

MAREK SLOVÁK / 10. 4. 2024

Od Českých hradů a zámků po ONEMANSHOW: transmediální historie

ONEMANSHOW: The Movie (r. Kazma Kazmitch, Andy Fehu, 2023) měla propagaci postavenou na tom, že jde o „jediný film (na světě), který nekončí v kině“.[1] Citovaný slogan zazněl a byl k přečtení v upoutávkách a posléze byl ad nauseam opakován při řadě marketingových příležitostí. Laická i odbornější obec ve svých publicistických textech a youtubeových videích tvrzení z kampaně usměrňovala s tím, že následná soutěž – spočívající v obdržení limitovaného počtu kartiček při zakoupení vstupenky, vysledování číselných kódů ukrytých ve snímku a rozluštění hádanky pro získání výhry ve výši jednoho nezdaněného milionu dolarů – je přinejlepším gimmickem.[2] Přinejhorším scamem, ať už to spíše za účelem partnerského plnění a vytvoření zdání časově omezeného nasazení filmu v kinech prezentuje jedna sázková kancelář,[3] či jde o podvod z kategorie „letadlo“, završený příznačně rozhazováním bankovek z opravdového aeroplánu.[4] Deklarované prvenství *ONEMANSHOW: The Movie* bylo zcela oprávněně mnohými zpochybněno. Málokdo, pokud vůbec někdo, uvažoval o snímku jako o jednom z výrazných zástupců jedné z tendencí porevoluční audiovizuální tendencí, kterou umožnil nástup nových médií: **transmediálního vyprávění/brandingu**.

Lomítko nebylo zvoleno jako náhodný znak, protože oba pojmy je třeba od sebe odlišit. Brandingem je myšlena obchodně-propagační strategie, jejímž cílem je posilování značky na trhu. **Transmediální branding** je vytváření, udržování nebo budování této značky napříč různými médii. Platí však pravidlo, že dochází k opakování obsahu v několika platformách, nikoliv k jeho rozšiřování, a tudíž obohacování zážitku.[5] Právě tím se liší od **transmediálního vyprávění**, jehož bádání v akademické sféře popularizoval kulturolog, mediolog a, jak se sám označuje, aca-fan (akademický

fanoušek) Henry Jenkins v knize *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide* (2006). Ve třetí kapitole, nazvané *Searching for the Origami Unicorn: The Matrix and Transmedia Storytelling*, uvádí následující, hojně rozšířenou a porůznu revidovanou definici: „(U transmediálního vyprávění) jsou integrální prvky fikce systematicky rozptýleny do různých kanálů za účelem vytvoření jednotného a koordinovaného zábavního zážitku. (Příběh) se odvíjí na několika mediálních platformách, přičemž každý nový text představuje rozmanitý a cenný přínos k celku.”[6]

ONEMANSHOW: The Movie je takovým transmediálním vyprávěním. Ačkoliv velmi specifickým, protože – jak píše Jenkins v souvislosti s matrixovskou franšízou, ale platí to v ještě větší míře i zde – „do sebe začleňuje mnoho textů pro vytvoření vyprávění tak velkého, že bude nepostihnutelné v jednom médiu”. [7] Film navazuje na populární pořad *One Man Show* (2008) z platformy *Stream.cz*. Upomíná na konkrétní dění z něj, protože antagonista je motivován pomstou za prank související s pořadem *Prostřeno!* televize Prima a jedna linie vyprávění přerámovává hojně medializovanou akci se zakopaným autem. [8] Provázanost pořadu a celovečerního počínu publikum rozpozná nejen prostřednictvím narážek v dialogích („Když ses dokázal nabourat do nějakýho debilního kuchařskýho pořadu, dokážeš se nabourato do casina!”), ale i za pomoci protínajícího se obsahu, kdy dřívější mediální pokrytí skutečných akcí Kazmy je vřazeno do filmu.

Co se týče rozšíření, které jde za závěrečné titulky a souvisí s možností úspěchu v soutěži, vzpomenout lze na snímek *Kdo je tady ředitel?* (*Direktøren for det hele*, 2006) režiséra a scenáristy Larse von Triera. Dánský provocateur do stylisticky experimentální dramedie začlenil vizuální prvky, jejichž vysledování a včasné zadání na předem určené místo vedlo mimo jiné k finanční odměně. [9] Nejde ani tak o to, jakými slovy zmíněný gimmick tvůrci zdůvodnili (Trier chtěl aktivní publikum, Kazma hráče v pochybné lotynce), nýbrž o odlišení transmediálního brandingů od storytellingu. U Triera bylo rozšíření jednoznačným propagačním trikem a posilováním značky konceptuálního provokátéra promýšlejícího limity média (Dogma 95, vliv Brechta na nedokončenou americkou trilogii), ovšem nerozvíjející v tomto případě příběh, postavy nebo svět mimo jedno audiovizuální dílo. U Kazmy byla reálná výhra peněz transmediální visící příčinou, to jest otázkou vyřčenou přímo ve snímku, ale zodpovězenou až po jeho skončení v dalších médiích. Dovyprávění hry z/ve filmu

ohledně zisku peněz bylo médiu prezentováno jako příběh, jemuž nechyběly komplikace v podobě snahy o vykradení trezoru.[10] A poněkud neuspokojivý klimax, kdy držitel výherní kartičky tu svou nevyzkoušel a šifru ze snímku a podle indicií v reálu nikdo nerozluštil. Finanční hotovost byla rozházena mezi inflací zasažený dav skoro jako z *Batmana* (1989) Tima Burtona, pouze bez odhalení Jokera/Kazmy jakožto padoucha.

Pro účely tohoto textu je podstatnější, že marketingová vějička „*jediný film (na světě), který nekončí v kině*“ není platná, i kdybychom se omezili pouze na transmediální vyprávění a tuzemský prostor. Již ve zhruba polovině desátých let dvacátého století Karel Hašler režíroval a hrál v krátkometrážní komedii *České hrady a zámky*. Snímek nekončil na plátně, protože pokračoval v divadle, kde předcházela hra *Pán bez kvartýru* (či *Pán bez bytu*).[11] Ani ne desetiminutová anekdota, která uvozovala divadelní komedii záměn, se z počátečního přírodopisného dokumentu se záběry hradů Karlštejn, Točnick a Bezděk proměnila v komediální road movie/fikci (o fikci). V ní se Karel Hašler hrající Karla Hašlera snaží po připomenutí od hospodských dostat na večerní představení, ve kterém vystupuje. Z Karlštejna do Prahy chce nejprve vlakem (ujede mu), posléze pěšky (nestíhal by) a ke konci autem (odcizí ho a přiměje šoféra, ať ho zaveze na místo určení). Hra rozšířená o předfilm se ovšem transmediální stala ex post, když se *České hrady a zámky* na rozdíl od *Pána bez kvartýru* dochovaly. Výjimečně je při různých výročních příležitostech promítána pouze tato transmediální extenze.[12]

Mediální teoretik/teoretička, vyznávající tradičnější přístup, by mohl/a na adresu výše uvedeného protiargumentovat, že **relace** není **transmediální**, nýbrž **intermediální**. Dochází přece k fúzi dvou médií, ačkoliv se těží ze specifík každého z nich a rozdíly nejsou zahlazovány. O zhruba dvě dekády po *Českých hradech a zámcích/Pánovi bez kvartýru* se E. F. Burian v rámci Theatregraphu pokusil o syntézu inscenací a světelných projekcí (diapozitivů, filmů) v jevištních verzích *Máje* (1935), *Procitnutí jara* (1936), *Evžena Oněgina* (1937) a *Utrpení mladého Werthera* (1938). Právě na příkladu Hašlera a Buriana lze demonstrovat tenkou hranici i rozdíl mezi inter a transmedialitou.

Burianův přístup, ve spolupráci například s filmaři Jiřím Lehovcem či Čeňkem Zahradníčkem, se vyznačoval snahou o syntézu jednotlivých složek. Užíval projekcí k přechodům mezi hereckými akcemi místo postav nebo scénografie pro vytvoření

návaznosti mezi jednotlivými výstupy/akty, k dramatickému dokreslení dění, či naopak za účelem metaforického obohacení lyrickými pasážemi.[13] Snímky byly s inscenacemi natolik provázány a hlavně do nich vnořeny, že zmíněné typy vztahu mezi médii jsou ukázkovým příkladem intermediality.

Naopak *České hrady a zámky* a *Pán bez kvartýru*, přestože byly zamýšleny i navrženy jako příčinně provázané, jsou případem transmediální relace. Divadelní hra je jádrem (či mateřskou lodí), od kterého se veškerá rozšíření odvíjejí. Například transmediální extenze v podobě audiovizuálního prequelu, který je obohacující: posiluje hvězdný status osoby tvůrce-herce a vede k dvojí proměně diváckého žánrového rámcování (od metafikce/tradice Uncle Josh děl[14] k situační komedii záměn). Krátkometrážní počin by obstál i samostatně, jak potvrzují projekce i více než století od doby vzniku. Podle některých teoretiků transmediality, jako jsou Henry Jenkins či na tv studies více orientovaný Aaron Michael Smith, je předpoklad soběstačnosti extenze jedním z definičních kritérií (Smith), případně věcí ideální formy (Jenkins), která je ve skutečnosti velmi těžko dosažitelná.[15]

ONEMANSHOW: The Movie tak nejen že nebyla jediným – jak klamavým způsobem hlásala kampaň – filmem na světě, který nekončil v kině, ale ani prvním příkladem tuzemského transmediálního vyprávění. To neznamena nutně, že prvenství patří *Českým hradům a zámkům s Pánem bez kvartýru*, protože jde pouze o nejznámější příklad, který sahá nejdále do historie ne nutně kinematografie, nýbrž umění využívajících performance. Pro účely tohoto textu, který je zaměřen na porevoluční tvorbu, je podstatnější, že i v průběhu minulého století docházelo k ojedinělým transmediálním vazbám. Při ohlédnutí se do minulosti bychom nacházeli spíše intermediální relace, a to v souvislosti s konkrétními uměleckými projekty (Laterna magika), skupinami (Devětsil) či osobnostmi (Jaroslav Kučera, Ester Krumbachová), o kterých dostatečným způsobem pojednaly nedávné publikace.[16]

Transmedialita se dříve objevovala převážně jako věc brandingů, jelikož byla uplatňována u prvorepublikových hvězd jako Vlasta Burian, Nataša Gollová, Lída Baarová či Oldřich Nový.[17] Jejich herecká persona a od ní odvislá značka byla budována naživo na divadle, na plátnech kin, při poslechu gramodesek... Pokud se vyskytla transmedialita, u které šlo o vyprávění napříč médii, jednalo se hlavně o navázání na divácky oblíbený televizní seriál formou kinofilmu. Alespoň tak tomu bylo u

těch nejpamatihodnějších, třeba u detektivního seriálu *Hříšní lidé města pražského* (1968–1969), kdy po třinácti epizodách následovala čtveřice snímků určených pro kina (*Partie krásného dragouna* [1970], *Pěnička a Paraplíčko* [1970], *Smrt černého krále* [1971] a *Vražda v hotelu Excelsior* [1971]), jeden televizní film a později další televizní seriál s obměněnou hereckou sestavou *Panoptikum Města pražského* (1987).

Stejně tak dvojice Miloš Macourek a Václav Vorlíček rozvinula sebereflexivní pohádkový seriál *Arabela* (1980) v celovečerním spin-offu *Rumburak* (1984) a posléze v seriálovém pokračování *Arabela se vrací aneb Rumburak králem Říše pohádek* (1993). I jejich animovaný večerníček *Mach a Šebestová* (1976–1983) měl hned několik transmediálních extenzí: sequel *Mach a Šebestová na prázdninách* (1998) a celovečerní, z animované do hrané podoby překlopený film *Mach, Šebestová a kouzelné sluchátko* (2001), odehrávající se až po všech zmíněných.

Z uvedených, ale i neuvedených příkladů vyplývají přinejmenším dvě věci. První je rozdíl mezi **transmedialitou** a **adaptací**. U mach-šebestovské série nebyla zmíněna dvojice *O utrženém sluchátku* (1976) a *Mach a Šebestová k tabuli* (1985), protože jde pouze o adaptace: sestřihy několika epizod, doplněné o několik vsuvek za účelem propojení do dlouhometrážního formátu. Ačkoliv je něco přidáno, případně i ubráno, jde o zcela běžnou věc v rámci procesu adaptace. V tomto výlučném případě se adaptací míní přizpůsobení se seriálového formátu celovečernímu, nikoliv nejčastější výklad adaptace jako přenosu a přizpůsobení jednoho média druhému (hry/knihy/seriálu/videohry do filmu). Zato porevoluční *Mach, Šebestová a kouzelné sluchátko* je transmediálním vyprávěním, protože nesledujeme pouze hranou verzi populárního animovaného pořadu, jelikož film je zasazen do období po událostech ze seriálu, přičemž na ty nejpamátnější upomíná.

Druhou věcí je, že **nezáleží na tom, zda dílo bylo jako transmediální zamýšleno od úplného počátku, nebo se takovým stalo posléze**. Teoretik Geoffrey Long navrhl vlastní popisnou a nehodnotící typologii: rozlišoval tvrdý (hard), měkký (soft) a tuhý (chewy) typ transmediálního vyprávění. **Tvrдый typ** označuje transmediální vyprávění navržené jako takové předem. Sem by patřily *České hrady a zámky* uvozující *Pána bez kvartýru*. **Měkkým typem** se míní například počiny dua Vorlíček–Macourek, kdy původní dílo (*Arabela, Mach a Šebestová*) vznikalo jako soběstačné pro jedno médium (televize), ale na základě divácké obliby a sledovanosti docházelo k rozšiřování (

Rumburak, Mach, Šebestová a kouzelné sluchátko). **Tuhý typ** se nachází někde mezi oběma uvedenými. Extenze sice vznikaly dodatečně, až v reakci na úspěch díla odvyprávěného v jednom médiu, zároveň byly veškeré „přídavky“ naplánovány před plánovaným dalším počinem.[18] Dané kategorii odpovídá *ONEMANSHOW: The Movie*, která vznikla díky komerčnímu a mediálnímu úspěchu *One Man Show* – prankového pořadu pro streamovací platformu. Veškeré extenze související s hrou o milion dolarů byly předpřipravené, přestože věci nevyšly podle očekávání, a tak se vyvrcholení měnilo. Kazmovo těkání mezi médii ukazuje, jak je trojice strukturních kategorií tvrdý/tuhý/měkký ve výsledku nestálá. Nachytávka související s *Prostřeno!* zahrnovala výsek ze zmíněné reality show. Odtajnění ve velké míře „nachytanými“ vědomého podvodu proběhlo na streamu v jedné z epizod *One Man Show*. Obojí bylo zpětně narativizováno v *The Movie*, v němž je před epilogem odhaleno, že heist proběhl, protože Kazmu vydíral kompromitujícími fotkami šéf sázkové kanceláře, neboť jeho manželka pracovala na Primě v době podvodu na *Prostřeno!*

Pokud bychom měli přihlédnout k Longově členění, došli bychom k následujícímu zevšeobecňujícímu poznatku: S příchodem nových technologií a od toho odvislou proměnou mediální krajiny **vzrostl počet transmédií odpovídajících tvrdému typu**, zatímco **do té doby převládaly počiny kategorie měkkého typu**. Vyprávění napříč médii bylo po revoluci velmi konzervativní, protože se sledovaný televizní pořad přenesl pouze na plátno (*Mach, Šebestová a kouzelné sluchátko*), potažmo zpět do televize (*Arabela se vrací aneb Rumburak králem Říše pohádek*). Povětšinou se zohledňovalo publikum, které chce něco zavedeného, čemu je televizní obrazovka/divadelní prkna/stránky komiksu málo. Miroslav Donutil jako známá tvář byl tahákem jak předělávky nizozemského seriálu *Doktor Martin* (2015–2016), tak celovečerního kino-dobrodružství *Doktor Martin: Záhada v Beskydech* (2018), které věnovalo víc prostoru vedlejší postavě v podání Roberta Mikluše, protože byl připravován televizní spin-off *Strážmistr Topinka* (2019).

Jindy oblíbené postavičky migrují napříč médii, aby se i po dekáдах udržely v povědomí, případně nalézaly znovu platnost přenesením do jiné, soudobému publiku přijatelnější podoby. Platí to zejména pro rodinné počiny: Mach se Šebestovou se dostali z dvourozměrné obrazovky do hrané metafikce a Spejbl s Hurvínkem zažívali své trampoty nejenom na divadle a zprostředkovaně na gramodeskách, ale po skoro století i v trojrozměrně animovaných filmech jako *Hurvínek na scéně* (2010) či *Hurvínek*

a *kouzelné muzeum* (2017). Jenom výjimečně se respektovala původní poetika, spočívající v klasické animaci, epizodičnosti a tradičním uspořádání vztahů mezi postavami, jako tomu bylo u *Čtyřlístku ve službách krále* (2013), *Velkém dobrodružství Čtyřlístku* (2019) a večerníčkovém *Čtyřlístku* (2024), který přidal další dobrodružství zvířeny, jež měla svůj původ v komiksech Jana Němečka z konce šedesátých let dvacátého století.

Soudobá transmédia: struktura a storytelling a/jako branding

Zacílení na nové demografické skupiny (mileniály a generaci Z), pro které se nová média stala běžnou součástí každodenního života, vedlo k proměně strategie vyprávění, jelikož se změnily i divácké návyky. Došlo k posílení serializace a transmediality. Za první vlašťovku, která zůstala nakonec osamocená, lze považovat DVD vydání kultovních *Samotářů* (2000) Davida Ondříčka podle scénáře Petra Zelenky a Olgy Dabrowské. Po správném zodpovězení otázek interaktivní hry, která byla součástí bonusových materiálů disku, byl odměnou jednodušší komiks/storyboard o zahraničních eskapádách postavy Jakuba. Ve snímku se na událost, původně obsaženou v jedné z verzí scénářů, nijak nenaráželo. Nebyla začleněna ani do oficiální komiksové adaptace nakladatelství Crew,[19] která vycházela ze storyboardů, jež pro film nakreslil Jaromír Švejdlík a pro vydání koloroval Matyáš Švejdlík. O oslovení mladých skrze médium, které je jim blízké, se pokusil i vydavatel IDEA Games, když podle podfukářské černé krimikomedie *Ro(c)k podvratáků* (2006) režiséra Karla Janáka vznikla stejnojmenná hra. Vůbec první PC hra podle tuzemského snímku sice užívá obsah z původního média místo cut-scén, ale příběh nijak nerozšiřuje, pouze akční pasáže s ujížděním nebo střílením prodlužuje a činí je interaktivními.

Transmediální branding, nikoliv storytelling.

V případě webu byla proměna postupná, protože streamovací služby i vysílání televizní nabídky přes internet si nejprve osvojovaly již dříve zavedené postupy starých médií: televize a kina.[20] Satirické či sitcomové seriály pro platformu *Stream* jako *Kancelář Blaník* (2014–2018) a *Vyšehrad* (2016–2017) se nejprve musely osvědčit u internetového publika, než vznikla verze pro multiplexy a jednosálová kina. Přejít z displayů na plátno čítal problémy spíše strukturní, protože původní formát obou pořadů byl uzpůsoben pozornosti, kterou je schopno udržet internetové publikum. Délka epizod se tudíž pohybovala plus mínus kolem deseti minut. Rozvinutí do

celovečerní stopáže a s tím související úskalí ohledně výstavby vyprávění u *Prezidenta Blaníka* (2018) a *Vyšehrad: Fyilm* (2022) paradoxně vyřešila transmedialita, jež obvykle koherenci narušuje.

Prezident Blaník vznikl i přes existenci předem dané osnovy dost improvizovaně a se zohledněním specifik průběhu reálné prezidentské volby.[21] Ačkoliv mohl být výsledný tvar značně nesoudržný, transmedialita napomohla větší provázanosti užitkováním motivů i visících příčin ze seriálu. Dozvídáme se tak, že otcem dítěte sekretářky titulní postavy je Ivan Bartoš z Pirátů, a tak dlouhodobý running-gag ze streamovacího pořadu je vypořádan až zde. Objevuje se i v některých dřívějších dílech zmiňovaná lumpenkavárna jakožto bojůvka pražských intelektuálů a intelektuálek. Zatímco v seriálu měla mytickou podobu, jelikož byla věcí pověr a smyšlenek, ve filmu je zobrazena – a hlavně představuje komplikaci dění pro hlavního, na prezidenta aspirujícího lobbistu. Jednak kvůli nim tzv. Tonda nemůže kandidovat, protože následkem jejich únosu asistenta Žížaly není odevzdán arch s podpisy, jednak tvoří celou jednu vedlejší linii vyprávění. Navrací se i Václav Havel, respektive pro/antagonistova projekce Havla, který vypadá jako Blaník cosplayující nejúspěšnějšího zdejšího disidenta. S ohledem na rozvedení leitmotivu mravní krize, započaté v *Kanceláři* a rozpracované v *Prezidentovi*, může jinak v podstatě neměnná, epizodu od epizody stejná postava procházet v celovečerním filmu vývojem.

Kancelář, *Prezident* i pozdější *Republika* (2020) užívají paradokumentárního stylu, kdy dochází k častému porušování pravidla osy, zběsile se transfokuje a zoomuje, jako kdyby snímání bylo nahodilé, a převládají expresivní detaily obličejů i části oblečení, případně polocelky a americké plány pro lepší zorientování se. Vytváření zdání autentičnosti, inspirované poetikou britcomu *Je to soda* (The Thick of It, 2005–2012) Armanda Iannucioho, je vyvažováno konvenční strukturou, jež v bodech obratu transmediálně prováže film s předcházejícím seriálem.

I *Vyšehrad: Fyilm* (2022) představuje značně konvencionalizovanou verzi transmediality, protože usnadňuje porozumění i publiku neobeznámenému s webseriálem. Napomohl tomu i *Vyšehrad: Seryjál* (2022), který byl sestříhem jednotlivých dílů, obohaceným o protagonistův komentář mimo obraz a zarámovaným flashforwardem. Zajímavé je, že i přes uzpůsobení transmediálního vyprávění normám média je volena obdobná strategie jako u *Blaníka*.

Seriál ve svých přibližně desetiminutových epizodách fungoval tak, že co díl, to převážně jedno uzavřené vyprávění, které se ale ke konci první řady stávalo čím dál tím otevřenějším a návaznějším. Humor byl založen buď na running-gagu (například část *Kabelka* se záměnou titulní rekvizity), který se povětšinou omezoval na jeden díl, nebo na rozporu mezi řečeným a ve vzpomínkové pasáži ukázaným (například při dialogu trenéra a píáristy v *Charitě*). Komika vycházela z kontrastu mezi hyperbolizovanou verzí bulvárních stereotypů o profesionálním fotbalistovi a jeho konfrontací s ostatními postavami, redukovanými na jeden dva znaky, ale vzdálenými vyloženě karikaturnímu pojetí. *Seryjál* přidáním flashforwardu, ve kterém je protagonista Lavi držen v zajetí, a voice-overu oslovujícího přímo publikum vzbudil diváckou zvědavost otázkou, jak se do zmíněné situace dostal – a jak se z ní případně vymaní.

Sestřih dílů pro kina odpověď neposkytl, pouze vyvolal klamné zdání, že k únosu a zajetí došlo kvůli dlužným penězům za nezflikovaný zápas. Ve *Fylmu* se ke konci prvního aktu dozvídáme, že vše bylo způsobeno nákladností svatby, jež vyžadovala zapůjčení si finančního obnosu od fotbalové mafie. Odpověď na otázku ze sestřihu je poskytnuta, vzniklá komplikace je vzápětí vyřešena, protože za dluh je zapláceno. Na scénu jsou ale znovuvedeny vedlejší antagonistické postavy, poprvé vizuálně představené v *Seryjálu* a přicházející s další řadou komplikací v profesní rovině jako vydírání šéfa mužstva a hrozba zmrzačení/zabití Laviho ve finálovém zápase. Navrací se i postava hrdinovy matky, která se objevuje ke konci každého aktu, aby byl v závěrečných titulcích rozřešen running-gag spojený s jejím sexuálním vztahem se synovým trenérem. Stejně jako v *Prezidentu Blaníkovi* slouží i ve *Vyšehrad: Fyلم* postavy z webseriálu ke konvenčnějšímu strukturování dlouhometrážního díla. Přizpůsobení se konvencím je i to, že i když seriály díky své epizodičnosti staví na ve výsledku neměnnosti ústředních protagonistů, v *Prezidentovi* i filmovém *Vyšehradu* k jakés takés proměně dojde. Oba snímky se navíc přidržují žánrových schémat a jim odpovídajících vypravěčských vzorců (heistu v prvním a re-marriage komedie v druhém případě), aby i navzdory transmedialitě byly počiny pro plátna co nejvíce klasické a konvenční.

Vyšehrad si i ve své celovečerní podobě ponechal jednoduchý humor založený na kontrastu mezi řečeným a zobrazeným. Nadále zužitkovával retrográdní kontinuitu, když po zpětně připsané partnerce na konci webseriálu byl přidán osmiletý syn. Místo

mikro-narativů v zejména uzavřených, přibližně desetiminutových blocích byla pro celovečerní stopáž upřednostněna větší příčinná provázanost a výstavba do aktů směřujících k jedné určující události (svatba – konec kariéry – zápas).

Blaník i *Vyšehrad* jsou dostupné na platformě Stream, byť druhý transmediální obsah původně vzešel z internetové televize Obbod. Výše bylo argumentováno, že Stream přebral transmediální strategii klasických médií a vznikla dost konvencionalizovaná transmediální rozšíření v podobě filmů. Vedle toho byla ale snaha o diferenciaci na trhu, která nespočívala pouze v uzpůsobení formátu mladšímu publiku (inspirace v zahraničí, kratší délka), nýbrž v navržení díla jakožto transmediálního, a to od samého počátku.

Vlajkovou lodí se stala desktopová „romance” o dospívání *Semestr* (2016) Adama Sedláka a Ondřeje Kopřivy, ve které spolu postavy ke komunikaci používaly i sociální sítě a odkazovaly se na své blogy a hodnocení v databázích. Pro tyto účely jim byly vytvořeny falešné profily, které byly prezentovány jako skutečné, a tak jsme se dodatečné informace o postavách, které prohlubovaly jejich profilaci, dozvídali třeba z toho, jak se projevují na Facebooku, jaké filmy mají mezi oblíbenými na ČSFD, jak tyto komentují a co to o nich prozrazuje, co propagují na svém b/vlogu apod.[22] V počátku tohoto textu byla **jasně vytyčena hranice mezi storytellingem a brandingem**, ovšem *Semestr* přinejmenším **rozostřuje její zprvu zdánlivě jasné kontury**. Definitivně ji setřel, když falešný účet postavy Damiána odkazoval v diskuzi na stránky, kde je možné webseriál zhlédnout.

Podobně k propagaci a vyprávění napříč médii přistoupila Česká televize se svým prvním pořadem určeným pro mládež, i proto uvedeným nejprve na iVysílání – *TBH* (2022) showrunnerky, režisérky a spoluscenáristky Lucie Kajánkové. Webseriál měl tradičnější, přestože web 2.0 využívající propagační kampaň, v jejímž rámci byly na sociálních sítích k vidění rozhovory s herci a herečkami o jejich postavách.[23] A vedle toho byly na TikToku ke zhlédnutí tzv. in-character interviews, ve kterých herci a herečky vystupují za své postavy.[24] Nejen, že byl tímto propagován samotný pořad, protože kampaň byla založena na jednotlivých postavách a případných diváckých sympatiích/antipatiích k nim, ale zároveň jsme se dozvídali více o „hrdinech” a „hrdinkách”, co je odlišuje a co spojuje. Společné mají milostné trápení, případně nějaké psychické problémy, a odlišuje je specifický, pro mládež příznačný jazyk.

Všichni apelativně oslovují publikum, jejich projev zároveň vzbuzuje řadu otázek, které mají navést ke sledování *TBH*, kde by měly být poskytnuty odpovědi.

Transmediální vyprávění je v uvedených případech *Semestru* a *TBH* zároveň transmediálním brandingem, aniž by jedno vylučovalo druhé. Pouze se netvoří a neposiluje značka webseriálů, nýbrž (internetové) televize/platformy, na níž jsou k dispozici. Stream se tak diferencioval na trhu nejen audiovizuálním počinem určeným pro segment publika, který byl veřejnoprávní i komerčními stanicemi dlouhodobě opomíjen (mládež), ale i zvolenou formou seriálu (desktopový narativ) a způsobem vyprávění i propagace (transmedialita). Česká televize osvědčenou marketingovou komunikaci po letech, byť v menším rozsahu, zopakovala. *Semestru* a *TBH* mohla být vzorem i transmedialita teen dramedy *Skam* (2015–2017), [25] dokazující, že extenze mohou fungovat i samostatně, jejich znalost není při sledování seriálu nezbytná (být je obohacující) a že vyprávění zároveň může být i určitou formou brandingu.

Soudobá transmédiá – závěr: transmediální hvězdnost a supersystém/megatext

V posledních letech se podoba transmediality znovu proměnila, a to vlivem projektů jako *ONEMANSHOW: The Movie*, webseriálu pro MALL.TV *#martyisdead* a do stejného světa příběhu zasazené, na jinou skupinu postav se zaměřující *#annaissing* (2023). Stále se jednalo o projekty pro mladé, užitekávající jejich sžití s mediálním prostorem, a tak je oslovující prostřednictvím různých transmediálních extenzí. U těchto rozšíření už nešlo pouze o vyprávění, potažmo vyprávění a budování značky, jak tomu bylo dříve. Místo obsahu, který by byl rozptýlen do několika různých médií, máme spíše co do činění s určitou variantou **supersystému**, jak o tom uvažovala teoretička Marsha Kinder, [26] potažmo **megatextu**, jak o něm psali Jennifer Proffit a Yune Tchoi Jung. [27] V tomto **megatextu/supersystému** se vše stalo součástí jednoho nikoliv obsahu, nýbrž toku rozlévajícího se napříč médii a platformami. Není jedna mateřská loď, od které by bylo vše nutně odvislé a případně zbytné, protože rozmanité pra i para texty se stávají jedním megatextem/supersystémem.

Součástí webseriálu *#martyisdead* a filmu/seriálového sestřihu *#annaissing* se vzhledem k od samého začátku zamýšlenému edukativnímu rozměru stávají i metodické materiály a pracovní listy pro školy, různé výukové materiály k jednotlivým tématům e-bezpečnosti [28] a vůbec náležitosti osvětové kampaně. Už nejde pouze o to, že

bychom mezimediální návaznost rozpoznali podle společných postav, jako když Martyho rodiče jsou vedlejšími, ale pro dění důležitými hráči v *#annaissing*. Podstatná jsou témata, která jsou akcentována a rozpracována v online materiálech. *ONEMANSHOW: The Movie* už vyloženě tvoří tok, který přehrada neudržela, a tak došlo k záplavě České republiky. Do záplavy způsobené Kazmou náleží i veškeré mediální pokrytí, které se vztahovalo k ve filmu nedořešené/film přesahující linii hry. Jednou z v záplavě utonulých je třeba i první epizoda seriálu TV Prima *Eliška a Damián* (2023), ve které měly být obsaženy indicie v podobě znaku k rozluštění kódu pro výhru milionu dolarů. Na rozdíl od obou výše uvedených hashtagových pořadů, v nichž transmediální tok sjednotilo vzdělávací téma hrozeb souvisejících s životem online, je u Kazmy vše – prankový pořad, film, gamifikace, mediální sebe/prezentace – věcí transmediálního branding. Jmenovitě transmediální hvězdnosti,[29] kdy herecká hvězda svůj obraz za pomoci filmu a návazných mediálních výstupů rozšiřuje. Minimálně co do počtu zasažených–potopených, protože ospravedlnit prank v internetovém pořadu pochybným a manipulativním krytím se za dobročinné účely má menší dosah a mediální pokrytí než rozházení milionu (s QR kódy vedoucími na dobročinné účely) z kontejneru a následné pohoršení celebrit.

Konvenční kompozice textu vyžaduje vztažení závěru k začátku a shrnutí poznání s případným nastíněním něčeho dalšího. Ačkoliv jsme se navrátili k *ONEMANSHOW: The Movie*, již jsme začínali článek mapující porevoluční proměny transmediality v tuzemsku, tradiční struktura zde nebude dodržena. I proto, že se od ní česká transmédiá odklonila, čímž reagovala na změny v technickém a mediálním prostředí: od konvencionalizace struktur napříč médii k megatextu/supersystému sloužícímu k hvězdnosti a edukaci.

Poznámky:

[1] ONEMANSHOW: The Movie (2023) – HD TRAILER. BontonfilmCz. *Youtube.com*. Dostupné online: <<https://www.youtube.com/watch?v=45AzfTD6IBs>> [vyd. 13. 7. 2023, cit. 29. 2. 2024].

[2] Pro osvětlení pojmu a konkrétní příklady napříč historie brakové audiovize viz Jiří Blažek, *Gimmick. Kostlivec ve skříni*. In: David Čeněk, Antonín Tesař, Jiří Blažek, Jiří Flígl. *Krev, slzy a sperma: Čítanka filmového braku*. Praha: Casablanca 2017, s.

[3] Viz Martin Pavlík, Fortuna posílá Kazmovi předžalobní výzvu. *SeznamZpravy.cz*. Dostupné online: <<https://www.seznamzpravy.cz/clanek/domaci-zivot-v-cesku-kazma-dostal-kvuli-filmu-predzalobni-vyzvu-od-fortuny-235879>>. [vyd. 1. 9. 2023, cit. 29. 2. 2024].

[4] František Fuka, Jak přesně (ne)vyhrát milion dolarů v Kazmově soutěži. *FFFilm.cz*. Dostupné online: <<https://www.fffilm.cz/2023/08/jak-presne-nevyhrat-milion-dolaru-v.html>> [vyd. 17. 8. 2023, cit. 29. 2. 2024]. Srov. Stanislav Hruška, V Kazmově hře nikdo nevyhrál... Byl to podvod na diváky?. *STANDASHOW – Youtube.com*. Dostupné online: <<https://www.youtube.com/watch?v=NdB9sms7M2k>> [vyd. 17. 8. 2023, cit. 29. 2. 2024]. Srov. Diana Šubrtová, Kazma vyhodil z vrtulníku milion dolarů, lidé na poli cpali peníze do igelitek. *iDnes.cz*. Dostupné online: <https://www.idnes.cz/zpravy/revue/spolecnost/kazma-bartosek-vrtulnik-penize-dolary-milion-onemanshow.A231023_095116_lidicky_sub> [vyd. 23. 10. 2023, cit. 29. 2. 2024]. Srov. Konec hry. Kazma vysypal milion dolarů z vrtulníku na pole. *Stream.cz*. Dostupné online: <<https://www.stream.cz/zajimava-vidoa/konec-hry-kazma-vysypal-milion-dolaru-z-vrtulniku-64703149>> [vyd. 22. 10. 2023, cit. 29. 2. 2024].

[5] Transmediální vyprávění od transmediálního brandingu odlišil například Aaron Michael Smith ve své dizertační práci, viz Aaron Michael Smith, *Transmedia Storytelling in Television 2.0: Strategies for Developing Television Narratives Across Media Platforms*. Middlebury: Middlebury College. Film and Media Culture Department of Middlebury College 2009, s. 24.

V tomto textu pro *Filmový přehled*, zaměřujícím se na proměnu transmediality v porevoluční historii, nebudou zohledňovány transmédia, která jsou pouze brandingem, a transmédia, jejichž obsah v různých médiích vznikal tzv. zespoda, tj. od fanoušků a fanynek. Nebude reflektován Alois Nebel (2011) Tomáše Luňáka, respektive komiks Jaroslava Rudiše a Jaromíra Švejdíka, a na ně navázaná prod-userská tvorba. Pro zájemstvo je k přečtení bakalářská práce Jany Jakeschové, viz Jana Jakeschová, *Alois Nebel jako transmediální kulturní fenomén*. Brno: Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav hudební vědy, Sdružená uměnovědná studia 2012.

Bude opomenuta i tvorba Vojtěcha Maška, u níž bychom našli transmediální přesahy, zejména v relaci komiks – divadlo. O Maškovi bylo pojednáno, ačkoliv s přihlédnutím k problematice intermediality, již dříve, viz Marek Slovák, Arvéd potřetí: intermediální poetika Vojtěcha Maška. *Filmový přehled*. Dostupné online: <
<https://www.filmovyprehled.cz/cs/revue/detail/arved-potretri-intermedialni-poetika-vojtecha-masko>> [vyd. 19. 6. 2023, cit. 29. 2. 2024].

[6] Celá kapitola viz Henry Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press: Revised Edition 2008, s. 93–130. Citovaná pasáž viz Henry Jenkins, c. d., s. 95–96.

U nás byla napsána celá řada bakalářských i diplomových (nikoliv však dizertačních) prací, které Jenkinsem popularizovaný pojem konceptualizovaly po svém. Některé byly analytickým pojednáním o vybraném transmediálním díle, které má jako své jádro film, případně seriál, od nichž se odvíjí extenze, např.: Tereza Lišková, *Narativní struktury, mytologizace a transmediální vyprávění na příběhu Hvězdných válek*. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd 2014; Valerie Vitoušová, *Transmediální vyprávění fikčního světa Star Wars*. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd 2013; Petr Hájek, *Transmediální narace současného amerického seriálu na příkladu televizní série Ztracení (sic!)*. Brno: Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Teorie interaktivních médií 2012; Křtinya Chmelíková, *Narativně komplexní seriál a jeho transmediální extenze: Případová studie amerického seriálu Battlestar Galactica*. Brno: Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav filmu a audiovizuální kultury 2012.

Ve výjimečných případech došlo k odklonu a transmedialita byla spíše záminkou, potažmo sjednocujícím principem v pracích zaměřených na feminismus, uživatelskou aktivitu fanouškovské obce či na způsob budování hvězdného statusu neomezujícího se na jedno médium, viz Patrik Kratochvíl, „*To zas byl Perný den*“: *Transmediální přesuny kapely The Beatles mezi hudebním průmyslem a kinematografií*. Brno: Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav filmu a audiovizuální kultury, Teorie a dějiny filmu a audiovizuální kultury 2023; Yelyzaveta Romanova, *Feminismus v transmediálním storytellingu Marvel: reprezentace žen ve vesmíru The Defenders na Netflixu*. Brno: Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav hudební vědy, Teorie interaktivních médií 2020; Jana Jakeschová, *Alois Nebel jako transmediální kulturní*

fenomén. Brno: Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav hudební vědy, Sdružená uměnovědná studia 2012.

[7] Henry Jenkins, c. d., s. 95.

[8] Kateřina Nič Husárová, *Kazma zakopal v Kladně auto s milionem v kufru. Vyhrabal ho Jakub z Karlovarska*. Deník.cz. Dostupné online: <

[https://www.denik.cz/regiony/kazma-kladno-oaza-auto-milion-korun-auto-](https://www.denik.cz/regiony/kazma-kladno-oaza-auto-milion-korun-auto-20210628.html)

[20210628.html](https://www.denik.cz/regiony/kazma-kladno-oaza-auto-milion-korun-auto-20210628.html)> [vyd. 28. 6. 2021, cit. 29. 2. 2024]. Viz *Kazma si vystřelil z pořadu*

Prostřeno. Odhalil praktiky reality show a poukázal na málo známou nemoc.

Aktuálně.cz. Dostupné online: <[https://magazin.aktualne.cz/televize/porad-na-](https://magazin.aktualne.cz/televize/porad-na-streamu-si-udelal-dobry-den-z-prostreno-chteli-pomo/r~e719126e3aec11e7a557002590604f2e/)

[streamu-si-udelal-dobry-den-z-prostreno-chteli-](https://magazin.aktualne.cz/televize/porad-na-streamu-si-udelal-dobry-den-z-prostreno-chteli-pomo/r~e719126e3aec11e7a557002590604f2e/)

[pomo/r~e719126e3aec11e7a557002590604f2e/](https://magazin.aktualne.cz/televize/porad-na-streamu-si-udelal-dobry-den-z-prostreno-chteli-pomo/r~e719126e3aec11e7a557002590604f2e/)> [vyd. 17. 5. 2017, cit. 29. 2. 2024].

Srov. EXTRA.CZ, *Kazma není zas takovej frajer. Štáb Prostřena o všem věděl!*.

EXTRA.CZ – Youtube.com. Dostupné online: <

<https://www.youtube.com/watch?v=mrP1PDjBUfk>> [vyd. 17. 5. 2017, cit. 29. 2.

2024].

[9] Výherce/výherkyně obdržel/a třicet tisíc dánských korun a možnost zahrát si jako komparz v nadcházejícím Trierově filmu. Viz Wendy Mitchell, *Lars von Trier unveils*

Lookey concept. *ScreenDaily.com*. Dostupné online: <

<https://www.screendaily.com/lars-von-trier-unveils-lookey-concept/4029856.article>>

[vyd. 6. 12. 2006, cit. 29. 2. 2024].

[10] ČRzprávy, *Kazma zveřejnil záběry útoku na trezor na Výstavišti*. *ČRzprávy –*

Youtube.com. Dostupné online: <https://www.youtube.com/watch?v=XGu28g_j_-0>

[vyd. 31. 8. 2023, cit. 29. 2. 2024]. Viz Veronika Víchová, *Cizinec se kovovou tyčí*

dobýval ke Kazmovu pokladu, zasáhla ochranka. *iDnes.cz*. Dostupné online: <

[https://www.idnes.cz/praha/zpravy/onemanshow-kazma-trezor-milion-dolaru-tyc-](https://www.idnes.cz/praha/zpravy/onemanshow-kazma-trezor-milion-dolaru-tyc-kradez-ochranka.A230831_105206_praha-zpravy_vich)

[kradez-ochranka.A230831_105206_praha-zpravy_vich](https://www.idnes.cz/praha/zpravy/onemanshow-kazma-trezor-milion-dolaru-tyc-kradez-ochranka.A230831_105206_praha-zpravy_vich)> [vyd. 31. 8. 2023, cit. 29. 2.

2024].

[11] Srov. Kateřina Svatoňová, *2 ½ D aneb prostor (ve) filmu v kontextu literatury a*

výtvarného umění. Praha: Casablanca 2008, s. 157. S ohledem na nepřesnou dataci a

méně přesnou deskripci u Svatoňové srov. hub, *České hrady a zámky. Filmový přehled*.

Dostupné online: <[https://www.filmovyprehled.cz/cs/film/395146/ceske-hrady-a-](https://www.filmovyprehled.cz/cs/film/395146/ceske-hrady-a)

zamky>.

[12] Viz ČT24, *Kino Lucerna slaví stovku filmem – od Hašlera po Idiota*. ČT24.cz. Dostupné online: <<https://ct24.ceskatelevize.cz/clanek/kultura/kino-lucerna-slavi-stovku-filmem-od-haslera-po-idiota-188546>> [vyd. 4. 10. 2009, cit. 29. 2. 2024].

[13] Viz Dagmar Šperková, *Burianův princip Theatregraph*. Brno: Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Katedra divadelních studií při Semináři estetiky, Teorie a dějiny divadla 2008.

[14] Uncle Josh/Rube Films je označení pro povětšinou krátkometrážní díla, která atrakci v podobě samotného média začleňovala do vyprávění jakožto film ve filmu, s nímž interagovala zpravidla naivní, iluzi reprezentaci reality podléhající postava. Badatel Thomas Elsaesser je považoval za součást přechodné fáze mezi kinematografií atrakcí a narativní integrací. Viz Thomas Elsaesser, *Discipline through Diegesis: The Rube Film between „Attractions“ and „Narrative Integration“*. In Wanda Strauven (ed.), *The Cinema of Attractions Reloaded*. Amsterdam: Amsterdam University Press 2007, s. 205–223.

[15] „Televizní producent by měl začlenit strategické mezery do jádrového narativu a vyhradit tyto mezery na vyplnění prostřednictvím extenzí. (...) Extenze by měly být chápány jako samostatné.“ Viz Aaron Michael Smith, c. d., s. 43, 48, 51. Srov. „[Ideální forma] vypadá tak, že každé médium dělá, co umí nejlépe – příběh je představen ve filmu, rozšířen v televizi, románech a komiksech; svět může být prozkoumán v hrách či zažit v zábavních parcích na atrakcích. Každá část franšízy musí být samostatná, aby nebylo třeba vidět film pro vychutnání si hry a vice versa. Každý daný produkt představuje vstupní bod do franšízy jako celku.“ Viz Henry Jenkins, c. d., s. 96.

[16] O Ester Krumbachové sice bylo uvažováno jako o transmediální umělkyni, protože její návrhy a vyhotovené kostýmy i rekvizity mnohdy migrovaly mezi různými médii, ale aplikace pojmu/konceptu transmediality by zde byla příliš volná. Viz Šárka Gmíterková, *Všechny ty siluety, barvy a klobouky...: Ester Krumbachová jako kostýmní výtvarnice*. In: Edith Jeřábková, Kateřina Svatoňová (eds.), *Ester Krumbachová*. Praha: UMPRUMP 2022, s. 88–101. O Jaroslavu Kučerovi bylo uvažováno jako o umělci, jehož fotografické–kameremanské oko se projevovalo v různých uměleckých odvětvích, viz

Kateřina Svatoňov, *Mezi-obrazy: Mediální praktiky kameramana Jaroslava Kučery*. Praha: Filozofická fakulta UK v Praze, MasterFilm a Národní filmov archiv 2016. Multimedln přesahy skupiny Devětsil zmapovala Lucie Česlkov, viz Lucie Česlkov, *Shoraskrzněcopřes. Filmov avantgarda v uměleckém, politickém a filmově-průmyslovém kontextu*. In: *Brněnský Devětsil a multimedln přesahy umělecké avantgardy*. Brno: Moravsk galerie v Brně 2014, s. 93–130.

[17] Oldřichu Novému jakožto transmediln hvězdě (koncept, k němuž se text vztáhne později), budující svou hvězdnot napřch divadlem, filmem a gramodeskami, se v monografick studii věnovala Šárka Gmiterkov. Viz Šárka Gmiterkov, *ON: Kristian v montérkách*. Praha: Národní filmov archiv 2022.

[18] Geoffrey Long, *Transmedia Storytelling: Business, Aesthetics and Production at the Jim Henson Company*. Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology, Comparative Media Studies of the MIT 2007, s. 20–21.

[19] Náhledy komiksu jsou k dispozici na oficiálních stránkách, viz Samotáři, Comics. *Samotari.cz*. Dostupné online: <<http://www.samotari.cz/comics/comics.htm>> [cit. 29. 2. 2024]. Informace o dlouhodobě vyprodanm disku, na němž je dostupné transmediln extenze, tamtéž viz Samotáři, DVD. *Samotari.cz*. Dostupné online: <<http://www.samotari.cz/english/dvd.htm>> [cit. 29. 2. 2024]; Samotáři, VHS & DVD – BONUSOV MATERIÁLY NA DVD. *Samotari.cz*. Dostupné online: <<http://www.samotari.cz/novinky/video.htm>> [cit. 29. 2. 2024].

[20] Přechod ze streamu na plátno mohl být dán nejen osvojenm tradičního modelu, ale i snahou o napodoben nedávného úspěchu s filmem *Okresní přebor – Posledn zápas Pepika Hntka* (2012), kter byl kinoprequelem divácky populárního seriálu TV Nova *Okresní přebor* (2010) stejného tvůrčího tmu Jan Prušinovsk–Petr Kolečko. „Předpokračovn“ si npaditm způsobem pohřvalo s předpoklady publika znalého následného seriálu, protože jedna z podzpletek ohledně krádeže kvůli dluhu z hazardu vedla ve snímku překvapiv k jin postavě, nž jak byla zvisl na hazardu v seriálu. Dvojím typem diváctví, souvisejícím se znalostí jádrového transmediálního narativu, se zabývala v bakalřsk práci Karolína Petrasov. Viz Karolína Petrasov, *Animatrix: Taktiky budovania fikčnho sveta pre dvoch typov divákov*. Brno: Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav filmu a audiovizuální kultury 2020.

[21] Srov. Jakub Plášek, *Blaník: Od webseriálu k celovečernímu filmu*. Brno: Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav filmu a audiovizuální kultury 2019.

[22] Více o desktopových narativech viz Marek Slovák, Online na obrazovce i offline mimo ni. Screenlife po česku. *Filmový přehled*. Dostupné online: <<https://www.filmovyprehled.cz/cs/revue/detail/online-na-obrazovce-i-offline-mimo-ni-screenlife-po-cesku>> [vyd. 20. 10. 2023, cit. 29. 2. 2024]. O transmediálních extenzích *Semestru* s ohledem na profilaci postav bylo více pojednáno v poznámce pod čarou č. 23 tamtéž. Pro samotná rozšíření webseriálu napříč médii, respektive různými platformami, viz streamcz, Chic Pauline: VLOG – What’s in my bag?! (ALDO kabelka ze ZOOTu). *Youtube.com* – kanál Chic Pauline. Dostupné online: <<https://www.youtube.com/watch?v=GmgaSqQcgRM>> [vyd. 20. 10. 2018, cit. 29. 2. 2024]; Chic Pauline. Dostupné online: <<http://chic-pauline.blogspot.com>> [cit. 29. 2. 2024]; Chic Pauline. *Instagram.com*. NEdostupné online: <https://www.instagram.com/chic_pauline> [cit. 29. 2. 2024]; DamienThorn. *Česko-Slovenská filmová databáze.cz*. Dostupné online: <<https://www.csfd.cz/uzivatel/591087-damienthorn/o-mne>> [vyd. 5. 6. 2016, cit. 29. 2. 2024]; Vila.Amalka. *Česko-Slovenská filmová databáze.cz*. Dostupné online: <<https://www.csfd.cz/uzivatel/591065-vila-amalka/o-mne>> [vyd. 5. 6. 2016, cit. 29. 2. 2024].

[23] Rozhovory byly pořizeny se všemi představiteli a představitelkami náctiletých postav, viz CeskaTelevizeTV, *TBH – Vojtěch Franců o postavě Lukyho*. *Youtube.com*. Dostupné online: <<https://www.youtube.com/shorts/oi5p7YJNPsc>> [cit. 29. 2. 2024]; CeskaTelevizeTV, *TBH – Kanwar Šulc o postavě Pepy*. *Youtube.com*. Dostupné online: <<https://www.youtube.com/shorts/1d10PPYLbHg>> [cit. 29. 2. 2024]; CeskaTelevizeTV, *TBH – Tomáš Dalecký o postavě Toma*. *Youtube.com*. Dostupné online: <<https://www.youtube.com/shorts/hr-cb728JPM>> [cit. 29. 2. 2024]; CeskaTelevizeTV, *TBH – Filip Srbecký o postavě Tondy*. *Youtube.com*. Dostupné online: <<https://www.youtube.com/shorts/YQ01imZFLzw>> [cit. 29. 2. 2024]; CeskaTelevizeTV, *TBH – Jiří Hába o postavě Pavla*. *Youtube.com*. Dostupné online: <<https://www.youtube.com/shorts/QCdetappxZg>> [cit. 29. 2. 2024]; CeskaTelevizeTV, *TBH – Martina Jindrová o postavě Nesy*. *Youtube.com*. Dostupné online: <<https://www.youtube.com/shorts/mVRjWaNDLuE>> [cit. 29. 2. 2024]; CeskaTelevizeTV, *TBH – Bára Horčíčková o postavě Nikol*. *Youtube.com*. Dostupné online: <

<https://www.youtube.com/shorts/EHLDV1wEljo>> [cit. 29. 2. 2024]

[24] Na TikToku, cílícím na nejmladší publikum, byl k vidění rozhovor s Pavlem, viz *Česká televize – TikTok.com*. Dostupné online: <
<https://www.tiktok.com/@ceskatelevize/video/7068570327915171077>> [vyd. 25. 2. 2022, cit. 29. 2. 2024]; s Májou, viz *Česká televize – TikTok.com*. Dostupné online: <
<https://www.tiktok.com/@ceskatelevize/video/7067814258221862149>> [vyd. 25. 2. 2022, cit. 29. 2. 2024]; s Lukym, viz *Česká televize – TikTok.com*. Dostupné online: <
<https://www.tiktok.com/@ceskatelevize/video/7067102906448678149>> [vyd. 21. 2. 2022, cit. 29. 2. 2024]; a s Nessou, a to hned dvakrát, viz *Česká televize – TikTok.com*. Dostupné online: <
<https://www.tiktok.com/@ceskatelevize/video/7073117125644274949>> [vyd. 9. 3. 2022, cit. 29. 2. 2024]. a *Česká televize – TikTok.com*. Dostupné online: <
<https://www.tiktok.com/@ceskatelevize/video/7066410211954674949>> [vyd. 19. 2. 2022, cit. 29. 2. 2024].

[25] Viz Martina Dutá, *Skam: žánrová analýza a (trans)mediální vyprávění*. Olomouc: Univerzita Palackého, Katedra divadelních a filmových studií, Teorie a dějiny dramatických umění 2018. Dostupné online: <
https://theses.cz/id/gb9htn/Martina_Dut-_Skam.pdf> [cit. 29. 2. 2024].

[26] Spíše kulturologická teoretička Marsha Kinder užívala pojem supersystém pro oslovení prostřednictvím několik mediálních platforem, přičemž se ve svém výzkumu zaměřovala na franšizy cílící primárně na dětské publikum. Její výčtová, zbytečně moc podmínek si kladoucí definice je následující: „*Síť intertextuality konstruovaná kolem fiktivních nebo reálných postav nebo skupiny postav z populární kultury (...). Pro to, aby šlo o supersystém, je třeba překročit několik modů produkce obrazu; musí se oslovovat různé generace, třídy, etnické subkultury, na které se cílí rozmanitými strategiemi; musí se posílit sběratelství prostřednictvím šíření přidružených produktů; musí dojít k náhlému navýšení komodifikace, úspěchu, který se stane ,mediální událostí, která dramaticky navýší křivku růstu komerčního úspěchu systému.*“ Viz Marsha Kinder, *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. California: University of California Press 1993, s. 123.

[27] Megatextem se míní spojení textů z různých médií a platform. Na místo transmediality, kdy je obsah rozdělen do několika médií, se uvažuje v intencích toku, do kterého jsou zařazeny nejen pre i para texty, mezi něž Proffit a Djung řadí například i making of materiál(y) a intertextové vazby. Viz Jennifer M. Proffit, Yune Tchoi Djung, Plugging Back Into The Matrix. The Intertextual Flow of Corporate Media Commodities. *Journal of Communication Inquiry* 31, č. 3 (červenec 2007), s. 239–254. Srov. s Ruppelovou reakcí, že takové textuální pojetí transmediality narušuje rozdělení mezi příběhem a tokem, viz Marc Nathaniel Ruppel, *Visualizing Transmedia Networks: Links, Paths and Peripheries*. Maryland: University of Maryland. Faculty of the Graduate School of the University of Maryland 2012.

[28] Pro #martyisdead i #annaissing vznikly ve spolupráci MALL TV, O2 TV a za přispění dalších iniciativ metodické materiály i osvětové stránky, které řeší motivy a témata spojená s oběma pořady: kybernetická šikana, sociální sítě, digitální stopa, sexuální predátoři, zdraví v online prostředí. Pro první webseriál viz #výuka. MALL.TV. Dostupné online: <<https://martyisdead.mall.tv/vyuka>> [cit. 29. 2. 2024].

#martyisdead. Bezpecnevsiti.cz. Dostupné online: <<https://bezpecnevsiti.cz/kategorie/martyisdead>> [cit. 29. 2. 2024]. Pro druhý kinofilm/střihovou verzi v podobě webseriálu viz *annaissing.com*. Dostupné online: <<https://annaissing.com>> [cit. 29. 2. 2024]. Viz #annaissing_metodika. Google Drive. Dostupné online: <<https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1PYlwjZqoaBK2kJXilkY-x5wFyiMpz75f>>. [cit. 29. 2. 2024].

[29] Star studies čili bádání v oblasti konstrukce hvězdných obrazů popularizoval britský teoretik Richard Dyer. Na něj navázala Julie Lobalzo Wright, která v monografii *Crossover Stardom: Popular Male Music Stars in American Cinema* představila koncept transmediální hvězdnosti (crossover stardom). Analytické a interpretační výstupy související s transmediální hvězdností si všímají přechodu hvězdy z jednoho média do dalšího, jak je obraz udržován, pozměňován, posouván apod. Wright se zabývala hudebníky; u nás byla problematice zasvěcena práce o kapele *The Beatles* na příkladu snímku *Perný den* (*A Hard Day's Night*, 1964) Richarda Lestera. Viz Patrik Kratochvíl, „*To zas byl Perný den*“: *Transmediální přesuny kapely The Beatles mezi hudebním průmyslem a kinematografií*. Brno: Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav

filmu a audiovizuální kultury, *Teorie a dějiny filmu a audiovizuální kultury 2023*, s. 5–9.

Zdroje:

Knihy:

Edith Jeřábková, Kateřina Svatoňová (eds.), *Ester Krumbachová*. Praha: UMPRUMP 2022.

Šárka Gmitterková, *ON: Kristian v montérkách*. Praha: Národní filmový archiv 2022.

David Čeněk, Antonín Tesař, Jiří Blažek, Jiří Flígl. *Krev, slzy a sperma: Čítanka filmového braku*. Praha: Casablanca 2017.

Kateřina Svatoňová, *Mezi-obrazy: Mediální praktiky kameramana Jaroslava Kučery*. Praha: Filozofická fakulta UK v Praze, MasterFilm a Národní filmový archiv 2016.

Lucie Česálková, Petr Ingerle, *Brněnský Devětsil a multimediální přesahy umělecké avantgardy*. Brno: Moravská galerie v Brně 2014.

Henry Jenkins, *Convergence Culture: Where Old and New Media Collide*. New York: NYU Press: Revised Edition 2008.

Kateřina Svatoňová, *2 ½ D aneb prostor (ve) filmu v kontextu literatury a výtvarného umění*. Praha: Casablanca 2008.

Wanda Strauven (ed.), *The Cinema of Attractions Reloaded*. Amsterdam: Amsterdam University Press 2007.

Marsha Kinder, *Playing with Power in Movies, Television, and Video Games: From Muppet Babies to Teenage Mutant Ninja Turtles*. California: University of California Press 1993.

Diplomové/dizertační práce:

Patrik Kratochvíl, „*To zas byl Perný den*“: *Transmediální přesuny kapely The Beatles mezi hudebním průmyslem a kinematografií*. Brno: Masarykova univerzita, Filozofická

fakulta, Ústav filmu a audiovizuální kultury, Teorie a dějiny filmu a audiovizuální kultury 2023.

Karolína Petrasová, *Animatrix: Taktiky budovania fikčného sveta pre dvoch typov divákov*. Brno: Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav filmu a audiovizuální kultury 2020.

Jakub Plášek, *Blaník: Od webseriálu k celovečernímu filmu*. Brno: Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav filmu a audiovizuální kultury 2019.

Martina Dutá, *Skam: žánrová analýza a (trans)mediální vyprávění*. Olomouc: Univerzita Palackého, Katedra divadelních a filmových studií, Teorie a dějiny dramatických umění 2018. Dostupné online: <https://theses.cz/id/gb9htn/Martina_Dut-_Skam.pdf> [cit. 29. 2. 2024].

Yelyzaveta Romanova, *Feminismus v transmediálním storytellingu Marvel: reprezentace žen ve vesmíru The Defenders na Netflixu*. Brno: Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav hudební vědy, Teorie interaktivních médií 2020.

Tereza Lišková, *Narativní struktury, mytologizace a transmediální vyprávění na příběhu Hvězdných válek*. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd 2014.

Valerie Vitoušová, *Transmediální vyprávění fikčního světa Star Wars*. Praha: Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd 2013.

Jakeschová Jana, DiS., *Alois Nebel jako transmediální kulturní fenomén*. Brno: Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav hudební vědy, Sdružená uměnovědná studia 2012.

Kristýna Chmelíková, *Narativně komplexní seriál a jeho transmediální extenze: Případová studie amerického seriálu Battlestar Galactica*. Brno: Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Ústav filmu a audiovizuální kultury 2012.

Petr Hájek, *Transmediální narace současného amerického seriálu na příkladu televizní série Ztracení (sic!)*. Brno: Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Teorie interaktivních médií 2012.

Dagmar Šperková, *Burianův princip Theatregraph*. Brno: Masarykova univerzita, Filozofická fakulta, Katedra divadelních studií při Semináři estetiky, Teorie a dějiny divadla 2008.

Diplomové/dizertační práce – zahraniční:

Marc Nathaniel Ruppel, *Visualizing Transmedia Networks: Links, Paths and Peripheries*. Maryland: University of Maryland. Faculty of the Graduate School of the University of Maryland 2012.

Aaron Michael Smith, *Transmedia Storytelling in Television 2.0: Strategies for Developing Television Narratives Across Media Platforms*. Middlebury: Middlebury College Film and Media Culture Department of Middlebury College 2009.

Geoffrey Long, *Transmedia Storytelling: Business, Aesthetics and Production at the Jim Henson Company*. Massachusetts: Massachusetts Institute of Technology. Comparative Media Studies of the MIT 2007.

Studie, časopisecké texty, kapitoly z knih:

Jiří Blažek, Gimmick. Kostlivec ve skříni. In: David Čeněk, Antonín Tesař, Jiří Blažek, Jiří Flígl. *Krev, slzy a sperma: Čítanka filmového braku*. Praha: Casablanca 2017, s. 56–83.

Lucie Česálková, Shoraskrzněcopřes. Filmová avantgarda v uměleckém, politickém a filmově-průmyslovém kontextu. In: *Brněnský Devětsil a multimediální přesahy umělecké avantgardy* s. 93–130. Brno: Moravská galerie v Brně 2014.

Thomas Elsaesser, Discipline through Diegesis: The Rube Film between „Attractions“ and „Narrative Integration“. In Wanda Strauven (ed.), *The Cinema of Attractions Reloaded*. Amsterdam: Amsterdam University Press 2007, s. 205–223.

Jennifer M. Proffit, Yune Tchoi Jung, Plugging Back Into The Matrix The Intertextual Flow of Corporate Media Commodities. *Journal of Communication Inquiry* 31, č. 3 (červenec 2007), s. 239–254.

Internetové zdroje:

Marek Slovák, Arvéd potřetí: intermediální poetika Vojtěcha Maška. *Filmový přehled*. Dostupné online: <<https://www.filmovyprehled.cz/cs/revue/detail/arved-potreti-intermedialni-poetika-vojtecha-mask>> [vyd. 19. 6. 2023, cit. 29. 2. 2024].

Marek Slovák, Online na obrazovce i offline mimo ni. Screenlife po česku. *Filmový přehled*. Dostupné online: <<https://www.filmovyprehled.cz/cs/revue/detail/online-na-obrazovce-i-offline-mimo-ni-screenlife-po-cesku>> [vyd. 20. 10. 2023, cit. 29. 2. 2024].

Viz ČT24, *Kino Lucerna slaví stovku filmem – od Hašlera po Idiota*. ČT24.cz. Dostupné online: <<https://ct24.ceskatelevize.cz/clanek/kultura/kino-lucerna-slavi-stovku-filmem-od-haslera-po-idiota-188546>> [vyd. 4. 10. 2009, cit. 29. 2. 2024].

Wendy Mitchell, Lars von Trier unveils Lookey concept. *ScreenDaily.com*. Dostupné online: <<https://www.screendaily.com/lars-von-trier-unveils-lookey-concept/4029856.article>> [vyd. 6. 12. 2006, cit. 29. 2. 2024].

Internetové zdroje – ONEMANSHOW:

ONEMANSHOW: The Movie (2023) – HD TRAILER. BontonfilmCz. *Youtube.com*. Dostupné online: <<https://www.youtube.com/watch?v=45AzfTD6IBs>> [vyd. 13. 7. 2023, cit. 29. 2. 2024].

František Fuka, Jak přesně (ne)vyhrát milion dolarů v Kazmově soutěži. *FFFilm.cz*. Dostupné online: <<https://www.fffilm.cz/2023/08/jak-presne-nevyhrat-milion-dolaru-v.html>> [vyd. 17. 8. 2023, cit. 29. 2. 2024].

Martin Pavlík, Fortuna posílá Kazmovi předžalobní výzvu. *SeznamZpravy.cz*. Dostupné online: <<https://www.seznamzpravy.cz/clanek/domaci-zivot-v-cesku-kazma-dostal-kvuli-filmu-predzalobni-vyzvu-od-fortuny-235879>>. [vyd. 1. 9. 2023, cit. 29. 2. 2024].

Stanislav Hruška, V Kazmově hře nikdo nevyhrál..... Byl to podvod na diváky?. *STANDASHOW – Youtube.com*. Dostupné online: <<https://www.youtube.com/watch?v=NdB9sms7M2k>> [vyd. 17. 8. 2023, cit. 29. 2. 2024].

Diana Šubrtová, Kazma vyhodil z vrtulníku milion dolarů, lidé na poli cpali peníze do igelitek. *iDnes.cz*. Dostupné online: <https://www.idnes.cz/zpravy/revue/spolecnost/kazma-bartosek-vrtulnik-penize-dolary-milion-onemanshow.A231023_095116_lidicky_sub>. [vyd. 23. 10. 2023, cit. 29. 2. 2024].

Viz Konec hry. Kazma vysypal milion dolarů z vrtulníku na pole. *Stream.cz*. Dostupné online: <<https://www.stream.cz/zajimava-veda/konec-hry-kazma-vysypal-milion-dolaru-z-vrtulniku-64703149>> [vyd. 22. 10. 2023, cit. 29. 2. 2024].

Internetové zdroje – #martyisdead a #annaissing.com:

#výuka. MALL.TV. Dostupné online: <<https://martyisdead.mall.tv/vyuka>> [cit. 29. 2. 2024].

#martyisdead. Bezpecnevsiti.cz. Dostupné online: <<https://bezpecnevsiti.cz/kategorie/martyisdead>> [cit. 29. 2. 2024].

#annaissing.com. Dostupné online: <<https://annaissing.com>> [cit. 29. 2. 2024].

#annaissing_metodika. Google Drive. Dostupné online: <<https://drive.google.com/drive/u/0/folders/1PYlwjZqoaBK2kJXilkY-x5wFyiMpz75f>>. [cit. 29. 2. 2024].

Internetové zdroje – TBH:

Česká televize – *TikTok.com*. Dostupné online: <<https://www.tiktok.com/@ceskatelevize/video/7068570327915171077>> [vyd. 25. 2. 2022, cit. 29. 2. 2024]

Česká televize – *TikTok.com*. Dostupné online: <<https://www.tiktok.com/@ceskatelevize/video/7067814258221862149>> [vyd. 25. 2. 2022, cit. 29. 2. 2024]

Česká televize – *TikTok.com*. Dostupné online: <<https://www.tiktok.com/@ceskatelevize/video/7067102906448678149>> [vyd. 21. 2. 2022, cit. 29. 2. 2024]

Česká televize – TikTok.com. Dostupné online: <
<https://www.tiktok.com/@ceskatelevize/video/7073117125644274949>> [vyd. 9. 3.
2022, cit. 29. 2. 2024].

Česká televize – TikTok.com. Dostupné online: <
<https://www.tiktok.com/@ceskatelevize/video/7066410211954674949>> [vyd. 19. 2.
2022, cit. 29. 2. 2024].

CeskaTelevizeTV, TBH – Vojtěch Franců o postavě Lukyho. Youtube.com. Dostupné
online: <<https://www.youtube.com/shorts/oi5p7YJNPsc>> [cit. 29. 2. 2024].

CeskaTelevizeTV, TBH – Kanwar Šulc o postavě Pepy. Youtube.com. Dostupné online:
<<https://www.youtube.com/shorts/1d10PPYLbHg>> [cit. 29. 2. 2024].

CeskaTelevizeTV, TBH – Tomáš Dalecký o postavě Toma. Youtube.com. Dostupné
online: <<https://www.youtube.com/shorts/hr-cb728JPM>> [cit. 29. 2. 2024].

CeskaTelevizeTV, TBH – Filip Srbecký o postavě Tondy. Youtube.com. Dostupné online:
<<https://www.youtube.com/shorts/YQ01imZFLzw>> [cit. 29. 2. 2024].

CeskaTelevizeTV, TBH – Jiří Hába o postavě Pavla. Youtube.com. Dostupné online: <
<https://www.youtube.com/shorts/QCdetappxZg>> [cit. 29. 2. 2024].

CeskaTelevizeTV, TBH – Martina Jindrová o postavě Nessy. Youtube.com. Dostupné
online: <<https://www.youtube.com/shorts/mVRjWaNDLuE>> [cit. 29. 2. 2024].

CeskaTelevizeTV, TBH – Bára Horčíčková o postavě Nikol. Youtube.com. Dostupné
online: <<https://www.youtube.com/shorts/EHLDV1wEljo>> [cit. 29. 2. 2024].

Internetové zdroje – Semestr:

stream.cz, Chic Pauline: VLOG – What's in my bag?! (ALDO kabelka ze ZOOTu).

Youtube.com – kanál Chic Pauline. Dostupné online: <
<https://www.youtube.com/watch?v=GmgaSqQcgRM>> [vyd. 20. 10. 2018, cit. 29. 2.
2024].

Chic Pauline. Dostupné online: <<http://chic-pauline.blogspot.com>> [cit. 29. 2. 2024].

Chic Pauline. *Instagram.com*. NE dostupné online: <
https://www.instagram.com/chic_pauline> [cit. 29. 2. 2024].

DamienThorn. *Česko-Slovenská filmová databáze.cz*. Dostupné online: <
<https://www.csfd.cz/uzivatel/591087-damienthorn/o-mne>> [vyd. 5. 6. 2016, cit. 29.
2. 2024]. Vila.Amalka. *Česko-Slovenská filmová databáze.cz*. Dostupné online: <
<https://www.csfd.cz/uzivatel/591065-vila-amalka/o-mne>> [vyd. 5. 6. 2016, cit. 29. 2.
2024].