ANETA ŠAFEROVÁ

FOTO: JAN BEROUNSKÝ, ARCHIV WATTSENGLISH

Princip



ANGLIČTINU SE S NÍM DOST MOŽNÁ UČÍ I VAŠE DÍTĚ, JEN O TOM NEVÍTE. STEVE WATTS JE NEJÚSPĚŠNĚJŠÍM ČESKÝM YOUTUBEREM, PŘESTOŽE JE BRIT A NEMLUVÍ ČESKY. JEHO POŘAD STEVE AND MAGGIE MÁ NA YOUTUBE MILIARDY ZHLÉDNUTÍ, V ČÍNĚ NA JEHO SHOW CHODÍ TISÍCE DĚTÍ, PRÁVĚ VSTOUPIL NA NETFLIX A CHCE SE STÁT STEJNÝM FENOMÉNEM JAKO PRASÁTKO PEPPA. NATÁČÍ SE V PODJEŠTĚDÍ A ZA ÚSPĚCHEM STOJÍ KROMĚ SAMOTNÉHO STEVA I PRODUCENT MAREK KADLEC.



N

Nezbedná straka Maggie má narozeniny a její kamarád Steve pro ni chce upéct dort. Jenže nemá dost ingrediencí, takže nakonec je z toho jen cupcake. Maggie naštěstí situaci zachrání, a aby mohla pohostit své přátele, dort pomocí kouzla vyčaruje.

Při natáčení na zeleném pozadí vzduchem létají vajíčka, banány a anglická slovíčka. Tahle scéna se neodehrává v hollywoodském ateliéru ani na předměstí Londýna, ale v Českém Dubu v Podještědí. Velkoryse vybavené studio se skrývá v nenápadné budově připomínající dřevěnou stodolu.

Režisér v těsném očním kontaktu snímá hlavního protagonistu Steva Wattse a dává mu anglické pokyny. Společně vymýšlejí drobné nuance příběhu tak, aby byl uvěřitelný, autentický a hlavně zábavný. Žádný velký tým, žádná výpravná produkce, jen dva lidé, již spolu ve stodole kouzlí další díl, na který čekají miliony dětí po celém světě.

Podobných skečů už za více než deset let natočili přes 500 a ohlas je nevídaný: 21 milionů sledujících a 17 miliard zhlédnutí na YouTube, několik jazykových mutací. Letos v srpnu pořad vstoupil na britský a irský Netflix, kde první tři týdny po uvedení držel první příčku mezi nejsledovanějšími dětskými tituly.

Firma Wattsenglish, která za pořadem stojí, je navíc také mimořádně byznysově úspěšná. V relativně malém počtu pětadvaceti lidí generuje sedmdesátimilionový obrat a díky malým nákladům vysokou ziskovost.

„Úspěch pořadu stojí na Stevově charismatu a autenticitě. Před zeleným plátnem musí všechny emoce prožít, nepomáhají mu kulisy, ty se do videa doplňují až v postprodukci. A to je nesmírně těžká disciplína, které už se dnes věnuje málokdo," říká režisér Jiří Kabátek na konto svého kolegy.

Osmačtyřicetiletý Steve Watts žije v Liberci dvacet let a přes nepochybné herecké nadání je především lektorem angličtiny. Jeho videa jsou v podstatě one man show, sám hraje nejen Steva, ale pomocí maňáska i svoji parťačku straku Maggie. Obvykle jeden den natáčejí jednu postavu, druhý den druhou a pak se obě videa složí do jednoho. Výroba jedné epizody zabere od nápadu po finální výstup necelý měsíc.

„Steve je mé jedenáctileté já. Hodně usměvavý a rozpustilý. Každý učitel musí být expresivní, aby vzbudil u dětí zájem a zapojil je. Moje učitelská persona má navíc nadpřirozený rozměr, protože jí sekunduje kouzelná straka Maggie, která je zlobivá, takže se v ní děti snadno poznají. Když se Stevovi něco stane, děti baví představa, že by se něco podobného mohlo přihodit jejich tátovi, a sledují, jak bude dospělý reagovat," popisuje Steve Watts to, jak jako scenárista vystavěl charaktery hlavních hrdinů.

Ač mají se svými videy obrovské dosahy a jsou součástí školních a předškolních osnov výuky angličtiny v Česku i v dalších sedmnácti zemích, jejich popularita zůstává ve třídách a útrobách streamovacích platforem. Řada rodičů možná ani netuší, kdo Steve a Maggie jsou.

„Ale tím, jak teď výrazně rosteme, už mě víc lidí poznává. Možná slyšeli náš příběh o tom, že anglicky mluvený obsah vyrábíme v České republice, a jsou na to pyšní. Nedávno jsem na pražském letišti odněkud zaslechl svůj hlas a všiml si, že malý kluk sleduje na tabletu videa Steva a Maggie. Když jsem mu řekl ‚Hello!', byl pořádně překvapený," líčí komik, který se vyznačuje červeným tričkem a plyšovou Maggie na rameni. „Když je nemám na sobě, děti si mou totožností nejsou úplně jisté," dodává Watts.



Zleva Marek Kadlec a Jiří Šoltys v libereckém studiu









Nahoře ukázka z pořadu Steve and Maggie, dole Steve Watts při živé show v Číně

Z jazykovky do filmu

Úspěch dětských videí nepřišel ze dne na den, stojí za ním byznysový příběh budovaný krok za krokem přes dvacet let. Jeho strůjcem je původní profesí germanista a historik Marek Kadlec, který v sobě měl odjakživa podnikavého ducha. „Už v šestnácti jsem oblepoval Liberec inzeráty a nabízel doučování němčiny," líčí, když spolu o hodinu později po návštěvě Českého Dubu procházíme libereckou vilovou čtvrtí Kristiánov.

Tady je jeho vášeň pro historii hmatatelná. Před lety zde koupil prvorepublikovou Nettlovu vilu, kterou nechal citlivě zrekonstruovat a u vstupu nezapomněl dát vsadit do chodníku mosazný „kámen zmizelých" připomínající původního majitele, židovského obchodníka Maximiliana Nettla, jehož život skončil v koncentračním táboře Treblinka.

Dnes se v suterénu vily nachází nahrávací studio a vzdělávací centrum pro učitele, v dalších patrech postprodukce, kde se videa editují, tvoří se grafika a animace, upravuje zvuk.

Dvaapadesátiletý Marek Kadlec nás provází jednotlivými zákoutími historické budovy a ve svém vyprávění jde rád do hloubky a do detailu. Filmového ducha dům získával postupně, původní byznys majitele se točil kolem výuky cizích jazyků. Koncem devadesátých let Marek Kadlec využil velké poptávky místních firem po angličtině a založil jazykovou agenturu.

„Měl jsem štěstí, že jsem tehdy narazil na byznysového parťáka Jiřího Šoltyse, se kterým ve firmě Wattsenglish spolupracujeme dodnes," vede nás do malého studia se zvukovým pultem a zeleným pozadím. Tady se setkáváme s Jiřím Šoltysem, dnes manažerem, ale původně učitelem, který kromě angličtiny a občanské výchovy na Karlově univerzitě vystudoval Podnikohospodářskou fakultu Vysoké školy ekonomické, což podle něj bylo vítanou průpravou do světa byznysu.

Společně vytvořili síť jazykových škol a překladatelských servisů Ceet. „Mluvit o překladatelských servisech v době AI zní už jako science fiction," říká trochu sebeironicky jedenapadesátiletý Šoltys a naráží na nevyhnutelnou technologickou a společenskou změnu, která je donutila zaměření svého podnikání změnit.

„Zatímco na trhu pro dospělé v průběhu let rostla konkurence, jazykové vzdělávání předškolních a mladších školních dětí zůstávalo na okraji zájmu větších hráčů nebo nakladatelství. Přitom při správně zvolené metodice je možné v tomto věku dosáhnout největších zázraků, protože děti mají otevřené řečové centrum a dokážou se učit jinou řeč podobně jako svou mateřskou. Proto jsme se rozhodli svět výuky dospělých opustit a vrhnout se na tuto příležitost," líčí Jiří Šoltys na terase Nettlovy vily, odkud se otvírá impozantní výhled na nedaleký Ještěd.

INZERCE



Zleva Marek Kadlec, Jiří Kabátek a Steve Watts ve studiu v Českém Dubu

Nad kávou oba muži vzpomínají, jak před dvěma dekádami pionýrsky zakládali v Liberci bilingvní školku, původně pro vlastní děti. „V Praze bylo několik elitních školek, kde se mluvilo pouze anglicky, ale bilingvní školky tehdy prakticky neexistovaly. Ve společnosti dokonce zaznával názor, že dvojjazyčná výchova může být škodlivá. Byly to opravdu dřevní začátky," vzpomíná Šoltys. Právě toto předškolní zařízení se ale pro další směřování byznysu ukázalo jako klíčové.

Prvním lektorem a rodilým mluvčím ve školce byl již zmíněný Brit Steve Watts, který do Liberce přišel po tříleté praxi v Japonsku, kde učil angličtinu. V zemi vycházejícího slunce rozvíjel vlastní metodiku výuky, která nestála na memorování slovíček, ale na učení prostřednictvím příběhů, emocí, pohybu a hry. „Předvedl nám, jak nádherným způsobem dokáže děti vést, aniž by znal jejich rodný jazyk. Do té doby se vyučovalo prakticky výhradně překladovou metodou. Díky školce jsme mohli metodu rozvinout a následně kodifikovat," popisuje Marek Kadlec s tím, že školka fungovala také tak trochu jako vývojářský hub.

Jejich počínání sledovalo i ministerstvo školství, které je v roce 2006 pověřilo, aby vytvořili oficiální metodiku angličtiny pro předškolní zařízení. Vznikly první učebnice a materiály pro učitele založené na principech moderní psycholingvistiky. Cizí jazyk si s jejich pomocí děti osvojovaly přirozeným způsobem, tedy nápodobou, opakováním a emoční pamětí. Metodiku pojmenovali Wow!English a vyslali ji do první tisícovky českých škol.

„Základním prvkem metodiky je pohádka o Stevovi a Maggie, která děti vtáhne do anglického prostředí. Největších úspěchů dosahujeme, když se děti začnou učit cizí jazyk právě už v mateřské škole, kdy si mohou snadno otevřít druhé řečové centrum. Díky tomu pak máme větší procento dětí, které na konci základní školy dosáhnou úrovně B1," popisuje Marek Kadlec.

Spojujícím prvkem je Stevova tvář, která se objevuje napříč učebnicemi a výukovými videy. „Představujeme jazyk v kontextu. Například když se něco děje v pokojíčku, stejná místnost se objeví v pracovním listě i ve videu. Člověk si jazyk nejlépe osvojí skrze lidskou tvář. Steve funguje jako asistent učitele, který třeba nemá takovou jistotu například s výslovností nebo jazykovými strukturami. Rodilý mluvčí je tak s nimi v každé hodině," doplňuje Jiří Šoltys.

Hurá na internet

První video nahráli na YouTube v roce 2014 a důvod byl pragramatický: chtěli udělat reklamu své metodice. Bez jakékoli podpory sledovanost organicky rostla, ale tam, kde to nikdo nečekal. „Tím, že tvoříme vzdělávací obsah, očekávali jsme popularitu mimo země, kde je angličtina rodným jazykem. Ovšem 60 procent všech zhlédnutí jsme měli v Severní Americe, ve Velké Británii, v Austrálii a na Novém Zélandu. Pochopili jsme, že se děti na naše videa dívají jako na pohádku, která je baví. Rodiče nám psali, že se jejich potomci i coby rodilí mluvčí učí s naším pořadem správnou výslovnost, pomáhá jim s opožděným vývojem řeči, dokonce na ni dobře reagují i děti s poruchami autistického spektra," líčí Marek Kadlec s tím, že v záplavě kreslených pohádek dobře zafungovala právě hlavní postava živého člověka, jehož emoce mohou děti dobře číst.

Podnikavý tým z Liberce se rozhodl úspěchu využít a v roce 2019 se začal přibližovat malým divákům z dalších koutů světa. Příběhy Steva a Maggie nechal nadabovat do dalších jazyků, takže postavy mluví vedle angličtiny také latinskoamerickou španělštinou, brazilskou portugalštinou, arabštinou, italštinou, němčinou nebo francouzštinou. V sídle firmy návštěvník nemůže minout plakety, jež společnost YouTube do Liberce poslala za překonání určitého množství zhlédnutí v jednotlivých mutacích.

„Tehdy jsme si uvědomili, že se od edukativního obsahu přesouváme spíše do zábavního průmyslu, což pro nás byl další zlom," upozorňuje Marek Kadlec. Firma původně zaměřená na vydávání vzdělávacích materiálů se tak rozšířila o plnohodnotnou filmovou produkci, investovala do profesionálního zázemí i týmu.

Jenže hned o rok později přišla další nečekaná změna. Na základě amerického zákona na ochranu soukromí dětí na internetu COPPA a zásahu americké Federální obchodní komise musel YouTube v roce 2020 zpřísnit pravidla pro dětský obsah a zrušit u něj personalizovanou reklamu. Tvůrcům Steva a Maggie tak ze dne na den klesly tržby z této platformy o 80 procent.

„Museli jsme jednat rychle. Ačkoli jsme měli úspěšné lokalizační oddělení, museli jsme se s řadou lidí rozloučit. Tenhle administrativní zásah nám vzal vítr z plachet, ale přečkali jsme to. Nejsme velká firma, což nám umožňuje reagovat rychle," říká Kadlec s tím, že pro mnoho nezávislých tvůrců dětského obsahu, kteří vyrostli právě díky YouTube, bylo zrušení příjmů z personalizované reklamy likvidační.

Chybějící výdělky si Wattsenglish začalo dorovnávat díky přehrávání videí na dalších streamovacích platformách, jako je Amazon Prime, které jim přinesly vysoké miliony sledujících. Hlavně se ale začali soustředit na trh, kde zájem o angličtinu výrazně rostl: Steve a Maggie se vydali do Číny.

„V Číně je výuka angličtiny ohromně populární. Měli jsme více poptávek, ale nejdřív jsme se obávali jakákoli videa nebo tiskové podklady poskytnout kvůli nebezpečí kopírování," líčí Marek Kadlec.

Nakonec se osobně setkali s velkým řetězcem tamějších škol, který měl zájem obsah a metodiku získat od Wattsenglish licenčně a mimo své školy je využít také v různých online kurzech a zařízeních, třeba na tabletech určených výhradně k výuce angličtiny. „To se našemu čínskému partnerovi podařilo, ale měli jsme pocit, že bychom se měli pokusit popularitu Steva a Maggie, v Číně známých pod názvem vzdělávací série Wow!English, využít jako značku zábavního průmyslu, která umožňuje širší obchodní a licenční využití. Rádi bychom se stali stejným fenoménem jako Prasátko Peppa, což je mnohonásobně větší byznys," dodává Jiří Šoltys, který má rozvoj v Číně na starosti.

Na sklonku loňského roku se Wattsenglish podařilo přesvědčit svého partnera, aby se pokusil svůj tým a aktivity rozšířit. Začal být aktivní na sociálních sítích v novém směru a postupně začal sdílet obsah Wattsenglish na čínských verzích globálních streamovacích platforem. „Čína je ale jiný svět. Nelze automaticky očekávat, že to, co je populární na Západě, bude populární i tam. Například Halloween je velmi oblíbené téma v našich videích skoro ve všech zemích, kde YouTube působí. V Číně ale dětem a rodičům nic neříká. Musíme náš obsah přizpůsobovat v různých aspektech, nejen v tématech, aby měl šanci stát se v Číně populární," popisuje Marek Kadlec.

Pořad Steve and Maggie už běží i na velkých čínských streamovacích platformách Youku a BiliBili. Právě Youku, která patří pod obří velkoobchodní online tržiště Alibaba, se rozhodla vytvořit aplikaci s Wow!English a plánuje ji spustit letos v říjnu. „Pracuje s naším obrazem, audiem, písničkami, ale zavádí při komunikaci i prvky umělé inteligence. V Číně je běžné, že pokud si dítě oblíbí nějakou pohádku, začne k ní vznikat navazující obsah, který udrží jeho pozornost. Myslím, že brzy budou podobně fungovat projekty i jinde ve světě," zamýšlí se Marek Kadlec.

Malí Číňané si Steva a Maggie oblíbili natolik, že se tamější partner rozhodl uspořádat živou show, kde se s oblíbenými hrdiny děti mohly setkat. „V květnu jsme se Stevem odehráli deset vystoupení v halách pro 500 až tisíc lidí. Show velmi pozitivně rezonovaly, proto jsme se tam o prázdninách vrátili s dalšími deseti a v říjnu pojedeme zase. Čeká nás show pro dva tisíce lidí ve Wu-Chanu, kde už budeme muset Stevovu tvář přenášet na velkých LED obrazovkách, aby měli zážitek všichni i v zadních řadách. Je to pro nás zase nová kapitola byznysu, kterou se učíme a plánujeme z ní udělat standardní součást našeho podnikání," popisuje Jiří Šoltys, který Steva Wattse v Číně doprovázel a byl svědkem toho, jak se k nim Číňané chovali jako k velkým hvězdám.

S živými vystoupeními před Vánocemi zamíří i do Velké Británie. „Našemu tamějšímu partnerovi se první dvě show podařilo vyprodat během třiceti minut, což nás překvapilo. Další jednání vedeme s partnerem ve Spojených státech," popisuje Šoltys.

Číslo jedna

Kromě budování byznysu v Asii nezahálí ani na jiných trzích. Pořad je vedle vlastní vzdělávací platformy ke zhlédnutí na streamovacích službách Amazon Prime Video, Roku Channel nebo Tubi TV americké Fox Corporation.

Jedním z cílů firmy Wattsenglish byl vstup na Netflix, jenže kvůli zaneprázdněnosti v jiných oblastech, třeba stavění nového studia v Českém Dubu nebo asijské expanzi, jej stále odkládali. A nakonec je globální platforma kontaktovala sama.

„Zavolali z Netflixu, že se jim náš pořad líbí a chtějí koupit 52 dílů. Dohodli

jsme se a letos 3. srpna jsme měli premiéru na britské a irské mutaci. Počátečních šestnáct dní jsme drželi první příčku v dětských sériích mezi 300 tituly, dokonce jsme byli na sedmém místě mezi všemi show na Netflixu. Takový výsledek nikdo z nás nečekal, což nám otevřeně přiznal i Netflix," popisuje Marek Kadlec, který už teď jedná o nasazení pořadu do dalších teritorií.

„Už máme připravené a rozpracované nové díly. Do tři čtvrtě roku bychom chtěli být schopni dodat další sezonu, přičemž částečně upravíme stávající díly a investujeme do natáčení nových," popisuje producent.

Co se týče dramaturgie nových dílů, stále plánují držet se osvědčených prvků, jako je humor a napětí. „Kromě jazyka je pro nás důležitá i výchovná stránka, Steve ani Maggie se nikdy nechovají nemorálně. Třeba v díle o Halloweenu provádíme děti emocionálně strachem, ale neublížíme jim," připomíná Marek Kadlec. V nových dílech plánují do jisté míry také potlačit jazykový dril a více se soustředit na zábavní stránku věci.

Jak velkým limitem je pro projekt to, že stojí na jediném protagonistovi, Stevu Wattsovi? „Samozřejmě je to velké riziko, snažíme se firmu posunout tak, aby tomu tak do budoucna nebylo," přiznává Kadlec. „Aby Steve mohl jít jednou do důchodu," doplňuje ho Šoltys. Rádi by Steva Wattse alternovali jiným hercem. „Také už pracujeme na přechodu pořadu do animovaného světa a chystáme animovaný spin-off," prozrazuje Marek Kadlec s tím, že pro vstup do této oblasti pro ně byl, co se týče kontaktů a know-how, velkou pomocí festival animovaných filmů Anifilm, který se koná právě v Liberci.

Převádění pořadu do dalších formátů je však podle něj velmi citlivé. „Když jsme začali vytvářet obsah na TikTok, báli jsme se hejtů. Reakce čtrnáctiletých dětí, které na videích Steva a Maggie vyrostly, jsou ale pozitivní. Do komentářů píší: Steve a Maggie, to je moje dětství! On ještě žije! Věříme, že hodnota naší značky by mohla přetrvávat přes několik generací."



Ač veškerá produkce Wattsenglish probíhá v Česku, firma je registrovaná ve Velké Británii, což majitelé vysvětlují pragmaticky. „Když nabízíme sérii učebnic v Polsku nebo ve Španělsku, zkratka Ltd. funguje z marketingového hlediska lépe než s. r. o. Jsme světová firma se světovými materiály. Ovšem vše, včetně Steva, který si vzal Češku a žije v Liberci, zůstává v Česku, od začátku tu máme místo vedení podniku a hlavně daňový domicil. Jsme hrdí, že platíme daně v Liberci," upozorňuje Jiří Šoltys.

Firma je majetkově rozdělená mezi čtyři společníky. Marek Kadlec jako producent a ředitel má na starosti její směřování, Jiří Šoltys drží finance a expanzi v Asii, Steve Watts coby hlavní tvář funguje i jako kreativní ředitel a čtveřici uzavírá Jiří Kabátek v roli režiséra.

„Každý jsme jiný, každý máme jinou roli, ale respektujeme se, a právě proto nám to funguje už dvacet let. Jsme schopni dosáhnout konsenzu, který je pro firmu prospěšný. Stali se z nás přátelé. Největším zadostiučiněním pro mě osobně bylo, když se Jirkův a můj syn vrátili v létě ze studií v zahraničí a uspořádali grilovačku, setkání našich čtyř rodin. Tak jak jsme to dělali, když byli malí. Společně vyrůstala nejen firma, ale i naše rodiny," popisuje Marek Kadlec.

I když podniká v digitálním byznysu, inspiraci a balanc nachází spíš v reálném světě. Nadšeně mluví o tom, jak s chutí na chalupě seče trávu kosou a přes plot ji hází sousedovic stádu krav. Stejně tak se dívá do ohně a ve stoupajícím dýmu se snaží číst budoucnost svého oboru.

„Co je pro nás největší výzvou? Udržet koncentraci na to, po čem je poptávka, a nezabývat se ostatním. Chopit příležitost za pačesy, mít disciplínu a neodbíhat. Těší nás, že jsme byli u tolika globálních proměn trhu, a jsme připraveni čelit těm dalším. Změny budou rychlejší, než si dovedeme představit."