

Způsoby distribuce filmového díla

BcA. Milan Mareš

Diplomová práce
2012



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ústav animace a audiovizu
akademický rok: 2011/2012

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **BcA. Milan MAREŠ**
Osobní číslo: **K09324**
Studijní program: **N 8209 Teorie a praxe audiovizuální tvorby**
Studijní obor: **Kamera**

Téma práce: **1. Teoretická část:
Způsoby distribuce filmového díla**
**2. Praktická část:
Desertino Montaneros, dokumentární film, kamera**

Zásady pro vypracování:

1. Teoretická část:

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

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

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

2. Praktická část:

Výstupní dílo předložte na 3 ks DVD ve formátu PAL_DVD-video a 1 ks MiniDV (nosiče řádně popište). Součástí celé práce budou vyplněné a předané formuláře pro OSA, NFA, Prohlášení autora diplomové práce a podklady pro katalog FMK UTB ve Zlíně.

Na samostatném nosiči CD-ROM odevzdejte v minimálním počtu 10 kusů obrazovou dokumentaci praktické části závěrečné práce pro využití v publikacích FMK. Formát

pro bitmapové podklady: JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250 mm delší strana. Formáty pro vektory: AI, EPS, PDF. Loga a texty v křivkách. V samostatném textovém souboru uveďte jméno a příjmení, login do Portálu UTB, obor (ateliér), typ práce, přesný název práce v češtině i v angličtině, rok obhajoby, osobní mail, osobní web, telefon. Přiložte svou osobní fotografii v tiskovém rozlišení.

Rozsah diplomové práce:

Rozsah příloh:

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

Seznam odborné literatury:

Vít V.: Televizní technika – projekční a velkoplošné zobrazování. Praha 2000

Gregora P.: Televizní technika – zařízení pro přenos a vysílání televizního signálu

Bednář J.: Příjem DVB-T. Praha 2007

Legiň M.: Televizní technika DVB-T. Praha 2007

<http://www.digitalnikino.cz/>

<http://www.aerofilms.cz/>

<http://trendspotter.bloguje.cz/>

<http://www.dcimovies.com/>

Vedoucí teoretické části:

Mgr. Tomáš Šula

Ústav marketingových komunikací

Vedoucí praktické části:

Mgr. Art. Július Liebenberger, ArtD.

Ústav animace a audiovize

Datum zadání diplomové práce:

21. března 2012

Termín odevzdání diplomové práce:

15. května 2012

Ve Zlíně dne 21. března 2012

doc. MgA. Jana Janíková, ArtD.

děkanka



Nemeškal
MgA. Libor Nemeškal
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ AUTORA DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

1. odevzdáním diplomové práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
2. beru na vědomí, že diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
3. na moji diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
4. podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
5. podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
6. pokud bylo k vypracování diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové práce využít ke komerčním účelům.

Ve Zlíně

.....
Jméno, příjmení, podpis

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

(1) Vysoká škola nevydělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

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

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

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

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

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

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

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

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

ABSTRAKT

Abstrakt česky

Práce popisuje současné způsoby distribuce filmového, respektive audiovizuálního díla. Práce analyzuje současnou situaci na trhu a dívá se do budoucího rozvoje v této oblasti. Práce ve výsledku navrhuje několik vhodných způsobů řešení sledování audiovizuálních děl v domácnosti.

Klíčová slova:

distribuce, film, audiovizuální dílo, dvb-t, dvb-s, dvb-c, iptv, internet, stream, dvb-h, kinodistribuce, kino, dvb-t2, televizní vysílání

ABSTRACT

Abstrakt ve světovém jazyce

This work describes the current ways of film distribution, respectively audiovisual work. This thesis analyzes the current market situation and looking into the future development in this area. Work in the results suggests a number of appropriate ways of dealing with watching audio-visual works in the home.

Keywords:

distribution, movie, audiovisual work, dvb-t, dvb-s, dvb-c, iptv, internet, streaming, dvb-h, cinema distribution, cinema, dvb-t2, broadcasting

Rád bych poděkoval svému vedoucímu práce panu Mgr. Tomáši Šulovi, za podnětné otázky a připomínky a paní Malvíně Řezáčové ze společnosti Aerofilms za poskytnutý rozhovor.

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

Ve Zlíně 15. 5. 2012

BcA. Milan Mareš

OBSAH

Úvod.....	8
I. Teoretická část	9
1 Metodologie	10
2 Historie filmového díla	11
2.1 Historické milníky televizního vysílání.....	11
II. Praktická část	13
3 Způsoby distribuce.....	14
3.1 DVB-T.....	14
3.2 DVB-C.....	16
3.3 DVB-S	17
3.4 IPTV	18
3.5 DVB-H	19
3.6 Internet.....	20
3.7 Pevná média a půjčovny	21
3.8 Kino	22
4 Výzkumné otázky	23
4.1 Programová nabídka	23
4.2 Co největší nabídka programů je výhrou.....	24
4.3 Poptávka vs. nabídka televizí	25
4.4 Nelegální stahování filmů z internetu.....	26
4.5 Budoucnost kin	27
4.6 Současný internet.....	28
4.7 Rozvoj internetu	30
4.8 Pasivní a aktivní diváci.....	31
5 Shrnutí dnešních možností distribuce	33
III. Projektová část.....	34
6 Nabídnuté řešení pro diváky	35
6.1 Mladí lidé, mladá rodina bez dětí 20 – 35 let.....	35
6.2 Rodina, pracující rodiče s dětmi 35 – 65 let.....	36
6.3 Nepracující senioři 65 let a více	37
7 Možnosti distributorů.....	38
7.1 Srovnání využití reklamy	38
7.2 Omlazená videopůjčovna	39
8 Nástin blízké budoucnosti.....	40
Závěr	41
Seznam použité literatury	42
Seznam použitých symbolů a zkratk.....	46
Seznam obrázků.....	48

ÚVOD

Práci vidím ze tří pohledů: z technického, z časového a z hlediska potřeb diváka. Je důležité si udělat přehled o tom, jaké jsou možnosti a kdo, co a jak využívá.

Proto ze začátku popíši několik málo novinek a hlavně shrnu současný stav – jak technicky, tak dle potřeb diváka. Jak dané distribuční nástroje fungují, jak jsou náročné a jaké jsou jejich silné a slabé stránky.

V druhé části budu analyzovat, co divák po daném způsobu distribuce chce, jaký má být příjemce a prostředí a co by všechno měl umět.

Také se budu zajímat o diváka samotného, jaké má potřeby, jak se rozhoduje a co je pro něj nejdůležitější.

Dále rozvedu několik úvah o tom, kam distribuce audiovizuálních děl směřuje a jaký je nástin blízké či vzdálenější budoucnosti v této oblasti.

V závěrečné části se budu věnovat návrhu přiměřeného technického řešení pro sledování filmových děl v domácnostech pro tři cílové skupiny diváků.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 METODOLOGIE

Teoretická část práce zahrnuje v kapitole 1 stručný nástin použité metodologie a v kapitole 2 nejzákladnější historické milníky z pohledu distribuce filmového díla.

Pro teoretickou a praktickou část budu vycházet z aktuálních článků především z internetu a faktických dat z dostupných knižních zdrojů. K prostudování aktuálních technických norem a standardů budu vycházet z tiskových zpráv Českého telekomunikačního úřadu a firem na českém trhu zastupující různé segmenty trhu. Určitá data převezmu i ze stránek a ročenek Českého statistického úřadu. Pro načerpání aktuálních informací o kinodistribuci a nových trendech jsem se osobně sešel s vedoucí distribuce paní Malvínou Řezáčovou ve firmě Aerofilms. Budu vycházet z již zveřejněných výzkumů agentury Mediasearch, stránek Mediaguru a statistiky České filmové unie.

Získané informace setřídím, porovnáám, případně mezi sebou konfrontuji. Analýza získaných dat je provedena z pohledu sedmi výzkumných otázek.

Pro svou projektovou část budu využívat především dosažených poznatků z praktické části, ze kterých budu dělat vlastní závěry s navrženým řešením pro tři cílové skupiny diváků.

2 HISTORIE FILMOVÉHO DÍLA

Historie filmu a prvních vizuálních děl sahá do konce 19. století, kdy bratři Lumiérové 28. prosince 1895 v Paříži uskutečnili první veřejnou filmovou projekci. U nás se poprvé promítalo již o půl roku později, 15. července 1896 v Karlových Varech. Po první světové válce se v českých zemích zrodilo mnoho filmových společností. [20]

Od 30. let dvacátého století se můžeme již setkat s audiovizuálními díly. V roce 1927 byl natočen první zvukový film Jazzový zpěvák.

Na plátcích se začaly objevovat i filmy animované. Kreslené i loutkové z počátku vše ručně dělané za pomoci optických a scénických triků, později počítačem modelované postavy i celé filmy. [21]

K rozvoji filmu přispěl i rozvoj televize. Ačkoliv se v jejích prvopočátcích mluvilo o zániku filmu a nástupu televize, oba segmenty trhu se rozvíjely a začaly se vzájemně podporovat. V televizi se objevovala filmová díla, televizní filmy i seriály.

V dnešní době vytlačují digitální technologie filmovou surovinu z filmových kamer a postprodukce filmu se již zpracovává pomocí digitálních technologií. Největší novinkou a inovací je zastavení distribuce filmových kopií do kin. V dnešní době se filmy a další obsah určený pro projekci v kinech rozšiřují výhradně pomocí digitální technologie, nejčastěji na přenosných harddiscích.

2.1 Historické milníky televizního vysílání

- 1843 – Alexandrem Bainem formulovány tři principy přenosu obrazu na dálku
- 2. listopadu 1936 začíná pravidelně vysílat BBC (300 majitelů TV)
- 4. července 1948 – první přímý televizní přenos na území ČR (XI. Vsesokolského sletu v Praze na Strahově)
- 1953 – rozhledna na Petříně se stává prvním televizním vysílačem
- 25. února 1954 – první den pravidelného vysílání (2-3 dny v týdnu)
- 29. prosince 1958 - zahájeno kontinuální vysílání televize 7 dní v týdnu
- 9. května 1973 - v Československu začíná barevné vysílání na druhém programu
- 1974 – zkušební provoz československé pozemní stanice družicových spojů, radiokomunikačního střediska

- 4. října 1957 – vypuštěna první družice světa, Sputnik (SSSR)
- červenec 1962 – první družice pro přenos televizního signálu, Telstar (USA)
- 16. června 1983 - družice Eutelsat I-F1 pro soukromý příjem televizního signálu ze satelitu
- 1985 – velká vlna rozvoje sítě na bázi internetu, první komerční služby
- 1987 – počátky příjmu ze satelitů na území ČR
- prosinec 1988 – první družice z komunikačního systému Astra (společnost SES)
- 13. února 1992 – oficiální připojení internetu na území ČR (ČVUT v Dejvicích)
- 15. února 2005 – vznik Youtube.com (Broadcast yourself – vysílejte se)
- 21. října 2005 se začal televizní signál na území ČR šířit digitálně
- 31. srpna 2009 se z družice Astra 1E začal šířit zkušební provoz kanálu České televize (ČT HD).
- 30. listopad 2011 – vypnutí posledního analogového televizního vysílače na území České republiky
- Od 1. března 2012 kontinuální vysílání programu ČT1 v HD kvalitě.

I. PRAKTICKÁ ČÁST

3 ZPŮSOBY DISTRIBUCE

Praktická část přináší v kapitole 3 rozsáhlý soubor poznatků o distribuci. V kapitole 4 jsem si položil sedm výzkumných otázek a pokusil jsem se provést analýzu získaných dat. Shrnutí získaných informací o možnostech distribuce obsahuje kapitola 5.

Distribuce je poslední částí vzniku filmového díla, kterou musí vytvořené audiovizuální dílo projít. Bez distribuce by si díla málokdo všiml a co hůř, nikdo by jej nemohl spatřit.

Když filmový či televizní producent začne financovat natáčení, musí se také především zajímat o to, jak se mu peníze vynaložené do výroby vrátí. Dnes málokdo financuje natáčení, u kterého si není jistý zaplacením nákladů. V dnešní době chce každý vydělat, a tak se musí o způsob distribuce jeho díla zajímat co nejdříve.

Vše je závislé na rozpočtu a záměru autorů a producentů. Již během prvotních příprav tvůrce ví, zda je film, seriál, pořad nebo jiný formát určen do distribuce kin, televize nebo do celosvětové sítě internet. Od tohoto záměru se odvíjí hlavně rozpočet díla, a ten pak udává rytmus celé produkci.

Výsostné postavení má určitě stále kinodistribuce, která stojí na samém vrcholu. Je pak velice pravděpodobné, že se dané dílo bude vysílat v televizi přes pozemní, satelitní i internetové vysílání. Bude se půjčovat a prodávat na DVD či Blu-ray nosiči, anebo si jej budou moci uživatelé půjčit v online půjčovně a přehrávat si jeho ukázky na internetu.

Nesmíme však zapomínat ani na mladé nezávislé tvůrce, kteří svá díla výhradně rozšiřují přes internet a malé filmové festivaly.

Nejpopulárnějším distribučním kanálem je televizní vysílání. V dnešní době průměrný čas, který diváci u obrazovek strávili, byl v roce 2011 mezi 162 a 237 minutami denně. [23]

3.1 DVB-T

Od roku 2000 se na území České republiky experimentuje s digitálním vysíláním. K datu 30. 11. 2011 se v celé zemi přestalo vysílat analogově a je možné sledovat televizi pouze digitálně šířenou cestou.

Signál se šíří pozemními vysílači. Digitální vysílání se přenáší ve formě elektromagnetického rádiového signálu. Tento signál se přijímá vhodnou anténou a data, která jsou v signálu obsažena, se zpracovávají a mění na obraz, zvuk a doprovodné informace ve vstupní jednotce televizního přijímače v digitálním tuneru. Představuje nejlevnější způsob, jak přijímat digitální televizi. Jde také o jediný nezaplatněný příjem televize. V České republice využívá pozemní příjem televize největší počet domácností. [7]

Pro příjem digitálního vysílání potřebujeme ke starším typům televizorů set-top-box, který převádí digitální signál na analogový a můžeme tak sledovat programy na původním přijímači. Oblíbenou formou příjmu digitálního vysílání jsou i miniaturní tunery do notebooků či počítačů. Jejich hlavní nevýhodou je omezený příjem signálu kvůli malé anténě, která je dodávána se zařízením. Doporučuje se používat tato zařízení jen na místech se silným signálem.

Programová nabídka je v pestrosti žánrů omezená. Programů přibýlo, ale oproti jiným způsobům příjmu je zde nabídka nejomezenější. Je to dáno především šířkou pásma, ve kterém jsou multiplexy (balík dat, ve kterém jsou šířeny až čtyři programy zároveň). Dnes můžeme v České republice napočítat přes deset programů, které jsou touto cestou distribuovány.

Hlavními přednostmi pozemní digitální televize jsou:

- Plná využitelnost vysokorychlostních kanálů při výborné kvalitě přenosu, tj. i navýšení vysílaných programů
- Všechny uvedené programy a jiná data lze vysílat jediným televizním vysílačem
- Vzájemná synchronizace přenosu signálu přináší frekvenční úsporu

Nevýhody pro diváky, programové společnosti a provozovatele vysílacích sítí:

- Investice do digitálních přijímačů (set-top-box či kompletní zařízení), vlivem vysokého datového toku na všech programech v jednom multiplexu může nastat roztříštění obrazu na „kostky“ či neostrost v dynamických scénách
- Digitalizace televizních studií
- Investice do vybudování vysílací sítě [7]

3.2 DVB-C

Tzv. kabelové vysílání je možné přijímat buď v analogové podobě nebo digitálně. Záleží jen na nabídce poskytovatele, zda a kdy se rozhodne analogové vysílání ukončit a plně se soustředit na provozování digitální kabelové televize. Největší výhodou kabelové televize je skutečnost, že nemusíte řešit problém s anténou. Hlavní nevýhodou je, že není dostupná ve všech lokalitách. Služby kabelových poskytovatelů jsou převážně dostupné jen v bytových domech. Měsíční poplatky jsou závislé na objednané programové nabídce. Programová nabídka je velice pestrá a srovnatelná se satelitním příjmem. Nabídku programů si volíme z tzv. programových balíčků, které si platíme. [7]

Televizor je připojen buďto přímo kabelem do zásuvky s kabelovým vysíláním a to za podmínky, že poskytovatel stále vysílá analogový signál, nebo váš televizor má zabudovaný tuner.

Jinou možností je zapojení přes set-top-box. Odlišný než pro příjem DVB-T, právě pro příjem signálu z kabelových rozvodů. Zapůjčení či pronájem set-top-boxů je běžnou praxí u každého poskytovatele kabelové televize.

Kvalita příjmu všech programů by měla být na vynikající úrovni, jelikož se signál nikde neztrácí. Signál vysílaný do rozvodů kabelové televize je skládán z kvalitních příjmů a to z různých sítí (pozemní, satelitní).

Největšími poskytovateli kabelového připojení v ČR jsou:

- UPC Česká republika, a.s.
- F.C.A., a. s. (bývalá TV3)
- BKS Capital Partners (Nej TV)
- Netbox - Smart Comp.

Současně nabízí kabelové připojení množství regionálních poskytovatelů, kteří poskytují služby jen v omezeném prostoru a omezené nabídce.

3.3 DVB-S

Satelitní příjem televizního signálu, se provádí výhradně přes parabolické antény, které poskytují od velikosti poloměru 35cm stoprocentní signál na celém území ČR (až na málo stíněných míst). Přijímat programy jde jak přímo (nekódovaně), tj. s příslušným technickým vybavením a bez dalších poplatků spojenými s dalšími předplacenými programy, nebo kódovaně, kde za poplatek dostaneme opět určitou programovou nabídku v podobě balíčku – několika programů se stejnou tematikou. Těchto balíčků se nabízí celá řada a stejně tak i programů. [7]

Pro příjem kromě antény (paraboly) potřebujeme vždy speciální dekódovací zařízení a to většinou set-top-box propojený s televizorem nebo televizor s již zabudovaným satelitním dekodérem.

Malým boomem satelitních služeb se v poslední době stala paradoxně digitalizace pozemního vysílání. Distributoři satelitních služeb zareagovali rychle a nabízeli lidem digitální vysílání hned a bez potíží. Spousta lidí zareagovala a nechtěla čekat na čas, kdy se rozhodne jejich vysílač vysílat digitální signál, a proto se rozhodli pro řešení satelitního příjmu.

Znatelnou nevýhodou DVB-S jsou pořizovací náklady, jak na nákup antény a set-top-boxu, tak aktivace služby.

Největšími poskytovateli satelitního příjmu v ČR jsou:

- FreeSAT (UPC Česká republika, a.s.)
- Digi TV
- CS Link
- Skylink (poskytuje také služby pro T-Mobile televizi)

3.4 IPTV

Tento způsob distribuce využívá šíření signálu po pevné (telefonní) lince. Díky připojení k síti je tato služba spojována s mnoha doplňkovými službami, díky kterým se stává připojení interaktivní. Díky němu můžeme objednávat filmy z videotéky, sledovat filmy a pořady z archivní databáze.

Omezená je dostupnost, ne každá pevná linka umožňuje příjem vysokorychlostního připojení a s ním spojený příjem IPTV.

K připojení televize je v tomto případě potřeba set-top-box, který operátoři poskytují přímo či pronajímají.

Výhodou je interaktivita, která plyne z propojení sledovacího média a připojení k celosvětové síti. Divák je schopen najít profil hráče, zatímco sleduje sportovní utkání, nebo si vyhledat film dle jména režiséra či herce. Další velkou výhodou je dostupnost VoD (Video on Demand) tzv. video na vyžádání. Jedná se programy jenž, jsou dostupné kdykoliv. Divák si může vybrat film, seriál či jakýkoliv další obsah, který poskytovatel nabízí a ten si může člověk přehrát. Může ho kdykoliv pozastavit či přehrát určitou scénu znovu, dokonce může některé scény přehrát zrychleně nebo zpomaleně.

Největšími poskytovateli IPTV připojení jsou:

- O2TV - Telefónica O2 Czech Republic, a.s.
- Quickmedia IPTV - HDD&Prozeta
- RIO Media, s.r.o.
- viaTV - T-Systems PragoNet, a.s.

3.5 DVB-H

Je zkratkou z anglického Digital Video Broadcasting for Handhelds, televizní vysílání pro mobilní zařízení.

Tato technologie v České republice zatím není dostupná. V roce 2005 se testovala na území města Brna jen pro vyzkoušení a chování se v českých podmínkách. Pro přenos televizního signálu se používá speciální druh a pásmo především proto, že na mobilním zařízení není třeba přenášet tolik dat jako do běžných televizí, a také je mnohem šetnější ke spotřebě baterií v zařízení. [34]

Spuštění v České republice závisí především na udělení licencí pro televizní programy, ale především v poplávce zákazníků na tuto službu. Nejbliže k tomu mají mobilní operátoři, ale v dnešní době rozvoje datových služeb to nevypadá, že by se tato technologie objevila v budoucím hledáčku alespoň jednoho z operátorů.

Tento druh vysílání se vyskytuje v omezených možnostech v různých zemích Evropy a světa. Z Evropy můžeme jmenovat například Itálii, Švýcarsko, Finsko či Estonsko. Z mimoevropských zemí jde především o východoasijské země jako je Jižní Korea, Čína a Malajsie. V Jižní Koreji se tento systém ujal nejvíce a již od roku 2005 patří příjem televize do mobilního zařízení k běžným věcem, které Korejci denně používají. [34]



Obrázek č.1 – Ukázka televizního DVB-H vysílání na mobilním zařízení

3.6 Internet

Internet je celosvětový systém navzájem propojených počítačových sítí („sít' sítí“), ve kterých mezi sebou počítače komunikují pomocí rodiny protokolů TCP/IP. Společným cílem všech lidí využívajících Internet je bezproblémová komunikace. [33]

Připojení k internetu není nijak složitou ani finančně nákladnou záležitostí. V posledním sčítání domů a bytů bylo spočítáno, že v celkovém počtu 3 894 210 domácností je 2 204 487 domácností s počítačem připojeným k internetu. Což je těsně pod hranicí 57% domácností. U dostupnosti internetu na jedince, je toto číslo ještě vyšší, a to 65,5%.

Oblíbenost internetu každým dnem stoupá. Lidé nejčastěji sledují stránky sociálních sítí, e-shopy, zpravodajské servery a videoservery.

V dnešní době mají všechny celoplošné televize svůj vlastní videosever, na kterém zveřejňují již odvysílané pořady z vlastní produkce. Nermalou měrou se podílí na sledovanosti tzv. placeného obsahu, kde můžeme sledovat obsah zahraničních i českých produkcí, které jsme mohli vidět v kině.

Internet zvyšuje sledovanost videoobsahu a to především nelegálním stahováním z P2P sítí a sledováním velkého obsahu videí a filmů na youtube.com, uloz.to apod. Toto je oblast, která se nedá nijak sledovat a nedá se skoro ani kontrolovat.

Autorský zákon a majetková práva mluví jasně. Autorství je aktivní 70 let po smrti posledního spoluautora či samotného autora. Tedy dle zákona a mezinárodních úmluv se v roce 2025 mohou volně používat a kopírovat první filmy od bratrů Lumiérových (úmrtí staršího z nich v roce 1954).

Nejoblíbenější videoservery u nás:

- nova.cz
- ivysilani.cz
- Youtube.com

3.7 Pevná média a půjčovny

Velký význam na distribuci měla v minulosti pevná média – digitální nosiče. V minulosti DVD, dnes již s rozhodně menším podílem disky Blu-ray podporující filmy ve vysokém rozlišení.

Nosiče filmů si lidé kupovali i půjčovali ve velké míře. Zakládali vlastní filmové kluby, ve kterých si členové půjčovali filmy a přispívali svým půjčovným na pořízení nových filmů. V roce 2001 bylo v České republice okolo 2500 veřejných videopůjčoven a nesčetný počet privátních filmových klubů. V roce 2011 je již tento počet asi 70, tedy 3,5% oproti roku 2001 a každým měsícem jich ubývá. [31]

Nemalou měrou se na úbytku videopůjčoven podepsal rok 2006. Od tohoto roku se začaly prodávat levné pošetkové filmy a seriály všeho druhu k levným i dražším periodikům. Velká a rychlá distribuce v mnoha novinových stáncích udělala z DVD disku v půjčovně skoro bezcenný kus plastu.

V dnešní době se můžeme nejčastěji setkat s internetovými půjčovnami, kde lidem odpadá nutnost cestovat za půjčením nového filmu. Můžeme zde ocenit to, že vždy mají novinky, a to pro všechny. Není potřeba zamlouvání filmů, popřípadě odchod s prázdnou.

V dnešní době si můžeme na internetu film půjčit nebo přímo koupit. Vždy jej stáhneme nebo postupně stahujeme pomocí internetu a na základě různých licenčních ujednání si film můžeme spustit během určité doby několikrát. Běžně však do 24 hodin od prvního spuštění. [32]

Jedná se o placenou službu přístupnou z jakéhokoliv počítače připojeného na internet.

Největší a nejznámější online videopůjčovny:

- itunes.com
- cz.topfun.cz
- voyo.nova.cz
- hbogo.cz – zde se služba připravuje, zatím pouze filmové trailery

3.8 Kino

K 15. 4. 2012 je v České republice 311 sálů (v dubnu 2011 bylo 164 sálů) dle DCI specifikace, digitálních kinosálů. Každým měsícem přibývají další. Velkou měrou se na rozšiřování digitálních kinosálů podílí ministerstvo kultury, které k loňskému roku vypsal a v letošním roce vyhodnotilo již čtvrté kolo grantového programu na rekonstrukci kinosálů dle specifikací DCI. 26 multiplexových kin představuje asi polovinu všech kinosálů. [36]

Digitalizace kin má dva výsledky. V kinech, kde se podařilo digitální technologii dostat a zaplatit, se návštěvnost kina ustálila a zastavil se klesající trend. Lidé už nemají důvod utíkat do větších měst do multiplexů, kde byla nabídka velká a víceméně reagující na světové novinky. Nyní mohou diváci zajít do místního kina na 3D projekci už týden po světové premiéře.

Klasická kinodistribuce je pro velké světové filmové společnosti stále zajímavým a vysokým příjmem do rozpočtu filmu, ovšem lenost diváků a zároveň dostupnost nových filmů přes jiné distribuční kanály je již tak obrovská, že návštěvníků kin ubývá.

V České republice se návštěvnost kin pohybuje od roku 1994 do roku 2011 v rozmezí mezi 9 a 13 miliony diváků ročně, ale například v roce 1989 to bylo 51 milionů diváků. [9]

Kino má jako distribuční kanál problém v tom, že v kině už si člověk nevybere, na co chce jít. Problém částečně eliminovaly multiplexy, kde máme denně na výběr z deseti filmů, ale stále je to omezená nabídka, kde si náročný divák bude hůře vybírat.

Chodit do kina je vlastně úplně jinak vnímáno než sledování televize. Je to především společenská událost, která začíná v pevně stanovenou dobu, kdy se člověk nebojí velké časové a finanční náročnosti.

S nástupem nových technologií (satelit, internet) stále zůstává na distributorovi, respektive provozovateli (není to už na divákově vůli), jaký program divákovi nabídne a jakou technologii zvolí k dopravě filmového díla před oči diváka.

4 VÝZKUMNÉ OTÁZKY

Abych mohl problematiku distribuce filmových děl více analyzovat, položil jsem si několik otázek. Ty mi nabídnou pohledy do problematiky domácností a diváckých návyků.

Jedná se o otázky:

- programové nabídky, jakým způsobem nás ovlivňuje ve spokojenosti sledování a zda se máme snažit o co nejvyšší počet programů ve svém přijímači
- zda nám televize nabízí to, co chceme a zda máme možnosti ovlivňovat televizní vysílání
- proč je stahování filmů a seriálů tak rozšířenou záležitostí a proč to lidé dělají
- jaké jsou možnosti kin přilákat diváky do svých řad
- jaký má podíl internet na sledovanosti různého videoobsahu
- zda-li se bude internet dále rozšiřovat do našich domácností
- dozvíme se, kdo je pasivním nebo aktivním divákem a zda se na filmy díváme nebo je sledujeme

4.1 Programová nabídka

Je větší programová nabídka výhodou? Jak velkou roli hraje programová nabídka v tom, jestli zvolíme satelitní či obyčejné pozemní vysílání?

V dnešním světě si potřebujeme vybírat. K tomu, abychom si mohli vybrat přesně to, co potřebujeme, je nutná i nabídka různého obsahu. Na nás už zbude jen ta správná volba a budeme mít doma přesně to, co chceme.

Největší programové nabídky nabízejí především satelitní systémy, u nichž můžeme sledovat vysílání z celého světa a dozvíme se spoustu nových věcí, můžeme se přiučit cizím jazykům díky sledování zahraničních pořadů a filmů.

Dalším velkým, a řekl bych neomezeným kanálem je internet spojený s nějakou službou VoD, kde si můžeme vybrat ještě přesněji, na co se chceme dívat. Nemusíme spěchat domů na začátek vysílacího času a zapneme si pořad přesně v tu chvíli, kdy budeme připraveni.

Tuto možnost nám může dát i určité nahrávací zařízení, které v daný čas pořad nahraje do své paměti a my se na něj můžeme podívat kdykoliv budeme chtít. Už se ale nepodíváme na pořady, které proběhly a ani nevíme, že jsme je chtěli sledovat.

V dnešní době máme velké možnosti, řekl bych, téměř neomezené. Je ale nutné, abychom si dopředu vybrali to, co chceme sledovat. Zda si vybereme balíček dokumentárních nebo sportovních kanálů. Protože pokud si nevybereme a budeme mít jen základní programovou nabídku, budeme omezeni malým výběrem. Nebo si můžeme zaplatit všechny programové balíčky, co existují. Nakonec se ale nevyhneme volbě, na co se budeme dívat. Velká programová nabídka je tedy výhodou, ale potřebujeme jasnou volbu.

4.2 Co největší nabídka programů je výhodou

Osobní svobodu většinou spojujeme s maximalizací volby. Čím větší možnost volby máme, tím jsme spokojenější a svobodnější. Existuje ale hned několik paradoxů, proč obecné pravidlo nefunguje tak, jak bychom chtěli.

- Paralýza konečné volby – představme si, že budeme mít na výběr v televizi 80 programů a že jeden z nich vybereme a budeme ho celý večer sledovat. Vybereme ho velice poctivě z televizního programu. Dokonce si i na internetu zjistíme, zda-li je film nebo pořad nejlepší volbou. Co nás během večera ale napadne, je, že přijdeme o tolik zajímavých věcí na všech ostatních programech. Budeme nešťastní, že sledujeme právě jen jeden pořad. I kdybychom se dívali na nějaký jiný, také zajímavý, bude nás trápit tato myšlenka pořad. Není v lidských schopnostech sledovat 80 programů najednou nebo alespoň polovinu, ale stále budeme přemýšlet nad tím, o co jsme přišli. [10]
- Velké očekávání – sedneme si před televizi a řekneme „Bav mě!“. Ne vždy to ale vyjde. Když spustíme film, který dostal několik Oskarů a mnoho nominací na mezinárodní festivaly, musí to být filmový trhák a nás nedonutí nic odtrhnout oči od obrazovky. Ale výsledek bude jiný. Film bude dobrý, bude nás bavit, ale celkový dojem bude – dobrý film, ale jen dobrý. Je to dáno našim vysokým očekáváním. Dříve nám pustili v televizi film a skoro jsme o něm nic nevěděli, a tak jsme ani nic neočekávali. Snad jen to, že se budeme dnešní večer dobře bavit. Film to byl dobrý, v určitých ohledech nás překvapil a mnohé ohromil. Výsledek

našeho sledování bude – „Fakt dobrej film, asi ho doporučím Karlovi“. Menší očekávání způsobuje překvapení a radost, zatímco velká očekávání způsobují jen průměrné dojmy nebo také zklamání! [10]

- Dříve se nežilo tak špatně jako dnes – dříve byly volby velice omezené a když jsme si vybrali něco, co nám nesešlo, mohl za to ten malý výběr, že nám nenabídli více. Dnes máme tak velké možnosti výběru, že si musíme něco vybrat a sledovat to, a když něco vybereme a nelíbí se nám to, tak můžeme obviňovat jen sami sebe, že jsme si nebyli schopni z toho nepřehledného množství něco kvalitního vybrat. [10]

4.3 Poptávka vs. nabídka televizí

Dávají diváci televizním společnostem podněty, co chtějí sledovat? Nebo televizní společnosti pouze diktují, na co se mají diváci dívat? Do jaké míry mohou a chtějí diváci ovlivnit televizní vysílání?

V České republice hlavně díky rozvoji digitálního vysílání narostl počet programů celostátně šířených a dostupných za nízký koncesionářský poplatek 1620 Kč ročně oproti například satelitnímu příjmu od 2000 Kč do 6000 Kč ročně (k 1. 1. 2012 u společnosti Skylink). Díky digitálnímu vysílání můžeme na svých televizorech vidět minimálně 10 různých programů zaměřených na zpravodajství, dokumenty, děti, mládež, ženy i muže.

Český divák je spíše pasivní v tom, že by se snažil do televizního vysílání prosazovat určité pořady či seriály. Možná se najde několik stovek, možná i tisíců korespondentů, kteří si píšou o pokračování určitých pořadů, popřípadě o změny v pořadech z produkce dané televize, ale rozhodně nevolají po více akčních nebo dokumentárních filmech. Pokud podobný program diváci chtějí vidět, tak ví, kam si přepnout nebo jaký program si objednat.

Na to existuje odpověď. Čeští a možná i ostatní diváci, jsou naprostí konzumenti televize a přijímají ji jako fakt, který nelze změnit. Budou bezhlavě přijímat to, co se jim dostává do domácností a nechají se bavit tím, co zrovna televize nabízí.

Dalo by se říci, že čeští diváci projeví zájem ani ne o programovou nabídku, ale o formu, respektive o formát. V rámci digitálního rozvoje spousta domácností pořídila

velkoformátové televize s rozlišením HD, ale do obrazovek se jim dostává stále jenom vysílání v SD. U svých distributorů televizního vysílání začali diváci vyhledávat a poptávat stávající i nové programy ve vysokém rozlišení, které by si tak při současném technickém vybavení více užili. V tomto ohledu je nabídka omezená. V polovině roku 2011 alespoň jeden program ve vysokém rozlišení sledovalo 12% českých diváků. A to výhradně přes satelit nebo IPTV. [11,12]

4.4 Nelegální stahování filmů z internetu

Kdo slyšel o autorských právech a nelegálním stahování filmů, seriálů, dokumentů a hudby? Kdo se s danou věcí setkal osobně? A kdo viděl nelegálně stažený film či seriál? Myslím si, že minimálně na jednu z těchto tří otázek musí každý odpovědět ano. Proč lidé porušují takto zákon a proč to ostatním nevádí?

Podívejme se na odpovědi z pohledu distribuce. Daný film, seriál či interpret je, a nebo není dostupný na běžném trhu. A od této situace se odvíjí naše chování. Tam kde je film dostupný, tak lidé chodí do kina, kupují si DVD či Blu-ray disky, dívají se na televizi. Ale zeptejme se upřímně, jak často jsou u nás filmy uváděny ve stejný den jako na celém světě? Odpověď zní: „Málo.“ Protože, když se začne mluvit o nějakém filmu a nemusí to být trhák, rádi bychom šli do kina a okomentovali tento film společně s přáteli. Většina filmů je v kinech uváděna s několikátýdenním či měsíčním zpožděním, na přenosné nosiče se dostává po půl roce a v televizi se jej můžeme dočkat nejdříve za rok či dva. A to je pozdě na diváky, kteří nechtějí jít do kina. Hledají si cestičky, jak se k takovým filmům mohou dostat. Může to být lenost, můžou to být finanční náklady spojené s cestou a vstupným do kina. Distributoři filmů nám moc jiných možností, jak sledovat aktuální filmové a seriálové novinky, nedávají. A proto se lidé uchylují k celosvětové síti internet, k úložištím, či P2P aplikacím, kde mohou najít, stáhnout a zhlédnout aktuální novinky na trhu. [14]

Jak se náročnější český divák má postavit k tomu, že za rok 2011 bylo na světě vyprodukováno 7193 filmů a na české kinoscéně mělo premiéru jen asi 220 filmů? To znamená, že jen 3% světové filmové produkce měl možnost shlédnout! Dost frustrující číslo, jak pro diváky, tak pro distributory, kteří vydělávají peníze právě na tom, aby filmy představili veřejnosti. Bohužel se tak neděje. Distributoři si nenašli širší cestu k divákovi jak mu prodat to, co chce. Proto musel vzniknout černý trh a zaplnit díru v tom, co se legálně nedostalo mezi diváky. [9, 15]

Tady vidíme, že stahování filmů a seriálů není o penězích a lenosti chodit do kina, ale že distributoři spí. Doufejme, že dlouho spát nebudou a uspokojí naše touhy a potřeby co nejdříve.

4.5 Budoucnost kin

Co vše se stane v budoucnosti společenskou záležitostí? Budeme chodit do kin na rockové koncerty největších světových hvězd?

Kina dnes stojí bokem masové zábavy. I přes rozvoj digitalizace kinosálů v ČR je chození do kina podobně společenskou záležitostí jako chodit do divadla. Otázka zní: Jak nalákat více lidí do kin a jak je plně využít?

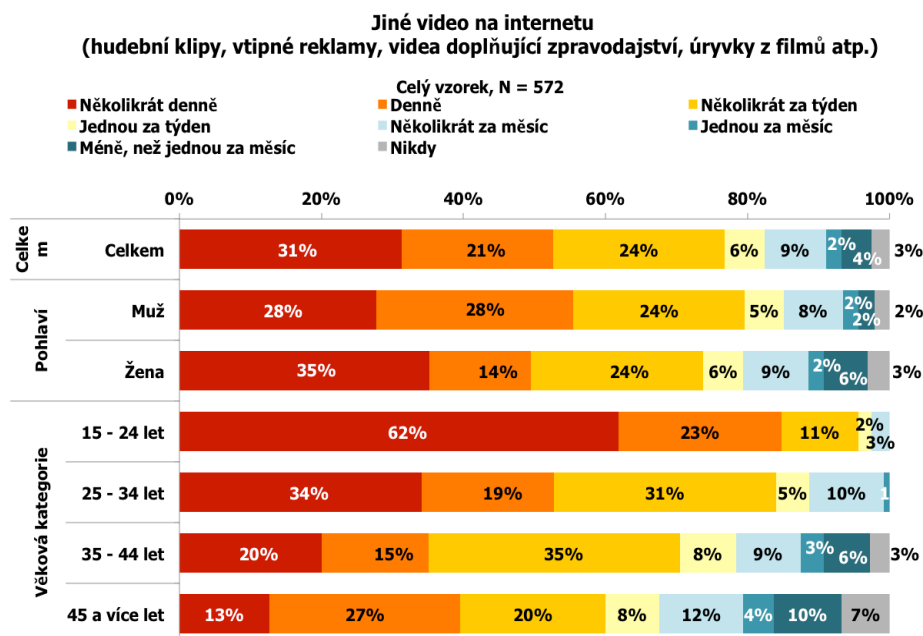
V dnešní době při rozvoji digitálních kin se filmy rozšiřují už za pomoci pevných disků, které jsou plné DCP (digital cinema pictures) dat, které se v kině překopírují na server. Z něj už je film přímo pouštěn na plátno. Některá česká kina se zapojila do celosvětového projektu LIVE in HD, který začal v roce 2006. Jde o přímé přenosy z Metropolitní opery v New Yorku, která svá nejlepší představení přenáší ve vysokém rozlišení do celého světa. Za sezónu 2007/2008 vidělo operu ve světových kinech 920 000 diváků, kteří o 90 000 převýšili roční návštěvnost samotné metropolitní opery. Z 60 kinosálů v severní Americe se nyní těší přízni ve více než 1000 kinosálů ve 32 zemích v celém světě. [30]

Kina svého digitálního potenciálu využívají i k uvádění méně známých filmů a dokumentů, které se do českých kin příliš nedostávaly. Svůj prostor získali i filmaři začátečníci či amatéři, kteří mají možnost svoje dílo uvést v jednom z blízkých kin a splnit si svůj sen. Je otázkou času, kdy se kinosály začnou více využívat jako koncertní sály. České publikum na takovou formu zábavy zatím není moc připraveno.

Můžeme také očekávat, že ve velkých městech, kde je v provozu jeden či více multiplexů, se diváci omezí pouze na tato projekční místa a místní kina zůstanou bez diváků. Provoz menších kin, která se včas nepřipravila a neprošla rekonstrukcí do stavu digitálního kina se blízké budoucnosti pravděpodobně nedočkají. Hlavní podíl na tom bude mít fakt, že od roku 2013 se filmy budou distribuovat výhradně v podobě digitálních kopií. V České republice je digitalizováno přes 300 kinosálů z celkového počtu asi 470. [13]

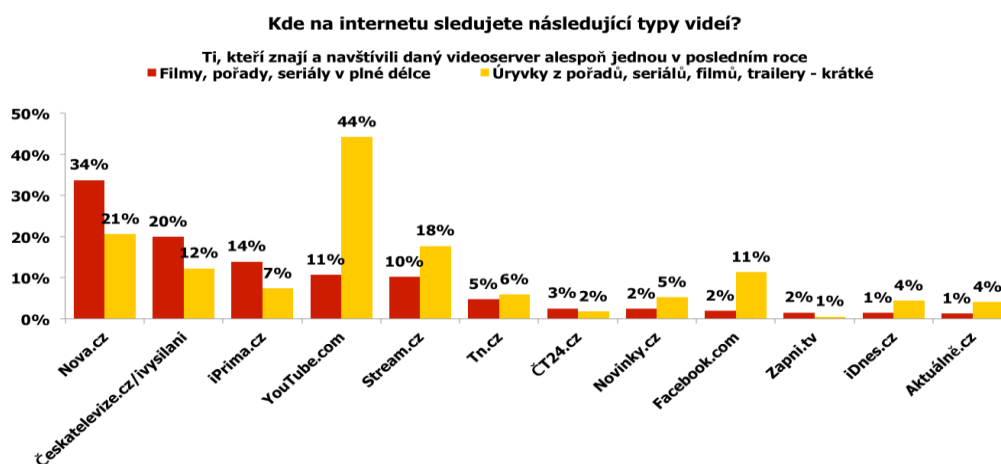
4.6 Současný internet

V roce 2010 proběhl výzkum společnosti Mediasearch „Video na internetu“, který nám může dát přehled o tom, jaké jsou trendy ve sledování videoobsahu na internetu. [19]



Obrázek č.2 – Sledovanost videa na internetu

Z grafu si můžeme udělat obrázek o tom, že 76% uživatelů internetu alespoň jednou týdně přehraje nějaký videoobsah z internetu. [19]



Obrázek č.3 – Četnost sledovanosti videa na internetu

Můžeme si všimnout, že sledovanost pořadů, filmů či seriálů v plné délce na televizních videoseverech mnohonásobně převýšil nejvyhledávanější videosever Youtube.com. Je

také poznat, že televizní videoservery mají co nabídnout, a že diváci se na pořad či seriál podívají na internetu, pokud je nestihli zhlédnout v televizi.

Nejobvyklejší způsob, jak lidé sledují videa na internetu, je posláním či přeposláním odkazu daného videa od přátel, rodiny či spolupracovníků v práci.

Samotné hledání videa na internetu pomocí vyhledávače provádějí především mladší uživatelé ve věku 15 – 24 let. Uživatelé předem vědí, co na internetu chtějí sledovat a málokdy čekají, až je něco zaujme. [19]

Oblíbenost internetu a jeho obsahu roste, a to především u mladé generace, která své návyky přenáší i na generace starší. Lidé nejvíce na internetu stráví přehráváním netelevizního videa a to nejčastěji přes stránky youtube.com nebo sociální síť Facebook. Alespoň jedno video denně zhlédne čtvrtina konzumentů. [24, 25]

Video server stream.cz má denně přes jeden milión přístupů, což je 10% celé populace ČR a asi 15% uživatelů internetu. [28]

Nedílnou součástí distribuce filmů je internet. V dnešní době se s ním setkáváme v podstatě kdekoliv. Od stolních počítačů přes všudypřítomné notebooky až po populární touchpady a chytré mobilní telefony. Na všech těchto zařízeních můžeme přehrávat v podstatě libovolný audiovizuální obsah a většina z přehrávaného obsahu těmito zařízeními pochází právě z celosvětové sítě.

Nesmíme opomenout autorská díla, která nemají na širokou distribuci peníze a internet je pro ně jedinou možností, jak film dostat mezi lidi. Příkladem je rozvoj videoportálů s tisíci až milióny krátkých videí, která jsou k vidění právě přes internet.

Internetem se šíří různá televizní vysílání především zahraničních, zpravodajských a sportovních programů.

V ČR se vysokorychlostní připojení rozšiřuje průměrnou rychlostí, ale stále všichni obyvatelé k němu nemají přístup. S rozvojem napomáhají i mobilní operátoři, kteří díky 3G a nastupující 4G sítím, zvyšují propustnost všech dat, a tedy i internetu.

Závěrem pohled na zajímavá čísla (stav k 31. 12. 2011):

- internet denně navštíví přes 6 000 000 lidí v ČR [26]
- internetový videoportál stream.cz má denně přes 1 000 000 přístupů [28]
- youtube.com má celosvětově 3 000 000 000 přehraných videí denně
- internetové video zhlédne průměrně 785 000 000 uživatelů měsíčně (v roce 2012 to bude pravděpodobně přes 1 000 000 000 uživatelů na celém světě)
- 23% mladých českých uživatelů internetu navštěvuje youtube.com [8]
- 13% českých diváků sleduje televizní vysílání z archívů, právě přes internet [18]

4.7 Rozvoj internetu

Internet má prostor k růstu co do počtu uživatelů, tak do rychlosti přenosu. Evropská komise v dokumentu „Strategie pro inteligentní a udržitelný růst podporující začlenění“ bude podporovat rozvoj vysokorychlostního internetu. Do svého dokumentu vložila slova: „*Cílem je zajistit udržitelný hospodářský a sociální přínos jednotného digitálního trhu, založeného na rychlém a superrychlém internetu a interoperabilních aplikacích, se širokopásmovým připojením pro všechny obyvatele do roku 2013, s přístupem k výrazně rychlejšímu internetu (nad 30 Mb/s) do roku 2020 a s nejméně polovinou evropských domácností s internetovým připojením rychlejším než 100 Mb/s.*“ [1] Zvýšením konektivity obyvatelstva vysokorychlostním internetem o 10% se zvýší, podle studie OECD, o 1,2% HDP (hrubý národní produkt), což je v dnešní době asi 45 mld. korun. [17]

Jak ze strany EU, tak poskytovatelů internetu, můžeme očekávat stále větší nabídku připojení se k internetu. Za minulý rok se nejrychlejší způsob přístupu na internet, přes optické vedení, meziročně zvýšil o 22 procent na 25,8 Mbit/s. Největší nárůst v rychlosti připojení zaznamenalo mobilní připojení v průměru na 1,9 Mbit/s, což je meziročně o 183%. Nejčastější připojení pomocí xDSL rostlo o 45% na 6,8mbit/s. [16]

Zvyšování rychlosti připojení k internetu je pouze technologickou otázkou. Nejvíce se u nás hovoří o nejnovějších mobilních technologiích známých pod zkratkou LTE, které svou rychlostí nemají konkurenci a dosahují rychlostí 100Mb/s pro download a 50Mb/s pro upload. V ČR se s touto technologií zatím nesetkáváme, jelikož žádný z operátorů nemá zatím v dlouhodobém plánu vybudovat síť na této technologii. Jedinou možností by byl

další operátor, který by vydražil nové frekvence uvolněné z šíření analogového televizního signálu.

Co se týká internetu do domácnosti nebo do firem, stále častěji se můžeme připojit pomocí optického vedení, které se rozšiřuje.

Rychlost připojení je většinou rozhodující, ale bez datových úložišť a serverů by na internetu nemohlo být tolik obsahu v podobě videí, fotografií, hudby a textů. Kolik je na světě datových serverů a úložišť, je jedna velká neznámá. V roce 2011 se snažili odborníci odhadnout počet serverů firmy Google a došli k číslu 900 000, přičemž tento gigant měl ovládat 2% obsahu internetu. Na světě v minulém roce bylo asi 44 miliónů serverů. V roce 2012 s rozvojem cloudových služeb a videoobsahu bude počet o mnoho vyšší.

Zajímavým srovnáním našeho českého internetu je sledování veškerého pohybu na internetu agenturou Akamai. Ta během druhého čtvrtletí v roce 2011 sledovala dění na internetu a poté nabídla tyto zajímavé informace:

- Česká republika má 8. nejrychlejší internet na světě, průměrná rychlost surfování byla 6,7 Mbit/s. V evropském měřítku ČR skončila pátá za Nizozemím, Lotyšskem, Švýcarskem a Irskem.
- V České republice je 95% přípojek k internetu vedeno vyšším datovým připojením než 2 Mbit/s, přičemž světový průměr činí 65%.
- Připojení nad 5 Mbit/s používá 55% Čechů, což nám světově dává sedmou příčku.
- Zajímavostí je, že v roce 2011 nejrychleji připojeným městem v Evropě bylo Brno s průměrnou rychlostí 8,3 Mbit/s a umístilo se tak na 55.místě z celosvětového hodnocení. [35]

4.8 Pasivní a aktivní diváci

Budou hledat lidé řešení, kdy budou moci sledovat cokoli a kdykoliv, tedy vyvolat jakýkoliv program z archivu? Nebo budou mít chuť se dívat na to, co jim televizní a distribuční společnosti nabízejí?

Filmy se dají sledovat a dívat (i když to není správně česky). Jde o to, jak velký zájem o film máme a zda-li se o něco podobného zajímáme či ne. Nemusí to být z nějakého

zásadního hlediska, stačí třeba i oblíbený herec, režisér či žánr.

Pokud zájem máme, sledujeme jej a máme z něj požitek. Rádi si vytvoříme názor a může být pozitivní i negativní. Na snímek se pak chceme dívat, a buď ho nalezneme v programu a uděláme si na něj čas nebo si jej nahrajeme a pustíme později.

U většiny diváků ale nastává problém opačný. Mají určitý volný čas a v ten chtějí sledovat to, co je jim nejbližší. Někdy si divák opravdu najde to, co mu sedne, a má vyřešeno. Mnohdy ale divák pouze vybere a sleduje. Po skončení si vlastně nic neřekne, a buď přepne na jiný kanál, nebo vypíná a jde spát.

Řekl bych, že typický rozdíl je především ve věku diváka. Když je člověk mladý, pořád hledá, hlídá a najde si na to čas i energii. Později začne jenom hlídat a v ještě pozdějším věku už nemá energii a myšlenky vůbec na nic. Kde se tyto věkové hranice nacházejí, je pravděpodobně velice individuální a nedají se přesně určit. Zpracování je spíše na sociologii a přesahuje zaměření diplomové práce. Jistě nepůjde jen o hledisko věku diváka. Pro svou diplomovou práci považuji věk diváka za významné hledisko, které výrazně ovlivňuje navržené řešení v projektové části.

5 SHRNU TÍ DNEŠNÍCH MOŽNOSTÍ DISTRIBUCE

Divák má různé možnosti, jak sledovat filmy a další videoobsah. Řekl bych, že dnešního diváka nejvíce trápí právě ona distribuce. Divák si musí hledat dlouhou cestu, jak se k audiovizuálnímu dílu dostat. Když má televizi, nesmí zmeškat daný program. Když to nenajde v televizním programu, ale na kanále, který nepřijímá, musí přemýšlet o změně příjmu televizního signálu. Poté bude řešit, jaké balíčky si dokoupit, aby byl spokojený. A divák nakonec stejně nebude spokojený a zajde si na premiéru filmu do kina.

Ne vždy ho také zhlédne na správném místě. Místo toho, aby celovečerní film sledoval u kvalitní televize s prostorovým zvukem, sedne si před notebook a na nestejněměrně podsvíceném displeji s reproduktory o výkonu dvou wattů si zkazí zážitek.

Nejde o to, že bychom měli mít počítač a dělali na něm vše. Nejde o to mít televizi a vyřizovat na ní e-maily a psát seminární práce. Jde o to mít dostatečnou konektivitu internetu v domácnosti a využívat počítač k práci a televizor k zábavě.

Otázkou také je, kolik je v České republice a obecně ve světě konzumentů, kteří jsou se současným stavem spokojeni. A kolik je těch, kteří jsou nespokojeni a hledají si svoje vlastní cesty.

I. PROJEKTOVÁ ČÁST

6 NABÍDNUTÉ ŘEŠENÍ PRO DIVÁKY

V projektové části práce navrhuji vhodná řešení pro sledování filmového, televizního a seriálového obsahu z pohledu diváka (kapitola 6). Sedmá kapitola obsahuje doporučení a zamyšlení pro distributory. Nástin blízké budoucnosti distribuce filmového díla uvádím v kapitole 8.

Dle prostudovaných možností a zjištění analýzy dat, co která věková skupina nejvíce vyžaduje od televizního přijímače, navrhuji tři řešení pro sledování filmového, televizního a seriálového obsahu.

Předložené návrhy jsem zaměřil především na popis zařízení zajišťující vhodnou distribuci audiovizuálních děl k cílovým skupinám diváků. Zároveň se pokouším orientačně ohodnotit nákupní cenu navrhovaných zařízení v cenách k 30. 4. 2012. Konečné ceny a druhy zařízení budou ovlivněny sociálním postavením, vkusem, životním stylem, znalostmi a hodnotami konkrétního diváka.

6.1 Mladí lidé, mladá rodina bez dětí 20 – 35 let

Mladí lidé nemají moc času ani náladu se dívat na televizi. Nemají rádi, když se jim něco podsouvá a chtějí si vybrat svůj vlastní obsah. Zároveň mají svůj osobitý styl a jsou diváky náročnými, kdy jim je desítka programů málo. Zároveň nemají problém si tento náročný obsah vyhledat a sehnat. To vše umocňují časově náročné aktivity mimo byt či dům, tj. nemožnost sledovat určitý obsah v jeden přesný čas.

Pro cílovou skupinu budu hledat řešení hlavně modulární. Věřím, že skupina uživatelů by si ráda zážitky odvezla i někam na dovolenou či ke známému na filmovou party. U cílové skupiny předpokládám, že vlastní notebook či jiný druh počítače. Počítač by měl mít výstup ve vysokém rozlišení přes HDMI nebo DVI konektor. Umožňuje připojení k dataprojektoru a ke kvalitní reprosoustavě. Na tomto setu se dají kvalitně sledovat filmy i seriály a je snadné celou sestavu rychle složit. Záleží jen na dispozicích bytu, zda se bude promítat na zeď, vestavěnou skříň či na stahovací plátno ukryté pod stropem.

K filmovým či jiným audiovizuálním zdrojům se tato cílová skupina bude dostávat přes internet (a to ať už legálně či nelegálně). Pro vyšší nároky se dá připojit DVB-T tuner do USB a z počítače se tak stane plnohodnotný televizní přijímač. Předpokládám, že cílová skupina zhlédne velké množství videoobsahu na svém počítači, ale zároveň je natolik vyspělá, že si najde pár pěkných večerů, u kterých si užije film dle vlastního výběru v jakýkoliv vhodný čas.

Finanční náročnost:

- dataprojektor 10.000 – 25.000 Kč
- reprosoustava 3.000 – 8.000 Kč
- DVB-T tuner do USB do 1.000,- Kč

6.2 Rodina, pracující rodiče s dětmi 35 – 65 let

V jakékoliv rodině je mnoho různých povah, nálad a odlišné potřeby. Na audiovizuální obsah se v této věkové skupině budou dívat jak šestileté děti, tak dospívající mládež, rodiče malých dětí i odrůstajících dospělých jedinců.

U cílové skupiny hledám řešení, které je nejvíce variabilní. Poskytuje standard v podobě televizního vysílání. Neměl by chybět přístup na internet a ke službám dostupným přes internetový prohlížeč i do online videopůjčovny. Měla by tu být možnost si daný program či film nahrát do vlastní paměti a zpětně si ho pustit. Zároveň je systém dostatečně jednoduchý, aby ho mohli ovládat děti i starší lidé.

Zobrazovací zařízení neslouží pouze jednomu či dvěma obyvatelům bytu či domu. Zařízení musí být proto připraveno ihned k použití (na jednom místě, bez nutnosti cokoli propojovat dráty), tak vybaveno sedacím nábytkem pro pohodlné sledování.

Za vhodné technické řešení považuji přiměřeně velký televizor s multimediálním centrem připojeným k televizní anténě, do sítě internet a do domácí sítě. Dnes už je mnohem praktičtější něco překopírovat v rámci sítě, než nosit USB disk či HDD a vkládat ho do dalšího počítače. Je výhodou, že televizor je pouze zobrazovací zařízení a nemusí mít v sobě žádné technické řešení, vše obstará multimediální centrum. Stačí televizor s věrným podáním barev.

Pro vyšší programovou nabídku bych volil dle dostupných možností satelitní, kabelové nebo IPTV připojení. Nutno si dát pozor na kompatibilitu s multimediálním centrem.

Můžeme sledovat běžné televizní vysílání, můžeme si z něj cokoli nahrát a následně přehrát. Na internetu si můžeme cokoli spustit, koupit, popř. půjčit.

Finanční náročnost:

- televize 10.000 – 15.000 Kč
- multimediální centrum 6.000 Kč
- reprosoustava 3.000 – 8.000 Kč (není nutná)

6.3 Nepracující senioři 65 let a více

Senioři, většinou již nepracující, mají relativně dostatek volného času. Mají však za svůj život dostatečně vyvinutý osobitý vkus. Mají dost vyhraněný zájem, a to například o politiku a přírodovědné dokumenty. Většina již nepatří k těm, kteří by aktivně vyhledávali svůj obsah a dívali by se na něj ve chvíli, kdy potřebují. Raději si svůj oblíbený pořad či film zakroužkují v televizním programu a rádi si na něj počkají.

Také musíme přihlížet k tomu, aby technická obsluha byla co nejjednodušší. Z technického hlediska zobrazovacího zařízení se tu jedná opět o televizor adekvátní úhlopříčky. Pro získání video obsahu bych určitě zvolil klasické televizní vysílání a dle aktuální potřeby úzce specifických programů či filmů další možnost připojení. Jako vhodná se mi jeví kabelová či IPTV s přístupem na VoD. Balíčky programů ke zmíněným druhům připojení jsou tematicky zaměřené, a tak je velice pravděpodobné, že cílové skupině budou vyhovovat. VoD sice poskytuje služby hlavně těm, kteří chtějí vidět obsah kdykoliv, ale je to také místo, kde se nachází obrovské množství video obsahu, ve kterém se díky tematickému třídění rychle zorientují.

Finanční náročnost:

- televize 10.000 – 15.000 Kč
- reprosoustava 3.000 – 8.000 Kč
- poplatek za nadstandardní služby/programové balíčky 500 Kč / měsíc

7 MOŽNOSTI DISTRIBUTORŮ

Distributoři by se měli rychle ohlédnout, kde jsou diváci, kde jsou technologické možnosti, a kde jsou jejich tržby. Každá společnost, a nemusí jít jen o distribuční společnost, potřebuje dosáhnout zisku a mít větší podíl na trhu.

Proč tedy divákům nezpřístupnit obsah, o který mají zájem? Proč stále nabízejí jen masovou zábavu?

Myslím si, že potenciál pro zvyšování zisku distributorů má právě internet, a to online videopůjčovny. V následujícím textu porovnávám současné fungování televizní reklamy a reklamy na internetu a navrhuji způsob, jak zpřístupnit divákům velký objem aktuálního video obsahu.

7.1 Srovnání využití reklamy

Neexistuje jednodušší způsob, jak dostat jakýkoliv video obsah do 65 % domácností. To jsou ty domácnosti, které mají přístup na internet. Kdyby byly filmy dostupné za několik desítek korun v každém počítači či televizi připojené na internet, lidé by raději částku zaplatili místo toho, aby sledovali předplacený program v televizi nebo obcházeli zákon a nelegálně stahovali, kopírovali a dívali se na nejnovější filmy a seriály.

Kromě samotného prodeje práv na vysílání či prodej filmů a seriálů, pomáhají ve filmovém průmyslu reklamy. Reklamního prostoru máme hned několik druhů:

- reklama před, během i po vysílání v reklamních blocích
- reklama v samotných pořadech či filmech – product placement
- reklama, která se v pořadu objeví na základě nějaké soutěže, s hlasováním či přímým prodejem
- reklamní proužek na jedné straně videa - reklama hlavně používaná u internetových videí, která se dá křížkem lehce odstranit

Zaměřím se především na první a poslední druh reklamního prostoru. První reklamní prostor známe z denní praxe. Reklama vložená před internetové video, která běží 30 vteřin a po několika prvních vteřinách můžeme reklamu přeskočit. Poslední druh známe pravděpodobně hlavně ze serveru youtube.com. Reklamní proužek, který se objeví s

přehrávaným videem a po několika vteřinách sám zmizí nebo ho můžeme křížkem ukončit. Toto jsou zatím jediné způsoby reklamy, které nám internetová videa nabízejí.

7.2 Omlazená videopůjčovna

Vidím to tak, že bude fungovat videoportál, ze kterého si pouštíme zvolený film. Vybereme ho ze seznamu a stiskneme tlačítko „přehrát“. Prohlížeč se nás před spuštěním zeptá, zda chceme přehrát obsah zdarma, nebo si jej zaplatíme. Pokud zaplatíme několik desítek korun přes kreditní kartu, kreditem, který máme na videoportálu či jinou zajímavější formou, budeme se dívat na film od začátku do konce bez přerušení. Pokud si zvolíme možnost „zadarmo“, budou nás během filmu čekat reklamy. Mohou mít mnoho podob. Mohou to být reklamní bloky, jak je známe z televize, mohou to být reklamní proužky, které na nás během sledování budou vyskakovat, nebo to můžou být loga sponzorů pořadu či filmu.

Proč ale zavádět stejný model na internetu, když jej máme v televizi? Důvody jsou minimálně dva. Prvním z nich je obrovská možnost internetu, že si divák může vybrat film dle svého přání a nemusí se omezovat na předem dané televizní programy. Druhým důvodem je možnost vydělat přímo na divákovi nebo pomocí reklam.

Asi se tento druh byznysu zdá distributorům nezajímavý. Prodávát filmy za pár korun, dolarů či eur. Ale nedovedu si ani představit tu obrovskou sumu peněz, která by se z těchto drobných sešla, kdyby se jen polovina lidí, co stahuje běžně filmy a seriály z internetu, rozhodla pro nákup takového druhu produktu a zůstala u něj.

Dokládám údaj zveřejněný na serveru torrentfreak.com na konci roku 2011. Zveřejnil žebříček deseti nejstahovanějších filmů přes program BitTorrent, od začátku roku 2006 do podzimu roku 2011. Jen pomocí tohoto programu na sdílení a stahování především nelegálního obsahu se deset nejstahovanějších filmů zasloužilo o 167 miliónů nelegálních kopií. Odhadované tržby za tyto nelegální kopie by byly 7,78 miliardy dolarů, tj. asi 147 miliard korun. Musím ale zdůraznit, že jsou to data pouze z jednoho jediného způsobu, jak si nelegální obsah pořídit. Celosvětová čísla z nelegálního stahování a kopírování musí být mnohonásobně vyšší. [6]

8 NÁSTIN BLÍZKÉ BUDOUCNOSTI

Diváci se setkají s nástupem druhé generace pozemního digitálního vysílání DVB-T2, který umožní v jednom pásmu vysílat čtyři programy ve vysokém rozlišení, nebo 10-12 programů ve standardním rozlišení. V letech 2013 - 2016 bude pravděpodobně probíhat vysílání jak v DVB-T, tak DVB-T2.

Stálý rozvoj je očekáván v rychlosti internetu a s tím spojené možnosti využívat internet ke stále častějšímu a kvalitnějšímu sledování multimediálního obrazu přes internet. Rozvoj služeb na internetu stále roste a jeho význam bude určitě stoupat. Internet se začne využívat do budoucna hlavně v zábavní televizi, kdy bude možno přes internet prostřednictvím televizoru hlasovat, dávat otázky a dále rozvíjet již běžné funkce v televizoru, jako jsou:

- Informační služby – zprávy z nejrůznějších oblastí zájmu – tzv. super teletext
- Aplikace synchronizované podle TV programu – lokálně interaktivní hry
- E-commerce – nakupování, transakce různého formátu
- Služby vzdělávání, E-government, E-health

Budoucí divák nebude nikdy tak náročný, že by si chtěl pouštět pouze to, co chce a bude mu v určitém věku, životní situaci či aktuálnímu stavu jedno, co si pouští. Proto si myslím, že celoplošné vysílání nikdy nevymizí. Bude přibývat těch, kteří o jasně daný obsah budou mít zájem a budou si ho chtít co nejjednodušeji pustit. A zde je mnoho prostoru pro hledání nových cest a způsobů distribuce.

V kinodistribuci se pak díky satelitům a dalším novým způsobům distribuce budou dát uskutečnit nejrůznější přímé přenosy do kin v HD či vyšší kvalitě (4K) do celého světa. Bude možné realizovat celosvětové premiéry bez pozemní distribuce.

Čeká nás rozvoj hybridního vysílání, kdy budeme sledovat to, co chceme, ale už nebudeme rozlišovat, zda je to program běžně vysílaný nebo zda je to pořad či film vyvolaný z internetové databáze. To za nás bude řešit technika.

ZÁVĚR

Myslím si, že v práci se mi podařilo naplnit vytyčené cíle. V teoretické práci jsem detailněji porozuměl všem druhům běžné distribuce. Zajímavé bylo, položit si několik otázek dnešní doby a hledat na ně odpovědi. Zde jsem hledal různé druhy chování diváka jak k samotným kanálům a pořadům, tak důvody jak se rozhoduje. Tato část práce mě obohatila, hlavně proto, že jsem docházel k zajímavým závěrům, nad kterými se člověk musí zamyslet.

Výzvou byla projektová část, kde jsem nejenom navrhnul tři vhodná řešení pro tři generace, ale také příležitosti pro distributory. Po dokončení analýzy práce jsem si uvědomil, že takovou příležitost si nemohu nechat ujít a navrhl jsem řešení, které z části existuje, ale nikoliv globálně, jak by bylo potřeba. Byl bych velice rád, kdyby se moje myšlenky staly skutečností a co nejdříve se do našich televizorů a projektorů dostával především kvalitní obsah, který sami chceme sledovat.

Mrzí mě, když sleduji, jak černý trh zvládá to, co by mohlo fungovat legálně a ještě by na tom mohli distributoři vydělat. Možná jsem nyní sám proti všem, když všem stahovačům filmů budu brát peníze. Ale jelikož mnoho filmů je nyní na úložištích, za která uživatelé platí podobné sumy, jaké bych si představoval u legálního stahování filmů z internetu, tak bych vynaložené peníze pouze přesunul z tmavých koutů IT světa do těch světlých.

Internet má velký potenciál, který však nezničí ostatní způsoby distribuce. Všechny budou stále existovat společně. Když využití distribuce přes internet bude stoupat, jiné distribuční kanály budou klesat.

Také mě mrzí, že reklama příliš ovlivňuje myšlení lidí. Například mnoho lidí slovo digitální považovalo za spásu. Koupili si velkou mnohapanelovou obrazovku, kde na ploše ve vysokém rozlišení sledují vysílání v kvalitě jako dříve. Tady je vidět, že mnohdy je kvalitní technologie prodávána rychleji, než se vůbec může naplno využít její potenciál.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- [1] Sdělení evropské komise. *Evropa 2020: Strategie pro inteligentní a udržitelný růst podporující začlenění*. Brusel: Evropská komise, 2010. Dostupné z: http://ec.europa.eu/eu2020/pdf/1_CS_ACT_part1_v1.pdf
- [2] BEDNÁŘ, Jiří; GREGORA, Pavel. *Příjem DVB-T*. 1.vydání Praha : Ben, 2007. 136 s. ISBN 978-80-7300-221-3.
- [3] LEGÍŇ, Martin. *Televizní technika DVB-T*. 1.vydání Praha : Ben, 2007. Digitální vysílání DVB-T, s. 288. ISBN 978-80-7300-204-6.
- [4] VÍT, Vladimír. *Televizní technika : Projekční a velkoplošné zobrazování*. 1.vydání. Praha : Ben, 2000. 289 s. ISBN 80-86056-74-0.
- [5] GREGORA, Pavel; VÍT, Vladimír. *Televizní technika : Zařízení pro přenos a vysílání televizního signálu*. 1.vydání. Praha : Ben, 2000. 176 s. ISBN 80-86056-89-9.
- [6] Top 10 Most Pirated Movies of All Time. In: . *TorrentFreak* [online]. 2011, 12.10.2011 [cit. 2012-05-01]. Dostupné z: <http://torrentfreak.com/top-10-most-pirated-movies-of-all-time-111012/>
- [7] *Parabola: české satelitní centrum* [online]. 2012. vyd. 2012 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <http://www.parabola.cz/>
- [8] Mediasearch: Videoobsahu vládne YouTube. In: *Mediaguru.cz* [online]. Praha: PHD a.s., 2012, 10.1.2012 [cit. 2012-04-27]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/2012/01/mediaresearch-videoobsahu-vladnou-youtube-a-facebook/>
- [9] Česká republika - základní údaje o filmovém trhu. In: *Unie filmových distributorů* [online]. 2012 [cit. 2012-04-27]. Dostupné z: <http://www.ufd.cz/clanky/ceska-republika-zakladni-udaje-o-filmovem-trhu>
- [10] Barry Schwartz on the Paradox of choice. In: *TED: Ideas worth spreading* [online]. 2006 [cit. 2012-04-27]. Dostupné z: http://www.ted.com/talks/lang/cs/barry_schwartz_on_the_paradox_of_choice.html

- [11] Televizní nabídka více uspokojuje diváky. In: *Asociace televizních společností* [online]. Praha, 2011 [cit. 2012-04-27]. Dostupné z: <http://www.ato.cz/aktuality/aktuality/televizni-nabidka-vice-uspokojuje-divaky>
- [12] Téměř 12% domácností sleduje televizi ve vysokém rozlišení. In: *Asociace televizních společností* [online]. Praha, 2011 [cit. 2012-04-27]. Dostupné z: <http://www.ato.cz/aktuality/aktuality/temer-12-domacnosti-sleduje-televizi-ve-vysokem-rozliseni>
- [13] Digitalizována je čtvrtina kin, ostatním hrozí příští rok zánik. In: *Dokina.cz* [online]. Tiscali media a.s., 2012, 24.1.2012 [cit. 2012-05-01]. Dostupné z: <http://dokina.tiscali.cz/clanek/digitalizovana-je-ctvrtina-kin-ostatnim-hrozi-pristi-rok-zanik-13692>
- [14] What Piracy? The Entertainment Industry is BOOMING!. In: *TorrentFreak.com* [online]. 2012, 30.1.2012 [cit. 2012-05-01]. Dostupné z: <http://torrentfreak.com/what-piracy-the-entertainment-industry-is-booming-120130/>
- [15] Přehled premiér v roce 2011. *Československá filmová databáze* [online]. 2012 [cit. 2012-05-01]. Dostupné z: <http://www.csfd.cz/kino/prehled/?country=1&year=2011>
- [16] Nejvíce loni zrychlil mobilní internet, o 183 % na 1,9 Mbit/s. In: *Finanční noviny* [online]. 2012, 19.1.2012 [cit. 2012-05-01]. Dostupné z: http://www.financninoviny.cz/zpravodajstvi/telekomunikace/zpravy/nejvic-loni-zrychlil-mobilni-internet-o-183-na-1-9-mbit-s/743282&id_seznam=
- [17] Stát může významně ovlivnit rozvoj internetu a zvýšit konkurenceschopnost ČR. In: *IT point* [online]. 2011, 11.3.2011 [cit. 2012-05-01]. Dostupné z: <http://www.itpoint.cz/pr-clanek-it/?i=stat-muze-vyznamne-ovlivnit-rozvoj-internetu-a-zvysit-konkurenceschopnost-cr-6713>
- [18] Televizní vysílání z archivu sleduje 13% diváků. In: *Marketing a média* [online]. Praha: Economia a.s., 2012, 13. 2. 2012 [cit. 2012-04-27]. Dostupné z: <http://mam.ihned.cz/c1-54706200-televizni-vysilani-z-archivu-sleduje-online-13-divaku>
- [19] Video na internetu 2011. MEDIASEARCH A.S. *Mediasearch: A step ahead* [online]. Praha: Mediasearch a.s., 2012, 9.1.2012 [cit. 2012-04-27]. Dostupné z: <http://www.mediaresearch.cz/aktualita/video-na-internetu-2011>

- [20] Televizní vysílání. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001-2012, 14.1.2012 [cit. 2012-04-27]. Dostupné z: http://cs.wikipedia.org/wiki/Televizn%C3%AD_vys%C3%ADl%C3%A1n%C3%AD
- [21] Film. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001-2012, 25.4.2012 [cit. 2012-04-27]. Dostupné z: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Film>
- [22] Presentation of TV landscapes as well as best performing programs worldwide. In: *Http://www.mediametrie.com: eurodatatv* [online]. Levallois Cedex - Francie: Eurodatatv, 2012 [cit. 2012-04-27]. Dostupné z: <http://www.mediametrie.com/eurodatatv/solutions/one-television-year-in-the-world.php?id=57>
- [23] Sledovanost televize ve světě roste. In: *Mediaguru.cz* [online]. Praha: PHD, 2012, 25.3.2012 [cit. 2012-04-27]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/2012/03/sledovanost-televize-ve-svete-roste/>
- [24] Analýza co lze čekat v roce 2012 v digitálu. In: VOCELKA, Petr Tomáš. *Mediaguru.cz* [online]. Praha: PHD a.s., 2011, 29.12.2011 [cit. 2012-04-27]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/2011/12/analyza-co-lze-cekat-v-roce-2012-v-digitalu/>
- [25] Studie - mladí češi v digitálním světě. In: *Mediaguru.cz* [online]. Praha: PHD a.s., 2012, 5.4.2012 [cit. 2012-04-27]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/2012/04/studie-mladi-cesi-v-digitalnim-svete/>
- [26] Návštěvnost internetu. In: *Mediaguru.cz* [online]. Praha: PHD a.s., 2012, 30.3.2012 [cit. 2012-04-27]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/2012/03/navstevnost-internetu/>
- [27] YouTube redesignoval a uvedl nové statistiky, Seznam hledá i v jeho videích. In: UNGR, Pavel. *Mediar* [online]. Mediář.cz, 2011, 4.12.2011 [cit. 2012-04-27]. Dostupné z: <http://www.mediar.cz/youtube-redesignoval-a-uedl-nove-statistiky-seznam-hleda-i-v-jeho-videich/>
- [28] NetMonitorOnline. SPIR - INTERNET ADVERTISING ASSOCIATION; MEDIARESEARCH, Gemius. *NetMonitorOnline* [online]. 2005-2012. 2012 [cit. 2012-04-27]. Dostupné z: <http://online.netmonitor.cz/>

- [29] Stav digitálních médií v Evropě. In: *Mediaguru.cz* [online]. Praha: PHD a.s., 2011, 5.8.2011 [cit. 2012-04-27]. Dostupné z: <http://www.mediaguru.cz/2011/08/stav-digitalnich-medii-v-evrope/>
- [30] AEROFILMS. *The Metropolitan Opera: Největší operní hvězdy do nejmenších detailů* [online]. 2012. vyd. Praha, 2012 [cit. 2012-04-27]. Dostupné z: <http://www.metinhd.cz/>
- [31] NÝVLT, Václav. Stahování zahubilo 97 procent videopůjčoven, nyní mu zvoní hrana. *Technet* [online]. 2012 [cit. 2012-04-27]. Dostupné z: http://technet.idnes.cz/stahovani-zahubilo-97-procent-videopujcoven-nyni-mu-zvoni-hrana-pwl-/tec_video.aspx?c=A120130_133339_tec_video_nyv
- [32] SLÁMA, David. Videopůjčovny online aneb kam za filmy. In: *AVmania.cz: audio, video, home cinema* [online]. Praha: Mladá fronta a.s., 2012, 30.3.2012 [cit. 2012-04-27]. Dostupné z: <http://avmania.e15.cz/videopujcovny-on-line-aneb-kam-za-filmy-legalne>
- [33] Internet. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation, 2001-2012, 9.5.2012 [cit. 2012-05-13]. Dostupné z: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Internet>
- [34] Global mobile tv. *Global mobile tv* [online]. 2009 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <http://www.dvb-h.org/>
- [35] Akamai Releases Fourth Quarter 2011 'State of the Internet' Report. In: *Akamai* [online]. 2011 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: http://www.akamai.com/html/about/press/releases/2012/press_043012.html
- [36] *Digitální kino* [online]. 2012 [cit. 2012-05-14]. Dostupné z: <http://www.digitalnikino.cz/>

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

3G	3. generace mobilních telefonů, kde rychlost stahovaných dat nepřesahuje 50Mbit/s
3D	technika pro zobrazování prostorových obrazů
4G	4. generace mobilních telefonů, kde rychlost stahovaných dat přesahuje 50Mbit/s
4K	rozlišení obrazu o počtu asi 4.000 sloupců, existuje více variant přesného rozlišení (HD 1920 sloupců)
BBC	British Broadcasting Corporation, rozhlasová a televizní společnost ve Velké Británii
Blu-ray	další generace digitálních optických disků s kapacitou 25 a 50Gb
DCI	technické specifikace pro kinosály, aby mohli promítat digitální kopie filmů. Kritéria jsou dány největšími filmovými společnostmi digital Video Broadcasting Cable, standard digitálního vysílání v sítích kabelových televizí
DVB-C	digital Video Broadcasting Cable, standard digitálního vysílání přes kabelovou síť
DVB-H	digital Video Broadcasting for Handhelds, standard digitálního vysílání přes satelit
DVB-S	digital Video Broadcasting Satellite, standard digitálního vysílání přes satelit
DVB-T	digital Video Broadcasting Terrestrial, standard digitálního vysílání přes pozemní vysílače
DVB-T2	nástupce DVB-T, podporuje přenos několika programů v multiplexu v HD rozlišení
DVD	digital video disc, formát digitálního optického datového nosiče, může obsahovat data v podobě filmů. Kapacita jednoho disku Digital Visual Interface, rozhraní pro propojení videozařízení s počítačem
EU	Evropská unie
HD	high definition, zkratka označující formát vysílání. Rozlišení v pixelech je 1920x1080
HDMI	high-definition multi-media interface, konektor pro propojení zařízení podporující HD a 3D technologie

HDP	hrubý národní produkt
IPTV	televizní signál šířený přes internetový protokol
LTE	technologie určená pro vysokorychlostní internet v mobilních zařízeních, teoretická rychlost stahování 172,8Mbit/s a odesílání megabit za sekundu – rychlost přenosu dat
Mbit/s	megabit za sekundu – rychlost přenosu dat
OECD	organizace pro hospodářskou spolupráci a rozvoj
P2P	počítačová síť na bázi „rovný s rovným“, všichni jsou si rovnocenní. Síť hlavně pro přenos a sdílení dat.
SD	standard definition, standardní rozlišení obrazu o velikosti 720x576 pixelů
set-top-box	zařízení pro převod digitálního signálu na analogový, pro starší typy televizních přijímačů
USB	univerzální sériová sběrnice, dnes nejuniverzálnější způsob připojení periferie k počítači
VoD	video on demand, tzv. video na vyžádání. Divák si skrze televizní obrazovku vybere obsah, který chce zhlédnout.
xDSL	technologie, která umožňuje vedení telefonu, dat či kabelové televize po telefonních rozvodech. V ČR nejčastěji v podobě

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obr. 1. Ukázka televizního vysílání DVB-H na mobilním zařízení,

zdroj: <http://www.3g.co.uk/PR/Jan2008/DVB-H.jpg>

Obr. 2. Sledovanost videa na internetu,

zdroj: <http://i.iinfo.cz/images/205/jine-video-na-internetu-1-orig.png>

Obr. 3. Četnost sledovanosti videa na internetu,

zdroj: <http://i.iinfo.cz/images/183/kde-sledujete-video-1-orig.png>