divadlo v každé takové zkoušce obstálo. V porovnání s jiným uměním věnujeme divadlu velmi málo času. Jakmile divák udělá krok z prostoru divadla, všude tam je již pomyslné pole působení tvůrců Dramoxu. Ti se snaží zkřížit lidem cestu divadlem, jak mohou. Primární důvod, proč lidé nejdou do divadla je pak dle jeho názoru ten, že neví, co čekat. Toto následně vytváří bariéru, kterou Dramox boří, dodává.⁵⁸ Na toto tvrzení navazuje subjektivní pohled paní Jany Mazurové z Jihočeského divadla: *„Lidé, kteří do divadla chtějí jít, tam jdou. Je to stejné jako filmy a kino, víte, že televize vám nikdy nezprostředkuje ten zážitek tak, jako kino. Já nejsem fanoušek záznamových věcí a už vůbec ne divadla. Ale ta možnost jet do divadla není dostupná pro každého, myslím si, že zprostředkovat divadlo lidem, kteří se tam nedostanou je skvělé. Takže smysl to má a plní.“*

Otázka týkající se vlivu postupné digitalizace světa umění je z mého pohledu stěžejní pro výsledky mého výzkumu. Odpovědi, které jsem získala od divadel se shodují na tom, že Dramox jakožto zprostředkovatel streamování divadelních představení online neohrožuje živá divadelní představení. Tento výsledek je v souladu s kapitolou v teoretické části pojednávající o propojení divadla a internetu.

4.8 Diskuze

Dle výzkumu se zájem o spolupráci jeví jako oboustranný. Případy, kdy prvotní kontakt iniciovali zástupci Dramoxu a kdy naopak zástupci divadel je téměř vyrovnaný. Při konečném rozhodnutí, zda možnosti Dramoxu využít hrálo roli mnoho faktorů. Jedním z nich bylo bez pochyby načasování příchodu platformy Dramox na online trh. Doba pandemie byla pro divadelní sektor vinou opatření velmi složitým obdobím. Díky tomu měla divadla o důvod více pro volbu účasti na projektu a covid celý proces urychlil. Je však důležité zmínit, že část divadel byla pro účast v projektu rozhodnutá již před covidovou krizí. Příležitost zisku nebyla dle odpovědí silnou motivací, dle následných tvrzení však lze Dramox považovat za prostředek k získání financí do rozpočtu divadla. Jako hlavní zjištění považuji skutečnost, že respondenti nevidí v trendu streamování divadla, konkrétně v Dramoxu hrozbu pro divadelní umění. Plně si totiž uvědomují neplnohodnotnost záznamu představení v porovnání s živým zážitkem a věří, že diváci také. I přes to mají dle výzkumu některá divadla stále pochybnosti týkající se umístění

⁵⁸ ZAVADIL, Martin, ředitel Dramoxu [rozhovor]. Praha, 14.4. 2023.

inscenací, které jsou současně na aktivním repertoáru do internetové knihovny. Obavy jsou odůvodněny potencionálním přesunem diváků z živého divadla do online prostředí. Ačkoli byl tento přesun několika respondenty vyvrácen, objevil se zde i ojedinělý případ, kdy byla tato obava potvrzena. Navzdory tomu je ale z výsledků výzkumu patrné, že tento strach divadla postupně odbourávají. Hlavní přínos představuje pro divadla funkce digitálního archivu představení po derniéře, která by se bez Dramoxu již nedostala před zrak diváků, kterou Dramox plní. Počet inscenací, které divadla poskytují platformě se napříč odpověďmi respondentů velmi liší. Výběr probíhá na bázi oboustranné dohody. Divadla preferují vlastní způsob pořízení záznamů a nejsou žádným způsobem omezována při případném rozhodnutí záznam umístit kamkoli jinam. Zda přispívá Dramox k návštěvnosti institucí není dle odpovědí změřitelný.

Závěr

Tato bakalářská práce měla za cíl zmapovat prostředí streamovaného divadla a zejména představit a popsat platformu Dramox. Dále pak poskytnout náhled na subjektivní vnímání platformy samotnými divadly.

První část práce se v úvodu věnovala spojení internetu a divadla, dvou odlišných médií, což umožnilo čtenáři proniknutí do tématu. Následně jsou představeny některé VoD služby fungující na území České republiky, jelikož na stejném principu funguje i Dramox. Tomu je věnovaná celá následující kapitola, ve které popisují vznik Dramoxu i v kontextu pandemie covid-19. Kapitola dále obsahuje základní charakteristiku platformy, její funkce jako je předplatné či „Dramox pro školy“, čímž čtenář získává přehled o fungování a účelu Dramoxu. Nedílnou součástí celého projektu je otázka autorských práv, z tohoto důvodu je poslední kapitola teoretické části zasvěcena právě tomuto tématu. Od právního rámce platného v České republice až po provedení konkrétním procesem.

V praktické části práce jsem prostřednictvím rozhovorů zjišťovala, jak se k tomuto novému internetovému nástroji staví samotní aktéři, tedy zapojená divadla. Zajímal mě jejich celkový pohled na Dramox, způsob, jakým ho využívají, jaké v něm vidí přínosy, zda ho nevnímají jako hrozbu a jaký na ně měl dosud vliv. Výsledek mé praktické práce je limitovaný relativně malým, mnou zkoumaným vzorkem. Důvodem pro nižší počet respondentů je také skutečnost, kdy několik divadel rozhovor realizovat odmítlo, zejména z řad mimopražských. Nejčastěji se tak stalo z důvodu obměny zaměstnanců divadla či z důvodu nedostačujících zkušeností. Výsledná zjištění tak není možné aplikovat na všechna divadla zapojená do projektu Dramox. Dalším potencionálně zkreslujícím faktorem je zcentrování vzorku ve většině na pražská divadla, které vyplynulo během tvorby výzkumu. Pro cíl své práce však vzorek považuji za dostačující.

Na základě mého výzkumu lze navrhnout několik směrů pro další zkoumání tématu Dramoxu:

Následný výzkum by se mohl zabývat chováním publika, diváků Dramoxu. Jaké jsou jejich preference nebo motivace pro sledování online divadelních představení, tedy jejich subjektivní hodnocení Dramoxu.

Další výzkum by mohl zkoumat ekonomické a marketingové hledisko platformy Dramox, jako jsou podnikatelský záměr společnosti, finanční udržitelnost, různé modely financování nebo marketingové strategie.

V neposlední řadě by se další výzkum mohl věnovat technickým aspektům streamování divadel. Mezi tyto aspekty se řadí například obrazová a zvuková kvalita záznamu, optimální využití technických zařízení používaných pro pořízení záznamu či optimální využití cílové platformy Dramox.

Summary

This bachelor thesis aimed to map the streaming theatre environment and in particular to introduce and describe the Dramox platform. Furthermore, to provide insight into the subjective perception of the platform by the theatres themselves.

The first part of the thesis began by discussing the combination of the internet and theatre, two distinct media, which allowed the reader to delve into the topic. Subsequently, some VoD services operating in the Czech Republic are introduced, as Dramox operates on the same principle. The whole following chapter is devoted to this, in which I describe the emergence of Dramox also in the context of the covid-19 pandemic. The chapter also includes the basic characteristics of the platform, its features such as subscription or "Dramox for schools", giving the reader an overview of the functioning and purpose of Dramox. An integral part of the whole project is the issue of copyright, for this reason the last chapter of the theoretical part is dedicated to this topic. From the legal framework in force in the Czech Republic to the implementation of a concrete process.

In the practical part of the thesis, through interviews, I found out how the actors themselves, i.e. the theatres involved, feel about this new Internet tool. I was interested in their overall view of Dramox, the way they use it, what benefits they see in it, whether they perceive it as a threat and what effect it has had on them so far. The outcome of my practical work is limited by the relatively small sample I have studied. The reason for the lower number of respondents is also the fact that several theatres refused to carry out the interview, especially those outside Prague. This was most often due to turnover of theatre staff or insufficient experience. The findings cannot be applied to all theatres involved in the Dramox project. Another potentially confounding factor is the concentration of the sample in the majority on

Prague theatres, which emerged during the research design. However, I consider the sample sufficient for the purpose of my thesis.

Based on my research, several directions can be suggested for further exploration of the topic of Dramox:

Subsequent research could deal with the behaviour of the audience, the Dramox audience. What are their preferences or motivations for watching online theatre performances, i.e. their subjective evaluation of Dramox.

Further research could investigate the economic and marketing aspects of the Dramox platform, such as the company's business plan, financial sustainability, different funding models or marketing strategies.

Last but not least, further research could look into the technical aspects of streaming theatres. These aspects include, for example, the image and sound quality of the recording, the optimal use of the technical equipment used for the recording or the optimal use of the target Dramox platform.

ZDROJE

Knižní zdroje

BERNARD, Jan, 1983. Co je divadlo. Praha: Státní pedagogické nakladatelství. ISBN 14-405-83.

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

MCQUAIL, Denis, 2009. Úvod do teorie masové komunikace. 2. rozšířené vydání). Praha: Portál. ISBN 978-80-7367-574-5.

MIŠOVIČ, Ján, 2019. Kvalitativní výzkum se zaměřením na polostrukturovaný rozhovor. Praha: SLON. ISBN 978-80-7419-285-2.

SRSTKA, Jiří, 2022. Autorské právo v divadle. 2. podstatně přepracované a doplněné vydání. Praha: Leges. ISBN 978-80-7502-582-1.

Legislativa

Zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon)

Zákon č. 132/2010 Sb. o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání a o změně některých zákonů (zákon o audiovizuálních mediálních službách na vyžádání)

Elektronické zdroje

ARTLOVÁ, Martina. Vyjednat licenci pro některá představení trvá i rok, říká Martin Zavadil. Jeho platforma Dramox streamuje divadelní inscenace z celého světa. Euro [online]. 7.10. 2021 [cit. 2023-04-13]. Dostupné z: <https://www.euro.cz/clanky/vyjednat-licenci-pro-nektera-predstaveni-trva-i-rok-rika-martin-zavadil-s-kolegy-vloni-spustil-platformu-dramox-ktera-streamuje-inscenace-z-celeho-sveta/>

BLÁZQUEZ, Francisco Javier Cabrera, Maja CAPPELLO, Christian GRECE a Sophie VALAIS, 2016. VOD, platforms and OTT: which promotion obligations for European works? [online]. Strasbourg: European Audiovisual Observatory [cit. 2023-01-11]. ISSN 2079-1062. Dostupné z: <https://www.kreativnievropa.cz/co5fokmmap3aa309/uploads/2021/10/iris-plus-2016-3-vod-platforms-and-ott-which-promotion-obligations-for-european-works.pdf>

Cambridge Dictionary [online], 2023. Praha: Cambridge University Press [cit. 2023-01-10]. Dostupné z: <https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/video-on-demand>

Darujte Dramox. Dramox.cz [online]. [cit. 2023-01-27]. Dostupné z: <https://www.dramox.cz/darkove-poukazy>

Divadla. Dramox.cz [online]. [cit. 2023-01-22]. Dostupné z: <https://www.dramox.cz/divadla>

DOČKALOVÁ, Michaela. Lifestyle Rozhovory Martin Zavadil: „Dramox je reklama na divadlo.“. Dailycoffee [online]. 7.1. 2021 [cit. 2023-04-13]. Dostupné z: <https://www.dailycoffee.cz/martin-zavadil-dramox-je-reklama-na-divadlo/>

DOLEŽAL, Aleš, 2018. *Fenomén Netflix a jeho vliv na změny chování diváků* [online]. Praha [cit. 2023-01-14]. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/99888/120299220.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky Katedra mediálních studií. Vedoucí práce MgA. Martin Štoll, Ph.D.

Dramox pro školy. Dramox.cz [online]. [cit. 2023-02-06]. Dostupné z: <https://www.dramox.cz/pro-skoly>

CHARVÁT, Jan. Dramox je více než Netflix pro divadlo, diváci totiž přímo podporují tvůrce. E15.cz [online]. CZECH NEWS CENTER a.s, 18.7.2022 [cit. 2023-01-23]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/byznys/e15-a-byznys/dramox-je-vice-nez-netflix-pro-divadlo-divaci-totiz-primo-podporuji-tvurce-1391634>

CHLEBEK, Tomáš. Internetová představení v Ostravě fungují. Streamovací služba Divadla Mír má deset tisíc uživatelů a velké plány. CzechCrunch [online]. 13.1. 2022 [cit. 2023-04-21]. Dostupné z: <https://cc.cz/internetova-predstaveni-v-ostrave-funguji-streamovaci-sluzba-divadla-mir-ma-deset-tisic-uzivatelu-a-velke-plany/>

Jak funguje předplatné Voyo na zkoušku?. Voyo.nova.cz [online]. [cit. 2023-01-19]. Dostupné z: <https://voyo.nova.cz/faq/38-jak-funguje-predplatne-voyo-na-zkousku>

KAHÁNEK, Adam, 2020. Chování českého uživatele na mediálních platformách Video on Demand [online]. Praha [cit. 2023-01-12]. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/121712/120371787.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Diplomová práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky Katedra mediálních studií. Vedoucí práce PhDr. Milan Kruml.

KAYSEN, Mads. Understand the "SVOD", "TVOD" and "AVOD" terms and business models of streaming services like Netflix. LinkedIn [online]. 24.8.2015 [cit. 2023-01-12]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/pulse/understand-svod-tvod-avod-terms-business-models-streaming-mads-kaysen/>

Kolik stojí Voyo předplatné?. Voyo.nova.cz [online]. [cit. 2023-01-19]. Dostupné z: <https://voyo.nova.cz/faq/19-kolik-stoji-voyo-predplatne>

KOTRBATÝ, Adam. Zakladatel Livesportu vytáhl na pomoc umělcům. Spouští první český Netflix pro divadla. Hospodářské noviny [online]. Economia, 20.10.2020 [cit. 2023-01-23]. ISSN 2787-950X. Dostupné z: <https://domaci.hn.cz/c1-66832520-zakladatel-livesportu-vytahl-na-pomoc-umelcum-spousti-prvni-cesky-netflix-pro-divadla>

KUCSEROVÁ, Frederika, 2021. Konvergence médií, služby SVOD a jejich využití [online]. Praha [cit. 2023-01-18]. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/126927/130304126.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Bakalářská práce. Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Institut komunikačních studií a žurnalistiky Katedra mediálních studií. Vedoucí práce PhDr. Milan Kruml.

LENK, Štěpán, 14.2. 2023n. 1. Netflix: Vše, co potřebujete vědět. Alza.cz [online]. [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://www.alza.cz/netflix-cesky>

LUKŮVKA, Adam. 2021 Nástup internetových televízí: Analýza českých audiovizuálních streamovacích služeb [online]. Brno, [cit. 2023-04-18]. Dostupné z: <https://is.muni.cz/th/g4cem/>. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Mgr. Ondřej Pavlík.

Martin Zavadil: „Dramox je reklama na divadlo.“. DailyCoffee [online]. 7. 1. 2021 [cit. 2023-02-06]. Dostupné z: <https://www.dailycoffee.cz/martin-zavadil-dramox-je-reklama-na-divadlo/>

MICHNOVÁ, Barbora, 2022. Nástup novodobé online platformy Voyo v České republice [online]. Zlín [cit. 2023-01-14]. Dostupné z: <https://digilib.k.utb.cz/handle/10563/50306> Bakalářská práce. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, fakulta multimediálních komunikací. Vedoucí práce MgA. Lubomír Konečný.

Nová data o SVOD: Nejužívanější jsou Netflix, HBO Max a Voyo, 2022. Mediaguru.cz [online]. Praha: PHD, 1.6.2022 [cit. 2023-01-14]. Dostupné z: <https://www.mediaguru.cz/clanky/2022/06/nova-data-o-svod-nejuzivanejsi-jsou-netflix-hbo-max-a-voyo/>

NOVOTNÁ, Markéta, 2013. Marketingová strategie VOYO.cz [online]. Praha [cit. 2023-01-12]. Dostupné z: https://vskp.vse.cz/35636_marketingova_strategie_voyocz Diplomová práce. Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta mezinárodních vztahů. Vedoucí práce Ing. Milan Postler, Ph.D.

OPLETALOVÁ, Jana, 2021. Divadlo v době internetu a koronavirové krize [online]. Brno [cit. 2023-04-03]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/c94cee/>. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Mgr. Pavlína Mičová.

Předplatné a ceny. Netflix.com [online]. [cit. 2023-01-19]. Dostupné z: <https://help.netflix.com/cs/node/24926>

Příspěvek divadlu. Dramox.cz [online]. [cit. 2023-01-27]. Dostupné z: <https://www.dramox.cz/prispevek-divadlu>

ROŽÁNEK, Filip, 1997. Voyo má 400 tisíc předplatitelů, oznámila TV Nova. Lupa.cz [online]. Praha: Internet Info, 19. 10. 2022 [cit. 2023-01-14]. Dostupné z: <https://www.lupa.cz/aktuality/voyo-ma-400-tisic-predplatitelu-oznamila-tv-nova/>

SAMECKÁ, Barbora. Ojedinelý stream Dramox táhne lidi zpět ke kultuře. Mezi divadla rozdělí přes 5 milionů korun. Sj.news [online]. 21.4. 2021 [cit. 2023-04-28]. Dostupné z: <https://sj.news/ojedinely-stream-dramox-tahne-lidi-zpet-ke-kulture-mezi-divadla-rozdeli-pres-pet-milionu-koron/>

SOUKUPOVÁ, Gabriela, 2020. Video on demand služby na českém trhu [online]. Praha [cit. 2023-04-11]. Dostupné z: https://vskp.vse.cz/80462_video-on-demand-sluzby-na-ceskem-trhu. Bakalářská práce. Vysoká škola ekonomická v Praze, Fakulta podnikohospodářská. Vedoucí práce Mgr. Jan Hanzlík, Ph.D.

Televize Nova spustila novou internetovou službu VOYO.cz. TN.cz [online]. 2011 [cit. 2018-05-08]. Dostupné z: <http://tv.nova.cz/clanek/novinky/televize-nova-spustila-novou-internetovou-sluzbu-voyo-cz.html>

Unogs.com [online], 2023. Unofficial Online Global Search [cit. 2023-01-18]. Dostupné z: <https://unogs.com/countrydetail>

VYSKOČIL, Tomáš, 2021. Na českém Netflixu je nejvíc titulů na světě. Jak je to možné?. Filmto.cz [online]. 26. 7. 2021 [cit. 2023-01-18]. Dostupné z: <https://filmto.cz/blog/netflix-nejvic-filmu-serialu-na-svete>

ZAHRÁDKA, Pavel, Rudolf LEŠKA, Matěj MYŠKA, Petr SZCZEPANIK, Ivan DAVID, Jitka PAVLIŠOVÁ, Lucie VELFLOVÁ a Lucie ZELENÁ, 2021. Dopad epidemie nemoci covid-19 na distribuci, prezentaci a monetizaci kulturního obsahu: hudba, film a divadlo [online]. Praha: Vysoká škola finanční a správní [cit. 2023-01-26]. Dostupné z: https://is.vsfs.cz/publication/9663/dopady_covid.pdf

Zvolte si vaše předplatné. Dramox.cz [online]. [cit. 2023-01-22]. Dostupné z: <https://www.dramox.cz/choose-plan>

Vlastní zdroje

MAZUROVÁ, Jana, šéfka marketingu a komunikace, Jihočeské divadlo, [rozhovor]. Praha, 25.4. 2023

MĚŘIČKOVÁ, Eva, ředitelka, Dejvické divadlo [rozhovor]. Praha, 24.2. 2023

NOVÁKOVÁ, Eliška, vedoucí oddělení marketingu a produkce, Divadlo pod Palmovkou, [rozhovor]. Praha, 1.2. 2023

OUTLÝ, Pavel, produkce, Divadlo Spejbla a Hurvínka, [rozhovor]. Praha, 23.1. 2023

SEDLÁČEK, Martin, manažer PR, Klicperovo divadlo, [rozhovor]. Praha, 31.1. 2023

ŠÁLKOVÁ, Daniela, ředitelka, Divadlo v Dlouhé, [rozhovor]. Praha, 20.1. 2023

TAMCHYNA, Robert, bývalý ředitel Divadla Viola [rozhovor]. Praha, 17.4. 2023

VERNEROVÁ, Zuzana, PR a marketing manager, Městská divadla pražská, [rozhovor]. Praha, 15.2. 2023

VESELÝ, Petr, člen umělecké rady, Divadlo na Fidlovačce, [rozhovor]. Praha, 21.1. 2021

ZAVADIL, Martin, ředitel Dramoxu [rozhovor]. Praha, 14.4. 2023

ZICHOVÁ, Hana, referentka marketingu, Divadlo J. K. Tyla, [rozhovor]. Praha, 17.2. 2023

Seznam obrázku

Obrázek č. 1: Dramox, domovská stránka	10
Obrázek č. 2: Dramox, Norský národní balet, Labutí jezero	11
Obrázek č. 3: Dramox, Haeboma, Kkun.....	11
Obrázek č. 4: Dramox, nejpopulárnější divadla	20
Obrázek č. 5: Dramox, Dejvické divadlo	21
Obrázek č. 6: Dramox, Divadlo Spejbla a Hurvínka.....	21
Obrázek č. 7: Dramox, Divadlo J. K. Tyla	22
Obrázek č. 8: Dramox, Jihočeské divadlo, Hej Mistře.....	28

Seznam tabulek

Tabulka č. 1: „Kdo byl iniciátorem prvotní komunikace?“	23
Tabulka č. 2: „Proč jste se rozhodli využít příležitosti Dramoxu?“	24
Tabulka č. 3: „Kolik inscenací máte nyní na Dramoxu dostupných?	26
Tabulka č. 4: „Jedná se o inscenace pouze po derniéře?“	27
Tabulka č. 5: „Jakým způsobem byly záznamy pořízené?“	29
Tabulka č. 6: „Má Dramox výrazný vliv na ekonomiku divadla? (finanční zisk, návštěvnost)“	30
Tabulka č. 7: „Nepředstavuje dle Vašeho názoru Dramox nebezpečí pro živé divadlo?“ ..	32

SCHVÁLENO 16.9.22 *M.T.*

Institut komunikačních studií a žurnalistiky FSV UK Teze BAKALÁŘSKÉ diplomové práce													
TUTO ČÁST VYPLŇUJE STUDENT/KA:													
Příjmení a jméno diplomantky/diplomanta: Anežka Benčová	Razítko podatelny:												
Imatrikulační ročník diplomantky/diplomanta: 2020/2021	<table border="1"> <tr> <td colspan="3"> Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd </td> </tr> <tr> <td>Došlo dne:</td> <td>12-09-2022</td> <td>-1-</td> </tr> <tr> <td>Číslo:</td> <td>177</td> <td>Příloh:</td> </tr> <tr> <td colspan="3">Přiděleno:</td> </tr> </table>	Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd			Došlo dne:	12-09-2022	-1-	Číslo:	177	Příloh:	Přiděleno:		
Univerzita Karlova Fakulta sociálních věd													
Došlo dne:		12-09-2022	-1-										
Číslo:	177	Příloh:											
Přiděleno:													
E-mail diplomantky/diplomanta: anezka.bencova@email.cz													
Studijní obor/forma studia: Mediální studia/denní forma studia													
Název práce v češtině: Dramox, nová VoD služba													
Název práce v angličtině: Dramox, new VoD service													
Předpokládaný termín dokončení (semestr, akademický rok – vzor: ZS 2012/2013): (diplomovou práci je možné odevzdat <u>nejdříve po dvou semestrech</u> od schválení tezí) LS 2022/2023													
Základní charakteristika tématu a předpokládaný cíl práce (max. 1000 znaků): VoD služby, v překladu Video on Demand služby zažívají v současné době vlnu obrovské popularity a jsou i nadále na vzestupu. Významný podíl na tom má nedávná eliminace živé kultury, způsobená opatřeními v průběhu celosvětové pandemie nemoci covid 19. Každý umělecký sektor této nepříznivé situaci čelil jiným způsobem, ale společným znakem všech řešení bylo posílení nových platform VoD, které měly nejen suplovat a zprostředkovat dočasně nedostupnou živou kulturu, ale zároveň přinést pro sledující i určitou nemalou přídavnou hodnotu. Jedním z nejzajímavějších i neúspěšnějších projektů v této kategorii je Dramox. Předpokládaným cílem této práce tak bude detailně popsat tuto novou českou platformu, její smysl, funkci, a možnosti poskytované předplatitelům. V praktické části se práce bude věnovat zodpovězení výzkumné otázky, jaký vliv má Dramox na chování divadelního publika, zejména, zda jde dlouhodobě o pozitivní či negativní vliv a jaký přínos představuje pro samotná divadla.													
Předpokládaná struktura práce (rozdělení do jednotlivých kapitol a podkapitol se stručnou charakteristikou jejich obsahu): Úvod <ol style="list-style-type: none"> 1. Služba typu Video on Demand <ol style="list-style-type: none"> a. Charakteristika VoD služby b. Příklady Českých VoD služeb <ol style="list-style-type: none"> i. VOYO ii. iVysílání 2. Platforma Dramox <ol style="list-style-type: none"> a. Stručný projekt b. Vznik za doby pandemie c. Financování projektu d. Autorská práva 3. Dramox jako nástroj divadelního diváka <ol style="list-style-type: none"> a. systém předplatného b. členění dostupného obsahu c. časová přístupnost obsahu 4. Funkce platformy <ol style="list-style-type: none"> a. Funkce „podpořte divadlo“ b. Funkce „dárkových poukazů“ c. Funkce „pro školy“ 													

- d. Mobilní aplikace
 - e. Chytré televize
5. Projekty tvořené přímo za účelem zveřejnění na platformě Dramox
6. Výzkum: Projekt očima zapojených divadel (výzkumná otázka „Vliv Dramoxu na chování publika“)
- a. Dejvické divadlo
 - b. Činoherní klub
 - c. Divadlo na Fidlovačce
 - d. Divadlo Spejbla a Hurvínka

Závěr

Vymezení zpracovávaného materiálu (např. konkrétní titul periodika a období jeho analýzy):
 Klíčovým zpracovávaným materiálem pro tuto práci budou veřejně dostupné informace zveřejněné společností Dramox na jejím oficiálním webu. Materiál pro praktickou část práce bude získán rozhovorem se dástupci českých divadel, které jsou zapojeny do projektu. Tázaná divadla budou vybrána na základě filtru „nejpopulárnější“ na stránce Dramox a s ohledem na diverzitu zaměření.

Postup (technika) při zpracování materiálu:

Práce s bude skládat ze dvou částí, a to teoretické a praktické. V úplném začátku teoretické části práce vysvětlím termín VoD služby, o co se jedná a uvedu příklady dvou dalších českých služeb. Poté se již přesunu k samotné platformě Dramox, krátce popíšu její vznik a v následujících kapitolách se budu věnovat možnostem využití, které služba nabízí svým odběratelům. Velmi podstatnou částí práce bude popis funkcí platformy. Teoretickou část zakončím kapitolou věnovanou projektům, které byly tvořeny již přímo za účelem zveřejnění jako obsahu VoD služby Dramox. Praktická část bude tvořena kvalitativní analýzou pohledu na Dramox divadel samotných. Bude se jednat o populární divadla zapojená do projektu.

Základní literatura (nejméně 5 nejdůležitějších titulů k tématu a způsobu jeho zpracování; u všech titulů je nutné uvést stručnou anotaci na 2-5 řádků):

JIRÁK, Jan, KOPPLOVÁ, Barbara, *Média a společnost*. Praha: Portal, 2007.

- Autoři v této knize shrnují poznatky o podstatě základního pojmu mediální komunikace, a popisují vliv na podobu společenského, kulturního i politického života společnosti. Tato publikace obsahuje i pohled na Českou republiku a obsahuje příklady jak od nás, tak ze zahraničí.

MORAVEC, Václav. *Média v tekutých časech: konvergence audiovizuálních médií v ČR*. Praha: Academia, 2016.

- Publikace se soustředí zasadit pojmy jako jsou nová média, virtualita, digitalizace apod. do českého kontextu, zabývá se jevem digitální mediamorfózy, přesněji jejími důsledky v ČR. Popisuje proměny chování uživatelů audiovizuálních médií.

SRSTKA, Jiří. *Autorské právo v divadle*. 2. podstatně přepracované a doplněné vydání. Praha: Leges, 2022.

- Autor se v publikaci zaměřuje na popis právního rámce všech jednotlivých složek, kterými je nutné se zabývat při užití autorských děl v divadelních představeních. Na obecný výklad základů autorského práva navazují kapitoly zabývající se například problematikou licencí, či přenosem záznamu představení.

TRAMPOTA, Tomáš a Martina VOJTĚCHOVSKÁ. *Metody výzkumu médií*. Praha: Portál, 2010.

- Cílem publikace je seznámit čtenáře s metodami užívanými při výzkumu médií. Kniha obsahuje jak zásady komerčního výzkumu médií i akademického. Jednotlivé metodické postupy jsou rozebrány na praktických příkladech z českých médií.

BAČUVČÍK, Radim. Marketing kultury: divadlo, koncerty, publikum, veřejnost. Zlín: VeRBuM, 2012.
- Titul Marketing kultury se zabývá vztahy kulturních organizací s jejich publikem a širokou veřejností.
Na příkladech z tuzemské i zahraniční praxe ukazuje funkční marketingové přístupy.

Diplomové práce k tématu (seznam bakalářských, magisterských a doktorských prací, které byly k tématu obhájeny na UK, případně dalších oborově blízkých fakultách či vysokých školách za posledních pět let)

VLKOVÁ, Bára. Alternativní formy nabídky divadel v době pandemie. Praha, 2021. Diplomová práce. Vysoká škola ekonomická, Fakulta podnikohospodářská. Vedoucí práce Černá, Jitka.

OPLETALOVÁ, Jana. Divadlo v době internetu a koronavirové krize. Brno, 2021. Diplomová práce. Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Obor teorie interaktivních médií. Vedoucí práce Míčová, Pavlína.

SLEZÁKOVÁ, Michaela. Online distribuce audiovizuálních děl v České republice se zaměřením na video on demand služby a neformální distribuci. Praha, 2021. Bakalářská práce. Vysoká škola ekonomická, Fakulta podnikohospodářská, Studijní obor Arts management. Vedoucí práce Hanzlík, Jan.

SOUKUPOVÁ, Gabriela. Video on demand služby na českém trhu. Praha, 2020. Vysoká škola ekonomická, Fakulta podnikohospodářská, Studijní obor Arts management. Vedoucí práce Hanzlík, Jan.

KAHÁNEK, Adam. Chování českého uživatele na mediálních platformách Video on Demand. Praha 2020. Diplomová práce. Univerzita Karlova. Fakulta sociálních věd. Institut komunikačních studií a žurnalistiky. Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Kruml, Milan.

Datum / Podpis studenta/ky
12.9.2022


.....

TUTO ČÁST VYPLŇUJE PEDAGOG/PEDAGOŽKA:

Doporučení k tématu, struktuře a technice zpracování materiálu:

Případné doporučení dalších titulů literatury předepsané ke zpracování tématu:

Potvrzuji, že výše uvedené teze jsem s jejich autorem/kou konzultoval(a) a že téma odpovídá mému oborovému zaměření a oblasti odborné práce, kterou na FSV UK vykonávám.

Souhlasím s tím, že budu vedoucí(m) této práce.


Příjmení a jméno pedagožky/pedagoga

12.9.2022
.....
Datum / Podpis pedagožky/pedagoga

TEZE JE NUTNO ODEVZDAT VYTIŠTĚNÉ, PODEPSANÉ A VE DVOU VYHOTOVENÍCH DO TERMÍNU UVEDENÉHO V HARMONOGRAMU PŘÍSLUŠNÉHO AKADEMICKÉHO ROKU, A TO PROSTŘEDNICTVÍM PODATELNÝ FSV UK. PŘIJATÉ TEZE JE NUTNÉ SI VYZVEDNOUT V SEKRETARIÁTU PŘÍSLUŠNÉ KATEDRY A NECHAT VEVÁZAT DO OBOU VÝTISKU DIPLOMOVÉ PRÁCE.

TEZE SCHVALUJE GARANT PŘÍSLUŠNÉHO STUDIJNÍHO OBORU.