

Trenažér konference

Teorie interaktivních médií 2025

03. 04., 10. 04., 17. 04.

Janáčkovo nám. 2a, N51, 18:00–19:40 h

PROGRAM

03. 04.

Jazyk jako médium

Sociální a etické aspekty jazykových modelů

Daniel Dobrý

Rozvoj jazykových modelů, jako jsou GPT a BERT, zásadně proměňuje způsoby, jakými lidé komunikují v digitálním prostředí. Tento příspěvek se zaměřuje na sociální a etické aspekty těchto technologií, zejména na jejich vliv na důvěryhodnost informací, komunikační návyky a společnost.

Na základě současného výzkumu v oblasti umělé inteligence a komunikace analyzuji, jak generativní modely ovlivňují dynamiku online interakcí a jaké důsledky přináší automatizovaná tvorba textu pro autenticitu komunikace. Současný stav práce ukazuje, že jazykové modely mohou posilovat určité jazykové tendence, například preferenci pozitivního emočního zabarvení, což má vliv na vnímání komunikačních partnerů. Současně existují rizika spojená s narušením transparentnosti komunikace a zkreslováním sdělení, která mohou ovlivnit důvěru mezi uživateli.

Práce, ze které tento příspěvek vychází, spadá do kategorie kvalitativní teoreticko-analytické studie, která využívá sekundární analýzu odborných zdrojů zahrnujících historické, technické, mediální a sociologické texty. Součástí metodologického přístupu je rovněž hermeneutická a kritická analýza, doplněná o tematické zpracování konkrétních dopadových oblastí. Hlavní výzkumnou otázkou samotné práce, je jak vývoj informatiky a umělé inteligence v oblasti jazykových modelů, ovlivnil současnou sociokulturní dynamiku interakce člověka s technologií a jaké etické výzvy a rizika toto s sebou přináší.

Příspěvek bude reflektovat aktuální diskurz o odpovědnosti za obsah generovaný umělou inteligencí. Zkoumaná oblast poukazuje na rostoucí potřebu regulace a transparentnosti v oblasti AI, zejména v kontextu veřejného diskurzu a digitálních platforem. Samotný příspěvek tak přispívá k širší debatě o dopadech jazykových modelů na digitální komunikaci a zdůrazňuje nutnost kritické reflexe jejich role v současné společnosti.

Generativní umělá inteligence jako nástroj k tvorbě syntetické reklamy

Tereza Šuráňová

Jedním z hlavních aspektů generativní umělé inteligence je schopnost efektivně tvořit neustále se zdokonalující realistický vizuální obsah. Představuje tak kvalitní nástroj sloužící k tvorbě vizuálních výstupů, čehož je využíváno napříč mnoha oblastmi, mezi které můžeme jednoznačně zařadit také marketing a zejména tvorbu vizuálního reklamního obsahu.

Syntetická média a potažmo syntetický reklamní obsah jsou v současné době již aktivně integrovány v oblasti vizuální marketingové komunikace. Využívány jsou k tomu komunikační kanály od televizního vysílání, přes sociální sítě a webové stránky, ale také tištěná média. Zároveň existuje celá řada dostupných nástrojů, které představují nové finančně nenákladné způsoby, jakým reklamní obsah vytvářet.

Kvalita, míra realističnosti, a tedy i samotná estetika daného obsahu je do značné míry dále ovlivňována výběrem konkrétních nástrojů, ale například také způsobem zadávání promptů a případnými dalšími zásahy do obsahu. Volba nástrojů tak může ovlivňovat výslednou podobu generovaných vizuálů a spolu s tím také to, jakým způsobem bude obsah rezonovat se zákazníky, potažmo s veřejností jako takovou. V tomto ohledu vycházím z pojetí vizuálních generativních médií Lva Manoviche (Manovich a Arielli, 2024), který se zabývá právě problematikou estetiky generativního obsahu.

Příspěvek se zaměřuje na představení hlavních znaků generativního obsahu v roli syntetické reklamy jako je specifický vzhled a s tím související aspekty realističnosti daného obsahu. Dále hlavní motivace, které mohou stát za volbou této formy marketingové komunikace a možné způsoby jejího využití. V neposlední řadě nastiňuji to, jakým způsobem je tato forma reklamního obsahu vnímána veřejností, což bude představeno na několika praktických příkladech jako jsou reklamní spoty značky Coca-Cola.

+ 1

Aký význam mal textový experiment v československom kontexte kedysi a aký význam má dnes? Text a jeho presahy v súčasnom vizuálnom umení

Viktória Citráková

Výskum je zameraný na teoretické zmapovanie konceptuálnych a post-konceptuálnych tendencií práce s textom vo vizuálnom umení v československom kontexte od druhej polovice minulého storočia až po súčasnosť. Cieľom je zmapovať použitie textu na rôznych úrovniach, konkrétne v jeho naratívite a vizualite. Vývoj práce s textom vo vizuálnom umení takto: 1. text ako vizuálny prvok (experimentálna poézia 60. a 70. rokov), 2. práca s textom ako politickým gestom v širšom spoločenskom kontexte (tuzemské umenie v čase normalizácie), 3. konceptuálne umenie ovplyvnené digitálnymi technológiami (po roku 2000), 4. súčasné tendencie využívajúce materialitu, introspekciu a osobnú skúsenosť. Mojou ambíciou nie je znovu-predstavovať a reinterpretovať autorov a autorky, ktorých tvorba je v našom kontexte známa, napr. Aleš Čermák, Zuzana Husárová, Jiří Kolář, a ďalších, ale predstaviť autorov a autorky súčasnej generácie, kam patrí napríklad Bernadeta Babáková, Jiří Bartoš, Nela Bártová, Agáta Kertész, Sára Jarošová, Marie Lukáčová, Katarína Poliačiková, Monika Rygálová, Elena Pecenová, Marie Tučková, a ďalší*ďalšie.

Vnútorňú trajektóriu vývoja týchto tendencií mapujem prostredníctvom referencií k akademickým textom týchto autorov a autoriek: Bohumila Grögerová a Josef Hiršal, Kenneth Goldsmith a Craig Dworkin, Ondřej Buddeus, Markéta Magidová, Tomáš Pospiszyl, Pavlína Morganová, Eva Krátká, Mark Fisher, atp.

17. 04.

Games & Plays

Od postavičky k identitě: Určuje vzhled avatara chování hráčů?

Valerie Šefferová

Masivně multiplayerové online role-playing hry poskytují hráčům prostředí, ve kterém mohou prostřednictvím svých avatarů interagovat s ostatními a formovat svou digitální identitu. Herní avatary slouží nejen jako médium pro interakci, ale také jako nástroj sebe prezentace. Volba avatara reflektuje individuální preference hráče a zároveň ovlivňuje způsob, jakým jsou hráči vnímáni ostatními, čímž aktivně formuje dynamiku sociálních vztahů ve hře.

Tento příspěvek se zaměřuje na vztah mezi designem avatarů a vzorci chování hráčů. Zkoumá, jak vizuální charakteristiky avatarů souvisejí s chováním a sebe prezentací uživatelů v online prostředí. Klade důraz na identifikaci estetických prvků avatarů, které poskytují klíčové informace o jejich uživateli.

Na základě dat z dotazníkového šetření analyzuji, jak estetické prvky avatarů ovlivňují vzájemnou komunikaci mezi hráči, a jak přispívají ke konstrukci vlastní digitální identity. Lze pouze na základě vizuálních prvků avatarů predikovat určité vzorce chování? A jaké estetické prvky avatara nám o identitě hráčů přináší nejvíce informací? Příspěvek se zabývá rolí herních avatarů jako komunikačního média a zkoumá, jak se prostřednictvím nich proměňují způsoby komunikace v digitálních médiích. Současně se zabývá vlivem možností customizace avatarů na autenticitu online projevu a na to, jak vizuální design ovlivňuje vnímání a chování hráčů v interakcích v prostředí multiplayerových online her. Cílem příspěvku je prezentovat konkrétní statistiky a souvislosti mezi vzhledem avatarů a chováním jejich uživatelů.

Strategie zasvěcování účastníků na výstavách současné české herní tvorby

Šimon Vladík

V posledních letech je možné sledovat nárůst počtu školních oborů, které vyučují herní tvorbu. Příklady mohou být Game art na SŠUD v Brně, Herní design na pražské FAMU, Ateliér herních médií na brněnské FAVU a další. Paralelně k tomu se i mimo vzdělávací instituce odehrávají události, které se vystavování herní tvorby studentů, nezávislých tvůrců či umělců věnují. Loňský rok proběhlo takových akcí hned několik: Lektvar barev v Brně, Final_final v Praze či herní program v rámci festivalu Anifilm v Liberci. Dokonce i v rámci loňské výstavy Ceny Jindřicha Chalupeckého byla vystavena herní tvorba No Fun Kolektivu. Různé výstavy, festivaly a přehlídky tak v současnosti experimentují s tím, jak digitální či analogové hry zprostředkovat v kontextu svých prostor, což ovlivňuje nejen nové podoby výstav, ale i formy, kterými se hry prezentují.

V konferenčním příspěvku nastíním problematiku vystavování herní tvorby z pohledu uživatelské přístupnosti, jelikož sama interaktivní podstata média klade nárok na zasvěcení účastnictva do pravidel hraní. Výzkumně se zaměřím na hledání a popsání strategií zasvěcování, které vybraná autorstva a kurátorstva uplatňují v praxi.

Vycházejí z teorií herního designu (K. Salen Tekinbaş a E. Zimmerman) či user experience (C. Hodent), je na proces zasvěcování nahlíženo jako na zážitek, který stojí na počátku interakce s hrou samotnou. Tento zážitek popíši v širší dílčí aspektů, které zahrnují nejen kvalitu zprostředkování informací, ale například i socioekonomickou přístupnost zážitku.

Dále na příkladech současných výstav české nezávislé a studentské herní tvorby prozkoumám, zda se principy herního designu uplatňují i v koncepci výstav a jak se kontext výstavního prostoru může zpětně promítat i do samotné podoby her. Příspěvkem tak poodkryji kus mapy aktuálního snažení českých ateliérů a kurátorů, kteří se zasvěcování odbornější i širší veřejnosti do vystavené herní tvorby věnují.

Za hranice fandumu: Konstrukce identity Swiftie v českém kontextu globální popkultury

David Hubáček

Príspevek zkoumá komplexní procesy formování fanouškovské identity u dlouhodobých posluchačů americké zpěvačky Taylor Swift v České republice. Na základě kvalitativního výzkumu realizovaného prostřednictvím hloubkových polostrukturovaných rozhovorů s českými Swifties, kteří sledují umělkyni minimálně pět let, studie analyzuje specifické motivační faktory vedoucí k přijetí identity Swiftie a způsoby, jakými se globální fanouškovská kultura adaptuje v lokálním kontextu.

Teoretické ukotvení práce kombinuje koncepty parasociální interakce (Horton a Wohl, 1956; Konijn a Hoorn, 2017) s teoriemi identity a fanouškovských kultur (Jenkins, 2012; Hills, 2003). Výzkum odhaluje, jak čeští posluchači interpretují a prožívají svůj vztah k této globální popové ikoně, přičemž identifikuje klíčové faktory podílející se na utváření jejich fanouškovské identity v průsečíku globálních a lokálních kulturních vlivů.

Príspevek přináší nové poznatky do oblasti fanouškovských studií s důrazem na proměnu parasociálních vztahů v digitálním prostředí sociálních médií, kde se hranice mezi celebritou a fanouškem stávají propustnější. Zároveň problematizuje zjednodušené chápání fanouškovství jako pouhé konzumace a zdůrazňuje aktivní roli fanoušků při vytváření významů a reinterpetaci kulturních obsahů. Studie tak přispívá k porozumění současným trendům v utváření vztahů mezi posluchači a umělci se zaměřením na specifika českého prostředí a nabízí unikátní vhled, jak se globální fanouškovské komunity lokalizují v kontextu středoevropské kulturní zkušenosti.

10. 04.

(Multi)media Events

Sociální a kulturní vlivy na brněnskou techno scénu

Elizaveta Sipko

Brněnská techno scéna se v uplynulých dvou dekáдах vyprofilovala jako důležitá součást městské kultury. Pravidelné halové taneční akce si získaly celorepublikovou proslulost – brněnské techno párty ve velkých pavilonech se staly v Česku doslova fenoménem.

Tento příspěvek vychází z předběžných výsledků kvalitativního výzkumu brněnské techno scény. Cílem výzkumu bylo porozumět sociálním a kulturním faktorům, které formují tuto scénu, a zhodnotit její provázanost s širšími evropskými trendy. Prezentované poznatky vycházejí z rozhovorů s organizátory, DJs i pravidelnými účastníky akcí, doplněných o analýzu relevantních zdrojů. Nejprve stručně nastíníme historický kontext a význam scény, poté rozebereme klíčové sociokulturní faktory a trendy, kterým se brněnská techno komunita přizpůsobuje. Následně se zaměříme na aktuální výzvy – od gentrifikace přes ekonomické tlaky až po proměnu publika – a v závěru nastíníme možnosti udržitelného rozvoje scény v kontextu kulturní politiky a hudebního průmyslu.

Výzkum se opírá o kombinaci kvalitativních a kvantitativních metod, včetně polostrukturovaných rozhovorů s klíčovými aktéry scény, účastnických pozorování a analýzy online materiálů, a zaměřuje se na analýzu subkulturního kapitálu, kulturní produkce a kulturního aktivismu. Důraz je kladen na to, jak se brněnská techno scéna vztahuje k širším evropským a globálním subkulturním trendům a jak reaguje na měnící se socio-ekonomické a politické podmínky.

Brněnská techno scéna prošla od 90. let pozoruhodným vývojem – od spontánních porevolučních raveů až k dnešní etablované subkultuře, která je nedílnou součástí identity města. Sociální a kulturní vlivy, jež ji formovaly, zahrnují jak jedinečné místní podmínky (studentská obec, jihomoravský temperament, dostupné prostory), tak širší trendy globální elektronické kultury. Scéna se

neustále vyvíjí v dialogu s Evropou i světem, přijímá nové impulsy a zároveň si uchovává svůj lokální charakter. Výzvy, před nimiž stojí – od gentrifikace po generační obměnu – jsou reálné, avšak ne nepřekonatelné. Klíč tkví ve schopnosti adaptace a spolupráce: spojení sil uvnitř komunity, proaktivní dialog s veřejnou sférou a otevřenost novým myšlenkám.

Výsledky nastíněného výzkumu naznačují, že brněnská techno scéna má silné kořeny a flexibilitu potřebnou k přečkání bouří. Pokud se podaří zajistit potřebné zázemí – ať už fyzické (prostory), ekonomické (udržitelné financování) či symbolické (společenské uznání) – může tato subkultura i nadále kvést. Techno v Brně není jen hudební žánr; je to komunita a způsob života, který obohacuje kulturní diverzitu města.

Návrh, realizace a zhodnocení zážitkové akce pro návštěvníky s audiovizuálními prvky

Tomáš Jašíček

Příspěvek se zabývá návrhem, popisem realizace a hodnocením zážitkové akce, která integruje moderní audiovizuální technologie s cílem vytvořit interaktivní a emocionálně působivé prostředí pro návštěvníky. Vychází z principů event designu (Berridge, 2007) a zážitkové ekonomiky (Pine & Gilmore, 1999), přičemž klade důraz na strategické využití osvětlení, hudební dramaturgie, videoprojekcí a digitálních efektů ke zvyšování celkového zážitku z vnímání akce.

Metodologicky příspěvek staví na kvalitativním výzkumu, zahrnujícím participační pozorování a zpětnou vazbu návštěvníků prostřednictvím dotazníků a rozhovorů. Klíčovým aspektem je hodnocení efektivity audiovizuálních prvků, jejich přizpůsobení prostoru a vliv na zážitek a zapojení účastníků.

Konferenční příspěvek identifikuje hlavní faktory, které ovlivňují úspěšnost audiovizuálního eventu, včetně scénografie, technické realizace a účastnické zkušenosti. Výsledky analýzy přinášejí doporučení pro budoucí návrhy multisenzorických akcí, kde technologie podporují nejen estetický dojem, ale i interaktivitu a hlubší zapojení publika.

Příspěvek je příkladem moderní produkce zážitkových eventů a zdůrazňuje potenciál audiovizuálních prvků pro vytváření multimediálních událostí v kontextu současné eventové scény.

+ 1

Hlavní trendy v komunikaci tradiční čínské medicíny v českých online médiích

Elena Zedková

Tradiční čínská medicína (TČM) je v českém mediálním prostoru prezentována různými způsoby. Tyto způsoby významně ovlivňují její vnímání veřejností, a to nejen z hlediska zdravotní účinnosti. TČM je zároveň zasazena do širšího kontextu kulturních, ekonomických i politických souvislostí. Tento příspěvek se zaměřuje na hlavní komunikační strategie, které česká online média využívají při informování o TČM, a analyzuje, jak tyto strategie přispívají k utváření veřejného diskurzu.

Na základě srovnávací analýzy mediálních obsahů identifikují klíčové trendy, a to včetně rámování TČM jako alternativní versus komplementární medicíny, jejího zasazení do medicínského vs. léčitelského kontextu, komerčního využití tématu v kontrastu s jeho nekomerčními aspekty, například v rámci akademického výzkumu nebo zdravotnické praxe, a také s polarizací diskurzu mezi zastánci a kritiky. Též sledují, jaké argumentační strategie média volí, jakým způsobem pracují s odbornými a laickými zdroji a jak prezentují názory lékařské komunity i samotných praktikujících TČM.

Zvláštní pozornost je věnována otázce regulace TČM v České republice a tomu, jak mediální diskurz ovlivňuje veřejné mínění, zdravotní politiku i postavení TČM v rámci českého zdravotnického systému. V závěru bude diskutováno, jak lze prezentaci TČM v médiích přiblížit k vyváženějšímu a kontextualizovanému informování, které reflektuje různé perspektivy – včetně odborných studií, historických souvislostí a zkušeností praktikujících lékařů i pacientů. Důraz bude kladen na kritickou analýzu mediálních narativů a jejich vliv na veřejné mínění. Příspěvek tak nejen mapuje současný mediální obraz TČM, ale také i přispívá k širší debatě o roli médií při utváření postojů k nekonvenčním formám léčby a jejich integraci do moderního zdravotnictví.