

Trenažér konference Teorie interaktivních médií 2020

Posluchači předmětu Seminář k magisterské diplomové práci oboru Teorie interaktivních médií představí to nejlepší ze svých výzkumných projektů.

Vstup volný!

Stačí, když se k nám připojíte

Návod

Klikni:

<https://teams.microsoft.com/j/team/19%3ae25080b35b244194b47e66a0b4755e9c%40thread.tacv2/conversations?groupId=9846ad33-7cd8-4e26-ae29-810f297b96d6&tenantId=11904f23-f0db-4cdc-96f7-390bd55fcee8>

Vstup:

Po rozkliknutí se vás webová stránka zeptá na způsob otevření virtuální třídy. Třidu je možné otevřít buď skrze prohlížeč, nebo přímo skrze aplikaci.

Identifikuj se (UČO, heslo):

V dalším kroku se vás O365 zeptá na vaše přihlašovací údaje. K přístupu do O365 obecně používáme VAŠEUČO@muni.cz. Následně by vás měla stránka přesměrovat k jednotnému přihlášení MUNI, kde pouze doplníte vaše primární heslo (to, které používáte k přístupu do IS). Následně pošlete žádost o přidání do virtuální třídy, kterou se pokusíme vždy v co nejkratším čase potvrdit.

Čas a místo konání

Vždy ve čtvrtek

9. dubna až 21. května 2020

18:00–19:40 h

(podrobný harmonogram viz níže)

09. 04.	18:00 –19:40
16. 04.	18:00 –19:40
23. 04.	18:00 –19:40 (studenti kombinované formy)
30. 04.	18:00 –19:40
07. 05.	18:00 –19:40
14. 05.	18:00 –19:40 (studenti kombinované formy)
21. 05.	18:00 –19:40 (náhradní termín)

Harmonogram

9. dubna 2020

18:00–19:40 h

HRY

Slepice nebo videohra?

Co bylo dříve?

Michael Franěk

Ačkoliv se to nemusí zdát pravděpodobné, tak z historického hlediska je prokázáno, že koncept videoher vznikl daleko dříve, než byl sestaven první počítač, na kterém by se tyto videohry mohly reálně hrát. Příspěvek nás zanesení do 30.–50. let 20. století, kdy se právě videohry začaly rozšiřovat. Současně se příspěvek zaměří i na to, jakým způsobem na otázku prvenství počítače nebo videoher nahlíží teoretické obory herní studia, například Jesper Juul.

Více her jako Detroit a lidé přestanou chodit do kina

Lubomír Konečný

V současné době vznikají interaktivní filmy, jako například *Detroit: Become Human* a *Heavy Rain*, které získávají pozitivní ohlasy od svého publika. Na základě strukturální analýzy uvedených interaktivních filmů zkusíme zodpovědět otázku, co je to interaktivní film a jaké jsou jeho prostředky vyprávění v porovnání s filmem nebo videohrami. Budeme se také zabývat otázkou, zda by interaktivní filmy mohly znamenat hrozbu či výzvu pro současnou infrastrukturu kin a filmový průmysl jako takový.

Dají sa herné leveli skladať ako puzzle?

Marek Čierny

Dizajn je disciplínou pri ktorej sa častokrát riešia opakujúce sa problémy alebo zadania. Dizajnové vzory sa, ako znovu použiteľné popisy a riešenia bežných problémov, používajú v architektúre, pri tvorbe programov a aj pri hernom dizajne. Tento príspevok predstaví vzory použité pri level dizajne digitálnych hier, so zameraním sa na roleplaying hry s otvoreným svetom. Hry, ako *The Elder Scrolls IV: Oblivion* a *Middle-earth: Shadow of War* sa na prvý pohľad zdajú značne rozdielne, ak sa ale zameriame na ich analýzu z hľadiska level dizajnu, zistíme, že vykazujú niekoľko podobností.

Analyzované hry:

Bethesda Game Studios 2006. *The Elder Scrolls IV: Oblivion*. Microsoft Windows, PlayStation 3, Xbox 360

Monolith Productions 2017. *Middle-earth: Shadow of War*. Microsoft Windows, PlayStation 4, Xbox

16. dubna 2020

18:00–19:40 h

UMĚNÍ / RETRO-MÁNIE A ARCHIV

SSTV jako taktické médium

Martin Koláček

Slow-scan television je metoda přenosu statického obrazu pomocí zvuku. V současné době je tato technika již překonána a aktivně ji využívají už jen radioamatéři. V rámci vlny technonostalgie na přelomu 70. a 80. let 20. století však byla znovu objevena novomediálními umělci, kteří ji využívají jako součást strategií v rámci tzv. taktických médií, protože je alternativou ke komunikačním sítím, které jsou poskytovány nadnárodními korporacemi. Novomediální díla využívající SSTV můžeme rovněž zasadit do kontextu low-tech estetiky raného videoartu či estetiky glitche spojené s net artem. Znovu-objevení SSTV umělci tak vytváří spojení mezi novými médii a radioamatérskou scénou, z níž vyšla první generace net artu. V příspěvku představím SSTV jako taktické médium.

Archiv jako umělecké dílo

Radim Kocourek

Cílem příspěvku je osvětlit diskurz spojený s tzv. archivním uměním. Přestože můžeme v průběhu 20. století sledovat řadu uměleckých děl, která se vyznačují tím, že pracují s archivním či nalezeným materiálem, zdá se, že v době digitalizace archivů můžeme pozorovat novou formu archivního umění. Příspěvek se opírá o typologii teoretičky Susanne Ø. Sæther, která vymezuje typy archivního umění v závislosti na jejich vztahu k tvůrci, vnímateli a reprezentovaným datům na imerzní archiv, nespolehlivý archiv a databázi. Na základě této typologie budou představeny příklady uměleckých děl, které budou zasazeny do širšího kontextu diskurzu spojeného s proměnou archivu v digitálním věku.

Umění mechanické interakce ve veřejném prostoru

Lucie Veselá

Prezentace se speciálními případy interaktivních uměleckých forem, jako je pouliční divadlo, loutkové představení nebo cirkus. Tedy forem, u nichž došlo s rozvojem masových a později nových médií k určité stagnaci vývoje. V konkurenci elektronických či digitálních tvůrčích přístupů se přesto objevují snahy o obnovení tradičního, na mechanických postupech založeného umění zasahujícího do veřejného prostoru. Ve Francii se této aktivitě věnují spolky Royal de Luxe, La Machine nebo Le Théâtre du Soleil. Cílem příspěvku je představit formou případové studie aktuální vývoj tohoto uměleckého řemesla „novým médiím navzdory“.

23. dubna 2020

18:00–19:40 h

UMĚNÍ / NOVÁ ESTETIKA A ARCHIV

Existuje ještě počítačová hudba?

Computer music – od algoritmů k simulaci

Jan Winkler

V druhé polovině minulého století se na poli experimentální hudby zrodil nový žánr: počítačová hudba. Fenomén, založený zpočátku na výpočtech a algoritmech a mající základy v *musique concrète* a *elektronische Musik*, se rychle začal těšit velkému zájmu odborné veřejnosti i hudebních nadšenců, jež se ho také drželi dobrých pár dekad. Je však pojem computer music v dnešní době stále aktuální? Je v době, kdy je k mání hned několik komplexních hudebních programů schopných simulovat v podstatě jakýkoli syntezátor, ještě vůbec na místě cokoli za počítačovou hudbu označovat?

Hudba hrou, aneb nejúspěšnější česká VR hra hýbe světem

Vendula Karlíčková

Herní průmysl zaznamenal velký úspěch na poli virtuální reality. Rytmická hra *Beat Saber* okouzila hráče po celém světě. Kdo stojí za jejím vznikem a kdo se podílel na hudebních skladbách? V prezentaci si představíme tuto hru, kterou má na starosti české studio Beat Games a porovnáme její specifika s jinými VR hudebními hrami.

Nová estetika a postinternetová praxe

Tereza Dulčič

V posledních letech jsme svědky vlny “třepení žánrů” umění nových médií. Vynořují se nová označení pro současnou novomediální tvorbu, jejichž autory jsou umělci, kurátoři i vědci. Patří k nim i pojmy “postinternetové umění” (Marisa Olson) a “nová estetika” (James Bridl). V příspěvku budou oba pojmy porovnány s cílem potvrdit či vyvrátit hypotézu, že díla reprezentující novou estetiku jsou součástí postinternetového umění, a tedy, že nová estetika je estetikou umění postinternetu.

Už bylo na čase!

Akvizice novomediálního umění v českých sbírkách

Adéla Kudlová

Umění zrcadlí obraz společnosti včetně dominantních technologií doby, proměňuje se v čase a také času podléhá. Zatímco akvizice uměleckých děl vytvořených v tradičních médiích světa umění (malba, socha, grafika, fotografie, ale také třeba film) má v českém prostředí svoji tradici a zavedené postupy, umění nových médií (podobně jako třeba tzv. live arts) prozatím trpí nedostatkem zájmu sbírkotvorných institucí. V institucích schází finance, metodologie, dokumentace a odborně školený personál, který by výzvu sbírání novomediálního umění pro

zachování pestré škály současných výrazových prostředků přijal. V příspěvku představím sérii odvážných kroků, které musí české galerie iniciovat, aby se sbírkotvorná činnost mohla posunout směrem k akvizici novomediálních děl kupředu v plné šíři.

30. dubna 2020

18:00–19:40 h

**TRANSKÓDOVÁNÍ /
HUDEBNÍ KULTURA, ŽURNALISTIKA, REKLAMA,
VZDĚLÁVÁNÍ**

Jak streaming zabil hudební kritiku?

Valeriya Lazareva

Snadný přístup k hudbě z celého světa a ztráta zájmu o fyzické nosiče jsou jedněmi z několika klíčových změn, které doprovází vstup internetových technologií do nahrávacího průmyslu. Hudební nadprodukce se stala příčinou výrazné devalvace hudby, která musí hledat nové způsoby, jak přilákat přesyceného posluchače. Stejně tak hudební reflexe ztrácí svůj původní formát a podobu, protože inteligentní algoritmus streamingových služeb vyvolává stále větší důvěru u uživatelů. Tento příspěvek se zabývá zkoumáním, zda může kurátorství v oblasti digitální distribuce hudby změnit svůj remediační účel a nahradit hudební kritiku v jejím obvyklém kritickém chápání?

Divák jako televizní reportér

Lucie, Rothová

S vývojem nových technologií se televizi postupně rodila silná konkurence, ale zároveň se díky nim výrazně obohacovala náplň vysílání. Začaly tak vznikat termíny jako mobilní žurnalismus nebo participativní žurnalistika, diváci se začali aktivně podílet na obsahu a povolání žurnalisty se začalo transformovat. Jak k těmto trendům přistoupila Česká televize a jakým způsobem zapojuje diváky do vysílání? V příspěvku se blíže zaměříme na představení projektu ČT iReportér.

Mem jako prostředek české marketingové komunikace

Dagmar Olšarová

Tento příspěvek představí memy používané v běžné online komunikaci a v marketingu se zaměřením na české internetové prostředí. Pomocí memů lze rychle a s určitým druhem humoru reagovat na aktuální sociální a politické události a situace. Memy už však nejsou jen formou komunikace několika jednotlivců jako před třiceti lety, ale jsou známé mezi masami lidí. To upoutalo i marketingové týmy různých firem, které je využívají jako formu nekonvenční, guerilla marketingové komunikace s potenciálními klienty.

Jak si stojí e-learningové nástroje oproti současné konvenční výuce?

Daniel Ťok

Konferenční příspěvek se bude zabývat problematikou způsobů vzdělávání. Konkrétně budeme porovnávat dvě formy výuky, a to prezenční formu studia se současnými metodami e-learningu. Tyto dvě formy studia porovnáme a následně vyhodnotíme jejich silné a slabé stránky v různých vědních oborech a situacích. Hlavními měřítky budou čas, cena, flexibilita, motivace, interakce, efektivita nebo specializace daných dovedností. Cílem je nalezení nejúčelnější implementace těchto e-learningových nástrojů.

7. května 2020

18:00–19:40 h

**INTER-MEDIA /
KYBERBEZPEČNOST /
MÝTUS AI**

Obrazy jako filmová inspirace

Denisa, Silná

Tento příspěvek představí fenoménu tableaux vivant jako nástroj remediace ve filmové tvorbě. Do jaké míry malířství, jako tradiční forma umění, ovlivnilo filmovou tvorbu? Přebírání kompozice obrazů a jejich následné zakomponování do filmové scény, je charakteristickým prvkem tvorby určitých umělců. Vzájemné působení filmové tvorby a obrazů na plátně je stále aktuálním fenoménem. V neposlední řadě je celá problematika diskutována v kontextu animované tvorby.

Přijít, či nepřijít o svá milovaná data?

To je oč tu běží.

Jan Netolička

Technologie se neustále vyvíjejí kupředu mílovými kroky a s nimi i moderní společnost, která je na technologiích již dle mého názoru zcela závislá. Jsou schopny nám ulehčovat mnohé aspekty našeho života, ale pokrok s sebou vždy nese pouze samá pozitiva. V mém příspěvku bych se chtěl věnovat tématu indických „Helpdesk call center“, které se z lidí pomocí předem připraveného scénáře, snaží vylákat z nic netušících obětí za poskytnutou „opravu“ PC, mnohdy nemalé finanční obnosy (měsíčně je schopno jedno call centrum vylákat z obětí až stovky tisíc dolarů). Většina uživatelů využívající ICT mají jen malé povědomí o tom, jak funguje samotné zařízení, a proto si myslím, že je potřeba na tento konkrétní problém upozorňovat, protože se to v široké míře neděje. Svým příspěvkem bych vás chtěl seznámit a přiblížit vám činnost těchto call center a ponořit se hlouběji do jádra jejich operací.

AI jako buzzword

Veronika Urbášková

Zásluhou vývoje a rozšíření informačních technologií roste popularita umělé inteligence (angl. Artificial Intelligence, AI). V posledních letech vznikají nové společnosti zabývající se tvorbou softwarů, jež deklarují jako umělou inteligenci. Mnoho těchto softwarů najdeme ve zdravotnictví, marketingu, dopravě, umění, komunikaci, nicméně nezřídka se ve skutečnosti nejedná o umělou inteligenci, ale o služby založené na procesu datové analýzy (Například měření agregovaného času stráveného u počítače v kanceláři, na základě kterého se vyhodnocuje, kdy je nejlepší čas poslat marketingový e-mail, aby si ho příjemce zaručeně přečetl.) Takový algoritmus se však daty prokouše pokaždé stejně a z ničeho se nepoučí. Naproti tomu, iterativně se učit je jednou z hlavních vlastností skutečné AI, jak ji ostatně definují odborníci (např. Poole a Mackworth, 2017, Russell a Norvig, 2014). Nestává se tedy z termínu AI jen marketingový trik či buzzword?

14. května 2020

18:00–19:40 h

**TRANSKÓDOVÁNÍ /
ROZHLAS, KONZUM
DIY, RETRO**

Nahradí podcasting rádiové vysílání?

Lucie Riesnerová

V současné době se velmi rychle rozšiřuje fenomén podcastingu, který má potenciál nahradit v mnoha ohledech rádiové vysílání. Jde o audiozáznamy (v současnosti ale i videozáznamů) šířících informace formou monologu nebo rozhovoru se zajímavými hosty, které jsou uloženy v databázi např. na webu. Konzumace obsahu probíhá často prostřednictvím RSS čteček, které umožňují přihlásit se k odběru a upozorňovat uživatele na nové epizody. Dnes již i rádiové stanice nabízejí záznamy online, ale nejedná se už o podcast? Dochází k remediaci rádia nelineárními formáty nových médií v reálném čase a je fascinující, že se tohoto procesu můžeme osobně účastnit. Práce zkoumá situaci na poli podcastingu v České republice, kde mezi nejvýznamnější patří podcast Českého rozhlasu a mnoha autorů na platformách Spotify nebo YouTube.

Zážitkové nakupování – nový fenomén digitální kultury

Klára Jančíková

Nakupování oblečení se stalo nejen nutností, ale v dnešní konzumní společnosti také zábavou a způsobem trávení volného času. Obchodní řetězce reagují na tento fenomén novou marketingovou strategií v podobě tzv. zážitkového nakupování s využitím aplikací ICT, konkrétně různých forem rozšířené reality. Nakupování oblečení tak dostává doslova "nový rozměr". Podíváme se na příklady využití AR k těmto účelům firmami jako jsou: TOPSHOP,

TIMBERLAND, LACOSTE, které vstoupily do velké neznámé v podobě zážitkového nakupování s využitím informačních technologií.

Najíme se kukuřičného škrobu? Aneb 3D tisk v domácnosti?

Vendula Žaludová

Neustále se vyvíjející technologie 3D tisku už není tak zajímavým tématem, jako řešení otázky jejího využití a možností. Současné 3D tiskárny v Číně tisknou domy, v Itálii dorty, v USA první auta, na Novém Zélandě raketové součástky. 3D tiskárna se dokáže sama reprodukovat a kompostovat. 3D tisk je ekologicky nenáročné médium, které otevírá nekonečně mnoho možností. V současném světě předimenzovaném technologiemi se nám otevírá otázka, zda má 3D tisk smysluplné využití pro současného spotřebitele?

21. května 2020

18:00–19:40 h

Náhradní termín. Program bude případně upřesněn.