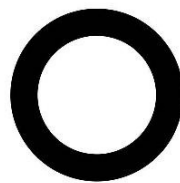


*Fakultné kolo*



# ŠVOAUK 2018

*Sekcia umeleckej komunikácie*

## ZBORNÍK ŠVOaUK 2018

Zborník príspevkov zo študentskej vedecko-odbornej a umeleckej konferencie

Sekcia umeleckej komunikácie

zo dňa 12. apríla 2018

Zostavovatelia: doc. Mgr. Art. Jozef Sedlák  
Mgr. Art. Petra Cepková, ArtD.  
Mgr. Marek Šimončíč, PhD.

Interný recenzenti: doc. PhDr. Zora Hudíková, PhD.  
Mgr. Dušan Blahút, PhD.

Návrh obálky: Mgr. Martin Klementis, PhD.

Za gramatickú a štylistickú úroveň príspevkov zodpovedajú sami autori.

### **Vydala:**

Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave  
Fakulta masmediálnej komunikácie  
Námestie Jozefa Herdu 2  
917 01 Trnava  
SLOVENSKÁ REPUBLIKA  
ISBN 978-80-8105-982-7

## OBSAH

<b>NÁVRH WEBOVEJ APLIKÁCIE ZAMERANEJ NA VHODNÝ DRESS CODE V PROSTREDÍ VYSOKOŠKOLSKÉHO VZDELÁVANIA .....</b>	<b>3</b>
Michal Kubovics, Adam Madleňák	
<b>RECYKLÁTOR 3000 .....</b>	<b>44</b>
Johny Domanský, Monika Rezníčková	
<b>VALIS.....</b>	<b>69</b>
Adrián Adamec, Ivan Rokošný	
<b>ŠTUDENTY .....</b>	<b>81</b>
Patrik Reguli, Lucia Škripcová	
<b>FILMOVÁ ADAPTÁCIA ŽIVOTOPISNÝCH LITERÁRNYCH DIEL.....</b>	<b>88</b>
Michaela Lehotská, Lenka Rusňáková	
<b>RODINNÝ FOTOALBUM V POSTGRAFICKEJ ÉRE A KONIEC SÚKROMIA .....</b>	<b>115</b>
Mária Vencelová, Peter Lančarič	
<b>KOMPARÁCIA FILMOVÉHO DIELA VEĽKÝ GATSBY A JEHO LITERÁRNEJ PREDLOHY .....</b>	<b>144</b>
Daniela Štulrajterová, Jana Radošinská	
<b>RPG AKO ATRAKTÍVNA FORMA HERNÉHO SPRACOVANIA.....</b>	<b>167</b>
Andrej Filip, Lenka Rusňáková	

## OBSAH

<b>NÁVRH WEBOVEJ APLIKÁCIE ZAMERANEJ NA VHODNÝ DRESS CODE V PROSTREDÍ VYSOKOŠKOLSKÉHO VZDELÁVANIA .....</b>	<b>3</b>
Michal Kubovics, Adam Madleňák	
<b>RECYKLÁTOR 3000 .....</b>	<b>44</b>
Johny Domanský, Monika Rezníčková	
<b>VALIS.....</b>	<b>69</b>
Adrián Adamec, Ivan Rokošný	
<b>ŠTUDENTY .....</b>	<b>81</b>
Patrik Reguli, Lucia Škripcová	
<b>FILMOVÁ ADAPTÁCIA ŽIVOTOPISNÝCH LITERÁRNYCH DIEL.....</b>	<b>88</b>
Michaela Lehotská, Lenka Rusňáková	
<b>RODINNÝ FOTOALBUM V POSTGRAFICKEJ ÉRE A KONIEC SÚKROMIA .....</b>	<b>115</b>
Mária Vencelová, Peter Lančarič	
<b>KOMPARÁCIA FILMOVÉHO DIELA VEĽKÝ GATSBY A JEHO LITERÁRNEJ PREDLOHY .....</b>	<b>144</b>
Daniela Štulrajterová, Jana Radošinská	
<b>RPG AKO ATRAKTÍVNA FORMA HERNÉHO SPRACOVANIA.....</b>	<b>167</b>
Andrej Filip, Lenka Rusňáková	



# NÁVRH WEBOVEJ APLIKÁCIE ZAMERANEJ NA VHODNÝ DRESS CODE V PROSTREDÍ VYSOKOŠKOLSKÉHO VZDELÁVANIA

*Michal Kubovics, Adam Madleňák*

## **Abstrakt**

Práca sa zameriava na návrh webovej aplikácie zameranej na vhodný dress code v prostredí vysokoškolského vzdelávania, konkrétne na komplexnejšiu kampaň zameranú na zlepšenie súčasného stavu dodržiavania dress code vo vybranej vzdelávacej inštitúcii. Cieľom práce je na základe teoretických východísk analyzovať súčasný stav v domácej krajine a v zahraničí a následne navrhnúť vhodné riešenie pre definovaný problém. Teoretická časť práce hovorí o definovaní základných pojmov v oblasti dress code, módy a histórie tejto problematiky. Následne sú definované praktické príklady z domova a zo sveta. Ďalšia kapitola poníma o metodike a cieľoch práce. V poslednej kapitole sa autori zameriavajú na riešený problém. Následné ideové riešenie problému, stratégie kampane a kreatívneho riešenia. Taktiež kapitola obsahuje funkcionality webovej aplikácie a možnosti zbierania dát po spustení kampane a očakávania od kampane.

**Kľúčové slová:** Dress code, móda, dress code vo vzdelávacej inštitúcii, webová aplikácia

## **Abstract**

The thesis focuses on the design of a web application focused on a suitable dress code in the higher education environment, namely a more comprehensive campaign aimed at improving the present state of dress code compliance in a selected educational institution. The aim of the thesis is to analyze the current situation in the home country and abroad based on the theoretical backgrounds and subsequently to propose an appropriate solution for a defined problem. The theoretical part of the thesis talks about the definition of basic concepts in dress code, fashion and history of this issue. Practical examples from home and the world are then defined. The next chapter is about the methodology and goals of the work. In the last chapter the authors focus on the solved problem. Subsequent Ideal Solution to the Problem, Campaign Strategy, and Creative Solution. The chapter also includes web application functionality and data capture options after campaign launch and campaign expectations.

**Keywords:** Dress code, fashion, dress code in educational institution, web application

## ÚVOD

Móda je všade okolo nás. V súčasnosti je toľko rôznych štýlov, že každý si môže vybrať ten daný, ktorý je človeku najbližšie. Výber oblečenia je teda pre každého človeka individuálna. Môže sa jednať o farebné zladenie, kde je veľmi ťažké nájsť spoločné rovnaké východisko pre hodnotenie a výber. Štýlovosť sa môže meniť podľa rôznych krajín a ich kultúr.

Vo vzdelávacích inštitúciách je v súčasnosti dress code vnímaný veľmi rôzne. Už len v domácej krajine sa v niektorých vzdelávacích inštitúciách k tejto problematike pristupuje s vážnosťou, a je striktné daný určitý štýl a farebné prevedenie oblečenia, ktoré je povolené. Opačným prípadom sú vzdelávacie inštitúcie, ktoré sú otvorené všetkým štýlom v rámci kultúrnej normy.

Konkrétne stav na Fakulte masmediálnej komunikácie podnietil autorov k zamysleniu sa či je súčasný stav adekvátny a čo by sa s tým dalo spraviť. Cieľom práce teda bolo vytvoriť na základe teoretických východísk a analýze súčasného stavu v domácej krajine a zahraničných krajinách vhodnú kampaň pre cieľovú skupinu študentov Fakulty masmediálnej komunikácie UCM V TRNAVE. Konkrétne výberu vhodného oblečenia na skúšky. Keďže v niektorých prípadoch sa autori presvedčili o voľnejšom štýle obliekania študentov.

Práca sa skladá z troch častí. Časť teoretická, ktorá obsahuje aj súčasný stav riešenej problematiky doma i v zahraničí, obsahuje definovanie základných pojmov potrebných pre praktickú časť. Nachádza sa tu história módy, odev a odievanie a dress code. Praktické príklady pochádzajú z domácich univerzít. Konkrétne stavu problematiky dress code študentov. Taktiež príklady pochádzajú aj zo zahraničných univerzít, z ktorých bolo možné brať inšpiráciu k naplneniu cieľa.

V ďalšej časti bude spomenutý cieľ a metodika písania práce, taktiež postupy pri písaní práce a aplikované metódy zbierania údajov a ich zdrojov.

V poslednej časti s názvom výsledky práce budeme postupne prechádzať celým zadaním kampane od definovania riešeného problému, následne si definujeme ideové východiská a stratégiu kampane a dostaneme sa až ku kreatívnemu riešenie tejto problematiky. Ďalej je to kreatívne prepojenie onlinovej a offlinovej komunikácie prostredníctvom využitia webovej aplikácie a následne veľmi dôležitého prvku zbierania dát z tejto aplikácie. Ako posledná podkapitola je očakávanie, čo by mohla daná kampaň priniesť a ako by mohla zmeniť vnímanie študentov k oblečeniu.

# 1 TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ A SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY DOMA I V ZAHRANIČÍ

## 1.1 História módy

Vývoj módy sa menil od jej počiatkov až po významné obdobia a súčasnosť. Pre módu je typická neprestajná zmena. Za jej hybnú silu môžeme považovať významný a hlboko siahajúci systém, v ktorom sú zmeny vynucované spoločenskými rozdielmi, inováciami v krajčírstve a ekonomickými faktormi. História módy nie je len o módných návrhároch či populárnych módných časopisoch. Móda, jej tvorba a spotreba majú spolu so zložitými ekonomickými aj kultúrnymi otázkami vplyv na všetky sféry spoločnosti. Považujeme ju za neoddeliteľnú súčasť komunikácie spoločenskej identity človeka, ktorá pomáha vystihnúť jeho spoločenskú triedu, vek i pohlavie, pričom vyjadruje aj jeho kultúrne preferencie.<sup>1</sup>

Podľa autora Lipovetského sa móda objavila až v polovici 14. storočia, a to predovšetkým vďaka objaveniu nového druhu oblečenia, ktoré jasne odlišovalo pohlavie: krátke a vypasované pre mužov a dlhé a voľné pre ženy. Táto revolúcia oblečenia podľa neho položila základy moderného oblečenia.<sup>2</sup>

Pre dejiny najmä európskej módy bolo určujúce francúzske dvorské oblečenie v 17. storočí v Paríži. Svoje korene tu má moderný módný priemysel: práve v Paríži za čias vlády Ľudovíta XIV. sa objavili nové módné časopisy a butiky považované za hnaciu silu zmien. Počas tohto obdobia mal veľký vplyv na vývoj módy minister financií Jean-Baptiste Colbert, ktorý zaviedol štátnu podporu textilného priemyslu.<sup>3</sup>

V období novoveku sa rozvíjalo vo veľkej miere krajčírské umenie. Samotné oblečenie sa začínalo pripodobňovať súčasnému štýlu odievania. Muži nosili nohavice s kabátom či sakom a ženy začali nosiť blúzky a sukňu, prípadne šaty. Novovek je typickým smerom kedy sa stala najluxusnejšou látkou práve čipka.<sup>4</sup> Móda baroka bola zaujímavá a formálna, kde sa využívali na výrobu odevov ťažké látky, ktoré zvyrazňovali ladné vzory typické pre módu.

Móda je v súčasnosti považovaná za fenomén modernej doby. Keďže si móda prešla jednotlivými historickými obdobiami, menili sa aj trendy v obliekaní. Rovnako ženy ako aj muži dbajú na štýly a trendy v obliekaní. Móda je jedným zo spôsobov ako vyjadriť samého

<sup>1</sup> MACKENZIE, M.: *Izmy, ako rozumieť móde*. Bratislava : Slovart, 2010. s. 55.

<sup>2</sup> LIPOVETSKÝ, G.: *Říše pomijivosti: Móda a její údel v moderních společnostech*. Praha:Prostor, 2010. s. 222 – 223.

<sup>3</sup> FOGGOVÁ, M.: *Móda*. Bratislava : Slovart, 2015. s. 350.

<sup>4</sup> FOGGOVÁ, M.: *Móda*. Bratislava : Slovart, 2015. s. 351.

seba alebo individualitu každého človeka. Môžeme ju chápať aj v zmysle určitého umenia, či tvorivého spôsobu vyjadrenia postoja. Človek sa s ňou stretáva dennodenne v spoločnosti – na ulici, v práci či v škole.<sup>5</sup>

## 1.2 Móda – vymedzenie pojmu

Vývoj kultúry a členenie subkultúry prináša so sebou rôzne pohľady na módné trendy a štýly vo svete módy, čo pre návrhárov otvára široké spektrum možností pre ich tvorbu. Módna expertka a mediálna konzultantka rôznych aspektov módy a textilného priemyslu Marnie Foggová definuje módu z francúzskeho slova „*mode*“, ktoré vzniklo z latinského slova „*modus*“ a možno ho preložiť ako spôsob.<sup>6</sup>

Nemecký sociológ Georg Simmel definoval módu ako určité rozdelenie spoločnosti, v ktorej sa elita usilovala odlíšiť od nižších tried a naopak, nižšie vrstvy napodobňovali elitu. Ďalej uvádza, že módu môžeme chápať aj ako nadstavbu oblečenia: oblečenie je len jedným z prostriedkov vyjadrenia módy. Módy a oblečenie sa považujú za sociálny fenomén a ich samotný vznik a existencia je spätá s vývojom celého ľudstva. V súčasnosti je móda veľmi rôznorodá a ľudské oblečenie je jedným z fenoménov, ktorý robí človeka človekom. Každý štýl obliekania môžeme prirovnať k hudobnej, politickej či sociálnej orientácii. Móda predstavuje istý spôsob, ako dať ľuďom o sebe vedieť viac. Môže o nás povedať akí sme, akú hudbu počúvame, čo máme radi a podobne. Móda nám slúži ako médium seba prezentácie. Ľudia na základe vizuálnych symbolov umožňujú presadzovať svoju individualitu a odlišnosť, no zároveň príslušnosť či stotožnenie sa s inou skupinou. Na základe toho, čo máme oblečené, vysielame ostatným signály a taktiež od druhých prijímame odozvy, ktoré vyžaruje ich oblečenie. V tomto zmysle môžeme povedať, že oblečenie vyjadruje určitý druh komunikácie medzi subkultúrami. Podľa štýlu oblečenia sa môžu združovať do skupín a vymieňať si spoločné názory.<sup>7</sup>

Americkí sociológovia, Bernard Barber a Lyle S. Lobel uvádzajú, že v druhej polovici 19. storočia boli pre inšpiráciu pre masovú konfekčnú výrobu nové štýly oblečenia. Tie boli navrhované poprednými módnymi návrhármi a predstavované na módných prehliadkach. Každý módný štýl bol postupne médiami rozširovaný a prenikol od najvyšších tried až

<sup>5</sup> Slovenská móda a jej podoby v súčasnosti. [online]. [2017-11-19]. Dostupné na: <https://liviamikulasova.blog.sme.sk/c/379952/slovenska-moda-a-jej-podoby-v-sucasnosti.html>.

<sup>6</sup> FOGGOVÁ, M.: *Móda*. Bratislava : Slovart, 2015. s. 365.

<sup>7</sup> SIMMEL, G.: *O podstate kultúry*. Bratislava : Kaligram, 2003. s. 150 – 151.

k najnižším. Samozrejme, poklesom kvality oblečenia konštantne klesla aj jeho hodnota. Ak tento štýl prenikol sociálnou kultúrou od hora nadol, móda sa zmenila.<sup>8</sup>

Módu zaraďujeme medzi produkty sociálnych a psychologických potrieb človeka. Niekedy sa stáva, že jeho účelnosť sa vytráca a rozhodovania sú ovplyvnené módou do takej miery, že módnymi sa stávajú také veci, ktoré sa vyhýbajú ľudskému pochopeniu. V móde ide o potešenie zo schopnosti odlíšiť sa a vyjadriť samého seba. Móda vie určitým spôsobom zužitkovať pestrosť fantázie a kreatívnosti a v konečnom dôsledku potešiť oko a umožniť človeku zapáčiť sa. Vo veľkej miere zasahuje do nášho života, ovplyvňuje náš životný štýl, zloženie šatníka či vzhľad domova. Každý z nás by si mal nájsť ten svoj životný štýl obliekania a nekopírovať bezhlavo módne výstrelky. Napokon môžeme povedať, štýl je harmóniou medzi osobnosťou človeka a tým, ako navonok vyzerá.

Móda predstavuje nezáväznú normu spoločenských vzťahov, je tiež prispôbením sa niektorým spoločenským skupinám. Móda je dnes prostriedkom seba prezentácie a individualizácie. Móda využíva ľudskú potrebu na napodobňovanie iných ale tiež na odlišenie sa od ostatných.<sup>9</sup> Podľa Mackenzie „*móda nastavuje zrkadlo spoločnosti, ku ktorej patrí*“. Je veľmi zložitým odvetvím. Odráža spoločenské, sexuálne, ekonomické a politické postoje. Je neoddeliteľnou súčasťou komunikácie spoločenskej identity človeka, pomáha identifikovať spoločenskú triedu, vek, sexualitu, pohlavie nositeľa a jeho kultúrne preferencie.<sup>10</sup>

Johann Christopher Nehring charakterizuje módu ako „*bežná maniera v odievaní, nábytku, kočoch, izbách, budovách, výrobkoch ale i v reči, komplimentoch, ceremóniách a ďalších spôsoboch života*“.

Najkomplexnejšie módne premeny na Slovensku vznikli v 19. a 20. storočí. Módnym ideálom bol propagovaný módnymi časopismi, maliarskymi, či fotografickými portrétmi. Móda je zrkadlom ideológie, poukazuje na ideológiu ženy a muža spoločnosti, je novým fenoménom, ktorý sa viaže na pluralitu subkultúry a je aj témou individuálnej slobody. Získava čoraz viac vrstiev, ktoré môžeme interpretovať.<sup>11</sup>

Móda na Slovensku neponúka bohatý priestor pre módu ako v krajinách, kde je tradícia odevnej tvorby najmä vo Francúzsku a Anglicku. Stvárňovanie či napodobňovanie módy prináša pocit istoty zaručený spoločnosťou. Pomáha k získaniu pocitu spolupatričnosti,

<sup>8</sup> BARBER, B. – LOBEL, L. S.: Fashion in Women's clothes and the American Social system. In: *Social Forces*. Indianapolis : Bobbs-Merrill. 1952, roč. 31, č. 95, s. 124 – 131.

<sup>9</sup> JANDOUREK, J.: *Sociologický slovník*. Praha: Portál, s.r.o., 2007. s. 172.

<sup>10</sup> MACKENZIE, M.: *Ako rozumieť móde*. Bratislava : Slovart, 2010. s. 57.

<sup>11</sup> HASALOVÁ, E. a kol.: *Móda na Slovensku*. Bratislava : Slovart, 2015. s. 6.

ale tiež umožňuje diferenciaciu na základe šiat, ktoré sme si samy zvolili. Móda síce kedysi ovládala výlučne iba vysoké vrstvy, ale dnes je to záležitosť, ktorá postihla všetky civilizované krajiny a každé odvetvie ľudskej tvorby počas svojho pôsobenia si získalo vlastnú históriu, z ktorej možno odpozorovať etapy, ktorými ľudstvo pod jej vplyvom prešlo. Móda v človeku podnecuje neustálu potrebu nadradenosti, ktorou vo všeobecnej mienke nabáda populáciu k zamysleniu. Od svojho vzniku rozbúrала tradičný poriadok, zamietla odevnú nerovnoprávnosť a podporila prehrešky medzi vrstvami - preto je nutné chápať ju ako nástroj zrovnoprávnenia podmienok. Móda má veľký vplyv na nezávislosť jednotlivcov. Autor Lipovetsky hovorí o móde, ktorá „*otvorila cestu k zjemneniu vkusu a vybrúseniu estetickéj vnímavosti a scivilizovala oko výchovou k rozlíšeniu tých najmenších rozdielov k potešeniu substilných a delikátnych detailov a k zhromažďovaniu nových podôb*“.<sup>12</sup>

### 1.3 Odev a odievanie

*„Odev je špecifický výrazový prostriedok človeka. Šaty nám veľa hovoria o človeku, o jeho triednej príslušnosti, zamestnaní, národnosti, veku, vzdelaní, vkuse a pod.“*<sup>13</sup>

Odievanie môžeme chápať ako individuálny prejav vonkajšej formy kultúry ľudí. Odev možno zaradiť medzi dôležitú súčasť životného štýlu spoločnosti. Je viditeľný na prvý pohľad. Pojem odev treba chápať ako priestorový objekt, ktorý uplatňuje pohyb, dynamiku, ťarchu a ľahkosť, farbu a strih. Rovnaký strih vyrobený napríklad z bavlny má odlišný výzor ako strih z hodvábu.<sup>14</sup> Odievanie je neodmysliteľnou súčasťou každodenného života človeka. Odzrkadľuje mieru nášho estetického cítenia, ktoré sa spája s vnútornou podstatou a dotvára človeka v jeho viditeľnom prejave. Na základe vhodného alebo nevhodného odevu dávame vo svojom okolí ľuďom najavo, akí v skutočnosti sme.<sup>15</sup>

Pojem odev a móda nemožno porovnávať, hoci sa často stáva, že tieto pojmy sa vo všeobecnosti môžu považovať za synonymá, ale nie je to tak. Odev je totiž len jeden z mnoho častí, ktoré samotná móda v sebe zahŕňa. Odev však sám o sebe nemusí byť vždy súčasťou módy – jej súčasťou sa stávajú len tie modely, ktorých nosenie sa stalo akýmsi zvykom alebo určitým prejavom v obliekaní.

---

<sup>12</sup> LIPOVETSKÝ, G.: *Říše pomijivosti: Móda a její údel v moderních společnostech*. Praha : Prostor, 2010. s. 53.

<sup>13</sup> ZÍTEK, O.: *Lidé a móda*. Praha : Orbis, 1962. s. 16.

<sup>14</sup> KYBALOVÁ, L.: *Obrazová encyklopedie módy*. Praha : Artia, 1973. s. 13.

<sup>15</sup> *Životný štýl – móda*. [online]. [2017-11-24]. Dostupné na: <<http://fpv.uniza.sk/orgpoz/zivstyl/moda.html>>.

### Funkcie odevu:

- *Úžitková funkcia* - je prispôsobená prírodným podmienkam. Napríklad kožušiny v severských krajinách.
- *Reprezentačná funkcia* - pretrváva dodnes. V minulosti takmer každú oblasť dediny, prezentoval ich tradičný ľudový kroj. Taktiež sa reprezentačná funkcia odevu využívala pri odevu šľachticov, panovníkov a pod.
- *Erotická funkcia* - tradičnými odevmi, ktoré sa niesli v duchu erotickej funkcie boli už v minulosti hlboké dekolty, ktoré sú tiež súčasťou dnešnej doby podobne ako minisukne. Takýto odev plní funkciu erotickej výzvy.
- *Estetická funkcia* – znamená maximálne upútanie pozornosti na odev alebo danú vec. Cieľom je vytvorenie estetickej ľúbosti.
- *Etická a morálna funkcia* – odev zakrýva časti tela. Je vizitkou človeka, pretože vyjadruje jeho nálady a pocity.<sup>16</sup>

Odev môžeme charakterizovať ako prostriedok na zahalenie tela, často mu prisudzujeme estetický, reprezentačný, morálny, symbolický, rituálny či erotický význam. Oblečenie napĺňa a vyjadruje estetické cítenie – vzťah k súčasnému daniu – móde.

Spoločnosť sa snaží vytvárať odevnú kultúru. Spoluvorcom odevnej kultúry sa stáva každý z nás. Odievanie sa spája s počiatkami ľudského spoločenstva. Na pochopenie módnej premeny neexistujú žiadne pravidlá, spája sa s potrebou odlišiť sa alebo prispôsobiť sa.<sup>17</sup> Odievanie je určitým druhom komunikácie a oblečenie je možné zaradiť do neverbálneho styku. Farba v oblečení je prvotnou a najmocnejšou komunikáciou.<sup>18</sup>

*„Poslaním odevu je chrániť telo nielen pred poveternostnými vplyvmi, ale aj pred poškodením alebo znečistením“.*<sup>19</sup>

V súčasnej dobe už neplatí rozdelenie „všedný“ a „nedelňý“ odev, ale tieto rozdelenia sa spájajú.

### Odev môžeme rozlišovať:

- *podľa pohlavia*: ženský odev a mužský odev,
- *podľa veku*: odev pre deti, pre mládež, dospelých, starých ľudí,

<sup>16</sup> MUKAŘOVSKÝ, J.: *Studie z estetiky*. Praha : Odeon, 1966. s. 18 – 19.

<sup>17</sup> HASALOVÁ, E.: *Móda na Slovensku*. Bratislava : Slovart, 2015. s. 6.

<sup>18</sup> *Životný štýl – móda*. [online]. [2017-11-24]. Dostupné na: <<http://fpv.uniza.sk/orgpoz/zivystyl/moda.html>>.

<sup>19</sup> MUKAŘOVSKÝ, J.: *Studie z estetiky*. Praha : Odeon, 1966. s. 18.



- *podľa použitia*: vrchný a spodný odev,
- *podľa účelu používania*: rekreačný, pracovný (napr. práca v nebezpečnom prostredí), domáci (napr. tepláky), spoločenský odev (ples), športový odev,
- *podľa konštruktívneho strihu*: priliehavý, voľný, šitý na mieru, konfekčný,
- *podľa materiálu*: hodváb, bavlna, ľan, satén, syntetika a pod.,
- *podľa ročných období*: jarný, letný, jesenný, zimný.<sup>20</sup>

Pri odievaní možno rozlíšiť aj tri základné typy ľudí a to:

- *Expresívny typ* – oblieka sa s potešením, je detailista a neľutuje čas strávený s vymýšľaním dress codu. Oblieka sa podľa nálad a zdôrazňuje osobnosť..
- *Neutrálny typ* – nemá jasnú predstavu o dress code, prispôsobuje sa radám okolia, pôsobí nenápadne a oblečenie považuje za nutné zlo.
- *Negatívny typ* – „berte ma taký aký som“, typ človeka, ktorý má rád neudržiavané odevy. Nemá vzťah k móde.<sup>21</sup>

Subjektívny vkus a individuálne posudzovanie poskytujú možnosť voľnosti v posudzovaní odevu. Jedinec sa v systéme módy snaží ostať v trende, ale zároveň sa nevzdať svojej jedinečnosti. Pozitívom je, že v móde existuje mnoho dôvodov na vyjadrenie osobného vkusu. Typické prejavy vo vyjadrení vlastnej osobnosti spočívajú predovšetkým vo vonkajšej podobe. Odev ako priamy vizuálny prejav človeka poskytuje určitý jazyk, v ktorom sa dá zanechať isté vyhlásenie. Toto vyjadrenie dotvára a prezentuje dotyčnú osobnosť, ktorá si odev zvolila. Svojim zjavom môžeme vysloviť a ukázať napríklad iný pohľad na svet alebo kreativitu. Toto je spôsob ako mnohí dokážu podtrhnúť svoju originalitu a vytvárajú tak vlastný štýl. V súčasnosti, kde sa výzoru venuje veľa pozornosti vďaka tendenciám neustáleho sledovania a hodnotenia výzoru človeka, má jazyk odevu zaručenú pozíciu. Odev dokáže o majiteľovi alebo nositeľovi vypovedať o jeho sociálnom postavení, či kultúrnej úrovni a vkuse. Svoj odev si však jednotlivec prispôsobuje požiadavkám a tradíciám okolia, aby nebol vylúčený a zapadol do kolektívu.

Ľudia si svoju identitu vytvárajú sami a je veľmi dôležité pre nich, aby zapadli k ostatným a najmä v čom sa cítia dobre a pohodlne. Môže to závisieť aj podľa nálady. V dnešnej dobe je odievanie na voľný čas rovnaké ako pri odievaní v škole. Odievanie na

<sup>20</sup> *Estetika a kultúra*. [online]. [2017-11-24]. Dostupné na: <[http://www.academia.edu/3474224/Estetika\\_a\\_kult%C3%BAra?auto=download](http://www.academia.edu/3474224/Estetika_a_kult%C3%BAra?auto=download)>.

<sup>21</sup> *Estetika a kultúra*. [online]. [2017-11-24]. Dostupné na: <[http://www.academia.edu/3474224/Estetika\\_a\\_kult%C3%BAra?auto=download](http://www.academia.edu/3474224/Estetika_a_kult%C3%BAra?auto=download)>.

školách môžeme pozorovať vo viacerých štýloch napr. Emo štýl, hip-hop štýl rockový štýl, punkový štýl, elegantný štýl, vintage či športový štýl. Tieto jednotné štýly nahradili jednotný štýl obliekania na školách, pričom prichádza k porovnávaniu sa medzi ostatnými v škole a napodobňovanie rôznych štýlov a podliehaniu módnym trendov. Odev jednotlivcov je hodnotený spoločnosťou na základe rôznych znakov, kedy nastáva priradenie do určitej skupiny ľudí. Študenti pri odievaní prihliadajú najmä na praktickosť a pohodlnosť oblečenia, preto volia najmä rifle, tričko a k tomu zvyčajne mikinu alebo sveter, čo môžeme charakterizovať ako neformálny štýl obliekania.

Opakom neformálneho oblečenia je formálne oblečenie, ktoré považované za konzervatívny módný štýl a najmenej podlieha módnym zmenám. Študenti ho využívajú najmä na rôzne výnimočné, významné a slávnostné udalosti (promócie, beánie, štátnice, školský ples).

Niektoré módné štýly a odevy sú neprimerané veku, udalosti či statusu ľudí. Dnes veľmi obľúbeným trendom mladej generácie sú tzv. „tepláky“, ktoré nie sú vhodné do verejného priestoru. Aj napriek tomu ich môžeme vidieť na ľuďoch, ktorý tento typ módy a odievania preferujú a nosia tepláky na verejnosti, do mesta, či v škole a na skúškach. Pri formovaní odevu a módy na škole, rozhoduje viacero faktorov a to najmä ekonomické podmienky, sociálne podmienky ale tiež podmienky, v ktorých sa študenti pohybujú a ich rodinné prostredie. Medzi dôležité kritériá pri obliekaní a formovaní odevu patrí príležitosť, na ktorú si daná osoba oblečenie vyberá, prostrediu v ktorom sa bude pohybovať, spoločnosti a aktivitám, ktorým sa bude venovať.

Študenti by mali venovať pozornosť výberu odevov v skúškovom období. Mali by zvoliť formálnejší štýl obliekania ako napríklad košeľa a sako u chlapcov a u dievčat šaty alebo prípadne blúzku. Niektorí pedagógovia vyžadujú nutnosť formálneho oblečenia na skúškach, pričom by to nemala byť nutnosť, ale povinnosť každého študenta. Výber odevu na skúšku môže ovplyvňovať tiež autorita pedagóga.

#### Rady pre študentky:

- na ústnu skúšku nemôžu prísť v žiadnom prípade v džínsoch, s hlbokým výstrihom a v minisukni, v mnohých prípadoch u profesorov nezapôsobí ak si žena dá minisukňu, naopak môže jej to uškodiť,
- sukne by mali byť trošku nad kolená a výstrih by nemal v žiadnom prípade odhaľovať podprsenku či ramienka,

- avšak na skúšku môže prísť žena aj v nohaviciach, ku ktorým by mala zladieť topánky a kabelku ako vhodný doplnok študentky,
- na ústnu skúšku sú vhodné topánky na podpätku alebo baleríny.

#### Rady pre študentov:

- na ústnu skúšku nie sú vhodné v tomto prípade rifle alebo tepláky,
- študenti si môžu obliecť oblek svetlejších farieb alebo len košeľu, pri ktorej nie je nutná kravata,
- študenti by však mali dbať dôraz na spoločenskú obuv, ktorá by mala ladiť s oblekom alebo košeľou.<sup>22</sup>

### **1.4 Dress code**

Predstavuje písané a čoraz častejšie aj nepísané pravidlá odievania sa. Oblečenie, ako aj iné stránky ľudského a fyzického vzhľadu majú veľký spoločenský význam. Existujú rôzne pravidlá, pretože odlišné spoločnosti a kultúry majú rozličné normy odievania sa. Nie je však jednoduché vyznať sa vo všetkých typoch „*dress code*“, nakoľko rôzne pracovné, alebo spoločenské príležitosti si vyžadujú iný druh oblečenia. Takisto aj čas kedy bude daná udalosť prebiehať a v akých priestoroch, môže ovplyvniť finálny odev. K tomu je potrebné zladieť vhodné farby, materiály, doplnky, no predovšetkým platí aj to, že nie každému pristane všetko, a preto je dôležité obliecť sa primerane na svoj typ postavy a určite aj vhodne k svojmu veku. Znalosť pravidiel odievania uľahčuje pracovný a spoločenský život.<sup>23</sup>

Môžeme sa stretnúť s dvoma úrovňami odievania:

- *formálna (business formal)*
- *neformálna (business casual)*

V tomto prípade sa musíte riadiť firemnými štandardami – ak má spoločnosť stanovenú politiku obliekania, poprípade vlastným výberom, ktorý závisí od pracovnej pozície alebo pracovného programu.

*Business formal* – v rámci podnikateľského prostredia je štandardom v obliekaní pre mužov oblek - sako, nohavice, kravata. Pre ženy nohavicový alebo sukňový kostým, puzdrové

<sup>22</sup> *Ako sa vhodne obliecť na skúšku.* [online]. [2017-11-24]. Dostupné na: <<http://www.studenta.cz/jak-se-vhodne-obleknout-na-zkousku-rady-pro-studentky-i-studenty/magazin/article/505>>.

<sup>23</sup> *Máte prehľad v Dress code?* [online]. [2017-11-24]. Dostupné na: <<https://www.spfinance.sk/rada-pre-vas/2016/mate-prehľad-v-dress-code.html>>.

jednofarebné šaty so sakom. Oblečenie musí byť čisté a vyžehlené vo vhodných farbách, materiáloch a strihoch.

*Business casual* – v tomto prípade nie je jednoznačne definované predpísané oblečenie, ale odporúča sa u mužov nohavice, sako, košeľa s krátkym či dlhým rukávom, košeľa s golierom ale bez kravaty, svetre, všetko v tmavých, svetlých alebo neutrálnych farbách. Vylučuje sa nosiť džínsy, tenisky, trička, mikiny. Pre ženy nohavicový kostým, blúzka, košeľa, šaty, sukňa, nohavice, sako, trenčkot, sveter, topánky s uzavretou špičkou. Prevládajú najmä čierna a biela farba. Ženy by sa mali vyhnúť rovnako džínsom, teniskám, príliš úzkym, či obťahnutým sukniam, tričkám a mikinám.

*Smart casual* – netreba si to mýliť s business casual, nakoľko pri smart casual platia iné pravidlá. Tento typ dress code patrí medzi najobľúbenejšie a najpoužívanéjšie. Považuje sa za neformálny štýl, ale zato spoločenský. Muži si môžu vybrať už aj rôzne športové strihy sák, kombinovať rôzne farby, dokonca rôzne odtiene saka a nohavic. Košele môžu byť farebnejšie, s výraznejšími prúčkami a károm. Goliere môžu byť mäkké bez výstuží. Pre ženy je tento štýl veľmi všestranný, pretože naozaj záleží len na fantázii – voľnosť vo farbách oproti business casual. Je potrebné sa vyhnúť najmä džínsom, teniskám, tričkám s potlačou. Vhodné je kombinovať s výraznými šperkmi.

*Dressy casual* – Je to neformálne oblečenie, ale nie športové. Vhodné na oslavu, návštevu menšieho divadla a pod.. Predstavuje len nepatrnejšie elegantnú verziu ležérneho obliekania. Odporúčajú sa nohavice s členkovými topánkami, top, alebo džínsy, blúzka a topánky na podpätkoch. U mužov si stačí zobrať obľúbené džínsy a športové sako.

*Casual* – Je vhodný na voľno časové aktivity. Typické sú džínsy a tenisky pre mužov aj ženy. Košeľa, tričko bez nápisov, sveter, sako. Pre ženy rifl'ový kostým.

Medzi formálne spoločenské dress code patria:

*White Tie* – Predstavuje najspoločenskejšiu formálnu formu oblečenia. U mužov ho tvorí frak, biela naškrobená košeľa, vesta, biely motýlik, čierne nohavice s vysokým pásom a kožené topánky. Doplnky ako cylinder, biely šál, manžetové gombíky. U žien je to veľká večerná toaleta. Dlhá elegantná róba siahajúca až po zem (long gowns). Pri výbere šperkov sa odporúča siahnuť po tom najlepšom, respektíve ako doplnok možno zvoliť tiaru, či večerné rukavice.<sup>3</sup>

*Black Tie* – Predstavuje smoking. Nosí sa len vo večerných hodinách po 6 hodine, preto sa na svadby nehodí. Tradičná forma obsahuje čierne vlnené sako (výnimočne tmavomodré) a nohavice rovnakého materiálu a farby. Špecifikom je lesklý golier saka a lampasy na nohaviciach. K smokingu neodmysliteľne patrí čierny hodvábnny motýlik a vesta, poprípade smokingový pás. U žien ide o večernú toaletu, ktorá siaha až po zem a musí byť z kvalitných materiálov. Tiež môžu byť kokteillové šaty či elegantný večerný kostým. Aj na topánkach záleží, pokojne si obujte remienkové sandáliky či lodičky s otvorenou špičkou.

*Semi Formal* – Vychádzkový oblek. Denné alebo večerné príležitosti, napr. svadba. Pre pána oblek a pre dámu krátke šaty alebo elegantný kostým.

*Formal dress* – Tmavý oblek. Tiež na denné alebo večerné využitie. Na večerné príležitosti, tmavý oblek pre pána = dark suit (len čierny alebo tmavomodrý), pre dámu kokteillové šaty, alebo krátke spoločenské šaty. Počas dňa aj kostým. Na ples si k obleku partnera oblečte dlhé šaty.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> *Máte prehľad v Dress code?* [online]. [2017-11-24]. Dostupné na: <<https://www.spfinance.sk/rada-pre-vas/2016/mate-prehľad-v-dress-code.html>>.

## **1.5 Praktické príklady z domova a zo sveta**

Problematika obliekania sa na vysokých školách je veľmi zložitá, vzhľadom na rozdielne názory vychádzajúce z osobných preferencií a kultúrnych konvencií. Na mnohých vysokých školách sú určité stanovené pravidlá v študijnom poriadku o tom, ako prichádzať na univerzitnú pôdu oblečený, avšak z hľadiska geografických oblastí možno hovoriť o nesúlade pri dodržiavaní týchto pravidiel. Tie sú nie vždy zo strany študentov akceptované a reálne dodržiavané, vzhľadom na všeobecnú nemožnosť kontroly dodržiavania určitého dress codu na školách zo strany univerzity. Študenti slovenských univerzít dodržiavajú tieto pravidlá podstatne menej, pričom to závisí od kvality a zameranosti určitej univerzity, avšak v porovnaní so zahraničím sú tieto univerzity skôr súkromné a prestížnejšie, a preto študenti prikladajú obliekaniu podstatne dôležitejšiu váhu.

V tejto kapitole sú obsiahnuté praktické príklady z domova, kde sú popísané študentské preferencie pri výbere odevu na vybraných univerzitách v Slovenskej republike a taktiež aj praktické príklady zo zahraničia pre súkromné a štátne univerzity, najprestížnejšie univerzity zo sveta, rozčlenené podľa geografických oblastí.

### **1.5.1 Praktické príklady z domova**

V tejto podkapitole sú opísané návyky odievania na nami vybraných univerzitách v Slovenskej republike, pričom konkrétne sú opisované v rámci univerzít po jednej fakulte, ide o: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave – Fakulta masmediálnej komunikácie, Ekonomická univerzita v Bratislave - Fakulta, Univerzita Alexandra Dubčeka v Trenčíne - Fakulta, Univerzita Mateja Bela v Banskej Bystrici – Fakulta politických vied a medzinárodných vzťahov.

#### **Univerzita sv. Cyrila a Metoda**

Väčšina študentov na tejto fakulte nepreferuje formálny štýl obliekania, dá sa povedať, že sú skôr zvyknutí na ležérny štýl obliekania, ktorý určitým spôsobom vyjadruje ich osobnosť (podľa hudobného vyjadrenia, preferencií a postojov, podľa kultúrneho založenia, módných trendov a výstrelok a pod.). Zjednodušene preferujú jednoduchý štýl pred eleganciou. Pri každodennom cestovaní a skorom rannom vstávaní, nevenujú pozornosť tomu, čo si na seba vezmú a tak prichádzajú na univerzitnú pôdu v rôznych štýloch

s odchýlkami od zamerania študenta na konkrétny odbor: extravagantný štýl, športový, ležérny, a v poslednom rade elegantný.

Extravagantný štýl obliekania sa na tejto fakulte vyskytuje vo väčšej miere z dôvodu kreatívneho zamerania študentov, ktorí chcú oblečením vyjadriť svoju osobnosť a tvorivé myslenie. Takýto štýl obliekania je nevhodný na univerzitnú pôdu, vzhľadom na to, že je to v rozpore so všeobecnými pravidlami školy. Extravagantnosť úzko hraničí s nevkusnosťou.

Extravagantný štýl obliekania na tejto fakulte chápeme ako:

- móдне výstrelky – krátke tričká nad pupok, veľké výstrihy, roztrhané nohavice, veľmi krátke sukne, veľmi úzke nohavice,
- netradičné farby, strihy v obliekaní, nevhodné nápisy – neónové farby a ich kombinácia, volánové rukávy, ustrihnuté nohavice, vulgárne nápisy na tričku,
- výraznejšie tetovania a piercingy – na viditeľných miestach,
- atypické farby vlasov a účesy – pastelové farby vo vlasoch, dredy, dlhé brady,
- výrazné doplnky – výrazné topánky, netypické náhrdelníky a tzv. tunely v ušiach,
- nekonvenčné kombinácie vzorov jednotlivých odevov a štýlov – príkladom je kombinácia ležérnych šľapiiek a elegantného saka,
- výrazný make-up – výrazné líčenie.

Športový štýl sa na tejto fakulte vyskytuje v najmenšej miere, pričom ide o ľudí, ktorí nemajú vzťah k móde a neberú na vedomie spoločensky akceptované normy obliekania. Tento štýl obliekania je taktiež nevhodný na univerzitnú pôdu, ale aj na bežné nosenie v spoločnosti. Ide o ľudí, ktorí majú bohaté športové aktivity vo svojom voľnom čase a dbajú na pohodlnosť a vo formálnom oblečení sa cítia nepríjemne. Na tejto fakulte sa prejavuje tento štýl v nosení teplákov, legín, veľkých mikín a rozťahaných tričiek, športové tenisky, fitness oblečenie a doplnky, turistická obuv a oblečenie a pod. Takýto štýl obliekania je nevhodný a študenti, ktorí ho na fakulte preferujú neberú ohľad na spoločenskú etiku a pravidlá, ktoré by na škole mali byť akceptované.

Ležérny štýl chápeme pre účely tejto seminárnej práce ako oblečenie vhodné do spoločnosti, na každodenné, bežné nosenie ako návšteva školy, reštaurácie a podobných spoločenských udalostí, ktoré si nevyžadujú večerné oblečenie. Na Fakulte marketingovej komunikácie je tento štýl obľúbený a študenti ho vo väčšej miere preferujú. Konkrétne študentky majú silnejší vzťah k móde a tak sa snažia o kombináciu aktuálnych trendov spolu s pravidlami zaužívanými na tejto fakulte, aby svojim výzorom nepôsobili provokatívne



alebo neupravene. Práve decentný, uhladený výzor je to, čo by mala väčšina študentov pokladať za samozrejmosť pri vstupe na akademickú pôdu. K tomuto štýlu absolútne nepatria tepláky, tričká, či tzv. mikiny, práve naopak, odev ako šaty, sukne i klasické nohavice s blúzkou alebo košeľou pomôžu študentovi pôsobiť slušne a prezentovať seba samého pozitívne pred očami vedenia univerzity ale takýmto spôsob študent reprezentuje univerzitu pred spoločnosťou. Ležérny štýl hodnotíme veľmi pozitívne a pokladáme ho za najlepšiu voľbu pre študentov, na koľko má ako praktickú tak i funkčnú, resp. estetickú funkciu. Praktická funkcia sa prejavuje v širokej škále výberu strihov a materiálov, preto je možné zvoliť také modely, ktoré sú vhodné na celodenné nosenie a sú pohodlné. Tým sa napĺňa aj estetická funkcia, ktorá je hlavným bodom tejto práce. Ležérny štýl je v priamom spojení s normami univerzity, teda dress code-om, ktorý by mal dodržiavať každý študent. Okrem toho tento štýl nie je spojený s ekonomickými či spoločenskými obmedzeniami, ktoré môžu plynúť napríklad z ekonomickej situácie alebo spoločenského postavenia.

Elegantný odev volia študenti zriedkavo, najmä v prípade bežného obliekania. Je to najmä z toho dôvodu, že na Fakulte masmediálnej komunikácie prevláda uvoľnená, priateľská atmosféra, a tak málokto študent pokladá za nutné a vhodné v poslednom rade, obliekať sa v tomto štýle. Elegantný štýl zahŕňa viacero „subštýlov“, napr. večerný, bežný a pod., podľa teoretickej časti tejto seminárnej práce. Opäť pre účely tejto práce zaradíme do tohto štýlu odevy špeciálneho charakteru ako obleky, spoločenské kostýmy, puzdrové šaty, obuv na opätku a pod. Tento štýl je na pôde Fakulty masmediálnej komunikácie UCM V TRNAVE v rámci bežného odievania sa priam jedinečný. Vidieť ho možno skôr u profesorov a vysokopostavených osobností univerzity. Študenti volia tento štýl skôr pre významné udalosti ako sú napríklad imatrikulácie, skúšky a štátne skúšky, promócie a rôzne výročia a oslavy školy. Ďalej sa študent oblieka elegantne v rámci určitého spoločenského konsenzu, pokiaľ ide o univerzitný ples alebo beanie a podobné večerné, spoločenské akcie. Tento štýl pokladáme za najvhodnejší práve počas skúškového obdobia, pretože študent svojim oblečením prejaví profesorovi rešpekt a zároveň prezentuje svoju osobnosť ako hodnú univerzitného vzdelania.

Štýly odievania, ktoré sme opísali vyššie, sa dajú aplikovať na Fakultu masmediálnej komunikácie, ale aj na ostatné fakulty a univerzity opísané v tejto kapitole. Autori pri popisovaní jednotlivých štýlov (extravagantný, športový, ležérny, elegantný) vychádzali z reálnej situácie na Univerzite sv. Cyrila a Metoda Fakulty masmediálnej komunikácie a jej študentov. Už bolo spomenuté, že študenti a študentky nosia počas skúškového obdobia najmä ležérny štýl, minimálne elegantný štýl. Vhodnejší z týchto štýlov je samozrejme elegantný, preto cieľom tejto práce je prostredníctvom použitia marketingovej komunikácie

v rámci Fakulty masmediálnej komunikácie ovplyvniť študentov do takej miery, aby pokladali za ich primárnu povinnosť zúčastniť sa ústnej, ale aj písomnej skúšky slušne a vhodne oblečení. Príkladom je študent alebo študentka, ktorá sa zúčastňuje skúšky v rifliach, často s roztrhaným motívom, vrchnom kuse oblečenia s nevhodnými nápismi a nápismi všeobecne alebo s príliš odhaľujúcim dekoltom, obyčajnom tričku, príliš krátkej sukni a dokonca len malá časť študentiek si uvedomuje, že k sukni by mali mať oblečené aj vhodné pančuchy. Súčasťou vkusného outfitu na skúšku je aj vhodne zvolený make-up, doplnky a v neposlednom rade aj obuv, čo niektorí študenti a študentky nedodržiavajú. Čo pokladáme za neprijateľné je fakt, že študenti prichádzajú na skúšky dokonca v teplákoch a športovom oblečení. Na niektorých univerzitách si takto oblečení študenti nedovolia prísť ani na prednášku, samozrejme že vedia, že by zo skúšky boli vyhodení. Na fakulte masmediálnej komunikácie takáto situácia nie je. Študenti si dovoľia prísť na písomnú skúšku v takomto nevhodnom oblečení často, v prípade ústnej skúšky výnimočne. Avšak pokiaľ si to vyučujúci profesor želá, študenti sa snažia vyhovieť jeho požiadavkám, preto by mali aj samotní profesori pokladať dress codu na skúške významnejší charakter, aby si študenti privykli týmto pravidlám a stala sa z nich tradícia.

### **Univerzita A. Dubčeka, Trenčín**

Model obliekania sa na tejto univerzite je študentmi tolerovaný vo veľkej miere. Študenti si uvedomujú, že vstupujú na univerzitnú pôdu a preto dôkladne vyberajú svoj outfit. Ich bežné, voľno časové oblečenie sa odlišuje od toho, ktoré nosia na prednášky respektíve, v ktorom navštevujú priestory univerzity. Presnejšie povedané, uprednostňujú nosenie nohavíc, prípadne tmavších riflí, košeľe, blúzky a šaty, zjednodušene povedané, školu navštevujú v elegantnom štýle. V prípade extravagantných doplnkov, kúskov a strihov dodržiavajú striktné pravidlá a vyhýbajú sa napr. roztrhaným rifliam, krátkym sukniam a podobne. Študenti si uvedomujú, že je nevhodné navštevovať univerzitu v športovom štýle a považujú za neprípustné prísť v teplákoch.

Pozitívne hodnotíme aj fakt, že študenti považujú za samozrejmosť dodržiavanie „univerzitného dress codu“ aj počas skúškového obdobia. Prirodzene sa odievajú v mužskom prípade do oblekov, sák a nohavíc a normálna je aj košeľa s kravatou. V prípade opačného pohlavia platí také isté dodržiavanie pravidiel v podobe šiat, sukni (spolu s pančuchami), blúzok a sák. Dodržiavanie dress codu pramení z pochopenia študentov základných etických a spoločenských hodnôt prevzatých od starších študentov a tak isto aj od určitej úrovne, ktorú prezentujú profesori univerzity.

## **Univerzita Mateja Bela, Banská Bystrica**

Na univerzite Mateja Bela, konkrétne na Fakulte politických vied a medzinárodných vzťahov, nie je politika obliekania definovaná. Zakladá sa len na určitom etickom kódexe a morálke. Študenti sa slobodne rozhodujú, čo budú nosiť - neexistuje žiadna forma kontroly, ktorá by dohliadala na to, čo si obliekajú a usmerňovala ich v tom.

Študenti sa obliekajú podľa svojho vkusu, kultúry, alebo finančných možností. Môžeme ich rozdeliť na dve skupiny, dievčatá aj chlapcov spolu. Do prvej skupiny by sme mohli zaradiť tých, ktorí berú svoje postavenie na škole seriózne a prispôbujú svoje oblečenie potenciálnemu budúcemu zamestnaniu. Sú to takí študenti, ktorí denno-denne chodia do školy, či už sú to prednášky, semináre, alebo konzultácie, oblečení v oblekoch. Zaraďujeme sem aj taký bežný príemer. Čo sa týka chlapcov, sú to rifle s košeľou alebo pulóver. Dievčatá volia šaty, sukne, alebo blúzky, čiže akýsi bežný štandard - jednoducho elegantné oblečenie. Do druhej skupiny patria študenti, ktorí nemajú potrebu sa do školy nejako mimoriadne upravovať. Chlapci nosia tenisky, mikiny, tmavé veci. V niektorých prípadoch, ale len zriedkavo, možno vidieť aj výstrelok typu reťaz, ktorá predstavuje určitú príslušnosť k hudobnému štýlu. Dievčatá sa obliekajú tiež podobne v športovom štýle, nestarajú sa o reprezentatívnosť svojej osoby a fakulty.

V prípade skúšok sa od študentov vyžaduje určitý dress code. Je to však nepísané pravidlo, ktoré nie všetci študenti dodržiavajú. Napriek tomu pri písomných skúškach nejaká adekvátnosť musí byť zachovaná. No pri ústnych skúškach je potrebné, aby študenti prišli slušne oblečení. Dievčatá musia mať napr. blúzky, košele, sukne, šaty. Pokiaľ chlapci nechcú oblek, vhodná je aj košeľa a čierne nohavice. Výber oblečenia závisí aj od skúšajúceho, no pri týchto kombináciách nezvykne byť problém.

### **1.5.2 Praktické príklady zo sveta**

V druhej časti tejto kapitoly popisujeme situáciu obliekania sa rešpektíve dodržiava určitého dress codu na univerzitách v zahraničí. Cieľom je charakterizovať súčasnú situáciu, so zameraním sa na konkrétne kultúrne, prípadne sociálne pomery v jednotlivých krajinách. Vybrané školy sme zoskupili na základe zozbieraných priamych skúseností s týmito univerzitami a v menšom meradle sme informácie získavali prostredníctvom internetových článkov.

## **Polytechnic Institute of Bragaca, Portugalsko**

Univerzita sa nachádza blízko severnej hranice so Španielskom. Pravidlá obliekania na škole sú veľmi osobitné. Stručne povedané, dresscode univerzity dodržiavajú iba jeho zamestnanci, teda vyučujúci profesori. Za najviac preferovaný štýl na univerzite pokladáme práve športový, teda voľno časové oblečenie, v našich podmienkach absolútne nevhodné na univerzitnú pôdu. Študenti nosia rifle, tepláky, šortky, tričká s rôznymi nápismi, šľapky, sandále a podobne. Z uvedeného vyplýva, že študenti ale ani univerzitné vedenie si na dresscode a jeho dodržiavanie nepotrpí a dáva študentom určitú voľnosť.

Našťastie študenti počas skúškového obdobia kladú ako taký dôraz na výber vhodného oblečenia. Nie všetci, ale aspoň polovica študentov zvolí vhodný outfit na skúšku, pričom nejde o tak striktné pravidlo akým je sakový komplet, ale len minimum ako nohavice a košeľa. Samozrejme sa nájdu aj takí študenti, ktorí na výber oblečenia na skúšku nedbajú rovnako, ako na bežný prednáškový deň. Vplyv na študentov majú najmä profesori, no keďže sami nemajú záujem o vzorne oblečených študentoch, nemožno pripisovať túto situáciu len nasledujúcim faktorom. Je možné, že ide o kombináciu viacerých faktorov, ktoré mali vplyv na vývoj takejto situácie. Za prvý faktor pokladáme určité klimatické podmienky špecifické pre geografickú polohu univerzity, konkrétne vyššie teploty vzduchu, na aké sme zvyknutí v našich podmienkach. Ďalším faktorom je geografická poloha z pohľadu vzdialenosti od hlavného mesta respektíve centra krajiny, kde sa na univerzitách preferuje klasický elegantný štýl. Posledným faktorom prispievajúcim k danej situácii je kultúra krajiny a susediaceho štátu. Krajiny Portugalsko a najmä Španielsko sú typické svojou uvoľnenou kultúrou, temperamentom a tzv. pohodovým štýlom života.

## **University of National and World Economy, Sofia, Bulharsko**

Univerzita umiestnená v centre Bulharska je ďalším objektom prieskumu pre danú problematiku. Študenti navštevujú univerzitnú pôdu v dôkladne zvolenom oblečení. Málo kedy tu vidieť študenta v rifliach. Študenti absolútne ignorujú športový štýl a extravaganciu. Študentky preferujú najmä sukne a šaty správnej dĺžky, pričom základným minimom je elegantný vrchný diel oblečenia. Pre mužov je základom sako alebo košeľa, snažia sa pôsobiť seriózne. Takýto prístup považujeme za veľmi pozitívny a mal by byť samozrejým pre každého študenta v globálnom ohľade. Avšak predpokladáme, že študenti tejto univerzity, všeobecne študenti v Bulharsku, pokladajú možnosť štúdia na vysokoškolskej úrovni za určité privilegium a to je jedným z dôvodov ich prístupu k obliekaniu. Za druhý dôvod dodržiavania dress codu považujeme spoplatnenie štúdia a s tým spojenú určitú prestíž spojenú so štúdiom.

## **Mendelova univerzita v Brne, Česká republika**

Provozne ekonomická fakulta Mendelovej univerzity sa venuje odborom s ekonomickým zameraním. Zamestnanci ekonomických funkcií preferujú elegantný štýl v obliekaní, teda predstavujú určitú ašpiračnú skupinu pre budúcich absolventov. Študenti tejto fakulty preferujú nosenie spoločenských šiat, puzdrových sukni, blúzok, košiel, sák a nohavíc, tzv. office look. Medzi menej bežné nosené kúsky patria na tejto škole rifle a tričká určené na bežné nosenie. Študenti nosia aj elegantné doplnky, ako napr. mužské pracovné tašky namiesto klasických batohov. Takýto študenti prispievajú k celkovej úrovni univerzity, ktorá môže len naďalej rásť. Významnosť skúškového obdobia prezentujú študenti jedinečnými, gracióznymi outfitmi špeciálne zvolenými podľa požiadaviek profesorov.

## **University of Delaware, USA**

Podľa tejto univerzity by študent vysokej školy mal na univerzitnej pôde dodržiavať formálny vzhľad denne. Dôležité je obliekať sa primerane a profesionálne. Aby bolo jasné, čo je vhodné a čo nie, univerzita vytvorila kódex obliekania, podľa ktorého sa študenti musia riadiť. Aby nedošlo k nejakým nezhodám, alebo v prípade otázok, čo je a čo nie je vhodné, sú k dispozícii zamestnanci školy, ktorí študentom pomôžu pri rozhodovaní. Zavedená politika obliekania je platná od pondelka do štvrtka. Očakáva sa, že študenti budú dodržiavať tieto pokyny.

Medzi povolené druhy oblečenia patria:

- tričká s dlhým alebo krátkym rukávom,
- topánky a tenisky,
- tepláky (za povolené sa považujú len v piatok a ako vhodný odev pri jóge)
- ponožky, pančuchy,
- legíny (samostatne nie sú prístupné, musia byť vždy skombinované s dlhým tričkom, sukňou alebo šatami),
- šortky s vhodnou dĺžkou po kolená,
- mikiny s kapucňou (len jednofarebné, bez textu alebo konkrétnej grafiky v prípade, že sa nejedná o mikiny, na ktorých je uvedený názov univerzity).

Medzi zakázané druhy oblečenia patria:

- sandále,
- klobúky, čiapky,
- krátke trička alebo tričká s výstrihom,

- minisukne,
- trička s obrázkami, reklamami,
- rifľové nohavice,
- vojenské alebo poľovnícke odevy.

Dôležitý je aj celkový čistý a elegantný vzhľad. Chlapci by mali nosiť na krátko ostrihané vlasy, dievčatá by zase mali byť vkusne učesané. Nevhodné sú aj farbené vlasy, viditeľné tetovania, piercingy a veľmi výrazný make-up.

Konkrétni učitelia majú na starosti uchovávať záznamy o všetkých študentoch, ktorí nedodržiavali tieto pravidlá, a teda ich oblečenie nebolo v súlade s kódexom obliekania. Ak študent poruší tieto pravidlá dvakrát, škola na to písomne upozorní rodičov. V prípade opakovaného porušovania môže škola požiadať o osobné stretnutie s rodičmi.

Na základe týchto skutočností môžeme konštatovať že táto univerzita berie vzhľad študentov veľmi vážne, má striktné pravidlá, no aj napriek tomu dáva študentovi možnosť obliecť si čo chce a aspoň raz do týždňa prejaviť svoju osobnosť prostredníctvom obliekania.

### **University of Kaposvár, Maďarsko**

Na tejto univerzite bol zavedený striktný kódex obliekania orientovaný na prednášky a skúšky. Takzvaný dress code obsahoval zákaz minisukní, veľkých výstrihov, letnej obuvi (žabky alebo sandále) a výrazného make-upu. Nežiaduce sú aj rôzne módné doplnky či zanedbané nechty a vlasy. Tolerancia je možná len v prípade horúcich letných dní, kedy je prijateľný aj voľnejší odev. Muži by sa podľa tohto kódexu mali na univerzitnej pôde prezentovať len v uzatvorených topánkach. Na skúškach by to mali byť topánky tmavej farby s tmavými ponožkami. Taktiež vyžadované obleky by mali byť rovnako tmavej farby. Dôležité sú dlhé nohavice s čiernym opaskom a košeľa, inou vhodnou variantou môže byť tričko s golierom. Na skúškach je povinná košeľa svetlej farby, ktorá je doplnená vhodnou kravatou. Čo sa týka žien, tie musia nosiť dlhé sukne alebo nohavice v kombinácii s blúzkou vo svetlých farbách. Vhodná je aj iná vrchná časť oblečenia, avšak nesmie pôsobiť veľmi provokatívne. Na skúškach sú potrebné aj silonky.

Tento kódex obliekania sa ale nestretol s pochopením študentov, ktorí namietali proti konzervatívnym predpisom a sťažovali sa, že univerzita neprijala aj nejaké alternatívy v prípade teplejších dní. Preto sa rozhodli protestovať trochu netradičným spôsobom, kedy sa na jednej z prednášok rozhodli všetci študenti, vrátane vyučujúceho vyzliecť donaha. Táto aktivita študentov bola natočená na video, ktoré bolo následne zverejnené aj na sociálnej sieti.

Tento kódex kritizoval aj verejný ochranca ľudských práv, ktorý tvrdil, že nie je možné tieto pravidlá dodržiavať. Hlavný argument rektora, ktorý zaviedol tento kódex obliekania bolo, že univerzitu môžu navštíviť aj dôležité osoby zo zahraničia. Vzhľad študentov je podľa neho dôležitý, aby vyvolali dobrý dojem hneď pri prvom stretnutí.

### **West Coast University, USA**

Od študentov West Coast University sa vo všeobecnosti očakáva, že počas návštevy školských priestorov budú dodržiavať čistý a upravený vzhľad. Vedenie tomu prikladá istú dôležitosť, pretože to bude potrebné pre absolventov v ich budúcich kariérnych pozíciách. Jednotlivé školské programy, ktoré univerzita ponúka, sa môžu líšiť v detailných podmienkach obliekania sa. Študent musí dodržiavať štandardy špecifikované pre navštevovaný obor či program. Univerzita na druhej strane plne chápe a podporuje právo študentov na sebavyjadrenie. Má taktiež povinnosť vytvoriť pre svojich členov komunity životné a vzdelávacie prostredie, v ktorom sa budú cítiť pohodlne, príjemne a nenarúšať školskú kultúru nevhodným oblečením. Kódex obliekania je navrhnutý tak, aby všetci študenti mohli byť odetí spôsobom, ktorý je úctivý ku komunite ale aj sebe samým. Čistý, elegantný a decentný odev je minimálna požiadavka, ktorá platí vo všetkých verejných priestoroch.

Tieto pravidlá sa vzťahujú na študentov na akomkoľvek podujatí, aktivite či funkcii. Každý člen fakulty alebo administrátor môže slobodne poradiť a prerokovať dress code so študentom. Ak sa záležitosť nevyrieši na tejto úrovni a ak študent nedodržiava politiku univerzitného oblečenia, každý člen fakulty alebo správca univerzity West Coast môže odkázať študenta na: riaditeľa študentských záležitostí, ďalšiu kompetentnú osobu zodpovednú za študentov v rámci programu alebo iného pridruženého výkonného riaditeľa. Prostredníctvom formulára môže byť študentovi udelená sťažnosť za nedodržanie pokynov, či vyzvanie, aby sa vrátil domov a zmenil svoje oblečenie. V tomto prípade platí, že študent môže byť označený ako neprítomný na vyučovaní. Opakované porušovanie kódexu zo strany študenta bude zaslané na výbor pre správanie sa študentov. Určenie, či je oblečenie študenta v súlade s univerzitným kódexom, je výlučne podľa uváženia vyššie uvedeného kontrolóra. Očakáva sa, že študenti prejavia primeranú úroveň úsudku v oblasti osobnej hygieny, starostlivosti a odevu. Nasledujúce položky oblečenia alebo štýlu oblečenia sú neprijateľné pre študentov navštevujúcich West Coast University:

- znečistené, fľakaté alebo nadmerné pokrčené oblečenie,



- transparentný odev, s nízkym strihom odhaľujúcim nahé časti tela či spodnú bielizeň,
- krátke nohavice,
- tielka,
- holé nohy (vždy musia byť obuté uzavreté topánky),
- doplnky a šperky, ktoré majú nápisy, obrázky symbolov alebo iné odznaky, ktoré sú hrubé, vulgárne, obscénne, urážlivé alebo so sexuálnym podnetom,
- odev nesmie znesvätiť, pobúriť okolie,
- pyžamové oblečenie.

Je potrebné brať do úvahy aj nasledujúce skutočnosti:

- šperky a iné módné doplnky nesmú zasahovať do výkonu povinností alebo predstavovať bezpečnostné riziko pre okolie,
- vždy sa očakáva vhodná osobná hygiena vrátane starostlivosti o vlasy a nechty,
- tetovanie, ktoré môže byť urážlivé pre návštevníkov, zamestnancov alebo iných študentov, nie je povolené; príklady urážlivých tetovaní zahŕňajú návrhy, ktoré sú násilné alebo ohrozujúce, sexuálne, znesväcujú náboženské symboly, používajú nečestnosť atď.,
- sandále, žabky a tenisky, ktoré sú v dobrom stave (napríklad žiadne rozbité popruhy, čisté) sú prijateľnou obuvou pre študentov s výnimkou vedeckých laboratórií, kde nie sú povolené žiadne otvárateľné topánky.

Výnimky sú udelené pre študentov s osobitnými zdravotnými podmienkami alebo náboženskými presvedčeniami, ktoré vyžadujú špeciálne oblečenie, obuv alebo šperky.

### **University of Oxford, UK**

Táto univerzita je najstaršou vo Veľkej Británii a taktiež kultúra odievania na tejto univerzite nesie so sebou svoje pravidlá a zákonitosti. Kompletnú akademickú uniformu by študenti mali nosiť na všetkých formálnych univerzitných ceremóniách vrátane prijímacích skúšok, imatrikulácií a obradov. Sub fusc (z latinského sub fuscus znamená tmavohnedý) by sa mal nosiť pod akademickou uniformou a je tiež potrebný pri sedení na skúškach.

Náležitosti pre Sub Fusc:

1. Jedna z nasledujúcich: tmavý oblek s tmavými ponožkami, tmavá sukňa s čiernymi pančuchami alebo tmavé nohavice s tmavými ponožkami či tmavými pančuchami.

2. Tmavý kabát, ak je potrebné, avšak umiestnený pod talárom.
3. Čierne topánky.
4. Obyčajná biela golierová košeľa alebo blúzka.
5. Biely motýlik, čierny motýlik, čierna kravata alebo čierna mašľa či stuha.

#### PLUS

1. Príslušný akademický talár.
2. Akademická čiapka.

#### Dodatky:

1. Náboženský služobník smú nosiť cirkevný odev pod svojím talárom počas ceremónií.
2. Ak je potrebné na základe vierovyznania nosiť pokrývku hlavy, či šatku, v čiernom prevedení, tak je to možné.
3. Členovia ozbrojených síl taktiež môžu nosiť uniformu pod akademickým talárom.

K dispozícii sú tri druhy akademických uniforiem. Všetky sú v čierno-bielom prevedení, sú si na prvý pohľad veľmi podobné a líšia sa od seba na základe charakteristických znakov, ako kratší rukáv či stuha namiesto viazanky. Slúžia na identifikáciu študentov a odlišenie sa na základe dosiahnutého stupňa vzdelania vo vybranom univerzitnom programe. V závislosti od školskej akcie či aktu sa povinnosti pre študenta menia. To sa vzťahuje na nutnosť obliekania akademického talára, s tým že Sub Fusc teda tmavé oblečenie a pokrývka hlavy je prikázaná neustále. Je zvykom, že pri skúškach študenti tradične nosia karafiáty pripnuté na svojom talári. Podľa skúšky sa farebne diferencujú. Pri prvej je určená biela farba, pri strednej ružová a pri finálnej skúške červená.

Keďže ide o jednu z najstarších univerzít vôbec, je potrebné dodržiavať určitú kultúru a úroveň. Študenti tejto prestížnej univerzity sú ľahko rozpoznateľní. Keďže sa univerzita môže pýšiť bohatou históriou a množstvom úspešných absolventov, dochádza taktiež k priestoru na dodržiavanie historických alebo tradičných zvyklostí.

## 2 CIEĽ A METODIKA PRÁCE

V tejto kapitole sa zaoberáme cieľom a metodikou práce, kde poukazujeme na pracovné postupy použité v práci.

### 2.1 Cieľ práce

Cieľom práce je vytvorenie vhodnej kampane pre cieľovú skupinu študentov Fakulty masmediálnej komunikácie na základe teoretických východísk a analýzy súčasného stavu v domácej krajine a zahraničných krajinách.

### 2.2 Pracovné postupy

V tejto práci sú použité nasledujúce pracovné postupy:

- **Analýza** je najčastejšia logická metóda. Metóda, ktorá využíva rozbor a rozkladanie väčšieho celku na menšie jednoduchšie časti.
- **Indukcia** myšlienkový postup, ktorý z jednotlivých faktov odvodzuje všeobecné závery.
- **Dedukcia** je opakom indukcie. Prostriedok logickej analýzy, ktorým vytvárame tvrdenie za pomoci iných všeobecných tvrdení.
- **Komparácia** (porovnávanie) je to metóda, ktorá vyhľadáva subjekty alebo javy, ktoré majú spoločnú črtu a následne zisťuje zhodnosť alebo rozdielnosť pozorovaných javov.
- **Pozorovanie** najprirodzenejšia výskumná metóda, pri ktorej využívame zmysly na zistenie vlastností a znakov skúmaného subjektu.

### 2.3 Spôsob získavania údajov a ich zdroje

Informácie v tejto práci pochádzajú z nasledujúcich zdrojov:

- **Internetové zdroje** – informácie z dostupných webových stránok a stránok o skúmanej problematike a jej súčasných trendoch.
- **Vlastné skúsenosti** – poznatky o predchádzajúcej komunikácii a cieľoch organizácie na základe vlastných skúseností.

- **Knižné publikácie** – použité knižné publikácie v teoretickej časti pochádzali najmä z fakultnej knižnice FMK a zo súkromných zdrojov autorov práce.
- **Rozhovory a konzultácie** – komplexné informácie od majiteľa skúmanej firmy.
- **Interné materiály vzdelávacej inštitúcie** – prospekty, reklamné materiály boli podkladom pre vytvorenie celkového obrazu o vzdelávacej inštitúcii.

V časti súčasného stavu riešenej problematiky prebiehalo čerpanie informácií najmä z knižných zdrojov FMK knižnice, kníh v osobnom vlastníctve autora a článkov na internete.

### **3 VÝSLEDKY PRÁCE**

Ako už bolo spomenuté, problematika ukotvenia a akceptovania určitého dress codu na vysokých školách je komplikovaná, a pokiaľ je stanovená, tak nie vždy je dodržiavaná zo strany študentov, keďže ide o dospelé osoby, ktoré sa radi presadzujú a vyjadrujú svoju osobnosť prostredníctvom oblečenia. Ich neformálny, až ležérny štýl obliekania možno považovať za akési nedodržiavanie a nevedomovanie si toho, aké dôležité je byť v spoločnosti správne odetý. Taktiež si mnohokrát študenti nevedomujú významnosť správneho formálne upraveného výzoru na skúškach, na ktorých sa preverujú ich schopnosti pred mnohými významnými profesormi, doktormi, a pod. Rovnako chápanie a uvedomovanie si správneho dress codu na skúšku je dôležitou súčasťou prípravy na budúce vystupovanie v zamestnaní, prípadne v spoločnosti iných významných osôb.

V tejto kapitole sme sa snažili načrtnúť, že je naozaj dôležité venovať pozornosť tomu, ako sa adekvátne obliecť na vysokej škole, ktoré je veľmi dobrým základom pre vytvorenie prvého dojmu o danom študentovi. Keďže ide o praktickú časť práce, v kapitole je predstavený riešený problém, idea a realizovateľné riešenie, ktoré predstavuje nami vymyslenú kreatívnu kampaň ako sa tomuto problému možno postaviť a prinútiť študentov k zamysleniu sa nad dôležitosťou svojho výzoru, ktorým sa prezentujú. Tieto kreatívne riešenia sú zamerané konkrétne na študentov Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave, Fakulty masmediálnej komunikácie. Kapitola obsahuje konkrétnu deskripciu priebehu kampane, jej strategické nasadenie, opis samotnej vizualizácie, webovej aplikácie a rovnako aj predstreté naše očakávania.

#### **3.1 Riešený problém**

Problematika nevhodného obliekania sa na vysokých školách je v Slovenskej republike značne diskutovaná téma, či už zo strany samotných študentov alebo vyučujúcich. Mnohí študenti si nevedomujú to, že na univerzitnej pôde sa predovšetkým prezentujú pred svojimi profesormi, doktormi a inými pedagógmi a keďže majú už určitý vek, kedy dosiahli dospelosť, mali by chápať určité zásady toho, ako chodiť správne odetí do spoločnosti. Myšlienka dôležitosti riešenia tohto problému nevkusného obliekania sa na tzv. významné udalosti, akými sú skúšky, prezentovanie projektov pred študentmi a pedagógmi a pod. v prostredí univerzity vznikla po konzultácií o danej téme a následne je riešená zadaným

projektom na predmete Globálny marketing. Pri tejto problematike je najväčším problémom mnohokrát nevhodne zvolené oblečenie študentov v ktorom sa pohybujú po priestoroch univerzity, na ústnych a písomných skúškach, pri prezentovaní projektov, prác alebo inej osobnej prezentácií pred publikom. Študenti často krát nevedia odhadnúť významnosť určitej situácie, ku ktorej by mali zvoliť vhodné formálne oblečenie. Najväčším príkladom celého riešeného problému je každý študent, ktorý na takéto významné udalosti prichádza v roztrhaných džínsoch, v teplákoch, v legínach, v obyčajných tričkách s nevhodnými nápismi, v mikinách a pod., prípadne sú tieto odevy doplnené nevhodnou pokrývkou hlavy alebo inými neadekvátnymi doplnkami. Univerzita je vzdelávacia inštitúcia, ktorá má svoju tradíciu, vážnosť a preto by mala byť pre každého študenta priestorom, kde bude vystupovať na určitej úrovni, ktorá závisí aj od správne zvoleného oblečenia na skúšky, prezentácie.

Vidieť to môžeme aj zo strany pedagógov, ktorí na prednášky, prezentácie učiva, ústne a písomné skúšky v mnohých prípadoch v prípade mužského pohlavia zvolia oblek, košeľu, elegantné nohavice, resp. upravený a reprezentatívny vzhľad. Pri ženskej časti pedagógov môžeme hovoriť o zvolení odevov ako sú kostýmy, elegantné šaty, blúzky, sukne. Rovnako aj pri imatrikuláciách, promóciách, oslavách výročia univerzity môžeme našich pedagógov, akademických funkcionárov vidieť v špeciálnych univerzitných talároch, ktoré odkazujú na tradíciu univerzity a vážnosť vysokoškolského vzdelania. Tento rozpor v prístupe slovenských študentov a pedagógov k obliekaniu považujeme za problém, ktorý sme sa rozhodli zlepšiť kreatívnym riešením.

### **3.2 Ideové východiská**

Ako sme spomenuli v predošlej podkapitole, v ktorej bol načrtnutý riešený problém, dospeli sme k názoru, že študenti nerozumejú dôležitosti správne zvoleného oblečenia na rôzne významné situácie, ktorými sú skúšky, prezentovanie pred ostatnými a pod. Po uvedení si riešeného problému sme pomocou brainstormingu prišli na niekoľko invencií, z ktorých sme následne vybrali tú najviac realizovateľnú alternatívu. Zhodli sme sa, že tento problém by bolo najvhodnejšie riešiť predovšetkým tak, že oslovíme študentov kreatívnou cestou, ktorou ich donútime sa zamyslieť nad tým, že na oblečení vo vysokoškolskom prostredí naozaj záleží. Myslíme si, že takéto kreatívne riešenie by malo byť študentom

bezpochybne blízke, keďže ide o využitie spojenia moderných technológií rovnako prepojené s tradičnými médiami.

Ak máme opísať ideu nášho kreatívneho riešenia, znela by nasledovne: Ide o využitie printovej kampane vo forme plagátov v priestoroch univerzity spolu s prepojením na webovú aplikáciu, ktorá spája túto kampaň s onlinom. Táto kampaň hravým spôsobom odkazuje na nosenie formálneho, slušného oblečenia na skúšky, vďaka čomu si získajú u pedagógov zhovievavejší prístup pri hodnotení vedomostí a prezentácie samotného študenta. Hovorí o tom, že pedagógom naozaj záleží na tom, ako študent príde na skúšku. Táto idea bola rozvinutá na pútavý text, ktorý hovorí: „*Daj si sačko, dostaň áčko*“, ktorý je jasne predložený na plagátoch, pričom práve na túto správu odkazuje a snaží sa edukovať študentov o vhodnom výbere oblečenia, na ktorom naozaj záleží, pretože sa môže odrážať aj na konečnom hodnotení prezentácie daného študenta. Týmto textom sme chceli upozorniť študentov na to, že naši pedagógovia si všímajú náš vzhľad, ako vyzeráme a prichádzame na skúšky a tým, že sa študent oblečie formálne a slušne v podobe saka, tak to rozhodne vytvorí v očiach pedagóga zhovievavejší prístup, keďže študent si dal naozaj záležať na svojom reprezentatívnom, slušnom vzhľade. Na samotnú edukáciu však nestačí len printová kampaň, ale ako už bolo spomenuté rozhodli sme sa ju doplniť o webovú aplikáciu, v ktorej si bude študent môcť vyskúšať rôzne druhy oblečenia od tých najvhodnejších až po najmenej vhodné, pričom nastavená aplikácia posúdi ich vhodnosť a následne vyvodí záver, aké hodnotenie by študent získal, v prípade, že by zvolil ten daný typ odevu.

### **3.3 Stratégia kampane**

V predošlej podkapitole sme čiastočne načrtli našu ideu a kreatívny koncept, tak naša kampaň bude v podstate rozdelená pre na tri časti, ktoré budú vzájomne prepojené tak, aby sme dosiahli synergický efekt. Tieto dve časti budú teda rozčlenené nasledovne: prvá časť kampane bude offlinová – ako sme už povedali, prostredníctvom printu plagátovou formou a druhá časť tejto kampane bude prebiehať v onlinovom prostredí – prostredníctvom webovej aplikácie. Toto synergické prepojenie bude komunikované pre všetkých študentov Fakulty masmediálnej komunikácie. Táto kampaň však bude zvlášť rozšírená aj o facebookovú udalosť, ktorá bude špecificky určená pre študentov 1. ročníka magisterského stupňa, odboru marketingová komunikácia. Avšak rovnako bude synergicky spojená s predchádzajúcimi dvoma časťami a to onlinovou a offlinovou komunikáciou.



Existuje mnoho spôsobov ako dosiahnuť prepojenie týchto dvoch častí – onlinu a offlinu, tak aby to bolo čo najefektívnejšie, aby to upútalo pozornosť a prinútilo ľudí k určitej akcii. Nedávno bolo medzi ľuďmi veľmi rozšírené a populárne používanie QR kódov, ktoré sa umiestňovali na takéto printové nosiče akými sú plagáty, etikety a pod. Problém však spočíval v tom, že používatelia si na túto technológiu úplne nezvykli, pretože je to pre nich komplikovaný súbor činností a rovnako nemusia stále rozumieť spôsobu ich použitia. Taktiež aj pre našu kampaň na univerzite by bolo takéto technologické riešenie príliš technicky aj časovo náročné, ťažko realizovateľné, pričom by to nemuselo priniesť úspech, tak aby to zaujalo študentov a prinútilo k nejakej akcii, tak aby si z vylepeného plagátu načítali tento QR kód.

Z takého istého dôvodu sme sa rozhodli, že využijeme iné riešenie namiesto týchto QR kódov, a tým je vytvorenie unikátnej URL adresy, o ktorej budeme informovať aj prostredníctvom printovej kampane na vytvorených plagátoch. Tie umiestnime po priestoroch univerzity, najmä na najviac frekventovaných miestach, kde sa študenti našej fakulty pohybujú – ako odpočinková miestnosť v jame, rovnako aj na všetkých nástenkách, na chodbe, pri vstupe do najväčšej miestnosti v jame, ktorou je JD11. V spomínanej URL adrese na webovú aplikáciu bude priamo napísaná správa našej kampane, ktorú komunikujeme a tou je: *„daj si sačko, dostaň áčko“*. Vďaka tomu bude pre študentov táto URL adresa jednoducho zapamätateľná, nebude musieť skenovať nejaký QR kód a prosto si naľuká túto adresu do mobilného telefónu, prípadne si ju odfoťí z plagátu aby sa na ňu neskôr pozrel. Prostredníctvom našej jednoducho zapamätateľnej vety, ktorá sa rýmuje *„daj si sačko, dostaň áčko“* ju dokáže vytiahnuť z mysle aj keď v danej chvíli nebude mať plagát pred očami.

Tým sme vysvetlili stratégiu a cestu z offlinového prostredia do onlinového prostredia. Prepojenosť našej kampane však spočíva aj v opačnej ceste, a to z onlinového prostredia do offlinového prostredia. Táto prepojenosť sa opiera hlavne o spoločné kreatívne východiská a vizuálny štýl, ktorý bol využitý rovnako na plagátoch aj vo webovej aplikácii, a taktiež aj na facebookovej udalosti pre študentov. Jednoducho to znamená, že ak študent uvidí prostredie webovej aplikácie, facebookovej udalosti, pripomenie sa mu aj samotná offlinová časť komunikácie, ktorou je spomínaný plagát.

V predchádzajúcich riadkoch sme spomenuli, že využijeme pre študentov aj propagáciu na facebooku prostredníctvom vytvorenej udalosti. Táto udalosť však bude špecificky zameraná a komunikovaná len pre spolužiakov, študentov 1. ročníka magisterského stupňa odboru marketingová komunikácia, ktorú budeme publikovať v ročníkovej skupine. Prostredníctvom tejto udalosti informujeme študentov o tom, že pokiaľ

prídu na prezentáciu projektu z globálneho marketingu slušne a vhodne oblečení v podobe saka, blúzky, košele, šatách a inej formálnej variante, majú možnosť získať 3 body k hodnoteniu, čo sa môže odraziť vo finálnej známke.

Týmto chceme v podstate docieľiť nasledovné: uvedomenie si problému nevhodného obliekania sa v prostredí univerzity a následné iné zmýšľanie o výzore, resp. o vhodnosti oblečenia, ktoré zvolí študent magisterského stupňa do školy. Rovnako nám ide o to, že študenti 1. ročníka na magisterskom stupni by sa mali zamyslieť, že na vzhľade v prostredí univerzity naozaj záleží, a môže im to pritom priniesť aj iné výhody ako sú napríklad tie 3 body k testu, pričom im to môže pomôcť dosiahnuť lepšie hodnotenie. Taktiež sa domnievame, že takáto motivácia ich prinúti zamyslieť sa nad tým, že na písomnú, ústnu skúšku alebo prezentáciu pred spolužiakmi by mali vždy zvoliť slušné, formálne oblečenie, pretože nikdy nemusia vedieť, kedy im to prinesie výhodu v očiach pedagóga pri zhovievavejšom hodnotení.

Stratégia tejto kampane pre spolužiakov 1. ročníka magisterského stupňa v odbore marketingová komunikácia je v synergii s offlinovou a onlinovou kampaňou pre všetkých študentov, pričom je doplnená udalosťou na facebooku na dátumy 5.12. a 12.12., ktorá bude komunikovať 3 body, taktiež budú o tom oboznámení aj 28.11. na hodine globálneho marketingu. Následne pri prezentácii nášho projektu: Dress code v prostredí vysokoškolského vzdelávania budú mať možnosť interaktívneho zapojenia a odskúšania si webovej aplikácie, pokiaľ tak už predtým neuskutočnili.

### **3.4 Kreatívne riešenie**

Naša kampaň pozostávajúca z dvoch častí, kedy ide o spojenie onlinu s offlinom a naopak, je logicky cielená na všetkých študentov Fakulty masmediálnej komunikácie Univerzity sv. Cyrila a Metoda v Trnave, s výnimkou tretej časti kampane - spomínanej špecificky cielennej facebookovej udalosti, ktorá bude pripomínať a komunikovať 3 body ku skúške na predmet Globálny marketing, pre študentov 1. ročníka magisterského stupňa odboru marketingová komunikácia. Sú to vysokoškolskí študenti, ktorí po priestoroch univerzity väčšinou len prechádzajú a ponáhľajú sa na prednášku do inej miestnosti, budovy, na obed, alebo sa ponáhľajú z priestorov univerzity na autobus, vlak, prípadne do práce. Faktor, ktorý nám môže skomplikovať celkovú realizáciu kampane, úspech kampane a rovnako aj vnímanie a povšimnutie si nášho posolstva študentmi je ten, že v priestoroch univerzity sa nachádza obrovské množstvo plagátov a reklamných posolstiev.

Celá táto presýtenosť plagátmi môže zapríčiniť tak povediac zatienenie nášho plagátu, keďže sa medzi tým veľkým množstvom jednoducho stratí z pohľadu očí.

Tým pádom sme museli vymyslieť skutočne kreatívny koncept, myšlienku a text, ktorým pozornosť a záujem všetkých študentov skutočne získame. Z ideového konceptu, ktorý sme popísali v predošlej podkapitole sme vytvorili základný claim kampane, ktorý je vytvorený zo slovnej hračky „*Daj si sačko, dostaň áčko*“. Tento text vznikol úplnou náhodou, pričom si myslíme, že najviac vystihuje to, čo chceme dosiahnuť v myšliach študentov. Svojou jednoduchosťou prostredníctvom krátkeho rýmu upúta každého a vryje sa do pamäti, to znamená, že je zapamätateľný a študent si ho rýchlo dokáže vybaviť napríklad pri obliekaní sa do školy. Keďže text tohto claimu hovorí o saku ako o prvku, ktorý je prípustný, nevyvraciamе však fakt, že sako je jedinou správnu formálnou voľbou, ale existujú aj iné vhodné prvky oblečenia ako košeľa, blúzky, šaty, sukne a pod., ktoré sú rovnako vhodné a nemusí ísť práve o sako. Toto slovo sa nám však hodilo do kreatívneho konceptu, ktorý každý pochopí tak, že sako predstavuje formálny prvok odevu.

Posolstvo, ktoré vychádza z claimu priamo nabáda k formálnejšiemu, vhodnejšiemu obliekaniu sa na skúšky. Odkomunikujeme v ňom priamo výhodu, ktorú študent na základe lepšieho výzoru, prístupu k obliekaniu môže získať, pokiaľ k tomu bude zodpovedne a na úrovni pristupovať. Je potrebné si uvedomiť, že ide o dospelé osoby, ktoré sa pomaly pripravujú na budúcnosť a mali by mať už určité vystupovanie v spoločnosti, čo sa odráža aj na ich celkovom výzore. Študenti okamžite pochopia posolstvo kampane, že keď sa budú slušnejšie obliekať na skúšky, predovšetkým tie ústne, budú u pedagóga vnímaní pozitívnejšie a môže im to teoreticky zlepšiť výslednú známku zo skúšky. To isté sa dá aplikovať aj na písomné skúšky, rovnako aj pri vystupovaní študenta pred publikom, pedagógom v prípade prezentácie projektu a pod. Jednoducho týmto posolstvom však nechceme povedať, že študenti, ktorí sa oblečú formálnejšie majú zaručené hodnotenie známkou „A“, ale to, že im to môže pomôcť pri spomínanom zhovievavejšom hodnotení pedagógom.

Na vizuále vo forme plagátu okrem tejto slovnej hračky, im bude taktiež vysvetlené, prečo sme sa rozhodli túto iniciatívu zrealizovať. Tón komunikácie budeme držať v zábavnej rovine, keďže samotná problematika, ktorú riešime sa môže zdať na prvý pohľad nezaujímavá a nepútavá.

V rovnakom duchu a štýle budeme komunikovať aj prostredníctvom spomínanej webovej aplikácie, kde sa budú nachádzať rôzne „hlášky“, sprevádzajúce rôzne druhy odevov od tých najviac vhodných, po tie najmenej vhodné. Tieto „hlášky“ budú vtipnou, hravou, modernou formou a jemnou satirou nabádať študentov k lepšiemu výberu oblečenia. Pri tejto

webovej aplikácii je dôležité predovšetkým to, aby bola komunikácia hravá, študentov bavila a celá kampaň im utkvela v pamäti ako príjemný zážitok. Keďže tón, štýl tejto komunikácie budeme držať v zábavnom a hravom duchu, tak aj vizuálna stránka kampane musí tomuto typu komunikácie zodpovedať. Hravosť, živosť a moderné prevedenie vizuálnych prvkov v našom prípade spočíva hlavne vo vybraných farbách – tými sú bledomodrá farba, bledoružová spolu s tmavoružovou farbou, tie sú umiestnené na bielom podklade znázorňujúci oblaky. Ako primárnu farbu onlinovej aj offlinovej kampane na vizuálnych prvkoch sme zvolili bledomodrú farbu – vizuál s prvkom muža (Príloha A), bledoružovú farbu – vizuál s prvkom ženy (Príloha B) – ktorá predstavuje pozadie. Ako sekundárnu farbu určenú na textové prvky kreatívneho vizuálu sme zvolili bledoružovú a tmavoružovú farbu na bielom podklade, ktorý celý text zvýrazní tak, aby udrel rovno do očí. Tieto farby sú jemné, výrazné, pričom nepôsobia agresívne a mali by dosiahnuť to, že tento vizuál v univerzitnom prostredí medzi ostatnými plagátmi bude vyčnievať.

Je potrebné taktiež spomenúť, že výber modrej farby na pozadie nebol úplne náhodný, modrá farba bola zvolená z toho dôvodu, že nevhodný výber oblečenia komunikujeme ako “uletenie si” mimo hraníc dobrého a prijateľného vkusu. Farba v tomto prípade symbolizuje farbu oblohy, a z toho vychádza aj samotný grafický koncept. To znamená, že vizualitu kampane sme zasadili “do nebies”, kde jednotlivé textové a grafické elementy sú umiestnené na bielom podklade, ktorého oblé tvary znázorňujú a predstavujú oblaky. Tento pocit ulietania si ukotvujeme a zdôrazňujeme aj použitím malých lietadielok, ktoré za sebou na bannerových prvkoch ťahajú kľúčové odkazy našej kampane, pričom z jednej strany sa ťahajú malé lietadielka k prvku, ktorý by sa dal označiť ako test, kde je hodnotenie Fx – ide o časť, kde má náš kreslený prvok muža oblečenú obyčajnú, neformálnu, nevhodnú bundu. Z druhej strany sa k takémuto podobnému prvku ťahajú lietadielka s hodnotením A – v tomto prípade ide o časť, kde má náš kreslený prvok muža oblečené sako. Ide o jednoduchý detail, ktorý pri jednoduchom lepšom povšimnutí študenta upozorní na posolstvo. V rovnakom štýle sa nesie aj plagát s prvkom ženy.

Sekundárna farba pre tieto vizuálne prvky kampane je aplikovaná bledoružová a tmavoružová farba na spomínané textové prvky a iné drobné prvky. Táto farba nebola taktiež zvolená náhodne, ale snažili sme sa zachovať typickú farbu fakulty masmediálnej komunikácie, ktorou je ružová resp. magnetová. Nechceli sme však, aby táto farba bola tak výrazná akou magnetová je, použili sme bledšiu a tmavšiu verziu, pričom tieto farby považujeme za príbuzné. Spolu s bledomodrou farbou táto farba dotvára pocit hravosti a zábavnosti.

V predchádzajúcich riadkoch sme čiastočne načrtli, že vo vizuálnych prvkoch kampane v onlinovej časti (webová aplikácia; facebooková udalosť pre študentov 1. ročníka magisterského stupňa) aj offlinovej časti (plagáty) bude znázornený aj kreslený resp. ilustrovaný prvok muža, ale taktiež aj ženy. Tieto ilustrácie sme sa rozhodli spracovať v grafickom štýle „flat design“, kde sú všetky objekty zásadne dvojrozmerné a kreslené. Tieto tzv. ilustrované postavičky budú odeté z jednej časti, resp. polovice nevhodne, z druhej polovice formálne, vhodne. Na týchto vizuálnych prvkoch môžu študenti spozorovať viaceré ilustrácie, ktoré zobrazujú určité prvky a druhy vhodného aj nevhodného oblečenia, ktoré sa budú nachádzať aj vo webovej aplikácii. Výhodou tejto formy je čistota a jednoduchosť dizajnu a zároveň sa dá takýto štýl jednoducho prispôbiť špecifickým potrebám.

V našom prípade hovoríme o špecifickej potrebe práve pri častiach s prvkami oblečenia, ktoré budeme v aplikácii spájať s fotkami študentov. Túto funkcionality bližšie rozvineme v samostatnej podkapitole pod názvom webová aplikácia. V krátkosti tento princíp spočíva v tom, že študent sa v tejto webovej aplikácii odfotografuje (urobí si „selfie“) následne si vyberie k sebe outfit, ktorý by si obliekol na skúšku a na základe jeho výberu mu nastavená webová aplikácia posúdi vhodnosť jeho preferovaného a vybraného outfitu na skúšku. Práve kvôli tejto funkcionalite sme sa rozhodli použiť kreslené prvky oblečenia. Tieto kreslené prvky sa totižto dajú jednoducho „napasovať“ na fotografiu. Rovnako ako aj farby, tak aj tento kreslený vizuálny štýl podčiarkuje emócie, ktoré chceme komunikovať.

Čo sa týka funkcionality a výberu takejto formy, myslíme si že, práve charakter možnosti odfotografovania sa s vybraným prvkom odevu spolu s vtipnými hláškami a následným klasifikačným ohodnotením bude pre študentov zaujímavý, pretože ide o moderný a hravý spôsob. V dnešnej dobe si snáď každý rád odfotografuje vlastnú selfie a rovnako táto vtipná forma je ešte viac pútavá, zaujímavá na vyskúšanie. Študenti predstavujú generáciu mladých ľudí, ktorí veľmi radi objavujú, skúšajú nové veci, ktoré môžu byť pre nich hravé, vtipné a radi sa o ne podelia s inými. Môžeme to prirovnať k selfie fotografiám mladých ľudí s tzv. selfie, resp. face filtrom, ktoré ponúkajú aplikácie ako Snapchat alebo Instagram.

### **3.5 Webová aplikácia**

Webová aplikácia znázorňuje možnosť ako sa dá predstaviť študentom naše poslanstvo a zároveň je aj kľúčovým prvkom našej kampane. Samotná offlinová - printová časť kampane bude odkazovať a posielat študentov práve na túto URL adresu „[www.ziskajacko.tk](http://www.ziskajacko.tk)“

webovej aplikácie. Je to interaktívny spôsob ako edukovať študentov o tom, že naozaj záleží na výbere vhodného formálneho prvku oblečenia pokiaľ sa idú zúčastniť skúšky, takisto to platí aj pri prezentácií projektov a pod. Webová aplikácia je tým pádom dokonalým spojením zábavy a naplnenia nášho cieľa.

Technická realizácia tejto webovej aplikácie si vyžaduje určité zručnosti, preto aj jej časové zrealizovanie bude zdĺhavejšie, avšak tento faktor je braný do úvahy a preto je realizácia kampane naplánovaná v dostatočnom predstihu. Pokiaľ ide o technickú realizáciu tohto projektu, tak je potrebné na začiatok podotknúť, že nehovoríme o klasickej aplikácii, ktorú si do svojich smartfónov študenti nainštalujú z obchodu Google Play alebo AppStore. Ide o webovú aplikáciu, čo je v podstate webová stránka vytvorená len pre tento účel, ktorá funguje obdobne ako aplikácia v smartfóne. Je spracovávaná prostredníctvom akéhokoľvek webového prehliadača, písaná v HTML5 kóde a z nášho časového aj zručného hľadiska je toto riešenie jednoduchšie na realizáciu, ako spomínaná aplikácia stiahnutá z obchodu určeného pre smartfóny.

V nasledujúcich riadkoch je priblížené samotné fungovanie tejto webovej aplikácie, ktorá bude vytvorená pre účel projektu: Dress code v prostredí vysokoškolského vzdelávania (Príloha C). Každý študent, ktorý bude mať záujem, sa do webovej aplikácie určenej pre tento projekt dostane pomocou unikátnej URL, ktorá bude napísaná na plagátoch nachádzajúcich sa v univerzitných priestoroch, taktiež aj na facebookovej udalosti určenej pre spolužiakov v ročníku, rovnako aj pri prezentácii projektu. Okamžite po navštívení stránky sa aplikácia študenta v prvom kroku opýta na pohlavie, čo je veľmi dôležitá časť, pretože na základe toho mu budú zobrazované možnosti dámskych, alebo pánskych vrchných kúskov, prvkov oblečenia.

Po výbere pohlavia sa študentovi zobrazí jednoduchá stránka so šiestimi druhmi oblečenia. Oblečenie bude zoradené podľa formálnosti od najviac vhodného prvku oblečenia až po najmenej vhodné oblečenie určené pre bežné nosenie. Taktiež ako už bolo spomenuté, ide o ilustrované prvky oblečenia vzhľadom na náročné prepojenie reálnych fotografií oblečenia v tejto webovej aplikácii. Študent si následne vyberie na základe vlastného uváženia, vlastnej preferencie určitý typ vrchnej časti oblečenia, v podstate to, čo by si on sám obliekol, zvolil na skúšku. Po výbere vrchnej časti oblečenia sa mu otvorí obrazovka s fotoaparátom a odfotografuje sa. Webová aplikácia následne spojí jeho fotografiu s vybraným kusom oblečenia. Podľa tejto fotografie študent uvidí ako by v tomto prvku vyzeral a na základe vybraného oblečenia ho aplikácia oznámkuje vysokoškolským hodnotením. Napríklad pri výbere obyčajného trička mu dá aplikácia známku Fx a vtipnou

hláškou ho vyzve k výberu vhodnejšieho oblečenia. Ak si vyberie oblek s kravatou, dostane hodnotenie A, pričom aplikácia pochváli jeho výber.

Týmto jednoduchým systémom chceme študentom hravou, vtipnou a pútavou formou vysvetliť, ako sa správne obliekať na skúšky a poukázať na to, že na výzore záleží aj našim pedagógom.

### **3.6 Zbieranie dát**

Výhodou tohto projektu je to, že jeho primárna časť prebieha v onlinovom prostredí, vďaka čomu môžeme veľmi presne odmerať všetky aktivity, ktoré používatelia vykonali v aplikácii. To nám poskytne cenné informácie o preferenciách študentov v oblasti výberu oblečenia na skúšky. Dokážeme percentuálne vyjadriť či sa študenti skôr prikláňajú k formálnejšiemu alebo neformálnemu výberu oblečenia. Na základe týchto zozbieraných dát dokážeme v prvom rade potvrdiť alebo naopak vyvrátiť určenú hypotézu o tom, že študenti nepovažujú za dôležité sa na skúšky slušne a vhodne obliecť a taktiež aj to, že nosenie formálnych prvkov oblečenia im nie je veľmi blízke. Zároveň aj samotná fakulta získa hodnotné informácie do budúcnosti a môže ju nasmerovať k riešeniu týchto problémov.

Samotné zbieranie týchto informácií budeme realizovať prostredníctvom služby Google Analytics a Hotjar. Google analytics nám poskytne všetky dôležité informácie o používateľoch – demografické údaje, geografické údaje, informácie o ich záujmoch. ale čo je pre nás najdôležitejšie, tak nám poskytne prehľad o toku návštevníkov, čiže budeme presne vedieť, ktoré prvky, typy oblečenia si študenti vyberali najčastejšie a aké známky od našej aplikácie dostali. Hotjar nám ukáže, čo študentov v aplikácii najviac zaujíma a hlavne zistíme, či sa správajú tak ako chceme a plnia ciele kampane, ktoré sme si vytýčili.

### **3.7 Očakávaná kampane**

Naše očakávania sú v podstate jednoduché a zrejme. Touto kampaňou, ktorou bojujeme za slušnejšie oblečených študentov chceme doceliť uvedomenie si v myšliach študentov to, že na reprezentatívnom vzhľade naozaj záleží, že je potrebné aby študent prichádzal na skúšky alebo prezentácie vhodne oblečený a zlepšiť kultúru našej fakulty aj zo strany študentov. Očakávame, že aplikácia bude mať medzi študentmi úspech a v najlepšom prípade by sa URL adresa na webovú aplikáciu dokázala šíriť prirodzeným spôsobom na Facebooku medzi študentmi našej fakulty.

## ZÁVER

Na záver tejto práce musíme prehlásiť, že stanovený cieľ bol naplnený. Cieľom bolo vytvorenie vhodnej kampane pre danú skupinu študentov fakulty masmediálnej komunikácie na základe teoretických východísk a analýzy súčasného stavu v domácej krajine a zahraničných krajinách. Naplnenie tohto cieľa sa podarilo hlavne vďaka skúmaniu danej problematiky na domacom a aj na zahraničnom území. Naplnenie tohto cieľa by sa nezaobišlo bez definovania teoretických východísk a pojmov potrebných na ukotvenie problematiky v praktickej časti. V tejto časti boli používané najmä odborná literatúra danej problematiky a internetové zdroje, ktoré boli bohatým zdrojom zo skúmanej oblasti.

Vo výsledkoch práce je presne definovaný problém riešenej témy dress code vo vzdelávacích inštitúciách, z ktorých vychádzajú ideové východiská podložené teoretickou časťou. Stratégia kampane vychádza z prepojenia onlinovej a offlinovej komunikácie aby vznikol tzv. synergický efekt.

Kreatívne riešenie je postavené na plagátoch veľmi úzko súvisiacich s webovou aplikáciou, ktorá je podrobne prepracovaná až do detailnej špecifikácie funkcionality. Podstatným prvkom tejto webovej aplikácie je aj možnosť implementovania nástrojov na zbieranie dát, čo môže viesť k vyhodnoteniu kampane, alebo ešte lepšej optimalizácii.

Očakávania kampane sú teda zrejmé. Je to v prvom rade zvýšenie uvedomenia si v mysliach študentov, že oblečenie je na skúškach aj mimo nich dôležité pre posilnenie kultúrneho faktoru našej fakulty aj zo strany študentov.



## ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

1. BARBER, B. - LOBEL, L. S.: Fashion in Women's clothes and the American Social system. In: *Social Forces*. Indianapolis : Bobbs-Merrill. 1952, roč. 31, č. 95, 260 s. ISSN 614557333.
2. FOGGOVA, M.: *Móda*. Bratislava : Slovart, 2015. 576 s. ISBN 978-80-7391-224-6.
3. HASALOVÁ, E.: *Móda na Slovensku*. Bratislava : Slovart, 2015. 200 s. ISBN 978-80-556-1141-9.
4. JANDROUŠEK, J.: *Sociologický slovník*. Praha : Portál, 2007. 288 s. ISBN 978-80-7367-269-0.
5. KYBALOVÁ, L.: *Obrazová encyklopedie módy*. Praha : Artia, 1973. 623 s. ISBN AS92215.
6. LIPOVETSKY, G.: *Říše pomíjivosti: Móda a její údel v moderních společnostech*. Praha : Prostor, 2010. 428 s. ISBN 978-80-7260-229-2.
7. MACKENZIE, M.: *Izmy, ako rozumieť móde*. Bratislava : Slovart, 2010. 160 s. ISBN 978-80-556-0192-2.
8. MUKAŘOVSKÝ, J.: *Studie estetiky*. Praha : Odeon, 1966. 371 s. ISBN 978-80-7294-23981.
9. SIMMEL, G.: *O podstate kultúry*. Bratislava : Kaligram, 2003. 224 s. ISBN 80-7149-604-9.
10. ZÍTEK, O.: *Lidé a móda*. Praha : Orbis, 1962. 360 s. ISBN 11-024-62.

### Internetové zdroje:

1. *Ako sa vhodne obliecť na skúšku*. [Online]. [2017-11-24]. Dostupné na: <<http://www.studenta.cz/jak-se-vhodne-obleknout-na-zkousku-rady-pro-studentky-i-studenty/magazin/article/505>>
2. *Estetika a kultúra*. [Online]. [2017-11-24]. Dostupné na: <[http://www.academia.edu/3474224/Estetika\\_a\\_kult%C3%BAra?auto=download](http://www.academia.edu/3474224/Estetika_a_kult%C3%BAra?auto=download)>
3. *Máte prehľad v Dress code?*. [Online]. [2017-11-24]. Dostupné na: <<https://www.spfinance.sk/rada-pre-vas/2016/mate-prehľad-v-dress-code.html>>

4. *Slovenská móda a jej podoby v súčasnosti*. [Online]. [2017-11-24]. Dostupné na:  
<<https://liviamikulasova.blog.sme.sk/c/379952/slovenska-moda-a-jej-podoby-v-sucasnosti.html>>
5. *Životný štýl - móda*. [Online]. [2017-11-24]. Dostupné na:  
<<http://fpv.uniza.sk/orgpoz/zivstyl/moda.html>>

## PRÍLOHA A

**Daj si sačko,  
dostaň áčko!**

Over si svoj outfit na tomto linku:  
[www.ziskajacko.tk](http://www.ziskajacko.tk)

Tvoj imidž je na skúške dôležitý! S našou pomocou nájdí ten správny, s ktorým zahviezdiš.

**FMK**  
Fakulta masmediálnych komunikácií  
Faculty of Mass Media Communication

Zdroj: Vlastné spracovanie (2018)

## PRÍLOHA B



Zdroj: Vlastné spracovanie (2018)

## PRÍLOHA C



Zdroj: Vlastné spracovanie (2018)

# RECYKLÁTOR 3000

*Johny Domanský, Monika Rezníčková*

## **Abstract**

The aim of the thesis is setup and plan a mobile game Recyklátor 3000. The main objective of the project is root of recycling and a healthier environment managed by modern and the most used technologies to reach as many people as possible. The thesis consists of six chapters. The first chapter contains basic information about the project. The second chapter shows the steps to define the project and its fulfillment. The third chapter shows the planning in which the Pert diagram was used. The fourth chapter consists of organizing the work. The fifth chapter contains important project control by using the Gantt Chart. The last sixth chapter describes the end of the project.

**Key words:** augmented reality, laws of mind mapping, Pert chart, Gantt chart.

## **Abstrakt**

Predkladaná práca sa zameriava na projektovanie a plánovanie mobilnej hry s názvom Recyklátor 3000. Hlavným cieľom projektu je poukázať podstatu recyklovania a zdravšieho životného prostredia, za pomoci moderných a najviac používaných technológií, na oslovenie čo najväčšieho počtu ľudí. Práca je rozdelená do šiestich kapitol. Prvá kapitola obsahuje základné informácie o projekte. Druhá kapitola poukazuje na kroky k definovaniu projektu a jeho naplneniu. Tretia kapitola zobrazuje plánovanie, pri ktorom bol využitý aj Pert diagram. Štvrtá kapitola sa skladá z organizovania práce. Piata kapitola obsahuje dôležitú kontrolu projektu, s použitím Ganttovho diagramu. Posledná šiesta kapitola opisuje ukončenie projektu.

**Kľúčové slová:** rozšírená realita, metóda myšlienkových máp, Pert diagram, Ganttov diagram.

## ÚVOD

Náš projekt Recyklátor 3000 je hra pre chytré mobilné zariadenia. Bola vytvorená na zviditeľnenie recyklácie odpadu modernou a zábavnou formou, použitím augmentovanej reality. Hráčov má naučiť správne separovať odpad, do správnych odpadkových košov. Hra bude hráča motivovať v hraní rôznymi odmenami, napríklad v podobe kupónov do obchodov so zdravými biopotravinami.

Myslíme si, že takáto hra má potenciál zaujať najmä mladších hráčov. Hranie tejto hry pre nich bude oveľa záživnejšie ako počúvať bežné školské prezentácie o separovaní odpadu. Nečistota a neporiadok sa stávajú čím ďalej tým väčším problémom na celej Zemi a máme pocit, že táto hra to môže aspoň čiastočne zmeniť.

Plánujeme túto hru uviesť do povedomia najmä cestovaním po slovenských školách, kde by sme chceli deťom základných škôl našu hru ukázať. Tento projekt bude financovaný z eurofondov a tým pádom nám pôjde iba minimum financií. Hlavným cieľom je naučiť mladších občanov Slovenska správne separovať odpad. Dúfame, že si uvedomia skutočnú hrozbu znečistenia životného prostredia na Slovensku. A ako bonus si môžu vybrať rôzne odmeny v podobe kupónov alebo vecnými odmenami od našich sponzorov a zároveň podporiť tak motiváciu na zdravší život a stravu.

## 1. Invenčná časť

### 1.1 Charakteristika inovácie

Náš projekt Recyklátor 3000 bude mobilná hra pre operačné systémy Android a iOS. Na slovenskom trhu je svojím spôsobom unikátna. V hre je využitá rozšírená (augmentovaná) realita, ktorá hráčovi umožňuje zbierať rôzne druhy odpadu v reálnom prostredí pomocou kamery daného zariadenia a následne ich triediť do správnych odpadkových košov. Hra bude k dispozícii zadarmo pre všetkých mobilných používateľov. Cieľom tejto inovácie je upozorniť na problém znečistenia životného prostredia, čo zároveň výrazne znižuje kvalitu životnej úrovne. Cieľovou skupinou sú hlavne mladí ľudia a žiaci základných škôl.



**Obrázok 1 - Logo mobilnej hry Recyklátor 3000**

*Zdroj: vlastné spracovanie, 2018*

V online prostredí komunikujeme pomocou našej modernej a veľmi jednoduchej webovej stránky, ktorá ponúka krátke video, kde vysvetľujeme základné princípy hry. Následne budú návštevníci odkázaní na Google Play (Android) alebo App Store (iOS), kde si danú hru budú môcť stiahnuť a zahrať. Takisto nás môžete nájsť aj na sociálnej sieti Facebook, kde produkt propagujeme a dávame do povedomia ľudí pomocou sponzorovaných príspevkov a príspevkov s informačným charakterom.

### 1.2 Charakteristika tvorivej metódy

Každý projekt potrebuje mať na začiatok dostatočný počet tých najlepších a najrozumnejších invencií, na ktorých sa ako tím všetci zhodneme. Zvolili sme si metódu myšlienkových máp. V našom tíme je 5 členov, každý z nás mal za úlohu napísať na papier do bubliniek 40 nápadov. Metóda myšlienkových máp spočíva v rozvíjaní pôvodného nápadu, vetvením podľa toho, do akej kategórie určitá invencia zapadá, používanie odlišných farieb, kľúčových slov, symbolov a prípadne aj obrázkov.

Tím pozostáva z týchto členov: Johny Domanský, Martin Vančo, Benjamin Blaho, Juraj Uhrinec, Adam Rúsek



### 1.3 Zoznam invencií

Po úspešnom dokončení metód myšlienkových máp sme všetky invencie napísali do Tabuľky č. 1. Invencie sme zhodnotili a vyčlenili 10 tých najvhodnejších, ktoré sme v tabuľke odlišili pomocou farby.

**Tabuľka 1 - Zoznam invencií**

1. YouTube – reklamy	21. Rádiový reklamný spot
2. Propagácia prostredníctvom youtuberov	22. Discord komunita
3. Twitter - #hashtag posty	23. Subreddit komunita
4. Facebook – fanúšikovská stránka	24. Vlastné produkty s motívom značky
5. Instagram – fotky, videá o hre ( krátke gameplaye, upútavky)	25. Skupinové stretnutia
6. Top hráči – poukazy, kupóny	26. Veľkoplošná reklamná tabuľa
7. Guerilla Marketing – skryté limitované odznaky po meste	27. Emailový marketing
8. Plagáty po mestách	28. Online rádiový reklamný spot
9. Reklamná inzercia	29. Skupinové pochody a udalosti
10. Reklamné stánky	30. Interaktívna animácia
11. Prednášky na školách	31. Propagácia na mestských podujatiach
12. Blogy	32. Online PR články
13. Google Ads	33. In-game advertisement - dostupné plochy v hrách
14. Online streamovanie hry	34. Prémiové výhody
15. Televízne spoty	35. Vlastná sociálna sieť
16. Informačné centrum v mestách	36. Vlogy
17. Online kupónové kódy	37. Podcasty
18. Sociálne siete - súťaže	38. E-manuál
19. Videoklip	39. E-shop
20. Virálna pieseň	40. Spolupráca s bio obchodmi

*Zdroj: vlastné spracovanie, 2018*

## 1.4 Hodnotenie Invencií

Z našich všetkých invencií sme si vybrali týchto desať: YouTube – reklamy, propagácia prostredníctvom youtuberov, Instagram, plagátmi v mestách, prednáškami na školách, súťažami na väčšine sociálnych sietí, videoklip, Discord, veľkoplošná reklamná tabuľa a predovšetkým spolupráca s bio obchodmi.

Aby sme zistili realnosť a úspešnosť našich vybraných invencií, vytvorili sme týchto osem otázok na ktoré sme aj odpovedali:

1. Je použitá invencia ekologicky prijateľná?
  - Vzhľadom na podstatu projektu je ekológia na prvom mieste, prihliadame o čo najmenšie ničenie prírodného bohatstva, preto je väčšina našich invencií založená na online ponuke.
2. Môžeme vďaka tejto invencii osloviť našu cieľovú skupinu aj v rôznych kútoch sveta?
  - Väčšina online funkcií je dostupná celosvetovo, preto by nemal byť problém zasiahnuť široké publikum aj mimo územia Slovenska.
3. Bude táto invencia ekonomicky a finančne prívětivá?
  - Vybrali sme si predovšetkým čo najmenej ekonomicky a finančne náročné spôsoby propagácie, pretože nie sme žiadna obyčajná firma a naším cieľom nie je zarobiť zisk ale ukázať podstatu ekológie.
4. Môžu tieto invencie naozaj ovplyvniť k ekologickému mysleniu?
  - Predovšetkým sa snažíme aby naše ciele boli ekologické, a nezaťažovali sme tak životné prostredie od neželaných produktov.
5. Dokáže táto invencia ovplyvniť dostatočne veľké publikum?
  - Snažili sme sa vybrať čo najvhodnejšie invencie, ktoré by mohli mať čo najlepší dosah. V dnešnej dobe sú online médiá populárnejšie aspoň čo sa týka mladšej generácie. Práve preto sme vybrali invencie nielen z offline aj online skupiny.
6. Dá sa považovať invencia za dostatočne atraktívnu z hľadiska cieľovej skupiny?
  - Vyberali sme čo najatraktívnejšie invencie. Preto si myslíme, že šanca na pokrytie väčšiny cieľových skupín je pomerne vysoká.
7. Je použitie invencie časovo dosiahnuteľné v krátkom časovom horizonte?
  - Snažíme sa o získanie čo najväčšieho množstva ľudí, aby sa zapojili do nášho projektu. Ale nie vždy je jednoduché oboznámiť náš produkt širokej verejnosti.

Preto sme sa snažili vybrať čo najväčšie spektrum možností, ktoré môžu byť časovo náročné na zrealizovanie.

8. Je uskutočnenie invencie reálne?

- Všetky vybrané invencie sú reálne uskutočniteľné.

**Tabuľka 2 - Hodnotenie invencií podľa našich kritérií**

Kritérium	1		2		3		4		5		6		7		8		Spolu
Invencia	Áno	Nie	Áno	Nie	Áno	Nie	Áno	Nie	Áno	Nie	Áno	Nie	Áno	Nie	Áno	Nie	
1	x		x			x	x		x		x			x	x		6
2	x		x		x		x		x		x		x		x		8
5	x		x		x		x		x		x		x		x		8
8		x		x	x		x		x			x	x		x		6
11	x			x		x	x		x			x		x		x	3
18	x		x		x		x		x		x		x		x		8
19	x		x			x	x		x			x		x	x		5
22	x		x		x		x		x		x		x		x		8
26		x		x		x	x		x			x	x		x		4
40	x			x	x		x		x		x			x	x		7

Zdroj: vlastné spracovanie, 2018

Podľa nášho zaznačenia sme zistili, že viacero nami vybraných invencií malo najvyššie možné hodnotenie a preto sme sa rozhodli vybrať číslo 2 a tým je propagácia prostredníctvom youtuberov.

Túto invenciu sme vybrali najmä kvôli jej ľahkej dostupnosti, spracovania a interpretácie, nízkym finančným nákladom a pomerne v krátkom časovom horizonte. Očakávame, že nami vybraná invencia dokáže naozaj oslovit' veľké publikum modernou a sviežou cestou. Veríme, že rozhodnutie je adekvátne k danej vybranej invencii.

## **2. Definovanie projektu**

### **2.1 Definovanie problémov**

Náš problém, by sme radi poukázali na základe týchto otázok:

- *Kde sa nachádzame?*
  - Nachádzame sa na úplnom začiatku, kde sa zrodila myšlienka vytvoriť a efektívne využiť aplikáciu alebo hru, vďaka ktorej dokážeme jednoduchou cestou ukázať prospešnosť udržania zdravého ekologického prostredia vókol nás.
- *Kam sa chceme dostať*
  - Určite by sme sa chceli dostať do povedomia čo najviac ľuďom. Čím väčšia komunita ľudí sa pridá k do nášho projektu tým väčšia je pravdepodobnosť úspešnosti nášho projektu.
- *Ako sa tam chceme dostať*
  - Aby sme sa dostali do povedomia čo najviac ľudí rozhodli sme sa použiť v prvom rade propagáciu prostredníctvom sociálnej siete YouTube, presnejšie vďaka youtuberom. Našou ďalšou úspešnou invenciou na propagáciu nesmú chýbať sociálne siete ako Facebook, Twitter a Instagram.

### **2.2 Termín ukončenia projektu**

Náš projekt plánujeme ukončiť do 20. júla 2018.

### **2.3 Definovania cieľa projektu**

Projekt Recyklátor 3000 má za hlavnú úlohu inšpirovať mladých ľudí k záujmu a starostlivosti o životné prostredie veselou, hravou, a nenásilnou formou. Túto úlohu nám pomôže dosiahnuť množstvo menších úloh.

## 2.4 Rozsah, obmedzenia a stratégia projektu

**Rozsah projektu** - Radi by sme sa našim projektom dostali do povedomia celého Slovenska, ale zároveň by sme určite radi oslovili aj okolité štáty, najmä Českú republiku z dôvodu podobného jazyka.

**Obmedzenia projektu** - Je veľmi dôležité, aby sme neprekročili stanovený rozpočet k nášmu projektu. Projekt musí byť dokončený do 20. júla 2018.

**Stratégia projektu** - Našou hlavnou cieľovou skupinou sú mladiství, tým pádom vidíme veľký potenciál vo využití sociálnych sietí. Je nám známe, že ľudia v mladšom veku veľkú väčšinu voľného času trávajú práve na sociálnych sieťach, hlavne Facebook, Instagram a YouTube. YouTube je pre náš projekt veľmi výhodná platforma, hlavne kvôli tomu, že deti tu často vyhľadávajú youtuberov, ktorí hrajú rôzne hry a natáčajú sa pri tom. Väčšinu týchto youtuberov sledujú státisíce mladistvých, ktorých by sme vďaka spolupráci s youtuberami dokázali našou hrou osloviť, zaujať a zároveň ich naučiť niečo o separovaní odpadu.

Ďalej plánujeme rôzne udalosti, hlavne pre žiakov základných škôl, kde by sme navštívili čo najväčší počet základných škôl s našou hrou, ukázali by sme im čo naša hra ponúka, vysvetlili im ju a umožnili by sme im si ju aj vyskúšať.

Vďaka takýmto udalostiam, by sme sa dokázali dostať do povedomia a pevne veríme, že by sa nám snažili pomôcť aj rodičia, ktorí sú si určite vedomí, že separovanie je veľký problém, ktorý je potrebný riešiť a je dôležité deti naučiť separovať od mladého veku.

## 2.5 Kritéria na hodnotenie úspešnosti projektu

Projekt musí splniť určité kritéria. Tieto kritéria by mali byť splnené do pol roka od uvedenia hry na App Store a Google Play, aby sa mohol považovať náš projekt za úspešne dokončený.

- plná a bezchybná funkčnosť aplikácie na 100%,
- minimálny počet stiahnutí musí presiahnuť 25 000,
- zvýšiť povedomie o recyklácii u mladšieho publika o 50%,
- zvýšiť používanie recyklačných kontajnerov o minimálne 30%.

## 2.6 Riziká a možnosti na ich elimináciu

S každým projektom vznikajú aj určité riziká, ktoré môžu úspešnosť daného projektu výrazne ovplyvniť:

- Nezáujem zo strany ľudí túto hru hrať
- Mladší hráči nemusia správne pochopiť podstatu a fungovanie danej hry
- Hráči nemusia byť spokojní s vývojom hry a s vecami, ktoré do nej časom pridáme
- Nezávládnutý marketing a propagácia tohto projektu
- Veľa chýb vo fungovaní tejto hry

## 2.7 Návrh eliminácie možných rizík

- **Nezáujem zo strany ľudí túto hru hrať**

Ľudí musíme na túto hru motivovať naozaj originálnym spôsobom, musíme spraviť interaktívne reklamné video, ktoré budeme potenciálnym hráčom ukazovať na školských prezentáciách. Budú mať sami na výber, kam daný odpad zahodiť, bude to v podstate menší "test". Našu hru budú prezentovať predovšetkým populárni youtuberi slovenskej scény. Tí majú často aj veľa mladých fanúšikov, ktorých pravdepodobne presvedčia už len tým, že danú hru hrá ich obľúbený youtuber. Ďalšou motiváciou sú rôzne zaujímavé odmeny (kupóny do obchodov na zdravé výrobky) pre každého hráča, ktorý v hre nahrá určitý počet našej virtuálnej meny **Trash Coins**. Samozrejme na deti zapôsobí aj pocit, ktorý v nich chceme vyvolať. Je to niečo dobré, majú šancu prispieť k niečomu veľkému a pomôcť našej planéte, ktorá ich pomoc naozaj potrebuje. Týmto by sme toto riziko mali eliminovať.

- **Mladší hráči nemusia správne pochopiť podstatu a fungovanie danej hry**

Tomuto riziku by sme sa chceli vyhnúť tým, že po spustení hry sa hráčom spustí video, ktoré im v skratke ukáže, ako hra funguje. Video bude obsahovať aj audio komentár. Budeme počítat' aj s tým, že niektorí hráči si nemusia hneď po prvom pozretí videa všetko pamätať (aj keď toho nebude veľa). Preto budú v hre aj nápovedy, ktoré si hráč môže jediným tlačidlom kedykoľvek zapnúť alebo vypnúť.

- **Hráči nemusia byť spokojní s vývojom hry a s vecami, ktoré do nej časom pridáme**

Do hry budeme časom pridávať ankety, ktorými by sme chceli zistiť, či novo pridané “features” zaujali alebo nie. Budeme prizerať na názory našich hráčov a snažiť sa o to, aby ich hra bavila čo najdlhšie. Pridáme možnosť navrhnúť aj svoje nápady na zlepšenie. Zabezpečením spätnej väzby vieme, určiť ďalší správny krok.

- **Nezvládnutý marketing a propagácia tohto projektu**

V prípade, že naša hra nebude dostatočne známa a nesplní stanovené ciele, tak budeme musieť investovať viac finančných zdrojov do marketingu a propagácie daného projektu. Počítame s tým, že možno bude treba zaplatiť agentúram a odborníkom, ktorí nám v riešení tohto možného rizika dostatočne pomôžu, na čo máme vytvorenú finančnú rezervu.

- **Veľa chýb vo fungovaní tejto hry**

Hra musí byť riadne otestovaná pred tým, než ju oficiálne vydáme, budeme ju dávať testovať našim známym priateľom a vybraným fanúšikovia, ktorí sa prihlásia do beta testovania. V žiadnom prípade hru nevypustíme na Google Play alebo App Store, keby v nej boli chyby, to si v žiadnom prípade nemôžeme dovoliť, testovaniu preto plánujeme venovať veľa času, aby sme tomuto riziku zamedzili.

## **2.8 Odhad predbežných zdrojov**

### **Ľudské zdroje**

Na tomto projekte sa bude podieľať tím pozostávajúci z 20 ľudí: 5 programátorov, 5 grafikov, 5 zvukárov a 5 ľudí zodpovedných za propagáciu a marketing.

### **Finančné zdroje**

Na projekt máme vyčlenených 345 300€, ktoré nám poskytnú eurofondy a nezávislé spoločnosti, ktoré bojujú za ochranu životného prostredia.

### **Materiálové zdroje**

Pre prácu na projektoch potrebujeme výkonné počítače, kancelárske vybavenie, tlačiarne aj klimatizáciu. Takisto budeme potrebovať oficiálne licencie na všetky potrebné vývojárske nástroje, ktoré budeme počas celej doby plne využívať.

### **Priestorové zdroje**

Na úspešné dokončenie nášho projektu potrebujeme budovu s možnosťou bývania. Ďalšou podmienkou je priestrannú jedáleň a pohodlné izby. Posledná ale nie zanedbateľná je obrovská rokovacia miestnosť, v ktorej budeme pravidelne konzultovať ohľadom nových myšlienok a nápadov.

## 2.9 Rozpočet celkových nákladov na projekt

Tabuľka 3 - Celkové náklady na projekt

Názov aktivity	Mzdové náklady	Materiálové náklady	Ostatné náklady
Proces návrhu inovácie	0 €	0 €	0 €
Prieskum trhu	25 000 €	36 000 €	1 500 €
Príprava projektu	28 000 €	125 000 €	2 000 €
Realizácia projektu	10 000 €	115 800 €	2 000 €
<b>Spolu:</b>	<b>63 000 €</b>	<b>276 800 €</b>	<b>5 500 €</b>

Zdroj: vlastné spracovanie, 2018

## 3. Plánovanie projektu

### 3.1 Dekompozícia prác na projekte

#### 1. Proces návrhu inovácie

A - Vznik návrhu inovácie prostredníctvom metódy myšlienkových máp

B - Hodnotenie návrhu - podľa stanovených kritérií

C - Proces schvaľovania - daný návrh sa schváli všetkými členmi nášho tímu



## **2. Prieskum trhu**

D - Analýza konkurencie - skúmaním zistíme, kedy majú byť vydané hry podobné našej a aké hry podobné tej našej už existujú teraz

E - Analýza trhu - analyzujeme trh, získame informácie o tom, aké hry najčastejšie hráva naša cieľová skupina

F - Hranie hier konkurencie a hier, ktoré hráva naša cieľová skupina, aby sme zistili, aké sú rozdiely medzi našou hrou a inými hrami

G - Rokovanie o tom, aké funkcie by mohli byť pridané do našej hry

H - Hlasovanie a rozhodnutie o tom, aké funkcie pridáme do našej hry

I - Vyhodnotenie a sumarizácia všetkých získaných informácií

## **3. Príprava projektu**

J - Návrh kampane - komplexne spracovaný návrh našej kampane od začiatku až po koniec

K - Návrh projektu - návrh toho, ako budeme presne postupovať pri realizácii nášho projektu

L - Schválenie a prípadné malé úpravy návrhov pre kampaň a projekt

M - Spracovanie jednoduchej interaktívnej prezentácie, ktorá vysvetlí náš projekt

N - Kontaktovanie rôznych škôl a organizácií so žiadosťou o propagáciu ešte neukončeného projektu

## **4. Realizácia projektu**

O - Prenajatie budovy, kde bude náš tím pracovať na projekte

P - Tvorba grafiky pre našu hru

Q - Tvorba zvuku pre našu hru

R - Kódovanie našej hry programátormi

S - Uvedenie hry do hrateľnej verzie

T - Testovanie hry

U - Dokončenie hry

V - Umiestnenie hry na Google Play a App Store

X - Propagácia na internete, pomocou youtuberov a sociálnych sietí zabezpečená tímom odborníkov na marketing

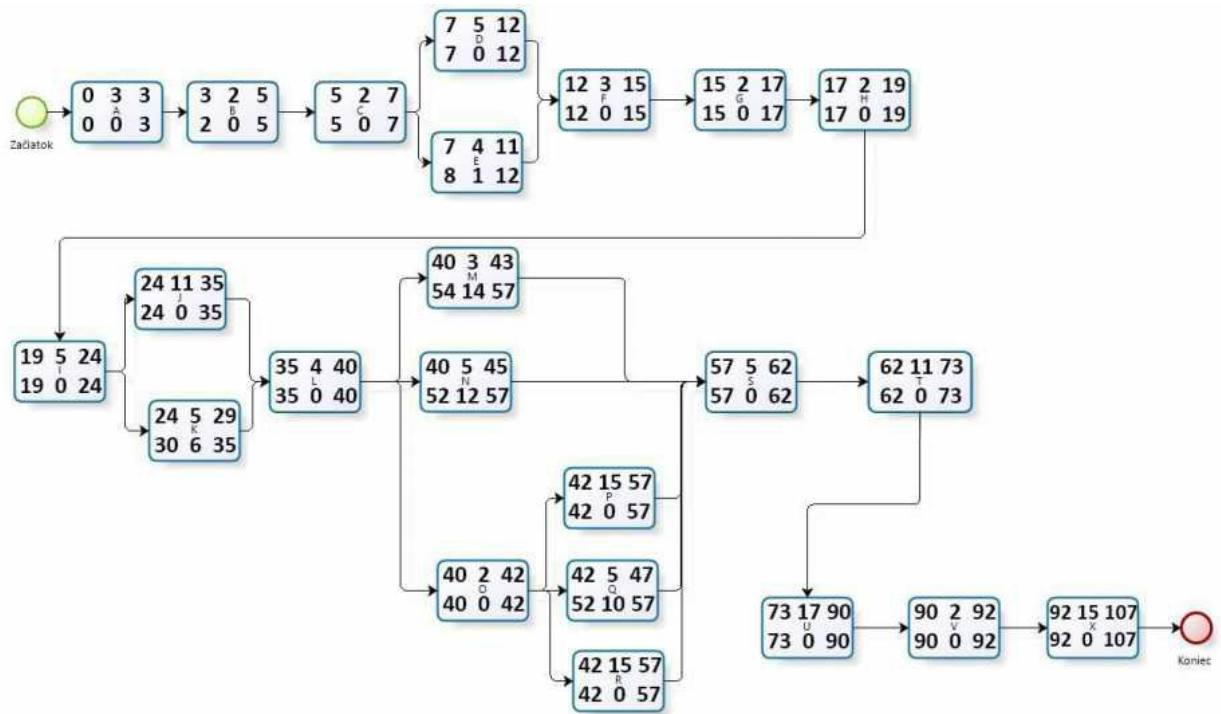
### 3.2 Usporiadanie aktivít podľa časových a logických nadväzností

Aktivity uvedené v dekompozícii prác na projekte sú spracované v nasledujúcom obrázku. Každá jedna aktivita má priradené jedno písmeno z abecedy, uvedený čas jej trvania a jej bezprostredného predchodcu. Čas jej trvania je rozdelený na 3 časy: optimistický (O), najpravdepodobnejší (N) a pesimistický (P). Posledný čas, ktorým je TA (priemerné trvanie aktivity) sme vypočítali podľa vzorca:  $TA = (O + 4N + P) / 6$

Aktivita	Názov aktivity	Bezprostredný predchodca	Čas v dňoch			
			O	N	P	TA
A	Vznik návrhu inovácie prostredníctvom metódy myšlienkových máp	-----	2	3	4	3
B	Hodnotenie návrhu - podľa stanovených kritérií	A	1	2	3	2
C	Proces schvaľovania - daný návrh sa schváli všetkými členmi nášho tímu	B	1	2	3	2
D	Analýza konkurencie - skúmaním zistíme, kedy majú byť vydané hry podobné našej a aké hry podobné tej našej už existujú teraz	C	3	5	7	5
E	Analýza trhu - analyzujeme trh, získame informácie o tom, aké hry najčastejšie hráva naša cieľová skupina	C	2	3	5	4
F	Hranie hier konkurencie a hier, ktoré hráva naša cieľová skupina, aby sme zistili, aké sú rozdiely medzi našou hrou a inými hrami	D, E	2	3	4	3
G	Rokovanie o tom, aké funkcie by mohli byť pridané do našej hry	F	1	2	3	2
H	Hlasovanie a rozhodnutie o tom, aké funkcie pridáme do našej hry	G	1	2	3	2
I	Vyhodnotenie a sumarizácia všetkých získaných informácií	H	3	5	7	5
J	Návrh kampane - komplexne spracovaný návrh našej kampane od začiatku až po koniec	I	8	10	13	11
K	Návrh projektu - návrh toho, ako budeme presne postupovať pri realizácii nášho projektu	I	3	5	7	5
L	Schválenie a prípadné malé úpravy návrhov pre kampan a projekt	J, K	3	5	7	5
M	Spracovanie jednoduchej interaktívnej prezentácie, ktorá vysvetlí náš projekt	L	2	3	4	3
N	Kontaktovanie rôznych škôl a organizácií so žiadosťou o propagáciu ešte neukončeného projektu	L	3	5	7	5
O	Prenajatie budovy, kde bude náš tím pracovať na projekte	L	1	2	3	2
P	Tvorba grafiky pre našu hru	O	10	15	20	15
Q	Tvorba zvuku pre našu hru	O	3	5	7	5
R	Kódovanie našej hry programátormi	O	10	15	20	15
S	Uvedenie hry do hrateľnej verzie	M, N, P, Q, R	3	5	7	5
T	Testovanie hry	S	8	10	13	11
U	Dokončenie hry	T	15	16	18	17
V	Umiestnenie hry na Google Play a App Store	U	1	2	3	2
X	Propagácia na internete, pomocou youtuberov a sociálnych sietí zabezpečená tímom odborníkov na marketing	V	10	15	20	15

**Obrázok 2 - Nadväznosti medzi aktivitami a odhad časov ich realizácie**

Zdroj: vlastné spracovanie, 2018



**Obrázok 3 - Pert diagram**

*Zdroj: vlastné spracovanie, 2018*

## 4. Organizovanie projektu

### 4.1 Priradenie balíkov pracovných úloh

Jednotlivé aktivity sú rozdelené do 4 balíkov úloh: Obr. 4, Obr. 5, Obr. 6, Obr. 8

Popis balíka pracovných úloh		Názov projektu: Recyklátor 3000	Manažér Projektu: Domanský	Dátum: 12.2.2018		
		Názov BPÚ: Proces návrhov inovácie	Manažér BPÚ: Kreatívny riaditeľ	Dátum: 12.2.2018		
Plánovaný začiatok BPÚ: 12.2.2018	Plánovaný koniec BPÚ: 20.7.2018	Kritická cesta: A-B-C	Predchodca: ---		Následovník: D-E	
Úloha:			Rozvrh:			
Č.	Názov:	Popis:	Začiatok	Koniec	Zodpovedná osoba:	Tel.:
A	Vznik návrhu invencie prostredníctvom metódy myšlienkových máp	Návrh inovácie prostredníctvom metódy myšlienkových máp	12.2.2018	14.2.2018	Kreatívec	0908 685 154
B	Hodnotenie návrhu	Vyhodnotenie návrhov podľa stanovených kritérií	15.2.2018	16.2.2018	Kreatívec	0908 685 154
C	Proces schvaľovania	Schválenie návrhov členmi tímu	19.2.2018	20.2.2018	Kreatívec	0908 685 154
Pripravil: Blaho			Schválil: Vančo		Dátum: 12.2.2018	

#### Obrázok 4 - Popis balíka pracovných úloh: Proces návrhov inovácie

Zdroj: vlastné spracovanie, 2018

Popis balíka pracovných úloh		Názov projektu: Recyklátor 3000	Manažér Projektu: Domanský	Dátum: 12.2.2018		
		Názov BPÚ: Prieskum trhu	Manažér BPÚ: Výrobný riaditeľ	Dátum: 12.2.2018		
Plánovaný začiatok BPÚ: 12.2.2018	Plánovaný koniec BPÚ: 20.7.2018	Kritická cesta: D-F-G-H-I	Predchodca: C		Následovník: J-K	
Úloha:			Rozvrh:			
Č.	Názov:	Popis:	Začiatok	Koniec	Zodpovedná osoba:	Tel.:
D	Analýza konkurencie	Zistíme, kedy majú byť vydané hry podobné našej a aké hry podobné tej našej už existujú teraz	21.2.2018	27.2.2018	Marketingový pracovník	0908 685 154
E	Analýza trhu	Analyzujeme trh, získame informácie o tom, aké hry najčastejšie hráva naša cieľová skupina	21.2.2018	26.2.2018	Marketingový pracovník	0908 685 154
F	Hranie hier konkurencie a hier, ktoré hráva naša cieľová skupina, aby sme zistili, aké sú rozdiely medzi našou hrou a inými hrami	Zistenie kladných a záporných aspektov hier konkurencie	28.2.2018	2.3.2018	Programátor	0908 685 154
G	Rokovanie o tom, aké funkcie by mohli byť pridané do našej hry	Rokovanie o pridaní funkcií do hry	5.3.2018	6.3.2018	Manažér projektu	0908 685 154
H	Hlasovanie a rozhodnutie o tom, aké funkcie pridáme do našej hry	Rozhodnutie ktoré funkcie budú pridané do hry	7.3.2018	8.3.2018	Manažér projektu	0908 685 154
I	Vyhodnotenie a sumarizácia všetkých získaných informácií	Vyhodnotenie informácií nadobudnutých počas iterácie	9.3.2018	15.3.2018	Marketingový pracovník	0908 685 154
Pripravil: Blaho			Schválil: Vančo		Dátum: 12.2.2018	

### Obrázok 5 - Popis balíka pracovných úloh: Prieskum trhu

Zdroj: vlastné spracovanie, 2018

Popis balíka pracovných úloh		Názov projektu: Recyklátor 3000	Manažér Projektu: Domanský	Dátum: 12.2.2018		
		Názov BPÚ: Príprava projektu	Manažér BPÚ: Marketingový riaditeľ	Dátum: 12.2.2018		
Plánovaný začiatok BPÚ: 12.2.2018	Plánovaný koniec BPÚ: 20.7.2018	Kritická cesta: J-L	Predchodca: I		Následovník: O-P-Q-R	
Úloha:			Rozvrh:			
Č.	Názov:	Popis:	Začiatok	Koniec	Zodpovedná osoba:	Tel.:
J	Návrh kampane	Komplexné spracovanie návrhu našej kampane od začiatku až po koniec	16.3.2018	3.4.2018	Marketingový pracovník	0908 685 154
K	Návrh projektu - návrh toho, ako budeme presne postupovať pri realizácii nášho projektu	Návrh, ako budeme presne postupovať pri realizácii nášho projektu	16.3.2018	22.3.2018	Marketingový pracovník	0908 685 154
L	Schválenie a prípadné malé úpravy návrhov pre kampaň a projekt	Schválenie návrhu pre kampaň a projekt	4.4.2018	10.4.2018	Manažér projektu	0908 685 154
M	Spracovanie jednoduchšej interaktívnej prezentácie, ktorá vysvetlí náš projekt	Vytvorenie prezentácie na propagáciu nášho produktu	17.4.2018	13.4.2018	Marketingový pracovník	0908 685 154
N	Kontaktovanie rôznych škôl a organizácií so žiadosťou o propagáciu ešte neukončeného projektu	Kontaktovanie inštitúcií so žiadosťou o propagáciu	11.4.2018	17.4.2018	Marketingový pracovník	0908 685 154
Pripravil: Blaho			Schválil: Vančo		Dátum: 12.2.2018	

### Obrázok 6 - Popis balíka pracovných úloh: Príprava projektu

Zdroj: vlastné spracovanie, 2018

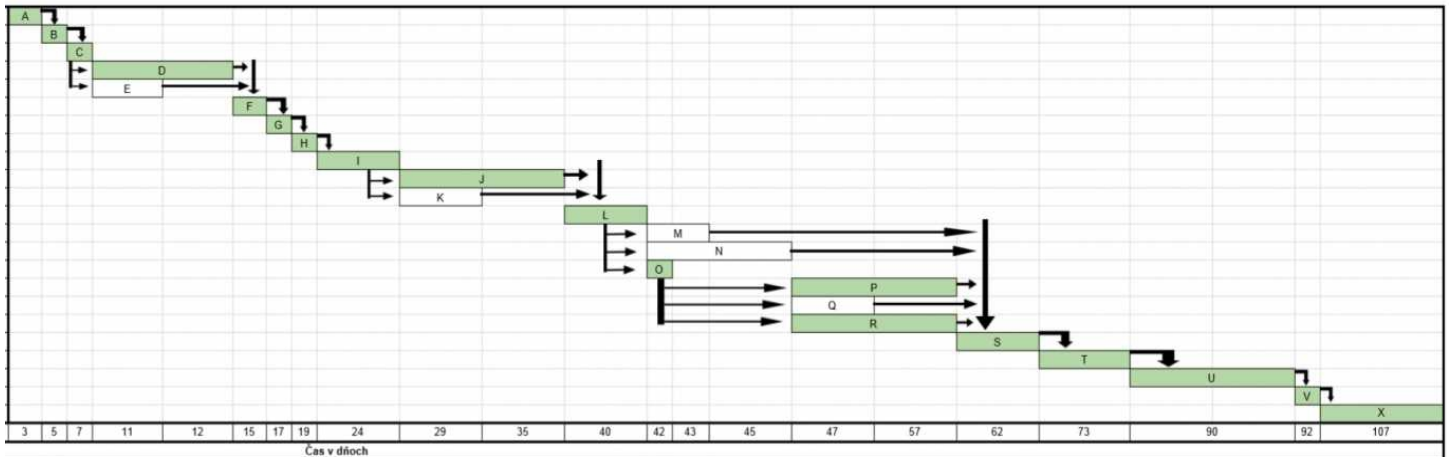
Popis balíka pracovných úloh		Názov projektu: Recyklátor 3000	Manažér Projektu: Domanský	Dátum: 12.2.2018		
		Názov BPÚ: Realizácia projektu	Manažér BPÚ: Výrobný riaditeľ	Dátum: 12.2.2018		
Plánovaný začiatok BPÚ: 12.2.2018	Plánovaný koniec BPÚ: 20.7.2018	Kritická cesta: O-P-R-S-T-U-V-X	Predchodca: M-N	Následovník: ----		
Úloha:				Rozvrh:		
Č.	Názov:	Popis:	Začiatok	Koniec	Zodpovedná osoba:	Tel.:
O	Prenajatie budovy, kde bude náš tím pracovať na projekte	Prenajatie pracovných priestorov	11.4.2018	12.4.2018	Manažér projektu	0908 685 154
P	Tvorba grafiky pre našu hru	Vytvorenie grafickej časti produktu	13.4.2018	4.5.2018	Kreatívny dizajnér	0908 685 154
Q	Tvorba zvuku pre našu hru	Vytvorenie zvukovej časti projektu	13.4.2018	19.4.2018	Zvukový dizajnér	0908 685 154
R	Kódovanie našej hry programátormi	Naprogramovanie hry	13.4.2018	4.5.2018	Programátor	0908 685 154
S	Uvedenie hry do hrateľnej verzie	Vytvorenie beta verzie	7.5.2018	14.5.2018	Marketingový pracovník	0908 685 154
T	Testovanie hry	Hľadanie chýb a bugov v beta verzii našej hry	15.5.2018	29.5.2018	Programátor	0908 685 154
U	Dokončenie hry	Finalizácia našej hry	30.5.2018	21.6.2018	Programátor	0908 685 154
V	Umiestnenie hry na Google Play a App Store	Sprostredkovanie našej hry verejnosti	22.6.2018	25.6.2018	Manažér projektu	0908 685 154
X	Propagácia na internete, pomocou youtuberov a sociálnych sietí zabezpečená tímom odborníkov na marketing	Získavanie popularity v cieľovej skupine	26.6.2018	17.7.2018	Marketingový pracovník	0908 685 154
Pripravil: Blaho			Schválil: Vančo		Dátum: 12.2.2018	

## Obrázok 7 - Popis balíka pracovných úloh: Realizácia projektu

Zdroj: vlastné spracovanie, 2018

## 5. Kontrola projektu

Na kontrolu celého projektu sme použili Ganttov diagram. Uviedli sme všetky naše aktivity a dobu trvania na overenie dostupnosti a správneho načasovania projektu.



**Obrázok 8 - Ganttov diagram**

*Zdroj: vlastné spracovanie, 2018*



## 6. Ukončenie projektu

### 6.1 Zhrnutie projektu

Projektovej časti predchádzal vznik invencie za použitia metódy myšlienkových máp, na ktorej sa podieľalo 5 členov nášho tímu. Zo 40 invencií sme hodnotili podľa ôsmich nami stanovených kritérií. Nakoniec sme vybrali jednu, na ktorú sa chceme čo najviac sústrediť.

V prvej fáze projektu sme definovali problém, cieľ nášho projektu, jeho rozsah, obmedzenia a stratégiu, ako splníme dané úlohy. Odhadli sme približné, dostupné a zároveň potrebné zdroje na realizáciu nášho projektu. Ďalej sme identifikovali situácie, ktoré by mohli ohroziť náš projekt a navrhli sme postupy pre ich elimináciu. Napokon sme sa pustili do návrhu dekompozície prác a usporiadanie aktivít podľa časovej a logickej nadväznosti. Postupnosť aktivít znázorňuje Pert diagram, ktorý zároveň pomohol stanoviť kritickú cestu, ktorá trvá 107 dní. Jednotlivé aktivity boli zoskupené do štyroch balíkov pracovných úloh. Na kontrolu projektu sme použili Ganttov diagram a ten nám potvrdil, že všetky úlohy budú splnené včas.

### 6.2 Zhodnotenie projektu

Projekt považujeme za úspešný, splnili sme všetko, čo sme si stanovili, bez závažných komplikácií. Projekt sa vyhol rizikám aj vďaka navrhnutým riešeniam, ako určité problémy eliminovať. Projekt bol ukončený v stanovenom termíne a rozpočet sa nám podarilo neprekročiť.

Na zhodnotenie projektu sme použili metódu 7S:

1. **Strategy (stratégia)** - Naša stratégia a vízia sa nezmenila, stále nám ide o to isté : zvýšiť povedomie o separovaní odpadu a reálne znížiť znečistenie na Slovensku.
2. **Systems (systémy)** - Sme naozaj výkonný tím, ktorý pracuje efektívne, naši zamestnanci pracujú s najnovšími technológiami, ktoré používali a naďalej používajú na rozvoj našej mobilnej hry.
3. **Staff (zamestnanci)** - Nikto zo zamestnancov nemal s ničím problém, všetky náhle zmeny, ktoré boli potrebné pre dokončenie projektu prijali bez problémov.
4. **Skills (schopnosti)** - Náš projekt je nový, nezvyčajný a atraktívny. Preto budeme radi ak sa k nám do budúca pripojí nová posila. Predovšetkým na pozície ako sú: grafik, zvukár, marketingový manažér, programátor. Zadaním reálnej úlohy, na ktorú dostanú

určitý čas a nástroje, zistíme či budú úspešní, a tým pádom zapadnú do nášho, už zabehnutého tímu.

5. **Style (štýl)** - Počet nedorozumení nebol nikdy vysoký, v našej spoločnosti funguje komunikácia na vysokej a profesionálnej úrovni, každý 2. deň sa celý náš tím stretne a riešime nové nápady a možné návrhy na zlepšenie našej mobilnej hry.
6. **Shared values (spoločné hodnoty)** - Ešte pred realizáciou bola naša prvá spoločná hodnota zvýšiť povedomie o separácii a recyklácii odpadu, hlavne u mladších obyvateľov našej republiky. A to sa nezmenilo.
7. **Structure (štruktúra)** - Máme zostavených hneď niekoľko pohotových tímov, každý z tímov (grafici, zvukári, marketingový pracovníci, programátori) má jedného nadriadeného. Ten zadáva úlohy pre tím a dodržiava, aby zadané úlohy boli splnené v stanovenom čase.

### 6.3 Návrh komunikačnej stratégie

Naša mobilná hra Recyklátor 3000 je na slovenskom trhu celkom neznáma, no keďže ide o hru, ktorej hlavnou myšlienkou je separácia a recyklácia odpadu, tak máme pomerne vysokú šancu sa presadiť, ak zvolíme tú správnu stratégiu.

#### Cieľ komunikácie

Pri komunikácii s verejnosťou sa pokúšame hlavne o zvýšenie povedomia o hre, čiže brand awareness kampaň pre hru Recyklátor 3000 a jej pochopenie. Takisto by sme radi zaujali hlavne mladšiu vekovú kategóriu, pre ktorú by daná hra mala byť atraktívna.

#### Stratégia komunikácie

Naším cieľom je čo najviac zasiahnuť našu cieľovú skupinu, to sú hlavne mladšie deti na prvom a druhom stupni základných škôl. Chceli by sme osloviť našu cieľovú skupinu v čo najväčšom počte základných škôl. Samozrejme, že by sa jednalo o jednoduchú a zábavnú formu prezentovania nášho projektu na vysvetlenie nášho cieľu. Ďalšou stratégiou je možnosťou získania kupónov na nákup zdravých biopotravín. Propagácia prostredníctvom youtuberov, ktorých naša cieľová skupina sleduje. Tí budú propagovať našu hru na svojom kanáli pre vylepšenie svojho mena (boj za čistotu planéty) a aj vecným darom.

S kampaňou chceme začať na budúcu jar, keď deti chodia do školy a vonku sa už začína otepľovať. Samozrejme berieme ohľad aj na podobné hry tej našej, ktoré by mohli úspešnosť našej kampane výrazne ohroziť, túto úlohu má na starosti náš marketingový tím.

## 6.6 Využité nástroje

**Sponzoring** - vďaka povahe našej hry a našej profesionalite nebol problém zohnať sponzorov od rôznych spoločností, ktoré sa rozhodli podporiť zlepšenie životného prostredia na Slovensku.

**Školenie ľudí, ktorí budú hru prezentovať** - keďže je na Slovensku základných škôl naozaj veľa, tak potrebujeme nájsť spoľahlivých ľudí, ktorí nám pomôžu osloviť čo najväčší počet škôl. Samozrejme, že budú dostávať finančnú odmenu, až počas trvania celej kampane. Budeme sa snažiť osloviť aj ochrancov prírody, ktorí budú svoju prácu vykonávať s radosťou.

**Onlinové komunikačné nástroje** - na YouTube bude v reklamách krátke a pútavé video o našej hre. Taktiež videá od známych slovenských youtuberov. Reklamu chceme umiestniť aj na sociálnu sieť Facebook a cieľiť ju na rodičov s deťmi.

**Podpora predaja** - keďže náš produkt bude zadarmo k stiahnutiu, tak nám predovšetkým ide o to, aby si našu hru stiahlo čo najviac ľudí. K stiahnutiu ich chceme motivovať rôznymi odmenami od našich sponzorov. Predovšetkým kupónmi na zdravé potraviny alebo súťaže o vecné veci, atď.

## 6.7 Využité médiá

Na túto kampaň využívame hlavne médium internet, ktorým sme sa rozhodli zasiahnúť našu cieľovú skupinu. Keďže na internete trávi bežný človek pomerne veľa času tak si myslíme, že sme zvolili správnu cestu k osloveniu našej cieľovej skupiny.

### Cieľová skupina

Ako sme už spomínali, naša hlavná cieľová skupina sú predovšetkým mladí ľudia, čiže študenti prvého a druhého stupňa základných škôl. Ale aj napriek tomu by sme našou kampaňou chceli zaujať aj ostatných ľudí, ktorí po odskúšaní našej hry môžu zmeniť názor aj pohľad na znečistenie a predovšetkým výhody recyklovania.



**Obrázok 9 - Reklama na hru Recyklátor 3000**

*Zdroj: vlastné spracovanie, 2018*

## **Záver**

V predkladanej práci sme detailne rozoberali projektovanie našej mobilnej hry. Určenie správnej metódy ku propagácií bolo viacero, ale zhodli sme sa pre najviac rozšírenú a populárnu aj medzi našou cieľovou skupinou. Pri konštruovaní projektu sme zvažil aj zopár možných problémov, ktoré sme sa snažili čo najlepšie eliminovať. Následne začala tá najťažšia práca a to plánovanie projektu, ktoré je nevyhnutnou súčasťou k úspešnému projektu. V tejto časti sa nám podarilo určiť a stanoviť si určité aktivity a čas trvania jednotlivých aktivít. Ďalej nasledovalo organizovanie a priradenie balíkov pracovných úloh. Kontrola všetkých aktivít nesmie v žiadnom prípade chýbať, aj preto sme sa rozhodli použiť Ganttov diagram na zohľadnenie a lepšiu orientáciu v plnení každej z aktivít. Na záver tejto práce, sme zhrnuli dôležité informácie a použité stratégie, nástroje a médiá k dosiahnutiu úspešnosti nášho projektu.

## **Zoznam použitej literatúry**

ZAUŠKOVÁ, A. - BEZÁKOVÁ, Z. - MADLEŇÁK, A. - MENĎELOVÁ, D. 2014.  
Kreativny projektový manažment. Trnava: Univerzita sv. Cyrila a Metoda v Trnave, 2014.  
ISBN 978-80-8105-555-3.

# VALIS

*Adrián Adamec, Ivan Rokošný*

## **Abstrakt**

Práca je zameraná na popis tvorby vlastného hraného filmu, v ktorom boli aplikované získane teoretické a praktické vedomosti. Poukazujeme na príbehové a technologické postupy, ktoré bolo možné pri filme použiť bez akýchkoľvek finančných prostriedkov. Práca približuje jednotlivé fázy tvorby filmového diela (preprodukcia, produkcia, postprodukcia) s názvom VALIS. Hlavným cieľom práce bola realizácia nášho doposiaľ najambicióznejšieho filmového diela. Dúfame, že prínosom bude výsledný krátky film, ktorým preukážeme schopnosť vytvorenia profesionálne vyzerajúceho diela bez akýchkoľvek prostriedkov. Taktiež dúfame v značný prínos v ovplyvnení začínajúcich tvorcov poukázaním a praktickým aplikovaním pokročilých postprodukčných technologických postupov.

**Kľúčové slová:** krátky film, predprodukcia, produkcia, postprodukcia, postprodukčné techniky, vizuálne efekty, amatérske filmy

## **Abstract**

The work is focused on the description of the production of own feature film, in which applied the theoretical and practical knowledge. We draw attention to the storyline and technological processes that could be used in the film without any funds. The work approaches the stages of film production (preproduction, production, postproduction) called VALIS. The main goal of our work was to realize our most ambitious cinematic work so far. We hope that the benefit will be the resulting short film showing the ability to create a professionally looking work without any means. We also hope to make a significant contribution in influencing newcomers by capturing and practicing advanced post-production technology.

**Key words:** short film, preproduction, production, postproduction, postproduction techniques, visual effects, amateur film

## ÚVOD

Krátkometrážny film predstavuje celkom odlišnú formu rozprávania príbehov v porovnaní s celovečerným filmom. Pri krátkom filme nie je nevyhnutné prísne dodržiavanie dramatickej štruktúry či spĺňanie všetkých jeho pravidiel. Tento formát predstavuje dokonalú príležitosť experimentálnej tvorby. Režiséri ako Neill Blomkamp vytvárajú štúdia, ktoré sa primárne zameriavajú na krátkometrážnu sci-fi tvorbu, ktorá je distribuovaná prostredníctvom platformy YouTube s cieľom posúdiť záujem divákov a zistiť, ktorý nápad má potenciál celovečerného spracovania. Vďaka dostupným technológiám dokážu začínajúci filmári vytvárať diela, ktoré sa dokážu rovnať hollywoodskej tvorbe aj bez miliónových rozpočtov. Pri krátkometrážnej tvorbe môžeme sledovať čoraz častejšie využívanie komplexných postprodukčných postupov.

Zámerom tejto práce je využitie týchto pokročilých postprodukčných procesov a za pomoci teoretických poznatkov ich aplikovať pri tvorbe vlastného krátkeho sci-fi filmu. Čiastočným zámerom je taktiež poukázať na dostupné možnosti využitia technológií, ktoré sa pri nízkych nákladoch dajú použiť v prospech profesionálnejšie vyzerajúceho výsledku. Využitie týchto technologických postupov si môžeme všímať pri úspešných krátkometrážnych sci-fi snímkach za posledných 15 rokov, ktorých autorom sa následne podarilo tieto snímky úspešne realizovať do celovečernej podoby.

Práca podrobne približuje fázy výroby filmu od preprodukcie, produkcie až po postprodukciiu. V podkapitolách venujeme pozornosť tvorbe príbehu, práci s kamerou či špeciálnymi efektami. V podkapitole produkcia je prízvukovaná dôležitosť výberu správnych lokácií. Práca pokračuje kapitolou zameranou na postprodukciiu a poukazuje na odlišné fázy a náročnosť tvorby vizuálnych efektov.



# 1. PREPRODUKCIA

## Príbeh

Dôvodom nášho záujmu o sci-fi žáner je to, že sci-fi dokáže vytvárať bohaté svety a zároveň sa pýtať relevantné otázky. Tvorba obrázkov, ktoré dokážu podnieť hlboké zmýšľanie nad témou nás fascinuje. Jeden z cieľov nášho filmu je vytvorenie skôr reálneho a autentického sveta. To znamená natáčanie na skutočných lokáciach či používanie prirodzeného svetla, aby sa diváci vedeli lepšie stotožniť so svetom, v ktorom sa príbeh odohráva. Chceme divákovi odprezentovať len kúsok sveta, a snažiť sa na hneď nespájať všetky bodky a teda zodpovedať všetky otázky, ktoré film predkladá. To čo nie je definované, môže mať pre diváka väčšiu hodnotu. Radi berieme niečo fantastické, nezvyčajné a maskujeme to štetcom reality. Tvoriť bohaté svety s jednoduchým príbehom a provokujúcimi otázkami je to, čo nás najviac láka. Formulácia nášho príbehu sa začala štúdiom experimentu profesora Eliezera Yudowského, ktorý sa volá *AI-box*. *AI-box* je hypoteticky izolovaný počítačový systém, v ktorom je držaná potencionálne nebezpečná umelá inteligencia. Dá sa nazvať virtuálnou väznicou, z ktorej nie je možné manipulovať vonkajším svetom. Takýto *AI-box* by bol obmedzený len na minimálnu komunikáciu. Žiaľ, aj keď by bol takýto *AI-box* dobre navrhnutý, umelá inteligencia by mohla presvedčiť alebo oklamať tvorcov aby ju vypustili, alebo by bola schopná z tohto systému uniknúť. Po naštudovaní týchto hypotetických pokusov s umelou inteligenciou sme začali pracovať na príbehu, v ktorom sa takýto experiment vymkne spod kontroly. Alegóriou alebo hlavnou myšlienkou nášho filmu *VALIS*, je to ako ľudské výtvyry či už náboženstvo alebo politika dokážu rozdeliť ľudí a prinútiť ich navzájom bojovať. Najťažšie boje sa stále odohrávajú v našich myšliach. Ľudia vytvoria Valisa, a bez toho aby niečo zlé alebo dobre vykonal, sa začnú rozdeľovať na skupiny tých čo ho obraňujú a tých čo ho chcú zničiť. Valis vytvorí človeka, ktorý začne ľudí štváť proti sebe. Navonok sme taktiež chceli rozviesť konverzáciu o umelej inteligencii. Vo väčšine sci-fi príbehoch je umelá inteligencia reprezentovaná ako potencionálne zlo, ktoré sa nás pokúsi zničiť. Náš film vychádza zo štúdií profesora Eliezera Yudowského a pýta sa otázku „Prečo?“. Ako je možné predpokladať čo by urobilo niečo, čo je omnoho inteligentnejšie ako sme my? Keď sa zvieratá pozerú na diaľnice a mestá, nie sú schopné porozumieť ich účelu. Ak by sa umelá inteligencia stala skutočnosťou, my by sme boli v tom prípade zvieratá. Umelá inteligencia by nás samozrejme mohla zničiť, možno

pretože ľudstvo už nemá nádej. Alebo by nás ignorovala, žila v digitálnej realite, rozmnožovala sa, a my by sme nedokázali byť hrozbou. Alebo by nás umelá inteligencia zachránila, pretože to nedokážeme urobiť sami. Vedci nedokážu definovať vedomie, ani kompletne definovať umelú inteligenciu, preto nie je možné predpokladať, čo by sa dialo v prípade vzniku skutočnej umelej inteligencie.

## **Začatie preprodukcie**

Preprodukcia filmu Valis zabrala približne 2 mesiace príprav. Keďže sme nepracovali so žiadnym rozpočtom ale len vlastnými prostriedkami, bolo dôležité sa na produkciu a postprodukcii maximálne pripraviť. Ešte pred finálnym spracovaním scenára bolo potrebné hľadať v blízkom okolí dostupne lokácie, a podľa nich upraviť scenár. Taktiež bolo potrebné kvôli bezpečiu otestovať zbrane so slepými nábojmi a praktické výbuchy, ktoré boli potrebné k finálnej akčnej scéne filmu.



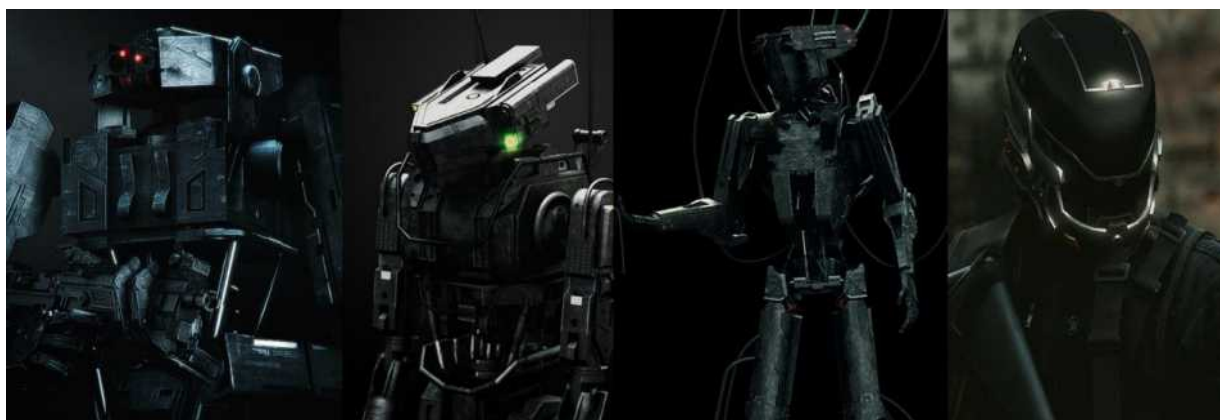
## **Scenár a previzualizácia**

Po dobrom premyslení príbehu, nájdení vhodných lokácií a premyslení si s akými prostriedkami je možné pracovať sme spísali scenár. Pri tvorení scenára a celkového plánovania produkcie veľmi pomohli previzualizácie. Previzualizácie sú animované verzie scén filmu. Sú omnoho účinnejšie než storyboardy, keďže dávajú lepšiu predstavu o načasovaní. Touto metódou je možné vytvoriť animovanú verziu filmu ešte pred tým, než sa človek postaví za kameru. Hlavne namáhavé akčné scény bolo potrebné dobre naplánovať. Na tvorbu previzualizácie sme použili software Cinema 4D a After effects.



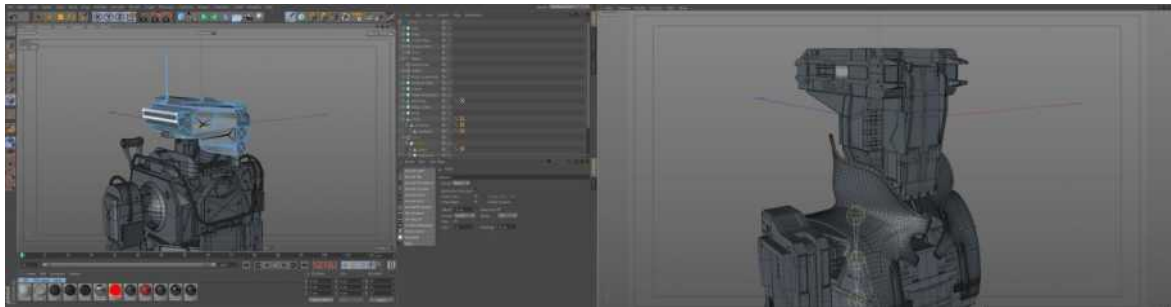
## Konceptuálne maľby

Po dokončení scenára k filmu Valis bolo potrebné spracovať konceptuálne maľby. Celý proces pokračoval až do postprodukcie, keďže bolo potrebné spraviť vizuálny návrh namáhavých CGI scén. Pri veľkých produkciách slúžia konceptuálne maľby najmä na dizajn postáv, kostýmov, lokácií či osvetlenia. Pri našom krátkom filme sme museli zaobstarať tvorbu namáhavých 3D modelov. Konceptuálna tvorba môže zachrániť hodiny tvrdej práce s 3D softwarom. Primárne sme používali software Cinema 4D pre 3D základy a následne Photoshop pre sfinalizovanie našej vízie. Konceptuálne maľby priviedli robotov potrebných pre film Valis k životu. Pri produkcii herci dokázali nahliadnuť vďaka konceptom do režisérovej vízie. Keďže na natáčaní sa nepracovalo s praktickými replikami robotov, herci museli použiť svoju predstavivosť. Do sfinalizovania filmu bolo vytvorených približne 20 konceptuálnych malieb.



## Tvorba 3D modelov

Tvorba 3D modelov zabrala mesiac tvrdej práce. Keďže ide o náš originálny nápad, nebolo možné použiť voľne dostupné knižnice 3D modelov a tak si urýchliť prácu. Bolo potrebné vytvoriť každý jeden detail v 3D softwary Cinema 4D. Vďaka kombinácii tohto softwaru s Photoshopom sme vytvárali aj textúry, ktoré dodali modelom realistický vzhľad. Tvorba textúr zahrňovala taktiež pridanie škrabancov, špiny, hrdze, poškodenej farby a opotrebovania. Malé detaily na textúrach taktiež pomáhajú rozpovedať príbeh. Hlavná postava robot Valis si našla vo filme telo starého použitého robota, preto bolo potrebné tento fakt reflektovať aj na textúrach. Používali sme nodeoví systém vďaka Arnold renderu v softwary Cinema 4D. Pri modelovaní sme používali metódy hard-surface modelovania a metódy sculptingu, pri častiach ako sú káblíky, časti látky či plastu, ktoré tvorili detaily 3D modelov.



## 2. PRODUKCIA

Produkcia filmu Valis sa skladala z deviatich náročných filmovacích dní v priebehu jedného mesiaca. Ako snímacia technika nám poslúžila digitálna zrkadlovka Panasonic G7. Profesionálny a filmový vzhľad je veľmi dôležitý pre komerčné filmy, v prípade nášho filmu sme sa však nesnažili vyvolať filmový zážitok ale skôr dojem autenticity. Na snímáciu techniku preto neboli veľké nároky, keďže sme vedeli, že budeme pracovať prevažne v exteriéroch s prirodzeným svetlom. Tak sme použili len nám dostupnú techniku a zvolili 4K formát. Film je sfinalizovaný vo Full HD, ktoré keď je natáčane v 4K dáva ostrejší výsledok a tak zlepšuje prácu v postprodukcii. Ako objektívy sme primárne používali Lumix 25 mm 1,7f a Lumix 42,5 mm 1,7f. Práca pri produkcii bola náročnejšia aj z dôvodu, že popri réžii

sme museli plniť úlohy VFX supervízora. Bolo potrebné z lokácií nazbierať referenčné fotografie na vyhotovenie panoramatických obrázkov pre osvetľovanie 3D scény.



## Lokácie

Prvý filmovací deň sa odohrával v exteriéri. Potrebovali sme tmavú miestnosť, ktorá bude pripomínať policajnú miestnosť na vypočúvanie. Zvolili sme improvizáciu a jednu z izieb ponorili do tmy zakrytím všetkých zdrojov svetla. Do okolia sme natiahli čierne plachty a tak nebolo vidieť detaily miestnosti. Ako zdroj svetla sme použili len jednu modrú lampu, ktorá visela nad herečkou. Týmto spôsobom sme sa taktiež vyhli nutnosti použitia zeleného plátna, ktorému sme sa chceli pri tejto produkcii vyhnúť, pre vdýchnutie realizmu. Druhý produkčný deň sa skladal z natáčania na piatich lokáciach. K celému dňu bola potrebná len hlavná herečka. Cestovanie medzi lokáciami bolo preto jednoduché, a to aj vďaka tomu, že bol film predovšetkým natáčaný bez akejkoľvek stabilizácie. Natáčali sme zábery hlavnej postavy v prírode, a to vytváralo kontrast s technologicky orientovaným svetom a vyjadrovalo akýsi odpor k technológiám. Natáčanie prebiehalo na priehrade, v lese, kameňolome a pri pamätníkoch v priebehu jedného dňa. Ďalšou lokáciou, na ktorej strávila produkcia niekoľko dní boli opustené budovy v oblasti Zemianskych Kostolian. Príbeh vyžadoval starú továreň, do ktorej ľudia nosia nefunkčných robotov, a v ktorej Valis získa svoju fyzickú formu. Na tejto lokácii jedna z hlavných postáv, Neill bude čeliť Valisovi. Továreň je staré a hrdzavé miesto. Vidieť ako sa niečo mechanické stáva bytosťou s vedomím by musel byť strašidelný zážitok a preto musela byť strašidelná aj táto lokácia. Exteriéry týchto priestorov sme poslúžili na vytvorenie záberov z protestu alebo menších prestreliek. Lokácia bola ďaleko od obývaných oblastí, preto bolo možné použiť slepé náboje a 7 členný protest, v ktorom herci použili svetlice či dymovnice. Cieľom bolo vytvoriť pocit veľkého protestu za použitia minimálneho počtu ľudí. Z tade sa natáčanie presunulo na miestnu strelnicu, v ktorej sme potrebovali natočiť zábery televíznej reportáže, ktorá sníma cvičenie policajných robotov.

Použitý bol ten istý štáb, len sa herci museli rýchlo prezliecť do iných kostýmov. Niektorí herci majú vo filme 4 úlohy, zakaždým v inom kostýme. Posledný a najnamáhavejší deň prebiehal na kameňolome v Partizánskom, v ktorom skupina rebelov nájde Valisa a pokúsi sa ho zneškodniť. Toto staré piesočné miesto vyzerá ako keby bol z neho vyhladení život, a to fungovalo ako metafora toho, kam ľudstvo smeruje. Deň bol namáhavý z dôvodu náročných akčných scén, pri ktorých boli použité slepé náboje, oheň, kaskadéri a praktické explózie. Kaskadéri mali namáhavé scény pri výbuchoch a záberoch, v ktorých museli stáť na jazdiacom aute. Pri natáčaní týchto scén bolo potrebné dostať povolenie, ktoré sa dalo získať na túto lokáciu pomerne jednoducho.



## **Kamera a svetlo**

Natáčanie filmu Valis prebiehalo bez akýchkoľvek stabilizačných pomôcok. Zámerom bolo svet zachytiť menej filmovo, ale skôr realisticky. Táto filozofia sa preniesla aj do farebných korekcií. Pre lepšie zachytenie reality boli taktiež použité POV zábery. Taktiež bolo nevyhnutné použiť zopár leteckých záberov pre zorientovanie diváka v prostredí. Jednou z výhod natáčania filmu bez akýchkoľvek stabilizácií je možnosť rýchlej improvizácie. Tento spôsob sa overil pri filmoch Garetha Edwardsa, ktorý zachytával film dokumentárne. Pri nízkorozpočtových projektoch je improvizácia kľúčová. Je možné zhotoviť nádherne koncepty, ale dostupné lokácie sa z konceptom nemusia zhodovať. Preto je niekedy ideálnejšie pozmeniť uhly a pohyby kamier v závislosti od prostredia, v ktorom sa natáča, aby sa z lokácie zhotovili najlepšie zábery. Pre lepšie zhotovenie efektov sme pracovali primárne s prirodzeným svetlom, a teda sme scénu či subjekty v nej umelo neosvetľovali. Niekedy to môže mať negatívny vplyv, pretože scéna vyzerá „nesvietene“. V postprodukcii sme potom mohli použiť osvetlenie 3D modelov založené na fotografiách, ktoré bolo potrebné zobrať s každej lokácie a následne vytvoriť 360 stupňové panorámy. Tento spôsob natáčania



a osvetľovania 3D modelov zaručuje uveriteľnejší výsledok. Cieľom bolo zachytiť svet, ktorý pôsobí autenticky, a táto metóda nám pomohla dosiahnuť tento cieľ.



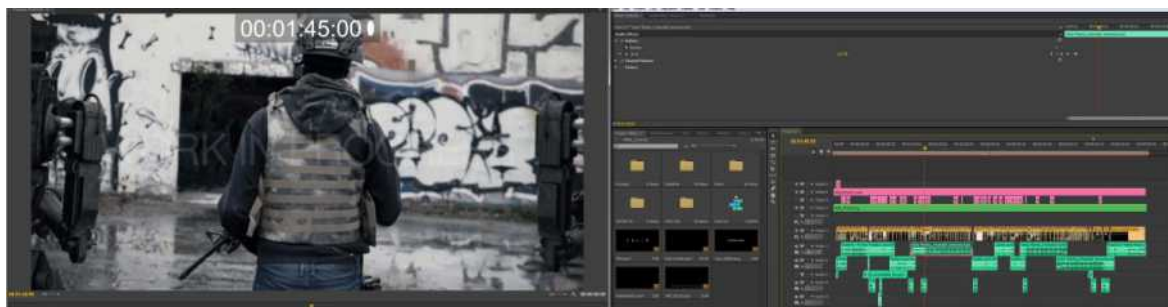
### Špeciálne efekty a kaskadéri

Viacere scény filmu vyžadovali dôkladné bezpečnostné prípravy. Film zahrňoval veľa kaskadérsky kúskov a používanie špeciálnych efektov. Použité boli poplašné zbrane, ktoré sú schopné strieľať slepé náboje, čo nás trochu obmedzovalo pri hľadaní lokácií, pretože nie je možné strieľať kdekoľvek. Za použitia pušného prachu a odpaľovacieho zariadenia sme boli schopný súčasne odpaľovať niekoľko výbušnín, ktoré však boli veľmi bezpečné. Herci boli schopný stáť niekoľko centimetrov pri náložiach a odísť bez škrabanca. Filmové výbuchy chcú hlavne vytvoriť vizuálne zaujímavý efekt. Zvukové efekty samozrejme výbuchom dodajú na vážnosti. Taktiež bolo potrebné vytvoriť atmosféru. Keďže sme boli malá produkcia tak nám postačovali dymovnice a stará látka, ktorú sme zapálili. Mladí nadšenci parkouru nám pomohli s kaskadérskymi kúskami, či už v prípade kedy bolo treba vyskočiť nad výbušnami alebo stáť na aute jazdiacom 30 kilometrov za hodinu. Vďaka dôkladnej príprave boli všetky kúsky bezpečné, kaskadéri boli na aute dobre zaistený a zábery boli pre efekt zrýchlené. Jednoduché efekty a bezpečné kaskadérské kúsky dodali filmu veľkolepejší vzhľad.



### 3. POSTPRODUKCIA

Po prenesení záberov do počítača sme zostavili prvý surový strih filmu. Ako strihový software sme použili Adobe Premiere Pro. Jeden z dôvodov bolo prepojenie s ostatnými produktami od Adobe, ktoré umožňujú prepájanie súborov. Hovorí sa, že v strižni prebiehajú posledné úpravy scenára. Tak to bolo aj v našom prípade, pretože film nadobudol svoju vlastnú formu pri strihu. Pred odoslaním strihu hudobnému skladateľovi bolo potrebné najprv strih uzamknúť. Film ma viac ako 50% záberov so CGI elementami, preto bolo potrebné vizuálne efekty v záberoch načrtnúť, aby skladateľ vedel čo sa v scéne deje. Značnú časť zabrali animácie a spájanie potrebných záberov. Pozerateľnú verziu filmu sme však mali hotovú už v skorej fáze preprodukcie. Skladateľ vytvoril v priebehu produkcie koncept hudby, do ktorej sme mohli potom film strihať. Ostatnú hudbu sme použili z iných filmov, aby skladateľ vedel čo vyžadujeme od scény. Verzia filmu s uzamknutým strihom bola potom rozposlaná skladateľovi a narátorky príbehu, aby pracovali na svojich úlohách zatiaľ čo sme my pracovali na zvuku a dokončovaní vizuálnych efektov. Následne sa jednotlivé zábery nahradzovali do finálnej podoby



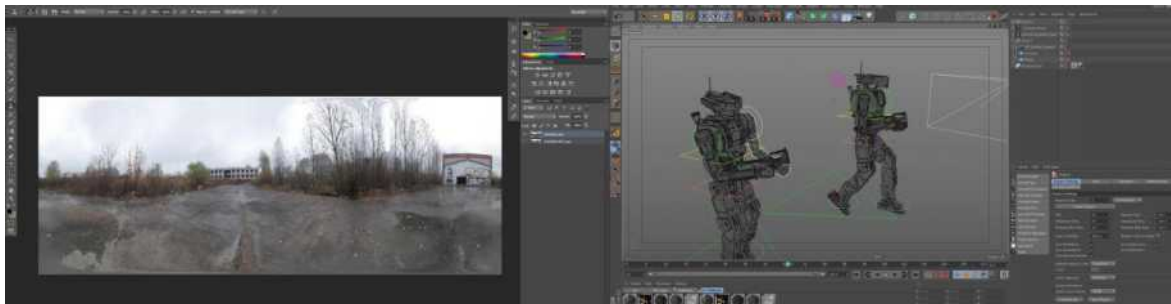
#### Vizuálne efekty

Jedna z výziev filmu Valis bolo posunúť vlastné hranice a schopnosti v oblasti vizuálnych efektov. Každý jeden káblik či skrutku sme museli vymodelovať v 3D softvare Cinema 4D. Znalosť vo vizuálnych efektoch je veľkou výhodou, s ktorou môže režisér pracovať. Režiséri ako Neill Blomkamp či Gareth Edwards vďaka svojmu štartu v réžii vizuálnym efektom. Ich skúsenosti si odniesli do celovečerných produkcií, kde vedia ako



majú sekvencie plánovať a ako dosiahnuť autentický efekt. Pri scénach s vizuálnymi efektami sa taktiež upravuje filozofia natáčania. Čím viacej znalostí môže režisér mať z jednotlivých oblastí filmu, tým lepšie dokáže komunikovať svoju víziu, a dávať tímu splniteľné úlohy. Preto sme považovali zvládnutie týchto techník za veľmi dôležité.

Po tvorbe 3D modelov bolo potrebné vložiť na modely textúry. Keďže išlo o mechanické časti nebolo potrebné editovať UW mapy. Pri nanášaní textúrach sme používali metódu Cubic mappingu. Tak textúry pekne obalili 3D modely. Nasledoval proces riggovania, teda vytvárania ovládacích bodov robotov. Vďaka IK sme tieto body mohli vytvoriť a jednoducho ovládať. Komplikovanejšie úlohy predstavovali chrbtice alebo hydraulické časti. V prípade že sa robot otočí musí chrbtica či hydraulika pracovať správne. Tieto procesy sme dosiahli prácou s Xpressom v kombinácii s IK. Cieľom riggovania je vytvoriť čo najmenej bodov, aby sa dal model jednoduchšie animovať. Potom nasledoval samotný proces animovania. V priebehu produkcie sme natočili preferenčné zábery, a teda pohyby, podľa ktorých sme modely animovali. Išlo o proces zvaný Rotomation, a teda akési vkladanie 3D modelu na preferenčne zábery a opakovanie pohybov.



V softvare Adobe After Effects sme začali kalibráciou záberov a metódou Motion trackingu. Ku každému záberu bolo potrebné vytvoriť 3D verziu kamery, ktorá je autentická s pohybmi kamery v zábere. Vďaka tomu je možné vložiť 3D objekty do priestoru tak, aby vyzerali že sú skutočne v priestore. Fotky z natáčania sme spájali do veľkých, 40K fotografií v programe Adobe Photoshop. Tieto fotografie následne slúžili ako zdroj svetla a odrazu prostredia. Po spojený 3D kamery, HDRI fotografií a 3D animácií sme mohli začať proces renderovania. Používali sme metódu Multipass renderingu, a tak sme renderovali vrstvy odrazu, zatienu či samotnej farby. Vrstvy sme následne spájali v Adobe After Effects. Celý

tento proces musel byť zopakovaný pri každom zábere, preto trval proces tvorby vizuálnych efektov najdlhšie.



## Zvuk a hudba

Pokiaľ má akýkoľvek film pôsobiť aspoň sčasti profesionálne zvuk a hudba sú omnoho dôležitejšie prvky než dobré vizuály. Od začiatku sme vedeli, že výber správneho skladateľa bude kľúčový. Ku filmu Valis sme pristupovali veľmi zodpovedne, a nechceli sme „podvádzať“ a použiť už existujúcu hudbu, aby sme vytvorili profesionálnejší vzhľad. Keďže išlo o nízkorozpočtové dielo, vytvorili sme knižku Art of the movie Valis, kde bola spísaná filozofia filmu, synopsis a konceptuálne maľby. Slúžila na lepšiu reprezentáciu našej vízie. To bol jeden z dôvodov, prečo skladateľ Randall Jermaine súhlasil s vytvorením hudby pre film. Randall pracoval na hudbe už v skorej fáze príprav filmu. Zo začiatku sme uvažovali nad mysterióznejším tónom filmu, keďže súčasťou filmu je záhada toho, či je Valis kladná alebo záporná postava. Nakoniec sme zvolili temnejšiu verziu hudby. Dôvodom bol nápad, že svet by umelú inteligenciu vnímal negatívne, kvôli vplyvu literatúry či filmov, ktoré umelú inteligenciu vykresľujú ako niečo nebezpečné. Reakcia sveta by nebola pozitívna, preto sme sa hudbou snažili vyvolať emóciu strachu a neznámeho z toho, čo môže nasledovať. Verziu hudby sme obdržali už v priebehu produkcie, preto sme mohli film strihať s existujúcou hudbou, čo je vždy lepšie ako dočasne používať už existujúcu hudbu, ktorá bude musieť byť nahradená. Po uzamknutí strihu, Randall pracoval na celej verzii soundtracku, zatiaľ čo sme mi pracovali na zvuku a nahrávali naráciu, o ktorú sa postarala herečka Veronika Frtúsová. Na ozvučenie sme primárne používali profesionálne knižnice zvukových efektov Boom, ktoré sme následne upravovali podľa potrieb v závislosti od scény. Taktiež sme miešali už nami vytvorené efekty. Následne sme spojili všetky zložky a tak vytvorili zvukovú stránku filmu, ktorá vdýchla filmu život.

# ŠTUDENTY

*Patrik Reguli, Lucia Škripcová*

## **Abstrakt**

Práca sa venuje novo vznikajúcemu médiu „Študenty“, ktoré slúži ako osobný sprievodca študentským životom v Trnave. V rámci práce rozoberáme už zabehnuté relácie, ich celkový zmysel a podoby. Ďalej sú predstreté relácie, ktoré sú vo fáze prípravy, zmysel projektu Študenty a dôvody vzniku.

**Kľúčové slová:** Študent. Študentský život. Trnava. Vysoká škola.

## **Abstract**

The work deals with "Studenty", a newly founded XXX, which serves as a Trnava student lifestyle guide. We analyze the existing programming of Studenty, we also expand on the reasoning of their existence and form. Furthermore, we talk about upcoming programs, which are currently undergoing planning and preparation, as well as the origins of Studenty, and the reasons of its inception.

**Key words:** Student. Student life. Trnava. University.

# 1. ŠTUDENTY

Študenty sú nápad od samotných študentov pre vytvorenie alternatívneho média, ktoré svojím obsahom dokáže komunikovať rôzne informácie, dôležité práve pre študentov Trnavy. Študentov nie je možné považovať za komunitu či subkultúru, ale za sieť jednotlivcov, ktorá by dokázala tvoriť a tiež podávať informácie zábavnou formou, viac sympatickou pre študentov. Nakoniec tak môže vzniknúť skupina producentov informácií s vplyvným názorom, a zároveň aj médium, prostredníctvom ktorého môže tento názor vyjadriť.

## 1.1 Základ média Študenty

Študenty sú nové médium. Základnou platformou pre jeho existenciu je internet, v rámci ktorého bude využívať siete ako Facebook, Youtube, Instagram. Základným cieľom portálu Študenty bude z trnavských študentov vytvoriť aktívnu skupinu, ktorá sa bude viac zaujímať o dianie v ich sfére spoločnosti a zároveň sa stanú spolutvorcom obsahu pre študentov, v tzv. tekutej hierarchii. Každý má nárok prispievať svojim obsahom, pokiaľ neporušuje etické a morálne zásady. Tvorením obsahu pre študentov Trnavy zároveň ponúkame príležitosť sa na tvorení spolupodieľať. Ľudia tak v budúcnosti sami začnú vytvárať obsah pre rodiaču študentskú komunitu v Trnave. Zároveň chceme vytvoriť vzájomné vzťahy medzi podnikmi a organizátormi kultúrnych podujatí v Trnave, doslovné prepojenie mesta a študentov, ktoré zaručí neustály prísun informácií. Tie sa budú šíriť práve cez vysokoškolských študentov, ktorých je v Trnave približne 15000. Jedná sa o veľkú skupinu, ktorá sa pri správnom usmernení môže stať hlasom študentov nielen v Trnave, ale aj na Slovensku.

## 1.3 Ciele projektu:

- Vytvoriť najväčší študentský portál v Trnave
- Pravidelne pridávať informácie zo študentského života
- Prepojenie všetkých univerzít/fakúlt v Trnave
- Vytvoriť priestor pre študentov a ich názor, schopnosti, zručnosti
- Vytvoriť lepší vzťah pedagóga a študenta
- Motivovať mladých ľudí k dosiahnutiu ich cieľov
- Spraviť z Trnavy pravé študentské mesto, plné vedomostí

## 1.4 Relácie

Prvým krokom bolo vytvorenie webstránky pod názvom [www.studenty.sk](http://www.studenty.sk). Stránka je dizajnovovo jednoduchá, prehľadná, a nachádzajú sa na nej články, oznamy a videá. Kategórie, ktoré sú na stránke, sa týkajú najmä kultúry, univerzít, ktoré sa v Trnave nachádzajú a dodatočných informácií.

V nasledujúcej časti si dovoľíme predstaviť krátku dekspriciu jednotlivých relácií. Okrem tých sú však naplánované viaceré, ktoré neboli doposiaľ publikované.

### Rýchlovka

Rýchlovka už má za sebou experimentálne spustenie. Jej cieľovou skupinou sú ľudia, ktorí aktívne vyhľadávajú podujatia a zaujímavé akcie, ktoré sú v Trnave. Podľa vhodnosti sa vyberú tie, ktoré sú najviac vhodné pre cieľovú skupinu nášho média. Propagované udalosti môžu študentom pomôcť zlepšiť ich vzdelanie, ponúknu im nové obzory alebo si užijú mimoškolskú zábavu. Rýchlovka je pravidelná relácia, ktorá slúži ako kalendár dôležitých udalostí pre študentov, aby nezabudli, čo ich čaká a čoho sa môžu zúčastniť. Tým vytvárame prehľad o podujatiach v Trnave. Zároveň sa tým rodí šanca nadviazania kontaktu s organizátormi a majiteľmi podnikov, ktorí by mohli do budúcnosti ponúknuť priestor pre študentské eventy, organizované pod zoskupením Študenty.

### Kto ťa učí ?!

Čo by bola študentská komunita bez pedagógov. Kto ťa učí je už fungujúci projekt, pri ktorom pozvaný pedagóg vedie so študentmi neformálnu debatu, odkrýva to, aký je mimo svojho pracoviska, stáva sa súčasťou ich komunity, a zároveň sa im prezentuje ako človek a nie ako pedagóg. Študenti si tak môžu nájsť cestu a sympatie k pedagógom, čerpať viac informácií a hlavne skúseností z osobných poznatkov, a nie tých teoretických z kníh. Pretože nič sa nevyrovná osobnej skúsenosti.

Prvým hosťom tejto relácie bol Mgr. L. P. Wojciechowski, PhD. z FMK UCM. Naše predpoklady sa potvrdili, študenti sa nebáli a môžeme zhodnotiť, že to bola veľmi zapamätateľná a príjemná debata. Okrem toho študenti prejavili aj svoj názor na niektoré diskutované oblasti, pýtali sa otázky rôzneho charakteru, a to bez pocitu, že by sa im niekto zasmial do tváre. Tým sa vytvára už spomínaný vzťah medzi pedagógom a študentom, čo dokáže posilniť študentskú komunitu v Trnave aj v tomto rozmere. Študenti totiž často nevedia, čo robia ich pedagógovia mimo pracoviska, často sa po hlbšej analýze či rozhovore sami

presvedčia, že daný pedagóg je pre nich najviac vhodným mentorom do života. Dostanú sa k skúsenostiam a informáciám, ktoré dokážu pomôcť ich osobnému rastu, vývoju charakteru a rozvoju ďalších pozitívnych vlastností. Relácia Kto ťa učí !? bude vychádzať raz za mesiac.

### **Kto ťa motivuje !?**

Relácia s podobným zameraním ako „Kto ťa učí !?“ s rozdielom, že pozývame ľudí priamo z praxe. Prvým hosťom bol Filip Škultéty, ktorý už ako stredoškólák pracoval na veľkých projektoch v rámci marketingu, vo veku 21 rokov sa stal riaditeľom vlastnej marketingovej agentúry. Študenti sa tak mohli dozvedieť rôzne postupy pri tvorení vlastného biznisu. Táto debata a prednáška v jednom bola vhodná pre marketérov a zároveň aj masmediálcov, ktorí sa mohli dozvedieť rôzne tipy, praktiky, výhody online marketingu a ako sa do tejto oblasti dá dostať. Opäť sa jednalo o neformálnu debatu s dobrovoľnou účasťou, študenti sa preto nebáli, resp. necítili sa ohrození klásť najrôznejšie otázky, na ktoré by pri klasickej prednáške nebol čas na zodpovedanie alebo priestor. Do budúcnosti chceme v rámci tejto relácie pozývať ďalších profesionálov, ktorí môžu naučiť študentov aktuálne informácie priamo z trhu. Táto relácia sa bude striedať s reláciou „Kto ťa učí !?“ a vychádzať bude taktiež raz mesačne.

### **Eventy**

Každý člen Študenty je rád, že môže podporovať svoju univerzitu aj v rámci eventov, pri ktorých UCM naozaj nikdy nesklamala, začo vďačíme všetkým organizátorom, najmä z radov študentov, ktorí svojou snahou tvoria tie najlepšie zážitky pre seba, ako i ostatných na našej univerzite. Chceme ich preto publikovať v audiovizuálnej forme, resp. vo forme aftermovie, promo a podobne, a to všetky eventy, ktoré sa budú odohrávať na univerzitnej pôjde. Prvý event, do ktorého sme sa zapojili, bol „Za Krajšiu Univerzitu“, kde študenti prišli dobrovoľne upratovať priestory UCM. Budeme preto aj naďalej pokračovať v informovaní ako i zdieľaní informácií o všetkých školských eventoch, pretože rozhodne stoja za zmienku.

## **1.5 Pripravované relácie**

### **Nájd si študenta**

Táto relácia si zaslúži svoj osobitný priestor. Ak chceme vytvoriť médium s komunitným rázom, alebo spĺňať aspoň náležitosti, ktoré sa splniť na Slovensku dajú, musíme vidieť, že komunita vzniká a rozširuje sa. „Nájd si študenta“ bude relácia a zároveň aj živý životopis pre každého študenta, ktorý sa rozhodne zapojiť. Bude spočívať v audiovizuálno-textovej forme,

video bude priamo o študentovi, jeho skúsenostiach, osobných zážitkoch, snoch a cieľoch. V prípade, že by potenciálny budúci zamestnávateľ alebo niekto iný potreboval študenta s istými zručnosťami, mohol by si pozrieť aktívnych členov média v rámci relácie „Nájdí si študenta“. Súčasťou bude aj krátky životopis a fotografia. Pedagógovia si taktiež môžu pozrieť túto reláciu a zistiť, čomu sa ich študenti venujú, pretože ako hlása Švédsky školský systém, vzdelanie sa viac odohráva mimo školy ako v nej, nakoľko sa od študentov v živote vyžadujú praktické skúsenosti, a nie teoretické. Študenti zároveň získavajú priestor spoznať jeden druhého aspoň v malom merítku, prípadne nájsť vhodného kolegu na pomoc s projektom alebo iným pracovným účelom. Všetky relácie budú postavené tak, aby sa do nich aktívne študenti mohli zapájať a prispievať k obsahu, až pokým sa portál „Študenty“ nedostane do bodu, kedy už ani samotná komunita nebude vedieť, že ho vlastne celý tvorí svojím záujmom. Samozrejme, postupom času budú vznikať aj iné relácie, ktoré si už vymyslia sami študenti a budú na nich pracovať. Základom však je vytvoriť túto komunitu, čo sa však nestane bez istej dávky motivácie alebo inšpirácie. Hoci sú študenti veľmi talentovaní jedinci, ich talent často trpí komfortnou zónou, ktorá sa dá za určitých podmienok odstrániť. Nájdí si študenta bude prezentované na Facebooku, Instagrame, Youtube, a samozrejme aj na primárnom portály „Študenty“ s vlastnou kolónkou, pre uľahčené vyhľadávanie.

### **Intrákové vecičky**

Bude sa jednať o vtipnú reláciu, kde môžu študenti prispievať s vtipnými príspevkami, napríklad ako si uvariť párky vo varnej kanvici, použiť nabíjačku na notebook na ohrievanie jedla, a pod. Pôjde o spestrenie dňa formou vtipných situácií zo študentského života, zároveň budú niektoré aj veľmi poučné a vhodné pre zlepšenie študentskej domácnosti.

### **Recenzie podnikov**

Každý človek má obľúbené miesto, kam rád chodí, alebo vie, že sa jedná o miesto, kde vždy nájde príjemnú atmosféru, dobrý kolektív a zábavu. Preto ďalšou reláciou bude práve tá, ktorá sa zameria na podniky v Trnave. Nachádza sa tu množstvo podnikov, kde študenti môžu robiť svoje vlastné prednášky, akcie a podobne. Tým pádom sa viac dostávame k predstaveniu mesta Trnava, prepojenia spoločných záujmov a zhust'ovaniu komunity. Preto je vhodné každý podnik analyzovať a snažiť sa študentom prinášať odpovede, kde nájdu kultúrnu zábavu, ale aj priestor pre zlepšovanie ako seba, tak i ostatných.

## Náučné videá pre študentov

Ďalšou reláciou budú odpovede na otázky, ktoré si kladie veľké množstvo študentov a sú rôzneho typu. Ako príklad uvidíme základné:

- Koľko termínov mám na splnenie skúšky?
- Ako si vybaviť internát, privát alebo byt?
- Vhodný prenájom, študentské bývanie v Trnave
- Ako fungujú kredity?
- Štylistika seminárnych prác, ako písať
- Rady a tipy, ako sa dá efektívnejšie učiť
- Ako správne opisovať pri skúškach (samozrejme len vtipné sketche)

V prípade, že študent nevie, na koho sa má obrátiť v rámci rôznych otázok, ktoré sú často riešené, ale nevyriešené, bude môcť od svojich kolegov pozerat' práve tento obsah, ktorý mu môže pomôcť v zorientovaní sa vo svojom študentskom živote. Zároveň sa naskytá príležitosť, ktorú musíme pripomenúť aj pri náučných videách, rovnako ako pri Rýchlovke. Študenti sa môžu začať správať ako komunita, dopĺňať informácie, alebo klásť otázky a hľadať vhodnejšie riešenie. Je nutné im pripomenúť, že spoločnými silami človek dokáže zájsť ďalej, než ako jedinec o samote.

## Kam na výlet !?

Kam na výlet bude relácia zameraná na Trnavu a okolie. Pre začiatok tejto relácie by bolo najlepšie sa dohodnúť s príslušnými inštitúciami, ktoré majú na starosti turistický ruch v Trnave a okolí. Vytvoríme následne sériu videí, ktoré by prezentovali všetky dostupné destinácie, či už by sa jednalo o historické pamiatky, vyhliadky, prírodu. Zároveň by sme tak ukázali nie len študentom v Trnave, ale i ostatným ľuďom na Slovensku, aké krásne miesta ponúka kúsok zeme, na ktorom žijeme a považujeme ho za svoj domov. Relácia by sa pripravovala celé leto, aby postupne mohla vychádzať každé dva týždne. Začala by po skončení letných prázdnin, kedy sa študenti vracajú do Trnavy, aby si ešte mohli užiť príjemné chvíle so svojimi kolegami po návrate do študentského života.

Všetky predstavené relácie sa budú komunikovať na portál [www.studenty.sk](http://www.studenty.sk), je však potrebné vziať do úvahy, že niektoré sú určené pre začínajúcich študentov pre lepšie zorientovanie sa. Keďže náš projekt začal v letnom semestri, musíme prejsť experimentálnou



fázou a všetky relácie, ktoré sú pripravené, už premyslene vypustiť na začiatku zimného semestra 2018.

## **1.6 Prečo začať s FMK? Čo potom?**

Všetci študenti, ktorí sa zapojili do projektu [www.studenty.sk](http://www.studenty.sk), sú z FMK. Preto začíname práve našou fakultou, o ktorej sa tak dozvedáme príjemné informácie, učíme samých seba a naberáme skúsenosti. FMK má veľký potenciál, dostatočne veľký počet študentov, ktorí sú aktívni, venujú sa rôznym oblastiam, a to neraz aj profesionálne. Chceme preto všetkými silami pomáhať našej univerzite, zároveň sa však do budúcna spojiť aj s TRUNI, kde by sa rovnako vytvoril tím ľudí, ktorí by prinášali informácie z Trnavskej univerzity. Cieľom nie je len prepojenie fakúlt našej univerzity, ale chceme dokázať, že aj my, študenti, sa dokážeme spojiť, urobiť niečo hodnotné a neskôr to adaptovať aj na všetky ostatné univerzity/fakulty, ktoré sa v Trnave nachádzajú.

Na záver chceme podotknúť, že všetky ciele, ktoré sme stanovili v tomto texte, sú splniteľné. Jedná sa len o vytvorenie dobrých podmienok a účasti zo všetkých strán. Zároveň prebehne aj výskum vo forme ankety, čo všetko by študenti od nášho portálu očakávali. Postupná expanzia portálu [www.studenty.sk](http://www.studenty.sk) po celej Trnave a možno i viac, bude len prínosom pre celú akademickú obec v Trnave.

# FILMOVÁ ADAPTÁCIA ŽIVOTOPISNÝCH LITERÁRNYCH DIEL

*Michaela Lehotská, Lenka Rusňáková*

## **Abstrakt**

Práca sa zameriava na identifikáciu a bližšiu špecifikáciu výrazových prostriedkov vybraných výskumných vzoriek – audiovizuálnych výstupov natočených na podklade životopisných literárnych diel – realizovanú prostredníctvom výskumnej metódy naratívnej a diskurzívnej analýzy. Teoretická časť práce približuje základnú terminologickú os súvisiacu s analyzovanou problematikou. Následne definujeme hlavný cieľ a čiastkové ciele práce, formulujeme problém, popisujeme výskumné vzorky, výskumné metódy, analytické kategórie a výskumné otázky. Výskumnými vzorkami sú hraný film Denník Anny Frankovej (1959) a animovaný film Hrob svätajánskych mušiek (1988). Ich výber je zámerný z dôvodu spoločného námetu, a teda príbehu spätého s obdobím druhej svetovej vojny. Interpretáciou a komparáciou výsledkov zrealizovaných analýz získavame obraz o miere spracovania vybraných filmov. Špeciálny dôraz je venovaný posúdeniu vzťahu analyzovaných výskumných vzoriek k ich predlohám.

**Kľúčové slová:** filmová adaptácia, adaptačný proces, animovaný film, film, hraný film, literárna predloha, životopisný film, druhá svetová vojna, Hrob svätajánskych mušiek, Denník Anny Frankovej.

## **Abstract**

The main aim of the thesis is the identification and detailed specification of the phraseology of the research samples – audio-visual outputs filmed on the basis of biographical literary works – realised by the research methods of narrative and discursive analysis. The theoretical part of the thesis introduces the basic axis of terminology coherent with the analysis. Subsequently we define the main aim and the partial objectives of the thesis; formulate the problem; describe the research samples, research methods, analytical categories and the research questions. The chosen research samples are – moving picture *The Diary of Anne Frank* (1959) and the animated film *Grave of the Fireflies* (1988). The choosing of research samples was deliberate and based on the similar subject in this case the subject of the Second World War. Interpretation and comparison of the results of the realised analyses is helping us to determine the quality of the adaptations. Special emphasis is dedicated to evaluating the relation between analysed research samples and the books they're based on.

**Key words:** film adaptation, adaptation process, animated film, film, moving picture, literary work, biographical film, the Second World War, *Grave of the Fireflies*, *The Diary of Anne Frank*.

## ÚVOD

Za dlhé roky, odkedy film a literatúra nadobudli status masového média a stali sa neoddeliteľnou súčasťou masovej komunikácie, prešli tieto masovokomunikačné prostriedky mnohými zmenami. Jedno však zostalo nezmenené, a to predovšetkým pretrvávajúca popularita filmu a literatúry medzi recipientmi. Existuje mnoho fanúšikov pertraktovaných médií, a to najmä z dôvodu, že ich recipienti považujú za dokonalé spojenie učenia, umenia a oddychu. V súčasnosti nie je ničím nezvyčajným prečítať si množstvo rôznorodej literatúry a zároveň pravidelne sledovať i situáciu na poli kinematografie. Hoci je každý filmový žáner špecifický, konštatujeme, že nie všetky audiovizuálne diela sú na rovnakej kvalitatívnej úrovni. V dnešnom svete, v ktorom prevláda mainstream a snaha médií uspokojiť požiadavky disperzného publika, je náročné nájsť dielo so skutočným posolstvom a vysokou výpovednou hodnotou. Práve spojenie filmu, literatúry a umenia, a teda filmovú adaptáciu životopisnej literatúry považujeme za „predzvest“ kvality filmového diela.

Jedným z najbežnejších postupov tvorby filmu vo filmovej produkcii je adaptácia literárneho diela do audiovizuálnej snímky. Popularitu využívania adaptácie literárneho textu badáme už pri vkladaní príbehov z obľúbených kníh do rôznych foriem divadelnej prezentácie. Pri takejto tvorbe filmu sú jednými z najúspešnejších predlôh nepochybne životopisné literárne diela. Hlavným cieľom predkladanej práce sa preto stáva bližšia špecifikácia výrazových prostriedkov vybraných audiovizuálnych výstupov natočených na podklade životopisných literárnych diel. Pri výbere výskumných vzoriek sme sa zamerali na mediálne obsahy, ktoré považujeme nielen my, ale i široká obec kritikov za jedny z najlepších diel v danej oblasti. Spomedzi snímok, ktorých dej je zasadený do minulosti, nás najviac zaujali vojnové filmy. Pre účely práce sme sa rozhodli priblížiť dve audiovizuálne diela, pričom obe z nich zasahujú do obdobia druhej svetovej vojny. Hovoríme konkrétne o snímkach *Denník Anny Frankovej* (1959) a *Hrob svätajánskych mušiek* (1988).

Úspech žánru „životopisný film“ natočeného na základe literárnych diel vzbudil záujem teoretikov pre preskúmanie tejto formy adaptácie. Pri spracovaní danej problematiky sa primárne opierame o diela L. Hutcheonovej, E. Cheshirea, J. D. Andrewa, G. A. Wagnera či G. Genetta. V predkladanej práci priblížime okrem teórie aj obsahovú štruktúru, inštitucionálne a marketingové charakteristiky oboch diel a taktiež symbolické (skryté aj markantné) významy, ktoré sa v analyzovaných výskumných vzorkách nachádzajú.

# 1 TEORETICKÉ VÝCHODISKÁ

## 1.1 Definovanie základných pojmov

Význam pojmu „film“ (staroangl. „fēlmen“ – blanka, tenký poťah) sa počas rokov radikálne nezmenil. Novšia literatúra charakterizuje film ako tvorivé dielo podávajúce obraz skutočnosti estetickými prostriedkami komunikácie; ide o systematický produkt kolektívnej tvorby riadenej režisérom.<sup>1</sup> Nielen režiséri, ale aj ostatní tvorcovia filmu, napríklad herci či scenáristi, nám svojim dielom chcú vždy niečo oznámiť – film je teda posolstvom, ktoré tvorcovia a producenti posielajú divákovi.<sup>2</sup> Keďže film pracuje so súborom znakov, ktorého účelom je audiovizuálne dielo čo najjednoduchšie definovať, podľa filmového teoretika Ch. Metza je preto potrebné naučiť sa ho na základe týchto znakov čítať.<sup>3</sup> Pre účely práce svoju pozornosť sústreďujeme práve na životopisný, hraný a animovaný film. Dôvodom výberu uvedených filmov je ich vysoká popularita medzi diváckou verejnosťou a taktiež individuálne preferencie autorky textu.

Hraný film je druh filmu označujúci všetky diela, v ktorých je jedným z hlavných prostriedkov realizácie zámeru hra hercov, štylizovaná kompozícia zohraného rozprávania podľa literárneho scenára a dominantnosť estetickej funkcie.<sup>4</sup> V *Cambridgskom slovníku* sa za charakteristický znak hraného filmu považuje využívanie hercov, teda ľudí, ktorí jednú neprirodzene pre účely príslušného diela.<sup>5</sup> Na záver spomenieme S. Neuhausu – ten súhrnne definuje hraný film ako mediálny obsah, ktorého základom je „životnosť“ a potreba hercov.<sup>6</sup>

Animovaný film patrí medzi ďalší populárny druh filmu. Základným princípom animovaného filmu je animácia, čo znamená „oživenie“ kreslených, grafických alebo priestorových predmetov nasnímaných na samostatných políčkach filmového pásu a usporiadaných v jednotlivých fázach za sebou vytvárajúc konečný pohyb. V prípade animovaného filmu sa však nereprodukuje skutočný pohyb, čo tvorí základný rozdiel medzi animovaným a hraným filmom.<sup>7</sup> Táto ilúzia pohybu vzniká pomocou premietnutia súvislého radu filmových políčok.<sup>8</sup> Medzi typické prejavy animovaného filmu patrí napríklad špeciálna

<sup>1</sup> REIFOVÁ, I. a kol.: *Slovník mediální komunikace*. Praha : Portál, 2004, s. 64.

<sup>2</sup> LOTMAN, J. M.: *Semiotika filmu a problémy filmovej estetiky*. Bratislava : VŠMU, 1984, s. 10.

<sup>3</sup> KULKA, J.: *Psychologie umění*. Praha : Grada, 2008. s. 327-328.

<sup>4</sup> Ibidem, s. 348.

<sup>5</sup> *Live Action*. [online]. [2017-02-15]. Dostupné na: <<http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/live-action>>.

<sup>6</sup> NEUHAUS, S.: *Literatur im Film: Beispiele einer Medienbeziehung*. Königshausen & Neumann : 2007, s. 356.

<sup>7</sup> BLECH, R. a kol.: *Encyklopédia filmu*. Bratislava : Obzor, 1993, s. 34.

<sup>8</sup> *Animovaný film*. [online]. [2017-02-05]. Dostupné na: <<http://www.medialnavychova.sk/animovany-film/>>.

štruktúra metaforickej štylizácie či pomerne voľné manipulovanie s pretvoreným a vymysleným časom a priestorom.<sup>9</sup>

Životopisný film zaraďujeme medzi filmové žánre, nie druhy. Uvedené potvrdzuje aj filmový teoretik R. Blech, ktorý charakterizuje životopisný film ako žáner hraného filmu zobrazujúci komplexne alebo v istom výseku životné osudy významných osobností histórie, politiky, kultúry a vedy, ľudí vynikajúcich vlastností, schopností a zásluh, tvorcov a hľadačov nových ciest napredovania ľudstva.<sup>10</sup> Dané tvrdenie však nemožno považovať za úplne správne. Poznáme mnoho prípadov, kedy je životopisný film žánrom nielen hraného, ale aj animovaného filmu. Ako príklad spomenieme snímku *Hrob svätajánskych mušiek* (1988) alebo film *Persepolis* (2007).

Filmový teoretik E. Cheshire vo všeobecnosti definuje životopisný film ako film, ktorý opisuje život skutočnej osoby žijúcej v minulosti alebo súčasnosti – nejde o fikciu, zobrazuje sa ním pravda. Autor dodáva, že pri tomto žánri nemožno stanoviť skupinu striktné daných znakov či konvencií. Náhl'adom do sféry naratívneho, štruktúrného a formálneho spracovania životopisného filmu však možno podať „správu“ o komplexnosti tohto žánru:<sup>11</sup>

- pre producentov a distribútorov sú tieto filmy atraktívne vďaka tomu, že predloha je hotová, hrdina ako subjekt je dobre známy a film má často fanúšikov ešte pred jeho vydaním;
- dôležité je určiť, čo je možné vynechať, čo je potrebné do filmu zakomponovať a ako vytvoriť drámu z vnútorných monológov, pričom životopisný film môže zobrazovať celé obdobie života postavy (napr. *Teória všetkého*, 2014; *Edith Piaf*, 2007) alebo len jej časť, pokiaľ je táto časť najdôležitejším obdobím a stačí na to, aby poskytla o postave všetky dôležité informácie (napr. *Pianista*, 2002; *Vlk z Wall Street*, 2013);
- naratívna štruktúra môže obsahovať chronologický pohľad na život postavy v úplnom lineárnom poradí od začiatku až po koniec udalosti (napr. *Dánske dievča*, 2015), môže striedať minulé a budúce časové úseky časti udalosti (napr. *Amy*, 2015) alebo hovoriť retrospektívne (napr. *Moc a sláva*, 1933);
- výber známeho a obľúbeného herca do filmu nemusí znamenať úspech filmu;
- na komplexnosti životopisného filmu sa podieľa aj spôsob spracovania mužských a ženských postáv. V danom bode spomenieme amerického profesora D. Binghamu – filmy o mužoch podľa neho prechádzali vývojovými fázami od oslavných filmov po vyšetrujúce, postmoderné snímky a neskôr smerovali až k paródii (*Statočné srdce*, 1995; *Vlk z Wallstreet*,

<sup>9</sup> BLECH, R. a kol.: *Encyklopédia filmu*. Bratislava : Obzor, 1993, s. 34, 348.

<sup>10</sup> Ibidem, s. 924.

<sup>11</sup> CHESHIRE, E.: *Bio-pics: A Life in Pictures*. London, New York : Wallflower Press, 2015, s. 1-8, 10-16.

2013). Naopak, filmy o ženách zväčša zobrazovali utrpenie, šikanovanie či zlyhanie kultúry, v ktorej v danej dobe prevládal strach z toho, že by ženy mohli byť súčasťou verejnej sféry (*Utrpenie panny Orleánskej*, 1928; *Za zvukov hudby*, 1965).<sup>12</sup>

V prípade životopisného filmu existuje mylná predstava o potrebe sprostredkovania života reálne žijúcej postavy alebo postáv bezprostredne pomocou hraného filmu. Existuje však veľa prípadov, kedy sa za vhodnejší druh takéhoto spracovania vníma práve animovaný film. Z uvedeného dôvodu si ako výskumné vzorky vyberáme dva celosvetovo úspešné životopisné filmy, z ktorých jeden z nich zaradíme medzi animovaný a druhý medzi hraný film. V oboch prípadoch sú audiovizuálne diela spracované na základe literárnej predlohy s podobným tematickým zameraním – hovoríme teda o filmovej adaptácii literárneho diela.

## 1.2 Filmová adaptácia ako atraktívny spôsob mediálnej produkcie

„Adaptácia“ (lat. „adaptātiōn“ – prispôbiť sa) je tvorivá a interpretujúca transpozícia diela alebo diel, ktoré sú v nej rozpoznateľné. Označiť ju môžeme aj ako proces, v ktorom medzi najdôležitejšie časti patrí jej komunikačná stránka, sociálna stránka a forma.<sup>13</sup> L. Hutcheonová zdôrazňuje dôležitosť foriem adaptácie a na základe ich formálnych zložiek ich rozdeľuje na tri skupiny:

1. „telling“ (rozprávanie)  $\leftarrow \rightarrow$  „showing“ (zobrazovanie),
2. „showing“ (zobrazovanie)  $\leftarrow \rightarrow$  „showing“ (zobrazovanie),
3. interakcia  $\leftarrow \rightarrow$  „telling“ (rozprávanie) alebo „showing“ (zobrazovanie).

Pre potreby práce sa zameriame sa na špecifický typ adaptácie – na filmovú adaptáciu – ktorá spadá do každej z vymenovaných skupín, pričom proces prechádza jednosmerne, teda „telling“ alebo „showing“ alebo „interakcia“  $\rightarrow$  „showing“. „Showing“ pritom môže predstavovať akýkoľvek druh umenia, ktorého cieľom je niečo ukázať.<sup>14</sup> Znamená to, že sa rozprávaný, ukazovaný alebo akokoľvek inak vytvorený príbeh mení na dielo zobrazované, ktorého príbeh vníma divák zrakom a sluchom. Filmovú adaptáciou teda charakterizujeme ako transformovanie umeleckých diel priamo do filmového scenára a následne do filmového diela. Ide zväčša o adaptáciu epických diel (poviedky, románu a pod.) alebo dramatických diel (divadelná hra) do filmu.<sup>15</sup>

<sup>12</sup> CHESHIRE, E.: *Bio-pics: A Life in Pictures*. London, New York : Wallflower Press, 2015, s. 1-8, 10-16.

<sup>13</sup> *Adaptation*. [online]. [2017-02-07]. Dostupné na: <<http://www.dictionary.com/browse/adaptation>>.

<sup>14</sup> HUTCHEONOVÁ, L.: Co se děje při adaptaci? In *Illuminace*, 2010, 1/2010, s. 23-33.

<sup>15</sup> LEVINSKÝ, O. a kol.: *Film a filmová technika*. Praha : SNTL, 1974, s. 9.

Hlavnou úlohou filmovej adaptácie je podľa O. Levinského a A. Stránskeho zachovanie idey diela a nachádzanie čo najvhodnejšieho a najúčinnějšíeho spôsobu realizácie filmového vyjadrenia.<sup>16</sup> Je však samozrejmé, že nie všetky filmové diela prešli rovnakým spôsobom realizácie. Z uvedeného dôvodu G. A. Wagner pomenoval tri spôsoby ich adaptácie:

1. *transpozícia* – priame prepojenie predlohy a filmu s čo najmenšími odchýlkami (napr. snímka *Princezná Nevesta*, 1987; rovnomenný román Williama Goldmana, 1973),
2. *komentár* – originál predlohy je pochopený a vo filmovom diele úmyselne alebo neúmyselne zmenený (napr. séria filmov o Harry Potterovi, 2001 – 2011),
3. *analógia* – pomerne značný odklon od predlohy (napr. *Darca*, 2014; rovnomenná literárna predloha od autorky Lois Lowry, 1993).<sup>17</sup>

J. D. Andrew sa o desaťročie neskôr zaoberal otázkou, či je možné predlohu transformovať do filmového diela úplne, pričom skúmal prípady filmových adaptácií, v ktorých je predloha vnímaná len ako jeden zo zdrojov tvorby filmu. Na základe nadobudnutých vedomostí zadefinoval tri spôsoby adaptácie:

1. *vypožičanie* – umelec nahrádza nápad alebo formu predlohy,
2. *pretínanie* – jedinečnosť predlohy je ponechaná v „surovom“ stave, neprispôbuje sa potrebám filmového diela,
3. *transformácia* – snaha o vytvorenie dokonalého filmového diela spôsobuje výraznú zmenu v predlohe.<sup>18</sup>

S vymedzením spôsobov procesu adaptácie filmového diela G. A. Wagnera a J. D. Andrewa vzniká potreba zdokonaľiť načrtnutú teoretickú rovinu a vytvoriť univerzálnu a všeobecne platnú kategorizáciu jednotlivých spôsobov filmovej adaptácie. K. Elliottová v nadväznosti na zmienené definuje šesť kritických prístupov k rozdielnym formuláciám vzťahu medzi formou a obsahom. Hovorí konkrétne o koncepte psychiky, genetiky, rozprávania bez rozprávača, rozpadu, stelesňovania a tromfu.<sup>19</sup> Na koncepty K. Elliottovej nadväzuje G. Genette rozdeľujúc spôsoby prepojenia dvoch textov (literárnej predlohy a filmového scenára), ktoré hádam najvýznamnejším spôsobom vplývajú na podobnosť filmového spracovania s literárnou predlohou. Hovorí konkrétne o:

- *intertextualite* – jeden text dominuje v druhom napr. citáciami, narážkami,
- *paratextualite* – snaha o absolútne prepojenie textov, napr. rovnakými názvami,

---

<sup>16</sup> Ibidem.

<sup>17</sup> WAGNER, G. A.: *The Novel and the Cinema*. Rutherford : Fairleigh Dickinson UP, 1975, s. 24-28.

<sup>18</sup> ANDREW, J. D.: *Concepts in Film Theory*. New York : Oxford University Press, 1984, s. 98-100.

<sup>19</sup> LEITCH, T.: *Film Adaptation and Its Discontents: From Gone with the Wind to The Passion of the Christ*. Baltimore : The Johns Hopkins University Press, 2009, s. 93-95.

- *metatextualite* – komentujúci charakter, v scenári sú referencie z literárnej predlohy,
- *hypertextualite* – spojenie textov bez potreby citácie, rovnakých názvov a pod.,
- *architextualite* – podobnosť textov založená na všeobecných narážkach a spoločných pravidlách.<sup>20</sup>

Ideálna situácia nastáva, keď pri filmovej adaptácii stojí každý zo spomínaných spôsobov samostatne a má vlastné znaky, ktoré vkladá do adaptácie a ktoré môžeme označiť aj ako „znaky filmového adaptačného procesu“. Tieto koncepty sa však takmer vždy navzájom prekrývajú a dopĺňajú. Určiť jednotný systém procesu adaptácie platný pre všetky predlohy adaptované do filmového diela tým pádom nie je možné. Napriek tomu si tieto koncepty zachovávajú niektoré znaky, ktoré možno nájsť u väčšiny adaptácií.<sup>21</sup> Rovnako tomu je aj pri transformácii životopisnej literatúry priamo do prostredia filmu.

### 1.3 Filmová adaptácia literárnych diel – interpretácia významu a postavenia životopisnej literatúry vo filme

Na základe definície L. Hutcheonovej môžeme filmovú adaptáciu literárnych diel zaradiť pod formu „telling“ → „showing“. Tento proces je jednosmerný. Prechádzame od tlačeného diela, ktoré nám „hovori“ príbeh k audiovizuálnemu dielu, ktoré nám ho ukazuje.<sup>22</sup> Pri takomto prechode je potrebné „dramatizovať“ adaptáciu – literárny text a jeho vnútorné myšlienky sa prenášajú do hovoreného slova, zvukov, činností a vizuálnych obrazov.<sup>23</sup>

Niektorí teoretici, medzi ktorých patrí aj R. Stam, zastávajú názor, že literatúra bude mať vždy axiomatickú prevahu nad svojou adaptáciou, pretože je jednou z najstarších foriem umenia.<sup>24</sup> Filmová adaptácia je teda podľa nich chápaná v slabšej pozícii oproti originálnemu literárnemu textu, z ktorého sa tvorí. Tento názor však mnohí filmoví teoretici považujú za zastaraný. Napríklad M. H. Snyderová poukazuje na dôležitosť „myslenia do budúcností“ pri písaní každého literárneho diela – spisovateľa by mali premýšľať nad tým, ako príbeh podať čo najlepšie a najzrozumiteľnejšie v prípade, že by mal byť použitý vo filme.<sup>25</sup>

<sup>20</sup> GENETTE, G.: *Palimpsests: Literature in the Second Degree*. Lincoln, London : University of Nebraska Press, 1997, s. 1-8.

<sup>21</sup> Ibidem.

<sup>22</sup> HUTCHEONOVÁ, L.: Co se děje při adaptaci? In *Illuminace*, 2010, 1/2010, s. 27-28.

<sup>23</sup> LODGE, D.: Adapting Nice Work for Television. In REYNOLDS, P. (ed.): *Novel Image: Literature in Performance*. London : Routledge, 1993, s. 196-200.

<sup>24</sup> STAM, R.: Beyond Fidelity: The Dialogics of Adaptation. In NAREMORE, J.(ed.): *Film Adaptation*. New Brunswick : Rutgers University Press, 2000, s. 58.

<sup>25</sup> SNYDER, M. H.: *Analyzing Literature-to-Film Adaptations. A Novelists Exploration and Guide*. New York, London : The Continuum International Publishing Group, 2011, s. 4.



Adaptovať možno literatúru akéhokoľvek druhu alebo žánru, napríklad novelu, rozprávku, životopis či báseň. Takýto druh adaptácie je pre tvorcov výhodný, pretože literárne dielo je ako produkt hotové a na trhu testované. Príbeh a postavy sú už populárne, stačí ich len „rozšíriť“ medzi divákov.<sup>26</sup> Konštatujeme tiež, že medzi literárnou predlohou a filmom badať množstvo odlišností. Vernosť adaptácie závisí od schopnosti a šikovnosti tvorcov filmu vkladať do filmového diela surový, prvotný príbeh, sprostredkovať srdce a dušu literárnej predlohy. Miera totožnosti závisí najmä od správnosti pochopenia významu predlohy a skúseností, zručností či citového rozpoloženia tvorcov filmu. Preto považujeme za takmer nemožné vytvoriť stopercentne totožnú adaptáciu.<sup>27</sup> Tu je dôležité podotknúť, že práve filmová adaptácia životopisnej literatúry je v súčasnosti založená na myšlienke vrstvenia interpretácií. Prvýkrát interpretuje autor literárnej predlohy, a to nehmatateľné prvky (deje, myšlienky, pocity a pod.) na základe svojho subjektívneho postoja a vzniká tak hmatateľný literárny text. Ďalšia interpretácia prebieha pri vkladaní životopisnej literárnej predlohy priamo do filmu, pričom na prvom mieste v tomto prípade stojí režisér – literárny text mení na vizuálny alebo audiovizuálny prostriedok komunikácie na základe vlastného subjektívneho pochopenia a vysvetlenia literárnej predlohy. Režisér môže začať s tvorbou filmu až vtedy, keď správne interpretuje posolstvo, ktoré do predlohy zakódoval jej autor, teda spisovateľ.

Na súčasné využitie životopisnej literatúry vo filme sa z uvedeného dôvodu niektorí významní teoretici pozerajú kriticky. Napríklad D. Bingham súhlasne tvrdí, že korektná adresnosť posolstva závisí od príjemcov v rovnakej miere ako od tvorcov snímky. „Záchranu“ tohto žánru vidí v opätovnom dodržiavaní základných charakteristík životopisných príbehov a následnom uznaní životopisného filmu ako plnohodnotného žánru po konvenčnej a historickej stránke. Nepochopenie filmu založeného na adaptácii životopisnej literárnej predlohy podľa neho súvisí s jeho zamieňaním s dokumentárnym filmom a tiež nevhodnou identifikáciou cieľového diváka.<sup>28</sup> U životopisného filmu však aj napriek rôznym prístupom a názorom k jeho spracovaniu zo strany odbornej verejnosti badáme tendenciu jeho vzrastajúcej diváckej popularity. Oblúbené je aj využívanie literárnej predlohy poskytujúcej informácie o živote vybranej osoby.

---

<sup>26</sup> GIANNETTI, L.: *Understanding Movies*. 8. Vyd. Richmond : Alliedvision Group LLC, 1998, s. 390-394.

<sup>27</sup> Pre viac informácií, pozri: DEAN, J.: *Adapting History and Literature into Movies*. In *American Studies Journal*, 2009, Vol. 10, No. 53.

<sup>28</sup> NADEL, I.: *Whose Lives Are They Anyway? The Biopic as Contemporary Film Genre* (review). In *a/b: Auto/Biography Studies*, 2011, Vol. 26, No. 1, s. 171.

## 2 CIEĽ A METODIKA PRÁCE

### 2.1 Vymedzenie hlavného cieľa a čiastkových cieľov

Hlavným cieľom práce je na základe teoretických východísk spracovaných pomocou metód logickej analýzy textu v kombinácii so zrealizovanou naratívnou a diskurzívnou analýzou definovať a bližšie špecifikovať výrazové prostriedky vybraných výskumných vzoriek – audiovizuálnych výstupov natočených na podklade životopisných literárnych diel. Medzi parciálne ciele zaraďujeme objasnenie základnej terminologickej osi, naratívnu a diskurzívnu analýzu dvoch výskumných vzoriek, interpretáciu dát, ich následnú komparáciu a na záver i posúdenie vzťahu zvolených výskumných vzoriek k ich literárnym predlohám.

### 2.2 Výber výskumnej vzorky

Výskumnú vzorku práce tvoria dva životopisné filmy založené na adaptácii literárnych predlôh vychádzajúce z prostredia druhej svetovej vojny. Prvou snímkou je vojnová dráma – americký hraný čiernobiely film s názvom *Denník Anny Frankovej* (orig. *The Diary of Anne Frank*, 1959) režírovaný Georgeom Stevensom. *Denník Anny Frankovej* je životopisným rodinným filmom doplneným prvkami drámy. Kvalitné filmové spracovanie, herecké výkony, silný príbeh a posolstvo predznamovali úspech tohto filmu, ktorý trvá doteraz. Snímka dosiahla 24 nominácií, z čoho vzišlo až 9 výhier.<sup>29</sup> Druhou výskumnou vzorkou je taktiež vojnová dráma – japonská farebná animovaná snímka považovaná aj za „rozprávku pre dospelých“ s názvom *Hrob svätotajánskych mušiek* (orig. *Hotaru no Haka*, 1988) režiséra Isaoa Takahataa. Táto snímka je považovaná za klasiku, najmä v oblasti japonského „anime“. Film za svoje prevedenie získal 3 ocenenia.<sup>30</sup>

### 2.3 Vymedzenie výskumných metód a výber analytických kategórií

V empirickej časti práce uplatňujeme výskumné metódy naratívnej a diskurzívnej analýzy s cieľom bližšie špecifikovať výrazové prostriedky vybraných filmov natočených na podklade životopisných literárnych diel. Naratívna analýza sa sústreďuje na skúmanie rozprávania ako spontánneho spôsobu výpovede človeka, ktorý je vyjadrením ľudskej podstaty a vytvára príbeh; je predmetom skúmania mnohých disciplín, napr. aj filmovej

---

<sup>29</sup> *The Diary of Anne Frank*. [online]. [2017-02-07]. Dostupné na: <<http://www.imdb.com/title/tt0052738/>>.

<sup>30</sup> AKIMOTO, D.: Peace education through the animated film "Grave of the Fireflies": Physical, psychological, and structural violence of war. In GHOTBI, N. (ed.): *Ritsumeikan Journal of Asia Pacific Studies*. Beppu : Ritsumeikan Center for Asia Pacific Studies, 2014, s. 33.

teórie, v rámci ktorej konkrétne prebieha analýza estetickej a kompozičnej stránky príbehu, ktorý má začiatok, stred a koniec.<sup>31</sup> Prvky skúmané naratívnou analýzou teda zaradujeme do troch všeobecných skupín: *kompozičná stránka príbehu* – miesto a čas, kde sa príbeh odohráva, *dramatická štruktúra* – skúmanie deja, postáv a ich vzájomných vzťahov, *estetická stránka príbehu* – zaradenie diela do druhovej, žánrovej a dramaturgickej štruktúry.<sup>32</sup> Na druhej strane stojí diskurzívna analýza využívajúca pojem „diskurz“ – ide o súbor všetkých textov týkajúcich sa danej témy, prípadne rozšírenie textov o vzťahy ich produkcie a vnímania recipientmi. Vychádzajúc z N. Fairclougha definujeme šesť krokov, ktorých dodržiavanie pri štúdiu mediálneho obsahu má priniesť výsledok v podobe kvalitnej diskurzívnej analýzy: *skúmanie vplyvu kultúrno-spoločenských zmien na obsah; výskum detailov jazyka, jeho textúry; výskum produkcie a percepcie textu; výskum inštitúcií a širšieho socio-kultúrneho kontextu vrátane mocenských a ideologických vzťahov; intertextová analýza žánrov a diskurzov či prezentácia a konštitúcia vzťahov a identít v rámci textov.*<sup>33</sup>

Vychádzajúc z vyššie uvedeného si pre účely empirickej časti práce volíme niekoľko analytických kategórií. V prípade naratívnej analýzy hovoríme o: *produkčných aspektoch; námete; hlavnej myšlienke; kompozičnej stránke príbehu (miesto a čas) a dramaturgickej štruktúre narácie (postavy a dej)*. Analytické kategórie určujeme aj pri diskurzívnej analýze. Skúmame konkrétne: *prácu so žánrom; postavenie príbehu a predlohy vo filme; zobrazenie života hlavnej postavy; postavu a jej vzťah k hercovi; spôsob práce s ideou predlohy; spôsob prepojenia dvoch textov a zameranie na špecifické aspekty filmu.*

## 2.4 Výber výskumných otázok

Na základe analytických kategórií si následne môžeme vymedziť výskumné otázky:

1. *Ako analyzované vzorky pracujú s kompozičnými, estetickými, dramaturgickými a produkčnými prvkami, ktoré tvoria ich výslednú naratívnu štruktúru?*
2. *Do akej miery dochádza k uplatneniu jednotlivých princípov a pravidiel súvisiacich s adaptáciou literárnej predlohy do analyzovaných vzoriek? Ako skúmané snímky pracujú s diskurzom – žánrom, textúrou, socio-kultúrnym kontextom a podobne?*
3. *Nakoľko sú analyzované výskumné vzorky podobné svojim literárnym predlohám v zmysle uplatnenia konkrétneho typu adaptácie a iných prvkov súvisiacich s procesom transformácie literárnej predlohy priamo do filmu?*

<sup>31</sup> GAVORA, P.: *Sprievodca metodológiou kvalitatívneho výskumu*. Bratislava : Regent, 2006, s. 35-36.

<sup>32</sup> BURTON, G., JIRÁK, J.: *Úvod do studia médií*. Brno : BARRISTER & PRINCIPAL, 2001, s. 218, 219.

<sup>33</sup> TRAMPOTA, T., VOJTĚCHOVSKÁ, M.: *Metody výzkumu médií*. Praha : Portál, 2010, s. 169-172, 181.

## 3 EMPIRICKÁ ČASŤ

### 3.1 *Denník Anny Frankovej (The Diary of Anne Frank, 1959)*

#### 3.1.1 Naratívna analýza

##### a) **Produkčné aspekty diela**

*Denník Anny Frankovej* bol režírovaný Georgeom Stevensom pod „taktovkou“ významnej a uznávanej filmovej spoločnosti *Twentieth Century Fox Film Corporation*. Mal premiéru 18. marca 1959, pričom táto snímka dosiahla vysoký konečný zisk (2,3 milióna amerických dolárov – vstupy z kín) a bola distribuovaná početnými distribučnými spoločnosťami. V rámci aktuálneho ratingu medzinárodnej internetovej databázy filmov (*IMDB*) je snímka zaradovaná medzi mimoriadne kvalitné a hodnotné snímky (7,4/10).<sup>34</sup>

##### b) **Námet diela**

Námetom vybraného filmu je literárna predloha s názvom *Denník Anny Frankovej*, ktorú počas vojny napísala samotná Anna Franková. Po jej smrti a po konci druhej svetovej vojny sa Annin otec Otto Frank v roku 1947 postaral sa o vydanie jej denníka. Ten sa rýchlo stal obľúbeným, o čom svedčí aj množstvo jeho zrealizovaných adaptácií. Príkladom je aj režisér George Stevens, ktorý ho adaptoval do nami analyzovaného filmu, pričom si pri svojej práci všimol aj úspech rovnomennej divadelnej hry z roku 1955 – z nej „prebral“ dobre vystavaný scenár A. Hacketta a F. Goodricha a dokonca i niektorých hercov.

##### c) **Hlavná myšlienka**

Hlavným posolstvom snímky *Denník Anny Frankovej* je prostredníctvom príbehu hlavnej postavy Anny a vedľajších postáv Margot a Petra reflektovať všetky úskalia súvisiace s dospievaním dieťaťa v časoch vojny. Prostredníctvom Anninho optimizmu je zobrazovaná detská nevinnosť, ktorá sa neskôr mení na vnútornú silu mladej ženy.

##### d) **Kompozičná stránka príbehu (miesto a čas)**

Dej sa odohráva v Amsterdame, v hlavnom meste Holandska, pričom nám autor príbehu približuje obdobie dvoch rokov, počas ktorých sa rodiny skrývajú pred nacistami vo svojich úkrytoch, konkrétne od 9. júla 1942 (príchod van Daanovcov do úkrytu) do 4. augusta 1944 (násilné odvedenie rodín do koncentračných táborov). Príbeh je koncipovaný prevažne do interiéru podkrovia továrne, kde rodiny prebývajú a kde sa ukrývajú pred nepriateľmi.

---

<sup>34</sup> Pre viac informácií o produkčných detailoch analyzovanej snímky pozri: *The Diary of Anne Frank (1959)*. [online]. [2017-02-07]. Dostupné na: <[http://www.imdb.com/title/tt0052738/?ref\\_=nv\\_sr\\_1](http://www.imdb.com/title/tt0052738/?ref_=nv_sr_1)>.

Vidíme aj vonkajšie okolie prostredníctvom krátkych ukážok. Skutočnosť, že príbeh je založený na podklade reálnych udalostí dokazujú napríklad prehovory nacistických stúpcov prostredníctvom rádia či zábery na zostreľovanie nepriateľských lietadiel nad mestom.

e) **Dramaturgická štruktúra narácie (postavy)**

V snímke rozlišujeme celkom desať postáv – tri ukrývajúce sa rodiny a dvoch rodinných priateľov. Hlavnou postavou je Anna Franková rozprávajúca príbeh o sebe a o svojich blízkych. Annu považujeme na základe archetypálneho rozdelenia za „animu“ (venuje sa domácim prácam, prispôsobuje sa rozhodnutiam mužského pohlavia), u ktorej nachádzame mužské prvky „animusa“ (je vnútorne silná, občas sa snaží presadiť svoj názor). Vedľajšími postavami sú: Otto Frank, Edith Franková, Margot Franková, Peter van Daan, Hans van Daan, Petronella van Daan, Dussel, Miep Giesová, Krauler. V snímke ďalej nachádzame pozitívne i negatívne vzťahy medzi týmito referentami, čo pramení prevažne zo skutočnosti, že muži sú tu zobrazovaní ako silní vodcovia, ktorí sa snažia poradiť si so všetkými problémami, zatiaľ čo ženy často vidáme v úlohe tichých, nežných a ústretových gazdín.

g) **Dramaturgická štruktúra narácie (dej)**

Vybrané audiovizuálne dielo využíva základnú štruktúru rozprávania príbehu definovanú Aristotelom. Vo vybranej snímke ide o postupnosť fáz v nasledovnom poradí: *úvodná rámcujúca vsuvka* (zobrazenie súčasnosti; príchod Otta Franka do podkrovia, kde sa skrýval spolu s rodinou), *expozícia* (oboznámenie diváka s miestom a príčinou ich trápenia; zobrazenie života rodín v podkroví), *kolízia* (vojnová situácia sa nezlepšuje; postavy začínajú psychicky upadať; zhoršujú sa medzi nimi medziľudské vzťahy), *kríza* (podkrovie čiastočne zničí bomba; do budovy prichádza polícia, tá ich však neodhalí; napätie sa stupňuje; Anna nachádza oporu v Petrovi), *peripetia* (sled neriešených udalostí a zvrátov – jedla ubúda, situácia v krajine stagnuje, vzťahy medzi rodinami sa vyostrejujú), *katastrofa* (odhalenie rodín policajtmi a ich odvedenie do koncentračných táborov) a *záverečná rámcujúca vsuvka* (súčasnosť; Otto informuje o tom, čo sa stalo s rodinami po ich odvedení). Z hľadiska časového usporiadania príbehu môžeme hovoriť o retrospektíve, ktorá tvorí jednu rozsiahlu časť medzi dvomi rozprávami Otta Franka zo súčasnosti (budeme ich považovať za rámcujúce vsuvky). Recipientovi je ponúkaný aj subjektívny pohľad hlavnej hrdinky na odohrávajúce sa udalosti. Režisér ich do filmu vkladá prostredníctvom vnútorných monológov, kedy Anna Franková divákovi číta úryvky priamo zo svojho denníka. V snímke teda rozoznávame dvoch rozprávačov – Otta Franka a Annu Frankovú.

### 3.1.2 Diskurzívna analýza

#### a) Práca so žánrom

Dielo *Denník Anny Frankovej* využíva žánrové prelínanie, je vojnovou drámou, životopisným a zároveň aj rodinným filmom. Vybraná snímka preberá z drámy vážnosť príbehu, z vojnového žánru uplatňuje prvky zobrazovania situácie počas druhej svetovej vojny; zo žánru „životopisný film“ aplikuje základný znak tohto žánru – rozprávanie o živote skutočných ľudí z minulosti. V analyzovanej snímke pozorujeme aj ďalší znak životopisného filmu, ktorým je atraktivita tohto žánru z hľadiska producentských a distribučných stratégií.

#### b) Postavenie príbehu a predlohy vo filme

Literárna predloha v podobe denníka sa stala rýchlo obľúbenou. Dôvod jej popularity bol jednoduchý – publikácia priniesla do sveta literatúry v tej dobe (konkrétne v roku 1947) prvotinu, a teda denník zachytávajúci spoločenskú situáciu, emócie a náročnosť života tých, ktorí sa pre svoje vierovyznanie museli skrývať pred nacistami. Celý príbeh je zachytený očami mladého dospievajúceho dievčaťa; zároveň je spracovaný na podklade reálnych udalostí. Potenciál silného posolstva príbehu využili v roku 1955 F. Goodrich a A. Hackett, ktorí vytvorili rovnomennú divadelnú hru predvádzanú na Broadwayi. O štyri roky na to mala premiéru nami skúmaná snímka *Denník Anny Frankovej*. Pre distribučné a producentské spoločnosti bola a stále aj je literárna predloha nami analyzovaného filmu naozaj atraktívna. Svedčí o tom fakt, že na motívy denníka bolo nakrútených ďalších 21 snímok po celom svete.

#### c) Zobrazenie života hlavnej postavy

Snímka zobrazuje život hlavnej postavy Anny Frankovej v chronologickom slede podľa toho, ako písala svoj denník. George Stevens využíva prehovory samotných postáv k divákovi vo forme tzv. vnútorným monológov. Počas snímky pozorujeme, ako 13-ročná Anna prechádza všetkými fázami dospievania (chápaného skôr z psychologického stránky). Počas dvoch rokov v uzavretom priestore, kde nemôže robiť takmer nič iné ako pomáhať s domácimi prácami a učiť sa, je prinútená viac premýšľať ako konať. Nie je rozptyľovaná pôžitkami vonkajšieho sveta, ale narážkami ostatných obyvateľov podkrovia na jej nevhodné správanie. Dostane sa tak hlbšie do svojho vnútra, kedy premýšľa, čo robí zle.

#### d) Postava a jej vzťah k hercovi

Annu Frankovú vo filme stvárňuje Millie Perkins, ktorá bola do tejto roly obsadená na základe úspechu rovnomennej divadelnej hry, v ktorej stvárňovala príslušnú postavu. Pri výbere hlavnej postavy mal určité slovo aj skutočný Otto Frank. Medzi skutočnou Annou

a Millie vidíme podobné fyzické črty – obe dievčatá sú štíhle, tmavovlasé a s podobnými črtami tváre. Millie ako jemné, no rozhodné dievča so silnou osobnosťou vytvára paralelu medzi ňou a vnútornými charakteristikami osobnosti hlavnej postavy.<sup>35</sup>

e) **Spôsob práce s ideou predlohy, resp. spôsob filmovej adaptácie**

V prípade nami vybranej výskumnej vzorky môžeme pri spôsobe filmovej adaptácie hovoriť o *komentári* a *transformácii*. Znaký kategórie *komentár* nachádzame najmä v úmyselnej či neúmyselnej zmene deja, udalostí a celkového vystavania literárneho príbehu vo filmovom spracovaní. Zisťujeme, že v predlohe sa Anna venuje svojim vnútorným pocitom, daniu v podkroví a politickej situácii počas vojny zhruba v rovnako veľkom rozsahu. Filmové spracovanie sa sústreďuje skôr na zobrazovanie udalostí a konania rodín v podkroví, zatiaľ čo literárna predloha na vonkajšie a vnútorné prežívanie hlavnej hrdinky. V snímke nachádzame úsilie o zobrazenie Anniných pocitov cez jej správanie a vnútorné monológy, ktoré však slúži len na akési „podfarbenie“ snímky a je využité v menšom rozsahu. Stretávame sa aj s vynechávaním udalostí, ich zamieňaním v časovom slede či úplnou zmenou s cieľom vytvoriť dokonalé filmové dielo, čo je znakom *transformácie*.

f) **Spôsob prepojenia dvoch textov**

Pre účely prepojenia audiovizuálneho a príslušného literárneho diela snímka aplikuje *metatextualitu* a *architextualitu*. *Metatextualita* úzko súvisí s vyššie aplikovanou kategóriou *komentára*, a to najmä z dôvodu, že film sa nesnaží o úplné prepojenie textov a má skôr komentujúci charakter. V scenári nachádzame referencie z literárnej predlohy, avšak nemôžeme hovoriť o dominancii knihy vo filme – celkový dej, prehovory postáv i čiastkové udalosti sú v niektorých prípadoch výrazne pozmenené. Texty sú však založené na všeobecných narážkach a spoločných pravidlách, čo znamená, že navzdory čiastkovým vonkajším zmenám sa obe umelecké diela snažia pracovať na rovnakom princípe. V danej súvislosti tvrdíme, že aj napriek relatívne veľkej diverzite medzi knihou a jej filmovou adaptáciou ostávajú myšlienky a posolstvá predlohy a zároveň i snímky rovnaké. Na základe uvedeného konštatujeme, že v prípade prepojenia oboch textov hovoríme aj o *architextualite*.

g) **Zameranie na špecifické aspekty filmu**

Pri porovnaní literárnej predlohy s rovnomennou snímkou sa stretávame s rôznymi skutočnosťami. Niektoré udalosti, ktoré sú v knihe obsiahnuté, v snímke chýbajú (napr. neustále úpravy podkrovia, kedy Petrov otec majstroval s drevom, menili závesy), sú

---

<sup>35</sup> *The Diary of Anne Frank (1959)*. *Trivia*. [online]. [2017-03-19]. Dostupné na: <<http://www.imdb.com/title/tt0052738/trivia>>.

čistočne pozmenené (napr. Anna a Peter sú v literárnej predlohe priateľmi oveľa skôr) alebo zmenené úplne (napr. v knihe chodilo do podkrovia navštevovať rodiny až 6 ľudí, niektorí u nich aj prespávali). Zmeny nachádzame aj vo vnútorných monológoch Anny – v snímke ide väčšinou o akési zosumarizovanie jej pocitov a myšlienok, zatiaľ čo v knihe sú emócie hlavnej hrdinky i udalosti z podkrovia rozpísané podstatne obsirnejšie a podrobnejšie. Okrem monológov nastávajú aj zmeny v dialógoch – režisér ich kompletne mení a v celom filme nenájdeme ani jeden prehovor postavy, ktorý je totožný s knižnou predlohou. Rámcovanie snímky pohľadmi do súčasnosti nachádzame aj v knižnej predlohe v častiach *O tejto knihe a Doslov*. Režisér využíva vo filme špecifické technické kódy pre potreby vyjadrenia Anniných pocitov, ktoré sú v literárnej predlohe veľmi detailne popísané (ide napr. o tzv. „prelínačky“ – divák je informovaný o striedaní väčších časových úsekov). Konkrétny „technický vzorec“ recipient dokáže rozoznať a rýchlo si naň navykne. Na spojenie dejových línií a umocnenie posolstva sa využíva i zvukové podfarbenie snímky skladateľom Alfredom Newmanom. Zaujímavosťou je, že film je rámcovaný hudobnými vsuvkami – dvomi orchestrálnymi piesňami – jedna na začiatku (3 a pol minúty) a jedna na konci (5 minút), počas ktorých vidí divák len čiernu obrazovku. Využitie daných vsuviek je zámerné z dôvodu navodenia správnej atmosféry a snahy „vtiahnuť“ diváka viac do deja.

## 3.2 *Hrob svätajánskych mušiek (Hotaru no haka, 1988)*

### 3.2.1 Naratívna analýza

#### a) **Produkčné aspekty diela**

Snímka bola produkovaná významnými filmovými spoločnosťami *Studio Ghibli* a *Shinchosha Company* 16. apríla 1988. Film dosiahol vysoký zisk (5 miliónov amerických dolárov) a v rámci aktuálneho ratingu medzinárodnej internetovej databázy filmov (*IMDB*) je zaradovaný medzi mimoriadne kvalitné a hodnotné filmy (8,5/10).<sup>36</sup>

#### b) **Námet diela**

Námetom vybranej výskumnej vzorky je krátka semiautobiografická poviedka s rovnomeným názvom *Hrob svätajánskych mušiek* publikovaná v roku 1967 v japonskom magazíne *Ōru Yomimono*. O rok neskôr bola aj s úpravami vydaná v knižnej podobe. Autor knihy Akiyukia Nosaka v nej približuje udalosti z druhej svetovej vojny v japonskom meste Kobe. Počas vojny zomrela časť Nosakaovej rodiny, pričom o život prišla aj Nosakova sestra

---

<sup>36</sup> Pre viac informácií o produkčných aspektoch analyzovanej snímky pozri: *Hotaru no haka*. [online]. [2017-02-07]. Dostupné na <[http://www.imdb.com/title/tt0095327/?ref\\_=ttco\\_co\\_tt](http://www.imdb.com/title/tt0095327/?ref_=ttco_co_tt)>.



Keiko. Cítiac zodpovednosť za jej smrť autor napísal osobné ospravedlnenie za to, čo sa jej stalo v podobe krátkej poviedky, pričom seba identifikuje v postave Seita a svoju sestru Keikov v postave Seitsuko. V Japonsku sa táto kniha stala nesmierne obľúbenou a jej potenciál v podobe silného príbehu si všimli aj mnohí filmoví tvorcovia – literárne dielo bolo prvýkrát adaptované do filmu cez animáciu v roku 1988 režisérom Isom Takahatom, ktorému sa podarilo vytvoriť hodnotnú vojnovú snímku, ktorá je úspešná dodnes.<sup>37</sup>

#### c) **Hlavná myšlienka**

Hlavným posolstvom vybraného filmu je ukázať vojnu ako zlyhanie spoločnosti pri plnení jej najzákladnejšej povinnosti – ochrany ľudského života. Zobrazením osobných tragédií vznikajúcich počas bojov sa autor snaží dehonosťovať vtedajší názor, ktorý vojnu idealizoval a hovoril o nej ako o hrdinskom súboji prebiehajúcom medzi súperiacimi národmi.

#### d) **Kompozičná stránka príbehu (miesto a čas)**

Dej sa odohráva v šiestom najväčšom japonskom meste Kobe od 5. júna 1945 (tretie letecké bombardovanie americkými vojskami) do 21. septembra 1945 (smrť Seitu, deň pred vyhlásením programu určeného na záchranu sirôt z vojny), zobrazujúc najmä exteriér mesta (ulice, plantáže, more, rieky a podobne). Spracovanie príbehu má nezvyčajnú štruktúru – chronologickým spôsobom je stvárnený príbeh mŕtveho Seitu a Setsuko, ktorých duše „cestujú za vysneným pokojom“. Počas tejto „cesty“ sa však využíva aj retrospektíva v podobe tzv. „flashbackov“ do minulosti, ktoré tvoria ústrednú časť filmu a ktoré zároveň podávajú odpoveď na otázku, čo sa stalo hlavným hrdinom pred ich smrťou.

#### e) **Dramaturgická štruktúra narácie (postavy)**

Vzhľadom na využívanie tradičného japonského „anime“ nájdeme v snímke určité znaky postáv charakteristické pre danú formu animácie. Tie sú rovnaké pri všetkých postavách bez ohľadu na ich vek a pohlavie – svetlá až biela pokožka, okrúhle oči, malý nos a ústa. Film konkrétne zobrazuje život dvoch hlavných (Seita – archetyp „animus“ s prvkami „animy“; jeho sestra Setsuko – archetyp „anima“ s prvkami „animusa“) a dvoch vedľajších postáv (matka, teta), pričom medzi týmito referentami badáme pozitívne i negatívne vzťahy.

#### f) **Dramaturgická štruktúra narácie (dej)**

V skúmanom audiovizuálnom materiáli je aplikovaná Aristotelova štruktúra rozprávania príbehu v nasledovnom poradí: *vsuvka č. 1* (prológ hlavného hrdinu spolu s vyobrazením jeho vlastnej smrti), *expozícia* (predstavenie prostredia a deja; bombardovanie

---

<sup>37</sup> TAKAHATA, I., NOSAKA, A.: Two Grave Voices in Animation. In *Animerica*, 1991, Vol. 2, No. 11, s. 9.

zničí obydlie hlavných hrdinov), *vsuvka* č. 2 (duše súrodencov vystupujú z vlaku za vytúženým pokojom), *kolízia* (prvé napätie – Setsuko má zdravotné problémy), *kríza* (ukážka ťažkého života Seitu a Setsuko; striedajú sa dobré a zlé dni), *vsuvky* č. 3 (Setsuko si spomína, ako sa hnevala na svoju tetu), *vsuvka* č. 4 (súrodenci sa zabávajú na lúke), *peripetia* (sled neriešených udalostí – bombardovania pokračujú, Seitovi sa míňajú peniaze i zásoby jedla; Setsuko zomiera), *katastrofa* (vyobrazenie vyriešenia vojny v Kobe; Seita zomiera), *vsuvka* č. 5 (duše súrodencov sa z kopca pozerajú na novovybudované mesto). Rozprávačom je hlavná mužská postava, teda Seita. Počas filmu sa niekoľkokrát prihovára v prvej osobe jednotného čísla k divákovi, a to najmä v situáciách, ktoré sú pre vývoj príbehu najpodstatnejšie (napr. jeho smrť, smrť Setsuko). V niektorých častiach je rozprávač neprítomný, čo znamená, že dej a postavy vypovedajú „samé za seba“ prostredníctvom dialógov a monológov.

### 3.2.2 Diskurzívna analýza

#### a) Práca so žánrom

Snímka je ideálnym príkladom žánrového prelínania – je vojnovou drámou (vyvolávanie vážnosti príbehu pomocou napätia a pokusu čo najreálnejšie zobrazit' situáciu počas vojny) a zároveň životopisným filmom (príbeh postavený na skutočných udalostiach).

#### b) Postavenie príbehu a predlohy vo filme

V roku 1988 bola poviedka prvýkrát spracovaná do podoby animovaného filmu *Hrob svätajánskych mušiek*. Autor literárnej predlohy sa identifikuje v hlavnom hrdinovi; rozprávanie o živote Seitu je teda rozprávaním autora Akiyukia Nosakau o jeho skutočnom živote. Medzi týmito dvoma príbehmi však nájdeme malé odchýlky (napr. hlavný hrdina v skutočnosti nezomrel – je autorom knihy), ktorých úlohou je podčiarknuť vtedajšiu zlú situáciu. Ďalej uvádzame, že úspech filmu u divákov, producentov a distribútorov sa rovnal popularite jeho literárnej predlohy. O tejto skutočnosti svedčí aj vysoký počet distribučných spoločností (celkovo 17), vďaka ktorým sa film „dostal“ do celého sveta.<sup>38</sup> V roku 2005 vzniká jej druhá adaptácia – hraný film taktiež s totožným názvom.

#### c) Zobrazenie života hlavnej postavy

V animovanom filme rozoznávame dve hlavné postavy, a to aj napriek skutočnosti, že režisér viac „pracuje“ s postavou Seitu; vnútorné monológy teda nájdeme len u Seitu. Okrem toho hrdinovia vypovedajú aj prostredníctvom klasických dialógov či vlastným konaním.

---

<sup>38</sup> *Hotaru no haka* (1988). *Company Credits*. [online]. [2017-03-25]. Dostupné na: <<http://www.imdb.com/title/tt0095327/companycredits>>.

V snímke nie je zároveň zobrazený len krátky úsek života hrdinov. Počas tohto obdobia prechádza postava Seita zmenou z chlapca, ktorý sa po vzore svojho otca chce stať vojacom, na sirotu, z ktorej sa (vďaka neprijemným okolnostiam) stáva zlodej bojujúci o život seba a svojej sestry. Postavu Setsuko sa pretransformuje od malého naivného dievčatka na dievča, ktoré si necháva veci pre seba, začína rozmýšľať nad tým, čo povie a „plače potichu“.

d) **Postava a jej vzťah k hercovi**

Umelo vytvoreným postavám v animovanom filme prepožičiavajú svoje hlasy dabingoví herci. Detským hlavným postavám sa prispôbil aj ich výber – Seitu daboval vtedy 16-ročný Tsutomu Tatsumi a Setsuko 6-ročná Ayano Shirashi. Keďže boli obaja mladí, nemali takmer žiadne skúsenosti a nepatrili medzi známe osobnosti, dbalo sa na to, aby z ich hlasov bolo cítiť adekvátne emócie, čo sa nakoniec aj podarilo.

e) **Spôsob práce s ideou predlohy, resp. spôsob filmovej adaptácie**

V prípade druhej výskumnej vzorky hovoríme o *transpozícii* a *pretínaní*. V prípade *transpozície* sa režisérovi podarilo vložiť predlohu do snímky takmer zhodne. Povedka s filmom nie je stopercentne totožná, no pozorovateľné odchýlky sú naozaj malé a nemožno povedať, že by radikálnym spôsobom menili ideu predlohy. Jej jedinečnosť je ponechaná v „surovom“ stave cez identicky zobrazované prostredie, takmer rovnaké množstvo a formu obsiahnutých dialógov; dej literárneho a audiovizuálneho diela je prepojený len s malými zmenami, a dokonca aj hlavná myšlienka je využitá v „plnom rozsahu“ – uvedený spôsob práce s ideou predlohy je špecifický práve pre *pretínanie*.

f) **Spôsob prepojenia dvoch textov**

Z pohľadu využitia textuality nehovoríme o ideálnej situácii, ktorú sme si vyšpecifikovali v teoretickej časti. V našom prípade ide o spojenie dvoch do seba zapadajúcich a spoločne dobre fungujúcich spôsobov prepojenia textov – *paratextuality* a *architextuality*. *Paratextualita* predstavuje snahu o absolútne prepojenie textov. Perfektným príkladom je spomínané využívanie rovnakých názvov literárnej predlohy a filmu. Nemôžeme však hovoriť o totožnej adaptácii – medzi dielami nájdeme určité zmeny. Miera podobnosti je však veľká, využívajú sa všeobecné narážky a spoločné pravidlá, čo je znakom *architextuality*.

g) **Zameranie na špecifické aspekty filmu**

Časti deja, ktoré sú hlavné a posúvajú príbeh v literárnej predlohe, sú v rovnakej podobe zachované aj vo filmovom spracovaní (napr. smrť matky). V prípade komplexného

nazerania na dej nájdeme aj niekoľko odlišných znakov medzi oboma textami (napr. absencia niektorých menej podstatných častí poviedky vo filmovom spracovaní), avšak konštatujeme, že táto mierna diverzita nijako nemení primárnu myšlienku príbehu. Hlavným znakom literárneho diela je totiž využívanie rozsiahlych opisov miest a toho, čo sa v týchto oblastiach deje. Daný znak následne režisér filmu takmer v nezmenenej podobe „vkladá“ do snímky.

Film je z hľadiska poetiky diela charakteristický silným využívaním polysémie; posolstvo filmového diela je zároveň umocnené aj využívaním vsuviek, ktoré odzrkadľujú posmrtné cestovanie duší Seitu a Setstuko a ktorých väčšina sa, prekvapivo, v literárnej predlohe vôbec nenachádza. Je to predovšetkým z toho dôvodu, že aplikovanie niektorých častí literárneho textu do filmovej reči je nesmierne náročné – dve rozsiahlejšie vsuvky rámcujú celý príbeh. Okrem nich režisér využíva ďalšie tri vsuvky informujúce o putovaní duší súrodencov po smrti a o emóciách, ktoré prechovávajú k udalostiam z minulosti.

Za jedno z najvýznamnejších a najlepších spojení predlohy, príbehu a jeho filmového spracovania možno považovať rozhodnutie animátorky a dizajnerky Michiyoi Yasudai aplikovať namiesto klasickej čiernej farby hnedú (čierna sa využíva len tam, kde je to nevyhnutné). Daný systém práce s technickým kódom – farbou – mal dopomôcť „zmäkčiť“ film i drsnú podstatu jeho posolstva. S cieľom umocniť atmosféru sa využíva i zvukové podfarbenie snímky orchestrálnymi piesňami od skladateľa Michioa Mamiyaa, ktoré navodzujú pochmúrnú atmosféru vyobrazenú aj v literárnej predlohe.

#### 4 DOSIAHNUTÉ VÝSLEDKY A DISKUSIA

Naratívnou a diskurzívnou analýzou zvolených výskumných vzoriek máme možnosť vykonať komparáciu získaných dát, ktorá nám dopomôže k zodpovedaniu stanovených výskumných otázok. Týmto metodickým postupom dokážeme relevantne posúdiť problematiku postavenia a uplatnenia výrazových prostriedkov charakteristických pre životopisné filmové diela spracované podľa literárnej predlohy:

##### ***1. Ako analyzované výskumné vzorky pracujú s kompozičnými, estetickými, dramaturgickými a produkčnými prvkami, ktoré tvoria ich výslednú naratívnu štruktúru?***

S cieľom podať relevantnú odpoveď na stanovenú otázku vykonávame komparáciu dát získaných naratívnu analýzou oboch výskumných vzoriek. Kvôli prehľadnosti umiestňujeme obsiahnuté informácie do dvoch tabuliek, pričom prvá približuje spoločné a druhá rozdielne znaky snímok *Denník Anny Frankovej* a *Hrob svätajánskych mušiek*.

Tabuľka 1 Spoločné znaky výskumných vzoriek z pohľadu naratívnej analýzy

Spoločné znaky		
	<i>Denník Anny Frankovej</i>	<i>Hrob svätajánskych mušiek</i>
<b>námet</b>	životopisná literárna predloha	
<b>miesto konania príbehu</b>	Amsterdam, Holandsko – mesto vystavené vojenským útokom	Kobe, Japonsko – mesto vystavené vojenským útokom
<b>čas konania príbehu</b>	2 roky (9. júl 1942 – 4. august 1944) – obdobie 2. svetovej vojny	takmer 4 mesiace (5. jún 1945 – 21. september 1945) – obdobie 2. svetovej vojny
<b>dramaturgická štruktúra filmového rozprávania</b>	Aristotelova štruktúra narácie	
<b>časové usporiadanie príbehu</b>	retrospektívy (tzv. „flashbacky“ do minulosti) doplnené chronologickým sledom udalostí	
<b>významné produkčné spoločnosti</b>	<i>Twentieth Century Fox, Film Corporation</i> a pod.	<i>Studio Ghibli, Shinchosha Company</i> a pod.
<b>vysoký počet distribučných spoločností</b>	14	17
<b>vysoký dosiahnutý zisk (vstupy z kín)</b>	2,3 milióna amerických dolárov	5 miliónov amerických dolárov
<b>vysoký rating IMDB</b>	7,4/10	8,5/10
<b>spoločná črta vyplývajúca z hlavnej myšlienky</b>	skoré dospievanie hlavných hrdinov (Seita a Setsuko zostávajú opustení a sú nútení postarať sa sami o seba; Anna sa počas dlhého času stráveného v tom istom priestore zameriava viac na svoje vnútro, zisťuje, čo robila zle a mení sa)	
<b>spôsob zobrazenia mužských a ženských postáv vo filme</b>	klasické zobrazovanie vlastností mužských (napr. Otto – vodca, ktorý rieši konflikty; Seita – silný chlapec, odmieta vzdať sa) a ženských postáv vo filme (napr. Anna, Margot, Edith – venujú sa domácim prácam, súhlasia s mužským názorom; Setsuko – nežná a roztopašná, robí to, čo jej prikáže Seita). Stretávame sa aj s prepájaním archetypov – u „animy“ nachádzame prvky „animusa“ a naopak (Seita – neskôr ukazuje túžbu po nehe a láske; Anna – vnútorne silná, občas sa snaží presadiť svoj názor)	
<b>pozitívne vzťahy hlavných postáv k rodičom</b>	Anna – otec, matka	Seita – otec, Setsuko – matka
<b>negatívne vzťahy medzi postavami</b>	Anna – Dussel, Edith, Margot	súrodenci – teta

Zdroj: vlastné spracovanie

Tabuľka 2 Rozdielne znaky výskumných vzoriek z pohľadu naratívnej analýzy

Rozdielne znaky		
	<i>Denník Anny Frankovej</i>	<i>Hrob svätajánskych mušiek</i>
<b>druhovú vymedzenie</b>	hraný film	animovaný film
<b>krajina pôvodu</b>	USA	Japonsko
<b>dátum premiéry</b>	18. marec 1959	16. apríl 1988
<b>dĺžka filmu</b>	170 minút	89 minút
<b>počet získaných ocenení</b>	9	3
<b>priebeh deja</b>	prevažne v interiéri	prevažne v exteriéri
<b>hlavná myšlienka</b>	reflektovanie úskalia dospievania počas vojny a priblíženie života skrývajúci sa ľudí	ukazovanie vojny ako zlyhania spoločnosti pri plnení jej najzákladnejšej povinnosti – ochrany ľudského života
<b>počet hlavných postáv</b>	1 – Anna Franková	2 – Seita a Setsuko
<b>počet vedľajších postáv</b>	9	2

Zdroj: vlastné spracovanie

**2. Do akej miery dochádza k uplatneniu jednotlivých princípov a pravidiel súvisiacich s adaptáciou literárnej predlohy do analyzovaných výskumných vzoriek? Ako skúmané snímky pracujú s diskurzom – žánrom, textúrou, socio-kultúrnym kontextom a podobne?**

Podobne, ako v prípade odpovedania na prvú otázku, aj teraz s cieľom zodpovedať stanovenú otázku využijeme zosumarizovanie poznatkov v dvoch prehľadných tabuľkách. Tabuľky sa budú opäť venovať spoločným a rozdielnym znakom vybraných audiovizuálnych výstupov získaným prostredníctvom diskurzívnej analýzy.

Tabuľka 3 Spoločné znaky výskumných vzoriek z pohľadu diskurzívnej analýzy

Spoločné znaky		
	<i>Denník Anny Frankovej</i>	<i>Hrob svätotajánskych mušiek</i>
<b>žánrová klasifikácia</b>	vojnová dráma, životopisný film	vojnová dráma, životopisný film
<b>predloha priniesla „niečo nové“</b>	prvý vojnový denník ukazujúci vnútorný i vonkajší svet mladého dievčaťa	dehonestujúci pohľad na vojnu zo strany Japonska
<b>vek, resp. životné obdobie hlavných postáv</b>	Anna 13 rokov – obdobie dospievania	Seita 14 rokov, Setsuko 4 roky – obdobie detstva a dospievania
<b>forma výpovede hlavných postáv</b>	klasická výpoveď hlavných hrdinov formou konania a tiež dialógov je doplnená vnútornými monológmi (využíva ich Seita aj Anna)	
<b>vernosť zobrazovania postáv</b>	(dabingoví) herci zobrazujú postavy verne	
<b>podobnosť medzi (dabingovým) hercom a príslušnou postavou</b>	podoba medzi Millie Perkins a Annou Frankovou nielen vnútornými, ale i vonkajšími osobnostnými charakteristikami	dabingoví herci a postavy spadajú do rovnakej vekovej kategórie (Seita 14 rokov, Tsutomu Tatsumi 16 rokov; Setsuko 4 roky, Ayano Shirashi 6 rokov)
<b>spôsob zobrazovania života hlavných hrdinov</b>	v chronologickom slede tak, ako je príbeh vystavaný v knihe (oba prípady taktiež využívajú tzv. „flashbacky“ – retrospektívne pohľady do minulosti)	
<b>využitie technické kódy – strih</b>	ostrý, ale nie rýchly strih; využíva prelínačky	ostrý, ale nie rýchly strih

Zdroj: vlastné spracovanie

Tabuľka 4 Rozdielne znaky výskumných vzoriek z pohľadu diskurzívnej analýzy

Rozdielne znaky		
	<i>Denník Anny Frankovej</i>	<i>Hrob svätotajánskych mušiek</i>
<b>forma literárnej predlohy</b>	denník	poviedka
<b>dĺžka literárnej predlohy</b>	282 strán príbehu	18 strán príbehu
<b>počet adaptácií literárnych predloh do filmu</b>	22 (vrátane skúmanej snímky)	2 (vrátane skúmanej snímky)
<b>práca s ideou predlohy</b>	komentár, transformácia	transpozícia, pretínanie
<b>spôsob prepojenia textov</b>	metatextualita, architextualita	paratextualita, architextualita
<b>spôsob prepojenia literárnej predlohy s filmom</b>	prispôbovanie predlohy v snahe o vytvorenie dokonalého filmového diela (napr. vynechávanie alebo úplná zmena udalostí z literárnej predlohy)	snaha o čo najvernejšie prepojenie literárnej predlohy s filmom (napr. zhodné monológy a dialógy, opisy miesta)
<b>počet zmien v literárnej predlohe pri jej aplikácii do filmu</b>	veľa zmien vo filme oproti literárnej predlohe	málo zmien vo filme oproti literárnej predlohe
<b>spôsob využívania dialógov</b>	výrazné odlišnosti medzi dialógmi v predlohe a vo filme	dialógy využívané v predlohe a vo filme sú takmer totožné

<b>zastúpenie technických kódov vo filme s cieľom navodenia atmosféry literárnej predlohy</b>	dominancia zvukovej stránky (napr. rámcujúce hudobné orchesterálne vsuvky)	dominancia vizuálnej stránky (napr. tmavé časti a obrisy sú zapracované hnedou farbou)
---	--	--

Zdroj: vlastné spracovanie

### 3. *Nakoľko sú analyzované výskumné vzorky podobné svojim literárnym predlohám v zmysle uplatnenia konkrétneho typu adaptácie a iných prvkov súvisiacich s procesom transformácie literárnej predlohy priamo do filmu?*

Námetmi pre obe snímky sú životopisné literárne predlohy. V prípade hraného filmu *Denník Anny Frankovej* ide o poviedku s rovnakým názvom, aký nesie film. Námetom pre animovaný film *Hrob svätajánskych mušiek* je kniha spracovaná vo forme denníka taktiež s rovnomenným názvom. V rámci tejto časti práce vymedzujeme spoločné a rozdielne znaky, ktoré nachádzame pri porovnávaní predlohy s vybraným audiovizuálnym dielom. Za základe ich komparácie vytvárame 4 tabuľky, ktoré slúžia ako zhrnutie poznatkov a zároveň aj odpoveď na vyšpecifikovanú výskumnú otázku.

Tabuľka 5 Spoločné znaky filmu *Denník Anny Frankovej* a jeho literárnej predlohy z pohľadu naratívnej a diskurzívnej analýzy

<b>Spoločné znaky</b>	
	<i>Literárna predloha</i> / <i>Film</i>
<b>názov diela</b>	<i>Denník Anny Frankovej</i>
<b>spôsob práce s ideou predlohy (hlavná myšlienka)</b>	reflektovanie úskalia dospievania počas vojny a priblíženie života ľudí skrývajúcich sa pred útokmi znepriatelenej armády
<b>spoločná črta vyplývajúca z hlavnej myšlienky</b>	skoré dospievanie hlavných hrdinov pod vplyvom zlej spoločensko-politickej situácie
<b>miesto konania príbehu</b>	Amsterdam, Holandsko – mesto vystavené vojenským útokom
<b>vsadenie príbehu do časového obdobia</b>	2. svetová vojna
<b>zobrazenie postáv</b>	vonkajší vzhľad, povahové vlastnosti a osobnostné charakteristiky postáv sú v knihe (denníku) a vo filme vykreslené rovnako
<b>spôsob zobrazenia mužských a ženských postáv</b>	klasické zobrazovanie vlastností mužských (napr. Otto – vodca, ktorý rieši konflikty); a ženských postáv vo filme (napr. Anna, Margot, Edith – venujú sa domácim prácam, súhlasia s mužským názorom)
<b>zasadenie príbehu do prostredia</b>	dej sa odohráva prevažne v interiéri
<b>koncipovanie príbehu</b>	na podklade reálnych udalostí
<b>dramaturgická štruktúra narácie</b>	základná štruktúra rozprávania príbehu (postupnosť fáz v poradí: expozícia, kolízia, kríza, peripetia, katastrofa)
<b>dosiahnutý úspech</b>	<i>Denník Anny Frankovej</i> (kniha) – jeden z najčítanejších denníkov vôbec; na jeho podklade bolo natočených 22 filmov; <i>Denník Anny Frankovej</i> (film) – mimoriadny finančný úspech; veľký počet nominácií i získaných ocenení

Zdroj: vlastné spracovanie

Tabuľka 6 Rozdielne znaky medzi filmom *Denník Anny Frankovej* a jeho literárnou predlohou z pohľadu naratívnej a diskurzívnej analýzy

Rozdielne znaky		
	<i>Literárna predloha</i>	<i>Film</i>
<b>časové usporiadanie príbehu</b>	chronologický sled udalostí	retrospektíva (tzv. „flashbacky“ do minulosti) doplnená chronologickým sledom udalostí
<b>čas konania príbehu</b>	2 roky a 1 mesiac (9. júl 1942 – 4. august 1944)	2 roky a 2 mesiace (12. jún 1942 – 1. august 1944)
<b>krajina pôvodu</b>	Holandsko	USA
<b>počet postáv</b>	12 (1 hlavná postava, 11 vedľajších postáv)	9 (1 hlavná postava, 8 vedľajších postáv)
<b>vyobrazenie hlavných a vedľajších dejových línií</b>	vynechávajú niektorých udalostí, ktoré sú v denníku obsiahnuté, ale v snímke chýbajú (napr. úpravy podkrovia); čiastočné pozmenenie udalostí (napr. Anna a Peter sú v literárnej predlohe priateľmi oveľa skôr); prípadne ich úplná zmena (napr. v knihe chodilo do podkrovia 6 návštevníkov, niektorí u nich aj prespávali, zatiaľ čo vo filme navštevovali rodiny krátkodobo len 2 ľudia)	
<b>spôsob využívania dialógov</b>	režisér dialógy kompletne mení a v celom filme nenájdeme ani jeden prehovor postavy, ktorý je totožný s knižnou predlohou	
<b>priebeh deja</b>	spôsob literárneho spracovania sa sústreďuje na vnútorné pocity Anny počas vojny, dianie v podkroví a politickú situáciu zhruba v rovnakom rozsahu	spôsob filmového spracovania sa sústreďuje skôr na zobrazovanie politickej situácie a diania v podkroví, než na vnútorné pocity Anny
<b>doplnenie naratívnej štruktúry vsuvkami</b>	Anna píše svoj príbeh odvetdy, čo dostala denník, až po posledný zápis pred tým, ako ju a jej rodinu odviekli do koncentračného tábora – vsuvky nie sú prítomné	hlavný dej je rámcovaný dvomi vsuvkami, ktoré sú zasadené do súčasnosti a Otto Frank v nich rozpráva príbeh po Anninej smrti

Zdroj: vlastné spracovanie

Na základe porovnania audiovizuálneho diela *Denník Anny Frankovej* a príslušnej literárnej predlohy z pohľadu zrealizovanej diskurzívnej a naratívnej analýzy sme potvrdili informácie získané odpoveďami na druhú výskumnú otázku – dospeli sme k definitívnemu záveru, že z hľadiska adaptácie literárnej predlohy do filmu ide o metatextualitu, architextualitu, komentár, transformáciu. Uvedené zadefinovania hovoria aj o tom, do akej miery je literárna predloha podobná snímke. To sa odráža v počte spoločných a rozdielnych znakov medzi knihou a jej filmovým spracovaním – nachádzame 11 spoločných a 8 rozdielnych čít. V tejto časti práce však svoju pozornosť zameriavame aj na ďalšiu výskumnú vzorku *Hrob svätajánskych mušiek* so snahou o identifikáciu spoločných a odlišných znakov medzi literárnou predlohou a jej filmovým prevedením.

Tabuľka 8 Spoločné znaky filmu *Hrob svätajánskych mušiek* a jeho literárnej predlohy z pohľadu naratívnej a diskurzívnej analýzy

Spoločné znaky		
	<i>Literárna predloha</i>	<i>Film</i>
<b>názov diela</b>	<i>Hrob svätajánskych mušiek</i>	
<b>spôsob práce s ideou (hlavná myšlienka)</b>	ukazovanie vojny ako zlyhania spoločnosti pri plnení jej najzákladnejšej povinnosti – ochrany ľudského života	
<b>spoločná črta vyplývajúca z hlavnej</b>	skoré dospievajúce hlavných hrdinov (Seita a Setsuko zostávajú)	



<b>myšlienky</b>	opustení a sú nútení postarať sa sami o seba)
<b>miesto konania príbehu</b>	Kobe, Japonsko – mesto vystavené vojenským útokom
<b>čas konania príbehu</b>	takmer 4 mesiace (5. jún 1945 – 21. september 1945)
<b>vsadenie príbehu do čas. obdobia</b>	2. svetová vojna
<b>zobrazenie postáv</b>	vonkajší vzhľad, povahové vlastnosti a osobnostné charakteristiky postáv sú v knihe a vo filme vykreslené rovnako
<b>spôsob zobrazenia mužských a ženských postáv</b>	klasické zobrazovanie vlastností mužských (Seita – silný chlapec, odmieta vzdať sa) a ženských postáv (Setsuko – nežná a roztopašná, robí to, čo jej prikáže Seita)
<b>zasadenie príbehu do prostredia</b>	dej sa odohráva prevažne v exteriéri
<b>krajina pôvodu</b>	Japonsko
<b>počet postáv</b>	4 (2 hlavné postavy a 2 vedľajšie postavy)
<b>koncipovanie príbehu</b>	na podklade reálnych udalostí
<b>dramaturgická štruktúra narácie</b>	základná štruktúra rozprávania príbehu (postupnosť fáz v poradí: expozícia, kolízia, kríza, peripetia, katastrofa)
<b>vyobrazenie hlavnej línie deja a jeho detailných častí</b>	detaillné časti priebehu deja i jeho hlavná línia vyobrazená vo filme je takmer úplne totožná s literárnou predlohou
<b>spôsob využívania dialógov</b>	režisér dialógy zapracováva do filmu v plnom rozsahu; v snímke nájdeme väčšinu dialógov totožných s literárnou predlohou
<b>dosiahnutý úspech</b>	<i>Hrob svätajánskych mušiek</i> (kniha) – výborné hodnotenia kritikov; vyhrala japonský ekvivalent ceny za literatúru <i>Naoki Sanjugo Hrob svätajánskych mušiek</i> (film) – vysoký zisk; veľký počet nominácií i získaných ocenení

Zdroj: vlastné spracovanie

Tabuľka 9 Rozdielne znaky medzi filmom *Hrob svätajánskych mušiek* a jeho literárnou predlohou z pohľadu naratívnej a diskurzívnej analýzy

<b>Rozdielne znaky</b>		
	<i>Literárna predloha</i>	<i>Film</i>
<b>doplnenie naratívnej štruktúry vsuvkami</b>	jedna vsuvka na začiatku diela, ktorá korešponduje s prvou vsuvkou filmu (prológ hlavného hrdinu spolu s vyobrazením jeho vlastnej smrti)	päť vsuviiek

Zdroj: vlastné spracovanie

Na základe porovnania audiovizuálneho diela *Hrob svätajánskych mušiek* a príslušnej literárnej predlohy z pohľadu zrealizovaných analýz sme potvrdili informácie získané v rámci druhej výskumnej otázky. Dospeli sme k definitívnemu záveru, že z hľadiska adaptácie literárnej predlohy do filmu ide o paratextualitu, architextalitu, transpozíciu, pretínanie. To sa odráža v počte spoločných a rozdielnych znakov medzi knihou a jej filmovým spracovaním – nachádzame len 1 rozdielnu a až 16 spoločných čít.

Pri porovnaní analýz a ich tabuliek je zjavné, že pri *Hrobe svätajánskych mušiek* je podstatne menej rozdielov medzi audiovizuálnym dielom a jeho predlohou, ako je tomu u *Denníka Anny Frankovej*. Na základe uvedeného tvrdíme, že prevedenie literárnej predlohy do snímky je vernejšie pri animovanom filme. Tým pádom je zrejme, že vymedzené spôsoby prepojenia textov a spôsoby adaptácie aplikované v uvedených vzorkách výrazným spôsobom vplývajú na to, do akej miery je literárna predloha podobná svojmu filmovému spracovaniu.

## ZÁVER

Na základe vykonaných analýz sme zistili, že medzi oboma filmami sa vyskytuje množstvo spoločných i odlišných znakov. Z hľadiska naratívnej analýzy konštatujeme, že obe výskumné vzorky pracujú s mnohými kompozičnými, estetickými, dramaturgickými a produkčnými prvkami, z čoho vyplýva pomerne vysoký počet črt, ktoré nachádzame v oboch filmových dielach. V rámci naratívnej štruktúry identifikujeme menej rozdielných (9) a viac spoločných črt (13). V prípade diskurzívnej analýzy sme priblížili, ako skúmané snímky pracujú s diskurzom – napr. so žánrom, textúrou či socio-kultúrnym kontextom. Zistili sme tiež, do akej miery dochádza k uplatneniu jednotlivých princípov a pravidiel súvisiacich s adaptáciou literárnej predlohy do analyzovaných výskumných vzoriek. Na základe vykonanej analýzy tvrdíme, že predloha *Denník Anny Frankovej* je s filmom prepojená architextuálne a metatextuálne, zároveň aj prostredníctvom komentára a transformácie. U druhej výskumnej vzorky (*Hrob svätajánskych mušiek*) môžeme hovoriť o zjednotení poviedky s audiovizuálnym dielom cez architextulitu a paratextualitu, tiež aj transpozíciu a pretínanie. Počet črt vyšpecifikovaných diskurzívnu analýzou je zhruba rovnaký (spoločných znakov je 8, rozdielných 9).

Taktiež sme posúdili aj vzťah medzi literárnou predlohou a jej filmovým spracovaním v prípade komplexnej komparácie oboch výskumných vzoriek navzájom. Medzi snímku *Denník Anny Frankovej* a jej knižnou predlohou nachádzame takmer rovnaký počet identických (11) a rozličných (8) znakov. V prípade *Hrobu svätajánskych mušiek* vidíme len 1 rozdielny znak a až 16 spoločných, čo indikuje vysokú zhodu medzi literárnym a filmovým spracovaním. Tým pádom môžeme povedať, že prepojenie dvoch textov (literárneho a filmového) prebieha v prípade porovnania oboch vybraných výskumných vzoriek odlišne. Analyzovanú adaptáciu *Hrobu svätajánskych mušiek* môžeme označiť ako takmer totožnú, čo je v súčasnosti považované za ojedinelý jav. Z tohto hľadiska považujeme spomínanú snímku za vernejšiu adaptáciu ako *Denník Anny Frankovej*.

Na záver tvrdíme, že žáner životopisného filmu je u diváckeho publika nesmierne obľúbený. Zo získaných poznatkov pripúšťame, že miera jeho popularity môže s prihliadnutím na načrtnutú históriu oscilovať, no jeho úplný zánik je z historického hľadiska filmovej tvorby vskutku nepravdepodobný.

## ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

1. *Adaptation*. [online]. [2017-02-07]. Dostupné na:  
<<http://www.dictionary.com/browse/adaptation>>.
2. AKIMOTO, D.: Peace education through the animated film "Grave of the Fireflies": Physical, psychological, and structural violence of war. In GHOTBI, N. (ed.): *Ritsumeikan Journal of Asia Pacific Studies*. Beppu : Ritsumeikan Center for Asia Pacific Studies, 2014, s. 33-43. ISBN N/A.
3. ANDREW, J. D.: *Concepts in Film Theory*. New York : Oxford University Press, 1984. 256 s. ISBN 0-19-503428-7.
4. *Animovaný film*. [online]. [2017-02-05]. Dostupné na:  
<<http://www.medialnavychova.sk/animovany-film/>>.
5. BLECH, R.: *Encyklopédia filmu*. Bratislava : Obzor, 1993. 1055 s. ISBN 80-215-0219-3.
6. BURTON, G., JIRÁK, J.: *Úvod do studia médií*. Brno : BARRISTER & PRINCIPAL, 2001. 392 s. ISBN 80-85947-67-6.
7. DEAN, J.: Adapting History and Literature into Movies. In *American Studies Journal*, 2009, Vol. 10, No. 53, s. N/A. ISSN 2199-7268.
8. GAVORA, P.: *Sprievodca metodológiou kvalitatívneho výskumu*. Bratislava : Regent, 2006. 239 s. ISBN 80-88904-46-3.
9. GENETTE, G.: *Palimpsests: Literature in the Second Degree*. Lincoln, London : University of Nebraska Press, 1997. 490 s. ISBN 0-8032-2168-1.
10. GIANNETTI, L.: *Understanding Movies*. 8. Vyd. Richmond : Alliedvision Group LLC, 1998. 529 s. ISBN 978-0136465638.
11. *Hotaru no haka*. [online]. [2017-02-07]. Dostupné na  
<[http://www.imdb.com/title/tt0095327/?ref\\_=ttco\\_co\\_tt](http://www.imdb.com/title/tt0095327/?ref_=ttco_co_tt)>.
12. *Hotaru no haka (1988). Company Credits*. [online]. [2017-03-25]. Dostupné na:  
<<http://www.imdb.com/title/tt0095327/companycredits>>.
13. HUTCHEONOVÁ, L.: Co se děje při adaptaci? In *Illuminace*, 2010, 1/2010. s. 23-59. ISSN 0862-397X.
14. CHESHIRE, E.: *Bio-pics: A Life in Pictures*. London, New York : Wallflower Press, 2015. 143 s. ISBN 978-0-231-17205-9.
15. KULKA, J.: *Psychologie umění*. Praha : Grada, 2008. 440 s. ISBN 97880-2472329-7.

16. LEITCH, T.: *Film Adaptation and Its Discontents: From Gone with the Wind to The Passion of the Christ*. Baltimore : The Johns Hopkins University Press, 2009, 372 s. ISBN 978-08-01892-71-4.
17. LEVINSKÝ, O. a kol.: *Film a filmová technika*. Praha : SNTL, 1974. 140 s. ISBN N/A.
18. *Live Action*. [online]. [2017-02-15]. Dostupné na:  
<<http://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/live-action>>.
19. LODGE, D.: Adapting Nice Work for Television. In REYNOLDS, P. (ed.): *Novel Image: Literature in Performance*. London : Routledge, 1993. 208 s. ISBN 0415091039.
20. LOTMAN, J. M.: *Semiotika filmu a problémy filmovej estetiky*. Bratislava : VŠMU, 1984. 140 s. ISBN 978-80-85187-51-9.
21. NADEL, I.: Whose Lives Are They Anyway? The Biopic as Contemporary Film Genre. In *Auto/Biography Studies*, 2011, Vol. 26, No. 1, s. 171-176. ISSN 2151-7290.
22. NEUHAUS, S.: *Literatur im Film: Beispiele einer Medienbeziehung*. Königshausen & Neumann : 2007. 376 s. ISBN 978-3826038051.
23. REIFOVÁ, I. a kol.: *Slovník mediální komunikace*. Praha : Portál, 2004. 328 s. ISBN 80-7178-926-7.
24. SNYDER, M. H.: *Analyzing Literature-to-Film Adaptations. A Novelists Exploration and Guide*. New York, London : The Continuum International Publishing Group, 2011. 320 s. ISBN 9781441168184.
25. STAM, R.: Beyond Fidelity: The Dialogics of Adaptation. In NAREMORE, J.(ed.): *Film Adaptation*. New Brunswick : Rutgers University Press, 2000. 272 s. ISBN 9780813528144.
26. TAKAHATA, I., NOSAKA, A.: Two Grave Voices in Animation. In *Animerica*, 1991, Vol. 2, No. 11, s. 6-11. ISSN 1067-0831.
27. *The Diary of Anne Frank*. [online]. [2017-02-07]. Dostupné na:  
<<http://www.imdb.com/title/tt0052738/>>.
28. *The Diary of Anne Frank (1959). Trivia*. [online]. [2017-03-19]. Dostupné na:  
<<http://www.imdb.com/title/tt0052738/trivia>>.
29. TRAMPOTA, T., VOJTĚCHOVSKÁ, M.: *Metody výzkumu médií*. Praha : Portál, 2010. 296 s. ISBN 978-80-7367-683-4.
30. WAGNER, G. A.: *The Novel and the Cinema*. Rutherford : Fairleigh Dickinson University Press, 1975. 394 s. ISBN 978-0838616185.

# RODINNÝ FOTOALBUM V POSTFOTOGRAFICKEJ ÉRE A KONIEC SÚKROMIA

*Mária Vencelová, Peter Lančarič*

## **Abstract**

Thesis Family photo album in the postphotographic era and the end of the privacy it is focused on the differences in the perception of a photo album today and in the past when intimate artefact becomes available to public. Theoretical part define key terms post photography, family photo album and it's meaning. The goal of our Bachelor thesis is to display the change status of the family album from private to public sphere, with aspect of the voluntary disclaiming of privacy. Thesis achieved entire view based on the analyses works of Slovak and foreign authors who based their writings on family. The work analyzes family photo album as a demonstration of using new media in the private sphere We also describe practical output of the photographic series called „Days like these“.

**Key words:** digital photography, photography, photo album, family, social networks

## **Abstrakt**

Práca ŠVOČ Rodinný fotoalbum v postfotografickej ére a koniec sa zameriava na rozdiely vo vnímaní fotografického albumu dnes a v minulosti, kedy sa intímny artefakt stáva verejne prístupným. Teoretická časť vymedzuje pojem post fotografia, rodinný fotoalbum a jeho význam. Práca získala celistvý obraz na základe analýzy tvorby slovenských i zahraničných kultových autorov, ktorí sa venovali téme rodiny. Cieľom je poukázať na zmenu statusu rodinného albumu zo súkromného do verejnej sféry, s ohľadom na dobrovoľné vzdanie sa súkromia. Práca analyzuje rodinný album ako demonštrovanie použitia nových médií v súkromnej sfére. Práca má teoreticko-aplikačný charakter, jej súčasťou je praktický výstup tvorby fotografickej série s názvom „Dni ako tieto“.

**Kľúčové slová:** digitálna fotografia, fotografia, fotografický fotoalbum, rodina, sociálne siete

## **CIEĽ PRÁCE**

Hlavným cieľom práce je poukázať na rozdielnu povahu fotografického albumu dnes a v minulosti, kedy sa intímny artefakt stáva verejne prístupným. Ďalším cieľom je charakterizovanie rodinnej fotografie a aj širšie kultúrne konotácie tohto žánra, tiež stručné mapovanie histórie vývoja fotografie.

V teoretickej časti rozoberáme viacero okruhov týkajúcich sa problematiky, od premeny analógovej fotografie na digitálnu, po presun fotografie a fotografických albumov do verejnej sféry. Načrtne analýzu prístupov a stratégií kultových osobností fotografie intenzívne sa venujúcich téme rodiny. Ďalej rozoberieme relevanciu fotografií z fotoalbumu ako prostriedok na uchovanie spomienok a zážitkov. Budeme sa tiež zaoberať digitálnymi fotografiami, zdieľanými na sociálnych sieťach.

Práca má teoreticko-aplikačný charakter, preto ďalším cieľom práce bude vytvorenie fotografickej série a následné vytvorenie fotografického albumu.

## **METODIKA PRÁCE**

V práci využijeme tri postupy typické pre kvalitatívne skúmanie. Tie využijeme k dosiahnutiu stanovených cieľov. Všeobecné kognitívno-výskumné metódy akými sú indukcia, dedukcia, analýza, syntéza a komparácia. Menovanými metódami sa pokúsime analyzovať štruktúry javov a vzťahov čo nám umožní poukázať na kauzálne súvislosti. Ďalej uplatníme historický postup, ktorým sa budeme snažiť pochopiť skúmaný jav v širších historických súvislostiach. Tieto postupy aplikujeme v celom rozsahu záverečnej práce. Empiricko-aplikačná časť je založená na porovnávacom postupe, kedy sa zameriame na komparáciu prístupov a stratégií kultových osobností fotografie. Praktickým výstupom práce bude séria fotografií, na ktorých je stvárnený život rodiny a jej príslušníkov. Využijeme hermeneutickú a obsahovú analýzu. Sztompka tvrdí, že o hermeneutickej interpretácii fotografického obrazu môžeme hovoriť v súvislosti vo vzťahu k fotografii. Hermeneutický prístup chápe dielo v kontexte širokých súvislostí. Nástrojom interpretácie zámeru fotografa je empatia, berie v úvahu jeho psychiku a situácie v ktorej fotografie vznikajú. Formálnou metódou je obsahová analýza a samotnej analýze predchádza vymedzenie vedeckého problému a výberu série k skúmaniu. Spočíva vo

vyčlenení vizuálních prvků v vybraném souboru fotografií a následnou analýzou frekvence výskytu.

# 1. TEORETICKÁ ČASŤ

## 1.1. Stručná história fotografie

Spolu s vývojom vynálezu fotoaparátov sa tiež vyvíjali fotografie a fotografické techniky. Ako spomína Hlaváč, fotografia radikálne zasiahla do života človeka. Počiatky fotografie siahajú do roku 1342, kedy bolo prvýkrát popísané zariadenie camera obscura, išlo o tmavú komoru s jedným malým otvorom, cez ktoré prechádzali lúče svetla, vytvárali v ňom obraz vonkajšieho sveta.<sup>1</sup>

Fotografia má za sebou bohatú históriu od prvých prístrojov camera obscura po ďalšie typy a technológie k filmovým fotoaparátom a digitálnej fotografii. Ľudia sa snažili vymyslieť spôsob, ako čo naj dôveryhodnejšie zachytiť udalosti, ktoré sa okolo nich diali. História osobnej fotografie siaha do obdobia daguerrotypie. V roku 1839 bol takmer súčasne ohlásený vynález dvoch fotografických postupov, v Anglicku a Francúzsku.<sup>2</sup> Obdobím predhistórie fotografie môžeme nazvať prvé pokusy, tzv. Heliografiu (Niepce) a daguerotypiu (Daguerre).

Vznikom fotografie vznikol aj nový druh obrazu. Podstatnú úlohu pri jeho vzniku zohrala technika a manuálna práca pri tvorení udalostí. Nová technológia fungovala ako ručný proces a nahradila ho fotochemickým. „*S vynálezom fotografie vznikla nová kvalita v tvorení zachytenia skutočností. V 16-17. storočí prišli chemici na to, že ak ponechajú niektoré látky v otvorenom priestore, menia svoju farbu. Tento jav má na svedomí svetlo, ale vtedy sa domnievali, že to spôsobuje pôsobenie vzduchu a tepla.*“<sup>3</sup> Aby sa daguerotypické obrazy rozširovali k svojim záujemcom, kresliari a rytci z nich robili litografie. Avšak tieto metódy boli zdĺhavé, nákladné a výsledkami neuspokojovali.<sup>4</sup>

Ako opisuje Sontag, prvé aparáty vyrobené vo Francúzsku a Anglicku na začiatku štyridsiatich rokov 19. storočia mohli byť obsluhované len svojimi vynálezcami a nadšencami. Počas druhej svetovej vojny sa stali dostupnejšie a ľahšie ovládateľné aj pre širšiu verejnosť.<sup>5</sup>

---

<sup>1</sup> HLAVÁČ, Ľ.: *Dejiny slovenskej fotografie*. Martin: Osveta, 1989. s.13-15.

<sup>2</sup> JOHNSON, W. S.; RICE, M; WILLIAMS, C.: *Dějiny fotografie : od roku 1839 do současnosti*. Praha : Slovart; Köln: Taschen. 2010. s. 766.

<sup>3</sup> ŠEVELOVÁ, I.: *Historie fotoaparátu a fotografie*. [online]. [2017-12-26]. Dostupné na: <https://www.digimanie.cz/historie-fotoaparatu-a-fotografie/1815>

<sup>4</sup> HLAVÁČ, Ľ.: *Dejiny slovenskej fotografie*. Martin: Osveta, 1989. s.41.

<sup>5</sup> SONTAG, S. *O fotografii*. 1. vyd. Praha: Paseka, 2002. s.13



### 1.1.1. Demokratizácia fotografie

Fotografia v sebe od začiatkov zahŕňala snahu zachytiť čo najväčší počet námetov. Ešte skôr, ako mohla tlmočiť podobu tváre, približovala ďaleké, umožňovala poznávať nepoznané. Týmito úlohami si postupne rozvíjala materiálnu, technickú a organizačnú základňu.<sup>6</sup> Maliarstvo nikdy nemalo tak obrovské ambície. Teoretik McLuhan tvrdí, že technológia fotografie je extenziou nášho bytia. Logika fotografie nie je verbálna ani syntaktická, čo vedie k tomu, že si literárna kultúra s fotografiou nedokáže poradiť.<sup>7</sup>

Ako opisuje Hlaváč, na myšlienku umiestňovať na navštívenkách okrem mena aj malý fotografický portrét prišiel roku 1851 fotografista Louis Dederó. Táto myšlienka sa o niekoľko rokov neskôr objavila na stránkach časopisu La Lumière a A. Disdéri si ju dal patentovať. Zmenšil fotografický portrét na formát 6x9cm, znížil teda náklady a cenu za fotografie. Hlaváč spomína, že vizitkové fotografie sa predávali jednotlivo alebo v celých súboroch, tak ako dnes pohľadnice, boli všade dostupné, ľahko manipulovateľné, ľahko sa vystavovali. Mali približne rovnakú veľkosť ako vizitka, rodina alebo rodinní príslušníci si ich zbierali do špeciálnych albumov.<sup>8</sup> Boli to prvé populárne, na kartóne nalepené fotografie, čiže cartes de visite, obrázky nalepené na rubovú stranu vizitiek.

Keď sa Napoleon III. dal u Disdériho odfotografovať, Paríž zachvátila vlna vizitkových portrétov. Tešili sa zjavnej obľube až do 60. rokov 19. storočia, pretože rozpútali „kartomániu“ a „fotomániu“ a priniesli revolučný nástup komerčnej fotografie.<sup>9</sup> „Znakom, ktorý spôsobil zmenu vnímania vo fotografii bolo, keď francúzsky fotograf Etienne Carjat zhotovil zbierku portrétov, v ktorej boli zastúpení aj ľudia z neprivilegovaných vrstiev. Iste to bola len vec autorovho záujmu alebo osobnej koncepcie či záujmu o ľud.“<sup>10</sup>

Fotografický portrét sa stal prístupným pre všetky spoločenské vrstvy a prestal byť ničím ojedinelým. Táto demokratizácia sa odrazila aj vo veľkom raste počtu fotografistov. Dopyt po vizitkových fotografiách roku 1863 prudko klesol, avšak nezanikol.<sup>11</sup>

---

<sup>6</sup> HLAVÁČ, E.: *Dejiny slovenskej fotografie*. Martin: Osveta, 1989. s.53

<sup>7</sup> MCLUHAN, M.: *Jak rozumet médiím. extenze člověka*. Vyd.1. Praha: Odeon,1991.s. 183-184

<sup>8</sup> SONTAG, S.: *O fotografii*.1. vyd. Praha: Paseka, 2002. s.13.

<sup>9</sup> HLAVÁČ, E.: *Dejiny slovenskej fotografie*. Martin: Osveta, 1989.s .304

<sup>10</sup> JOHNSON, W. S.; RICE, M; WILLIAMS, C. *Dějiny fotografie : od roku 1839 do současnosti*. Praha : Slovart; Köln: Taschen. 2010.s. 326

<sup>11</sup> HLAVÁČ, E.: *Dejiny fotografie*. Martin: Osveta, 1989.s.106

<sup>11</sup> Tamtiež, s . 306

### 1.1.2 Vznik amatérskej fotografie

Z fotografie sa stávalo nové povolanie a tak sa vytvorili v základnom náčrte formy a oblasti, v ktorých sa fotografia rozvíjala a pracuje až doteraz.

Nie každý sa spoliehal na komerčné fotografovanie, ak chcel zachytiť krásy sveta. Amatérski fotografi boli zakladajúcimi členmi ranej fotografickej spoločnosti a vytvárali fóra, kde si vymieňali myšlienky a metódy s ostatnými členmi. Ako objasňuje Sontagová, doba kedy fotografovanie vyžadovalo ťažkopádne a drahé zariadenia, ako hračku pre múdрых, bohatých a posadnutých, sa zdá byť veľmi vzdialená od vreckových fotoaparátov, ktoré umožňujú fotografovať komukoľvek.<sup>12</sup> Obdobím prudkého rozvoja fotografickej techniky boli 80.roky 19. storočia, kedy sa nielen zdokonaľovali fotografické prístroje, ale prišli aj objavy suchých dosiek. Použil ich Richard Leach Maddox, ktorý v podstatnej miere oslobodil fotografický proces od technických ťažkostí dovtedajšieho mokrého procesu.<sup>13</sup>

Obrázky Samuela Fischer Corliesa a John Coates Browne prinášali neformálne snímky každodenného života s "momentkovou" kamerou, aj keď v porovnaní s profesionálnymi fotografmi ešte nepoužívali rovnaké materiály. Vtedy vzniklo známe Kodakovo propagačné heslo: „You press the button, we do the rest“ (stlačte spúšť, ostatné urobíme my).<sup>14</sup> Najväčšou ranou pre ateliérové a vizitkové fotografie sa stal vynález jednoduchého fotografického aparátu Kodak, ktorý sa predával naplnený citlivým papierom s naliatou citlivou vrstvou. Po exponovaní sa celý prístroj poslal výrobcovi, ktorý snímky spracoval a vyhotovil z nich kópie, aparát nabil novým filmom a vrátil majiteľovi za desať dolárov.<sup>15</sup>

Povaha fotografie sa v roku 1900 zmenila vďaka Eastmanovi, ktorý zhotovil fotoaparát Kodak Brownie za jeden dolár. Po prvýkrát v histórii tak mohol obsluhovať kameru muž, žena či dieťa. Fotografia sa stala maximálne dostupná a bežná. Sir John Herschel tak v roku 1860 použil výraz snapshot, t. j. zachytiť možnosť fotografie v desatine sekundy.<sup>16</sup> Keď opadla najväčšia vlna vizitkovej a kabinetnej módy, nastal príliv farbotlačových obrazov s nafotografovanými postavami, kde sa na vynechané

---

<sup>12</sup> SONTAG, S.: *O fotografii*. 1. vyd. Praha: Paseka, 2002. s. 13

<sup>13</sup> *Fotografia*. [online]. [2010-10-15]. Dostupné na: <http://medialnavychova.sk/fotografia/>

<sup>14</sup> JOHNSON, W. S.; RICE, M; WILLIAMS, C.: *Dějiny fotografie : od roku 1839 do současnosti*. Praha : Slovart; Köln: Taschen. 2010. s. 340-45

<sup>15</sup> HLAVÁČ, L.: *Dejiny fotografie*. Martin: Osveta, 1989. s. 134.

<sup>16</sup> JOHNSON, W. S.; RICE, M; WILLIAMS, C.: *Dějiny fotografie : od roku 1839 do současnosti*. Praha : Slovart; Köln: Taschen. 2010. s. 346-347

miesta v maľbe vlepovali fotografie. Po objave suchého postupu začal vyrastať nový činiteľ vo fotografii- amatér. Podľa Hlaváča teda medzi amatérov môžeme zaradiť predovšetkým bežných ľudí, ale aj vedcov, spisovateľov, diplomatov. Popri fotografických spoločnostiach, ktoré pretrvávali od raných dôb fotografie, tieto spolky amatérov na seba strhávali pozornosť propagačnou činnosťou vydávaním časopisov, katalógov, plagátov.<sup>17</sup>

V súvislosti s amatérskou fotografiou súvisí pojem „*vernacular photography*“. Čo teda znamená pojem „*vernacular photography*“? Ide o fotografiu, ktorá bola zhotovovaná či už amatérmi alebo profesionálnymi fotografmi, ktorí zachytávali predmety všedného dňa. Súvisela predovšetkým s pojmom „*vernacular architecture*“, v užšom zmysle ľudová architektúra, pojednávajúca o metódach využívajúcich lokálne zdroje. Zahŕňala tiež anonymné snímky, priemyselnú, vedeckú, pasovú fotografiu či triedne snímky. Avšak ak by mala byť ľudová fotografia definovaná z hľadiska zamerania, bola by široko koncepcná, pretože by zahŕňala prakticky všetky umelecké fotografie napr. Walkera Evansa a ostatné umelecké fotografie.

Najväčším medzníkom pre rozvoj farebnej fotografie bol vynález bratov Lumiérovcov, ktorí v roku 1904 objavili farebnú fotografiu na princípe rastra.<sup>18</sup> Česká teoretička Mrázková nám približuje, že nakoniec ostáva na francúzskom chlapcovi Jacquesi- Henri Lartiguovi, aby spravil z rodinného albumu obrazovú kroniku epochy, v ktorej žil a zaznamenával ju od svojich 6 rokov do staroby. Podľa nej je práve aj táto fotografia, ktorá vstrebala chuť, vôňu a ducha doby dokumentom svojej epochy.<sup>19</sup>

## 1.2. Rodina vo fotografii

Ako spomína sociológ Bordieu, jedna z príčin, prečo bola amatérska fotografia tak obľúbená, na rozdiel napr. od hry na hudobný nástroj bolo, že nebola tak náročná na pochopenie základných postupov. Amatérska fotografická prax existuje a je udržiavaná najmä rodinnou funkciou, teda takou ktorú jej pripísala rodinná skupina a spočíva v zachytení významných okamihov života rodiny.<sup>20</sup>

---

<sup>17</sup> HLAVÁČ, L.: *Dejiny fotografie*. Martin: Osveta, 1989. s 181-182 .

<sup>18</sup> *Fotografia*. [online]. [2010-10-15]. Dostupné na: <http://medialnavychova.sk/fotografia/>

<sup>19</sup> MRÁZKOVÁ, D.: *Príbeh fotografie*. vyd. Praha: Mladá fronta, 1985. s.56

<sup>20</sup> BOURDIEU, P.: *Photography: A Middle- brow Art*. Cambridge: Polity Press, 1990. s. 13-19

Na prelome 19. a 20. storočia sa fotografia stávala súčasťou každodenného života veľkého počtu ľudí a predovšetkým tvorila nezastupiteľnú rolu v rámci súkromných archívov rodín.

Pod pojmom rodina si každý predstaví niečo iné. V tradičnom zmysle je rodina skupina osôb, ktorá je navzájom spätá pokrvnými zväzkami, manželstvom alebo adopciou, prechádza vlastným vývojom. Rodina má niekoľko základných funkcií (výchovnú, sociálnu, reprodukčnú, kultúrnu, atď.). Rodina v podobe ako ju poznáme sa rozpadá, zvyšuje sa počet nemanželských detí, voľnejších zväzkov.

Súčasnnej postmodernej rodine sa venoval sociológ rodiny Singly a je podľa neho charakteristická tým, že ide o rodinu s intímnymi vzťahmi, ktorá predstavuje „súkromný priestor“ na spoluzitie osôb, ktoré spája.<sup>21</sup> Do kategórie osobných dokumentov, môžeme mimo iného zaradiť aj fotografiu, predovšetkým osobné, súkromné a rodinné amatérske snímky<sup>22</sup>. Ako spomína kritička Sontagová, nefotografovať svoje deti je znakom rodičovskej ľahostajnosti, tak ako nepózovať pre maturitné fotografie je znakom adolescentnej vzbury.<sup>23</sup>

Rodinné amatérske snímky tvoria najširšiu oblasť využívajúcu dokumentačný potenciál fotografie. Chápanie fotografického média ako nástroja pamäti sa datuje už od jej počiatkov. Rodinné fotografie podľa kultúrnej teoretičky Kuhn nemajú slúžiť ako doklad, že sme boli, ale aký sme boli v momente zachytenia. Majú evokovať spomienky tým, že je veľký rozdiel v tom, čo sa na fotografiách naozaj nachádza, čím si idealizujeme podobu rodinnej histórie.<sup>24</sup>

Pri analýze rodinných fotografií zohráva dôležitú úlohu funkcia fotografovania, ktorú plní v rodinnom živote. Rodinná amatérska fotografia je podľa Bordieu vymedzená svojou sociálnou funkciou. Tá vychádza z miery uchopenia fotografického média ako nástroja pamäti. Prezeranie snímok posilňuje integráciu rodinnej skupiny a potvrdzuje predstavu ktorú má o sebe a svojej jednotke.<sup>25</sup>

Sontagová vymedzuje niekoľko funkcií. Tvrdí, že prostredníctvom rodiny zostavuje každá rodina vlastnú portrétnu kroniku- prenosnú kolekciu obrazov, ktoré svedčia o jej spriaznenosti.

---

<sup>21</sup> DE SINGLY, F. : *Sociologie súčasnej rodiny*. Praha: Portál, 1999.s.50

<sup>22</sup> SZTOMPKA, P. : *Vizuální sociologie: Fotografie jako výzkumná metoda*. 1. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství,2007. s. 65

<sup>23</sup> SONTAG, S. *O fotografii*.1. vyd. Praha: Paseka, 2002. s. 14

<sup>24</sup> KUHN, A.: *Family secrets: Acts of memory and imagination*. London and New York: Verso. s.33

<sup>25</sup> BOURDIEU, P.: *Photography: A Middle- brow Art*. Cambridge: Polity Press,1990. s. 19

Prvou funkciou je posilnenie integrácie rodiny. V centre snímok sú pokrvné a príbuzenské zväzky. Ide hlavne o krsty, svadby, Vianoce, manželské výročia. Druhá funkcia sa zaoberá podnecovaním a podporou interakcie medzi členmi rodiny. Prehliadanie fotografií je príležitosťou ku kontaktom, spomienkam, hovorom. Fotografie nosené v peňaženke bývajú častou témou konverzácie s novými ľuďmi.<sup>26</sup> Treťou funkciou je Goffmanovské seba prezentovanie, ktoré prebieha dvomi spôsobmi. Prvým spôsobom cez idealizované portréty(svadby)alebo idylické skupinové snímky(prázdniny). Za druhý spôsob pokladáme neočakávané, či z úkrytu fotebné snímky zachytávajúce život v humorných situáciách. Posledná funkcia sa zaoberá najbližším skutočným zámerom vysvitajúcim z rodinnej fotografie, teda dokumentovaním rodinného života. Dokumentujú sa zlomové momenty v živote rodiny- pohreby, krsty, svadby.<sup>27</sup>

*„ Pri analýze rodinných fotografií nestačí len preniknúť k obsahu, je nutné prihliadať na genézu, okolnosti, kontext a funkcie ktoré plnia v rodinnom živote. Hoci sú turistické snímky zvláštnym variantom osobných dokumentov, ich analýza nám môže prezradiť veľa o kultúrnych stereotypoch. “<sup>28</sup>*

Obrazom rodiny z hľadiska konceptuálnej fotografie sa venovali Jan Hojda a Zbynek Pavienský.

V kontexte intrapersonálnej komunikácie vstupuje do spektra našej pozornosti aj tematika rodiny ako základného výrazu zakotvenia človeka vo vzťahoch „ja- ty- my“ ako uvádzajú Hojda a Pavienský. Preto sa obraz rodiny môže stať obrazom hľadania a znamenia očakávania cieľa ľudského bytia.<sup>29</sup> K tejto interpretácii tiež pridávajú tvrdenie, že človek sa bytostne nachádza v dialógu. Byť osobou teda podľa nich znamená byť bytostne zameraný k osobnému bytiu druhého. Zameriavajú sa tiež na to, že ústredný motív fotografie môže vyjadrovať zdieľanie rodinnej pamäte.<sup>30</sup> Je tiež nesmierne významnou časťou rodinného spoločenstva.<sup>31</sup>

---

<sup>26</sup> SONTAG, S. :*O fotografii*.1. vyd. Praha: Paseka, 2002. s. 14

<sup>27</sup> SZTOMPKA, P. :*Vizuální sociologie: Fotografie jako výzkumná metoda*. 1. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství,2007. s. 65

<sup>28</sup> Tamtiež, s. 66

<sup>29</sup> HOJDA, J.;PAVIENSKÝ, Z.: *Hledání vzájemnosti. Obraz rodiny v konceptuální fotografii - pokus o teologickou interpretaci*. 1. vyd. Jablonec nad Nisou: Vydavatelství IN,2012. s. 9-11

<sup>30</sup> HOJDA, J.;PAVIENSKÝ, Z.: *Hledání vzájemnosti. Obraz rodiny v konceptuální fotografii - pokus o teologickou interpretaci*. 1. vyd. Jablonec nad Nisou: Vydavatelství IN,2012.s. 29-41

<sup>31</sup> Tamtiež, s. 56

### 1.2.1. Fotografický album ako materiálny objekt

Fotografiami bolo možné uchopiť svet vizuálne a v 19.storočí ich zbierali ľudia najradšej vo fotografických albumoch. Od profesionálnych fotografov k neznámym amatérom zostavovali ľudia z najrozličnejších dôvodov albumy: aby si zachovali spomienky na zvláštne udalosti, aby zdôraznili svoje spoločenské postavenie alebo si vytvárali vizuálne rodokmene.<sup>32</sup> V dôsledku toho, vzniká veľké množstvo snímok, ktoré zachytávajú len to, čo podľa subjektívnych definícií situácie pokladajú fotografi za dôležité, hodné zaznamenania.<sup>33</sup>

Čo je to vlastne fotografický album? Je to súbor fotografií, ktorý môže mať tlačenú, elektronickú alebo materiálnu podobu. Tiež je to aj intímnejšia podoba fotografických knižiek, efemérnejšia sestra fotografických kníh môže byť katalóg výstav.<sup>34</sup> Prezeranie albumov vedie k zachovaniu pamäte, pretože pripomína minulosť a vedie k dialógom o zachytených udalostiach. Aj keď rodinný príslušníci pre daguerotypistu pózovali, nebolo vždy cieľom zachytiť model podľa skutočnosti.<sup>35</sup>

Podľa Sztompku boli domáce archívy nevyčerpatelným prameňom sociálnych poznatkov, predovšetkým ak išlo o každodenný život, zvyky, okamihy rodinného života (narodenie dieťaťa, svadba, pohreb...)<sup>36</sup> Keď boli fotografie usporiadané v albumoch, medzi snímkami sa vytvárali vzťahy a ukazovali kto je kto, tiež ako chcel vidieť sám seba.

Fotoalbumy väčšinou vytvárali fikciu, keďže sa snažili ukazovať každého z najlepšej stránky. Vo viktoriánskej ére zostavovali albumy väčšinou ženy. Keď vizuálne dotvárali rodinnú históriu, ženy z vyššej spoločnosti dávali voľnosť svojim umeleckým ambíciám.<sup>37</sup>

Fotky si ľudia nevystavovali v rámečkoch na stenách, ale zakladali ich na posledné strany fotoalbumov, alebo do špeciálneho post mortem fotoalbumu. Post mortem portréty sa

---

<sup>32</sup> JOHNSON, W. S.; RICE, M; WILLIAMS, C.: *Dějiny fotografie: od roku 1839 do současnosti*. Praha : Slovart; Köln: Taschen. 2010. s. 306

<sup>33</sup> SZTOMPKA, P. : *Vizuální sociologie: Fotografie jako výzkumná metoda*. 1. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství,2007. s. 65

<sup>34</sup> FRANCOVÁ, S.: *Fotografické knihy- médium pro prezentaci fotografických projektu..*[online].[2018-01-28]. Dostupné na: <http://fresh-eye.cz/fotograficke-knihy-medium-pro-prezentaci-fotografickych-projektu/2014/06/>

<sup>35</sup> JOHNSON, W. S.; RICE, M; WILLIAMS, C.: *Dějiny fotografie : od roku 1839 do současnosti*. Praha : Slovart; Köln: Taschen. 2010. s.69

<sup>36</sup> SZTOMPKA, P. : *Vizuální sociologie: Fotografie jako výzkumná metoda*. 1. vyd. Praha: Sociologické nakladatelství,2007. s. 28

<sup>37</sup> JOHNSON, W. S.; RICE, M; WILLIAMS, C. (2010). *Dějiny fotografie : od roku 1839 do současnosti*. Praha : Slovart; Köln: Taschen. 2010. s.308-313

stali čoraz populárnejšími, keďže si ľudia nemohli dovoliť fotografie v štúdiách, bola to často ich jediná pamiatka na zosnulých, najčastejšie deti. Telá pózovali ako živé, boli obklopený rodinou, deti držali ich obľúbené hračky.<sup>38</sup>

V minulosti deti neboli centrom pozornosti tak ako dnes. V čase kolonizácie boli výhradnými záležitosťami dospelí počas slávností a ceremónií, detské oslavy začali byť dôležitými až od roku 1945. Bourdieu vychádza z presvedčenia, že amatérski fotografi nemali estetické ambície, motivácia k fotografovaniu vychádza z primárnej potreby dokumentovania života rodiny.<sup>39</sup>

Podľa Bourdieu má zaznamenávanie významných udalostí ako svadieb, osláv, narodenia dieťaťa, pomôcť k posilneniu sociálnej súdržnosti. Rodinné podobizne ktoré sa dedili z generácie na generáciu slúžili ako náhrada za rodinné drahokamy a rodinné portréty.<sup>40</sup> Portrétovanie rodinných príslušníkov, manželov, manželiek, dcér a synov malo pre raných fotografov neodolateľné kúzlo. Predtým boli v albumoch zastúpené najmä fotografie dospelých, len výnimočne odfotografovali deti samé ako spomína Bourdieu. Občas boli portrétovaní aj noví členovia rodiny, ktorí zomreli na nejakú chorobu, ktoré si v 19.storočí vyžiadali životy veľa detí.<sup>41</sup>

Kuhn tvrdí, že pre rodinné fotografie je charakteristickejší príbeh s otvoreným koncom ako zatvoreným. Fotografie teda nie sú uzatvorené, naopak ich vytváranie, usporiadanie, vytvárajú nekonečný kolobeh, v ktorom sa rodina utvára.<sup>42</sup>

Vo vidieckych domácnostiach boli fotografie schované, pretože sa nepatrilo ukazovať ich len tak. Slávnostné fotografie boli vystavené v jedálni, pretože tam mali slávnostnejšiu atmosféru.<sup>43</sup>

### 1.2.2. Fotografický album v postfotografickej ére a digitálny album

Fotografia vzbudila záujem o životný štýl, kultúru a celkový spôsob života a nástupom digitalizácie zvýšila jej povedomie a šírenie. Ako sa technológie neustále vyvíjali a ovplyvňovali spoločnosť, fotoaparáty sa stávali dostupnejšími. Teoretik médií Manovich

---

<sup>38</sup> BREYER, M.: *7 most morbid Victorian mourning traditions*. [online]. [2017-01-28]. Dostupné na: <https://www.mnn.com/lifestyle/arts-culture/stories/7-most-morbid-victorian-mourning-traditions>

<sup>39</sup> BOURDIEU, P.: *Photography. A Middle-brow Art*. Stanford : Stanford University Press, 1990. 19 s.

<sup>40</sup> BOURDIEU, P.: *Photography. A Middle-brow Art*. Stanford : Stanford University Press, 1990. 24-31

<sup>41</sup> JOHNSON, W. S.; RICE, M; WILLIAMS, C.: *Dějiny fotografie : od roku 1839 do současnosti*. Praha : Slovart; Köln: Taschen. 2010 s.64-66

<sup>42</sup> KUHN, A.: *Family secrets: Acts of memory and imagination*. London and New York: Verso. s.19

<sup>43</sup> BOURDIEU, P.: *Photography: A Middle-brow Art*, Cambridge: Polity Press, 1990. str. 24

vyčlenil päť princípov nových médií. Podľa neho sa jedná o numerickú reprezentáciu, modularitu, automatizáciu, variabilitu a transkódovanie. Numerická prezentácia znamená, že všetky objekty médií sa skladajú z digitálneho kódu, čiže text, zvuk, video, obrázkov sú reprezentované buď obrazovými pixelmi alebo radou jednotiek a núl. <sup>44</sup>

„K tomu, aby sme mohli hovoriť o postfotografickej ére, keď sa mení chápanie média, prispelo rozšírenie mix- mediálnych inštalácií, ktoré v 80. a 90. rokoch zaplavili výstavné siene.“<sup>45</sup> V tejto dobe fotoaparát neprestal byť ani na okamih nástrojom kontroly a moci. <sup>46</sup>

Koniec 20. storočia priniesol najväčší rozmach na čele s internetom. Digitalizácia začala ovplyvňovať fotografiu, jej používanie a manipuláciu. Láb a Turek sa zaoberali fotografiou v digitálnom veku. Môžeme ešte stále hovoriť o fotografii alebo sa toto médium transformuje? Pre postfotografickú éru je skôr typický hybridný obraz, býva mixom skutočnosti a fikcie, reálneho a nereálneho, umelci sú ovplyvnení konceptualizmom. Podľa nich ako keby sme žili na konci fotografickej éry a vstupovali do postfotografických časov, ktoré analógovú fotografiu absorbujú, digitálne technológie ju nahradia.<sup>47</sup>

---

<sup>44</sup> MANOVICH, L.: *Principles of new media*. [online]. [2000-01-01]. Dostupné na: <https://www.mediamatic.net/en/page/9283/principles-of-new-media-1>

<sup>45</sup> HRABUŠICKÝ, A.; MACEK V.: *Slovenská fotografia, 1925-2000: moderna, postmoderna, postfotografia*. Vyd. 1. Slovenská národná galéria, 2001. s. 465

<sup>46</sup> LÁB, F.; TUREK, P.: *Fotografie po fotografii*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Nakladatelství Karolinum, 2009, s. 7

<sup>47</sup> LÁB, F.; TUREK, P.: *Fotografie po fotografii*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Nakladatelství Karolinum, 2009, s. 13



## **2 APLIKAČNÁ ČASŤ**

V tejto časti bakalárskej práce si prejdeme procesom tvorby fotografií, v ktorom sme dokumentovali život jednej rodiny s deťmi, ktorá sa rozhodla opustiť mestský život, konzum a hodnoty.

### **2.1 FOTOGRAFICKÉ VYBAVENIE**

Pri fotografovaní sme použili nasledovné technické vybavenie:

- digitálna zrkadlovka Canon EOS 7D,
- objektív Canon EF 50 mm f/1.2,
- objektív Canon EF-S 18-55 mm f/3.5-5.6 ,
- objektív Canon EF 38-76 mm, f/ 4.

#### **2.1.1 AUTORSKÁ SÉRIA FOTOGRAFIÍ**

Samotnému fotografovaniu predchádzalo oslovenie vybratej rodiny a objasnenie koncepcie. Pri fotografovaní sme používali fotoaparát Canon EOS 7D s viacerými 50 mm objektívmi s rôznymi svetelnosťami. Vďaka svetelnosti objektívu sme mohli doceliť nižšiu hĺbku ostrosti, čím sme mohli izolovať objekty od pozadia.

Rozhodli sme sa zamerať na tému rodiny a zvažovali sme nad viaceré varianty zobrazenia a predovšetkým zamerania obsahu, napokon sme sa však zamerali na jednu konkrétnu rodinu, ktorú tvorí mladý manželský pár a tri dcéry. Fotografie sme realizovali v prírodnom prostredí v malej horskej obci Brdárka.

Fotografie boli zachytené v interiéri aj exteriéri. Boli dokumentované všetky miestnosti v dome, čo dávalo priestor pre vytvorenie si predstavy o aktivitách, životnom štýle a vzájomných vzťahoch.

Hlavným cieľom bolo prostredníctvom praktického výstupu poukázať na povahu rodinného albumu zo súkromného do verejnej sféry, s ohľadom na dobrovoľné vzdanie sa

súkromia Ako opisuje Sztompka, fotografovanie sme viedli metódou pozorovania.

Fotografovaniu sme nechávali voľný priebeh, aby bolo viditeľné alternatívne žitie v danej obci, bez prikrášlenia situácií, usilovali sme byť tichým pozorovateľom. Využili sme metódu obsahovej analýzy k vyčleneniu vizuálnych prvkov z veľkého množstva snímok. Prostredníctvom kvantitatívnej analýzy sme zistili viac o intímnom, spoločenskom a osobnom živote príslušníkov rodiny.

Fotografovanie prebiehalo počas bežných pracovných dní, po skončení pracovnej doby manžela a počas víkendov. Žánre, ktorými sme zhotovovali fotografie boli dokumentárna a portrétna fotografia. Fotografie dokumentovali rodinné prostredie, presne také, aké je, čiže napr. veci ktoré boli položené v spálni, celá izba, oblečenie či v kuchyni na stole, kde bola večera, hrnčeky. Po prvotnom spoznaní a oboznámení sa s rodinou, sa nám príslušníci rodiny postupne začali komunikačne odhaľovať a prezrádzali svoje zážitky, všetko o sebe, o tom prečo sa rozhodli žiť v alternatívnom spoločenstve.

## ZÁVER

Fotografovanie zohráva dôležitú úlohu pri utváraní rodinného obrazu a pamäti. Nástupom postmodernity a digitálnej fotografie na konci 20. storočia prišlo k väčšej manipulácii fotografie a zmene spôsobu reprezentácie. Kým v minulosti členovia rodiny uchovávali fotografie v kronikách či špeciálnych albumoch a ukazovali ich skôr pri špeciálnych príležitostiach, dnes ľudia odhaľujú veľa zo svojho súkromia a zdieľajú verejne kvantú fotografií. Fotoaparát sa začal stávať na začiatku 20. storočia aj súčasťou rodinných domácností. V súčasnosti ľudia prenášajú svoju identitu do verejného priestoru prostredníctvom fotografií. V teoretickej časti práce bolo našim cieľom priniesť čo najucelenejšie poznatky týkajúce sa danej problematiky. V teoretickej časti sme charakterizovali pojmy postfotografická éra, postmoderna a vymedzili sme súkromnú a verejnú sféru.

Cieľom bakalárske práce bolo zistiť, či došlo k posunu fotografie z intímnej do verejnej sféry a ku akým zmenám príchodom digitalizácie došlo. Rodinné albumy slúžili na zaznamenávanie udalostí a rodinnej histórie. Pri listovaní albumami prechádzame rodinnou históriou a uchovávame si dôležité okamihy v živote. Zámerom práce bolo priblížiť históriu rodinnej fotografie ale aj analyzovanie vytvárania fotografických albumov v súčasnosti a minulosti. Zistili sme, že funkciou fotografie a predovšetkým fotografických albumov je skôr prezentovanie identity jednotlivca ako prezentácia života v spoločnosti. Fotografické albumy máme dnes možnosť skôr vidieť v zoradenej podobe na sociálnych sieťach. Analyzovali sme rodinné fotografie z minulosti a porovnali ich so súčasnými.

Tiež sme zistili, že veľký podiel na strate dôveryhodnosti fotografie spôsobili aj technologické zmeny a fotografia nahrádza realitu, pretože sa zdá byť skutočnejšia ako svet okolo nás.

Fotografické albumy ešte zohrávajú súčasť našich životov, avšak prezeraniu venujeme času málo, radšej ich teda pripíname na "stenu".

Kým v minulosti šlo o zachytenie dospelých ľudí a dochádzalo k posilneniu sociálnej súdržnosti v dobe sociálnych sietí ide o prikrášlenie reality a stali sa nástrojom utvárania totožnosti. Tiež sme zistili že ľudia hrajú "divadlo" pre priateľov v priestore sociálnych sietí a náš prejav je tvorený spoločenskou fasádou. Motiváciou pre danú tému bolo, že sociálna téma a rodina nás vždy fascinovali a boli nám blízke.

K získaným poznatkom sme tiež prišli využitím pozorovania a obsahovej analýzy fotografií. Na internete sa snažia prezentovať v čo najlepšom svetle, prezentujú svoj životný štýl, vzhľad, záľuby, či sociálne postavenie, avšak mnohokrát svoju realitu prikrášľujú. V aplikačnej časti práce sme tiež predstavili tvorbu slovenských a zahraničných autorov. Danú tvorbu sme sa snažili usporiadať chronologicky, priniesli sme rôzne pohľady a prístupy k danej téme. Výsledným cieľom tejto série bolo zistiť, aké je postavenie rodinnej fotografie v súčasnosti.

Praktický výstup pozostával zo série fotografií, v ktorom sme zachytili bežný život rodiny, bez štylizovania a prikrášlenia osôb.

Dokumentácia dávala priestor pre vytvorenie si predstavy o aktivitách, životnom štýle a vzájomných vzťahoch.

## ZOZNAM PRÍLOH

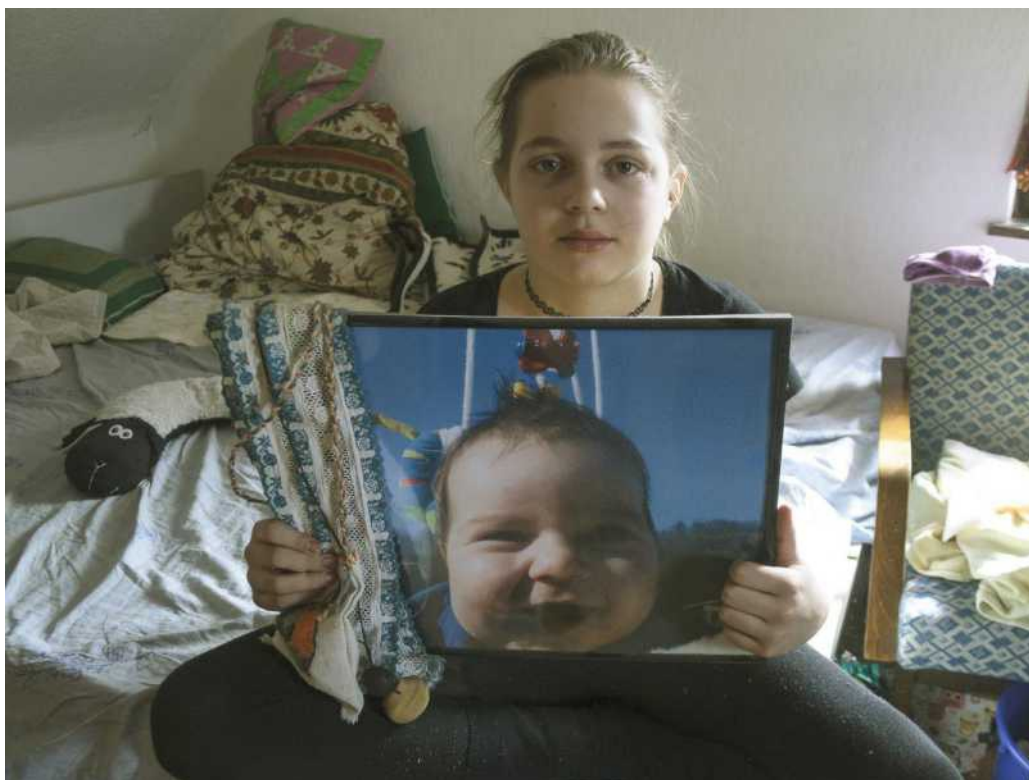
- Príloha č. 1: Fotografia- Dni ako tieto1, Mária Vencelová,2018.Zdroj: archív autorky  
Príloha č.2: Fotografia- Dni ako tieto2, Mária Vencelová,2018. Zdroj: archív autorky  
Príloha č. 3: Fotografia- Dni ako tieto3, Mária Vencelová,2018. Zdroj: archív autorky  
Príloha č. 4: Fotografia- Dni ako tieto4, Mária Vencelová,2018. Zdroj: archív autorky  
Príloha č. 5: Fotografia- Dni ako tieto5, Mária Vencelová,2018. Zdroj: archív autorky  
Príloha č.6: Fotografia- Dni ako tieto6, Mária Vencelová,2018. Zdroj: archív autorky  
Príloha č. 7: Fotografia- Dni ako tieto7, Mária Vencelová,2018. Zdroj: archív autorky  
Príloha č. 8: Fotografia- Dni ako tieto8, Mária Vencelová,2018. Zdroj: archív autorky  
Príloha č. 9: Fotografia- Dni ako tieto9, Mária Vencelová,2018. Zdroj: archív autorky  
Príloha č. 10: Fotografia- Dni ako tieto10, Mária Vencelová,2018. Zdroj: archív autorky  
Príloha č. 11: Fotografia- Dni ako tieto11, Mária Vencelová,2018. Zdroj: archív autorky  
Príloha č. 12: Fotografia- Dni ako tieto12, Mária Vencelová,2018. Zdroj: archív autorky  
Príloha č. 13 :Fotografia- Dni ako tieto13, Mária Vencelová,2018. Zdroj: archív autorky  
Príloha č. 14 Fotografia- Dni ako tieto14, Mária Vencelová,2018. Zdroj: archív autorky  
Príloha č. 15: Fotografia- Dni ako tieto15, Mária Vencelová,2018. Zdroj: archív autorky  
Príloha č. 16: Fotografia- Dni ako tieto16, Mária Vencelová,2018. Zdroj: archív autorky  
Príloha č. 17: Fotografia- Dni ako tieto17, Mária Vencelová,2018. Zdroj: archív autorky  
Príloha č. 18: Fotografia- Dni ako tieto18, Mária Vencelová,2018. Zdroj: archív autorky  
Príloha č. 19: Fotografia- Dni ako tieto19, Mária Vencelová,2018. Zdroj: archív autorky



**Príloha č. 1: Dni ako tieto 1**



**Príloha č.2 : Dni ako tieto 2**



**Príloha č.3 :** *Dni ako tieto 3*



**Príloha č.4 :** *Dni ako tieto 4*





**Príloha č.5 :** *Dni ako tieto 5*



**Príloha č.6:** *Dni ako tieto 6*





**Príloha č.7:** *Dni ako tieto 7*



**Príloha č.8:** *Dni ako tieto 8*



**Príloha č.9:** *Dni ako tieto 9*



**Príloha č.10:** *Dni ako tieto 10*



**Príloha č.11:** *Dni ako tieto 11*



**Príloha č.12:** *Dni ako tieto12*

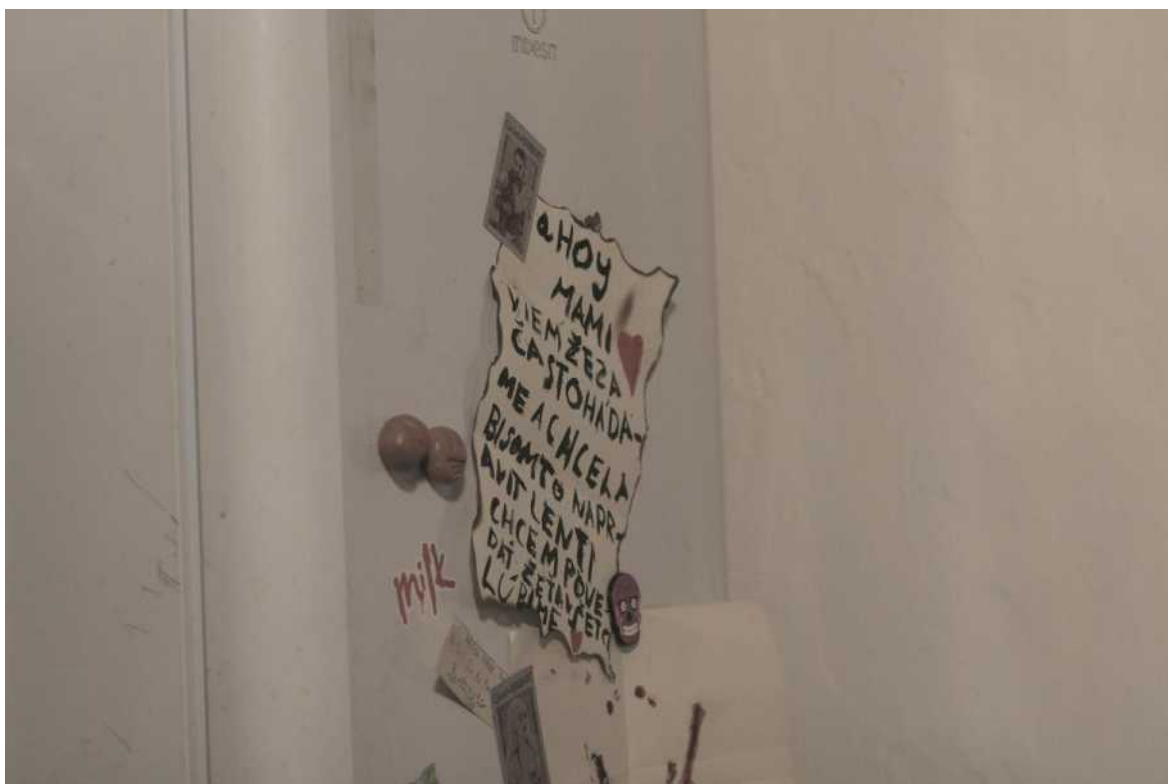


**Príloha č.13:** *Dni ako tieto 13*



**Príloha č.14:** *Dni ako tieto14*





**Príloha č.15:** *Dni ako tieto 15*



**Príloha č.16 :** *Dni ako tieto 16*



**Príloha č.17:** *Dni ako tieto 17*



**Príloha č.18:** *Dni ako tieto 18*



**Príloha č.19:** *Dni ako tieto 19*

## POUŽITÁ LITERATÚRA

### **Knižné zdroje:**

BOURDIEU, P.: *Photography. A Middle-brow Art*. Stanford : Stanford University Press, 1990. 232 s. ISBN 0-804717605.

DE SINGLY, F. : *Sociologie súčasnej rodiny*. Praha: Portál, 1999.s.128s. ISBN 8071782491.

HLAVÁČ, E. : *Dejiny fotografie*. Martin: Osveta, 1989. 542 s. ISBN 70-020-87.

HLAVÁČ, E.: *Dejiny slovenskej fotografie*. Martin: Osveta, 1989. 511 s. ISBN 80-217-0086-6.

HOJDA, J.;PAVIENSKÝ, Z.: *Hľadání vzájemnosti. Obraz rodiny v konceptuální fotografii - pokus o teologickou interpretaci*. 1. vyd. Jablonec nad Nisou: Vydavatelství IN,2012.124 s. ISBN 9788087821008.

JOHNSON, W. S.; RICE, M; WILLIAMS, C.: *Dějiny fotografie : od roku 1839 do současnosti*. Praha : Slovart; Köln: Taschen. 2010.766s. ISBN 978-3-8365-2563-3.

HRABUŠICKÝ,A.;MACEK,V.: *Slovenská fotografia 1925-2000: moderna, postmoderna, postfotografia*. Bratislava: Slovenská národná galéria,2001.466s.ISBN-13:978-8080590581.

LÁB, F. ;TUREK, P. : *Fotografie po fotografii*. Vyd. 1. Praha: Univerzita Karlova v Praze, Nakladatelství Karolinum, 2009, 132s. ISBN 978-80-246-1617-9.

SZTOMPKA, P. :*Vizuální sociologie: Fotografie jako výzkumná metoda*. 1. vyd. Praha: SLON,2008.168 s. ISBN 8086429776.



## Internetové zdroje:

BREYER, M.: 7 most morbid Victorian mourning traditions.[online].[2017-01-28].  
Dostupné na : <https://www.mnn.com/lifestyle/arts-culture/stories/7-most-morbid-victorian-mourning-tradition>

FALTÝNOVÁ, M.: Americká realita podle Gregoryho Crewdsona. [online]. [2008-03-19].  
Dostupné na: [https://www.tyden.cz/rubriky/kultura/vytvarne-umeni/americka-realita-podle-gregoryho-crewdsona\\_49739.html](https://www.tyden.cz/rubriky/kultura/vytvarne-umeni/americka-realita-podle-gregoryho-crewdsona_49739.html)

*Fotografia*. [online]. [2010-10-15]. Dostupné na: <http://medialnavychova.sk/fotografia/>

FRANCOVÁ, S.: *Fotografické knihy- médium pro prezentaci fotografických projektu*.. [online]. [2018-01-28]. Dostupné na: <http://fresh-eye.cz/fotograficke-knihy-medium-pro-prezentaci-fotografickych-projektu/2014/06/>

MANOVICH, L.: *Principles of new media*. [online]. [2000-01-01]. Dostupné na: <https://www.mediamatic.net/en/page/9283/principles-of-new-media-1>

ŠEVELOVÁ, I.: *Historie fotoaparátu a fotografie*. [online]. [2017-12-26]. Dostupné na: <https://www.digimanie.cz/historie-fotoaparatu-a-fotografie/1815>

# KOMPARÁCIA FILMOVÉHO DIELA VEĽKÝ GATSBY A JEHO LITERÁRNEJ PREDLOHY

*Daniela Štulrajterová, Jana Radošinská*

## **Abstract**

The aim of the text is to capture the differences between the selected film *The Great Gatsby* and its literary artwork by comparing content and formal characteristics of both products. The prerequisite for achieving the main goal is the reflection on relevant theoretical concepts, especially knowledge on literary works, film and the process of adaptation of literary work to film. The author is therefore focused on adaptation as a specific message transfer that spreads across multiple types of media products. The text also identifies fundamental differences between film and literary work. The empirical part, based on the selected research method, research material and research questions, defines the differences between literary and film version of the same story through specified analytical categories.

**Key words:** adaptation, film, film production, literary artwork, literary work

## **Abstrakt**

Cieľom textu je zachytiť rozdiely medzi filmovým dielom *Veľký Gatsby* a jeho literárnou predlohou prostredníctvom komparácie obsahových a formálnych charakteristík oboch diel. Predpokladom pre dosiahnutie hlavného cieľa je reflexia príslušných teoretických konceptov, predovšetkým poznatkov o literárnych dielach, filmových dielach a procese adaptácie literárneho diela do filmovej podoby. Autorka sa preto venuje adaptácii ako špecifickému prenášaníu posolstva v rámci viacerých typov mediálnych produktov. Práca tiež identifikuje základné rozdiely medzi filmovým a literárnym dielom. Empirická časť práce na základe zvolenej výskumnej metódy, výskumného materiálu a výskumných otázok vymedzuje rozdiely medzi literárnou a filmovou verziou totožného príbehu prostredníctvom stanovených analytických kategórií.

**Kľúčové slová:** adaptácia, filmová produkcia, filmové dielo, literárna predloha, literárne dielo

## ÚVOD

Predkladaná práca má teoreticko-empirický charakter. Prostredníctvom využitia dostupnej odbornej literatúry a následným použitím kvalitatívnej obsahovej analýzy, komparácie a iných výskumných metód stanovujeme spoločné a rozdielne znaky medzi vybraným filmovým a literárnym dielom – príbehom Jaya Gatsbyho, hlavného protagonistu slávneho príbehu Francisa Scotta Fitzgeralda *Velký Gatsby*.

Prvá kapitola textu pojednáva o základných pojmoch, ktoré sú smerodajné pre naplnenie cieľa. Pre predkladanú prácu je kľúčový pojem „adaptácia“, ktorému aj bližšie venujeme pozornosť, pričom nás zaujímajú tiež odlišné spôsoby vyjadrovania myšlienok v literatúre a vo filme.

V druhej kapitole stanovujeme hlavný cieľ práce a metodologické východiská empirického skúmania problematiky. Na dosiahnutie hlavného cieľa využívame kvalitatívnu obsahovú analýzu a komparáciu. Na základe stanovených výskumných otázok reflektujeme a interpretujeme poznatky v empirickej časti práce, najmä v zhrnutí.

V empirickej časti práce (tretia kapitola) sa podrobne venujeme filmovému a literárnemu spracovaniu vybraného diela. Poznatky, ktoré sme nadobudli v teoretickej časti vďaka dostupnej odbornej literatúre, aplikujeme s prihliadnutím na potrebu naplnenia hlavného cieľa práce. Využitím komparácie, analýzy a syntézy identifikujeme podobné a odlišné znaky konkrétnych diel, čoho výsledkom je dostatočné množstvo dát kvalitatívnej povahy na vykonanie interpretácie skúmaných verzií príbehu.

Štvrtá kapitola slúži na zhodnotenie a interpretáciu získaných poznatkov. Dôležitá je pre nás interpretácia vlastných výsledkov analýzy, ktorú vykonávame porovnaním filmového diela a jeho literárnej predlohy.

# 1 PROBLEMATIKA ADAPTÁCIE LITERÁRNÝCH DIEL DO FILMOVEJ PODOBY

Filmové adaptácie nie sú novou problematikou, existujú už desaťročia. V súčasnosti nie je trendom adaptovať iba literárne diela, ale napríklad aj digitálne hry či iné druhy mediálnych produktov. Predmetom našej práce sú však predovšetkým filmové adaptácie na základe literárnej predlohy.

Termín „adaptácia“ pochádza z latinčiny a v preklade znamená „prispôsobovanie“. Definujeme ju ako schopnosť prispôsobiť sa daným alebo novým podmienkam. Ďalej ju môžeme charakterizovať ako „*prenos alebo premenu diela z jedného druhu či žánru na iný*“.<sup>1</sup> Adaptácia označuje aj prácu konkrétneho dramaturga, ktorý inscenuje, pričom sú povolené akékoľvek manipulácie: rôzne škrtky a štylistické úpravy, reorganizácia príbehu, zredukovanie postáv alebo dejísk, úprava záveru alebo samotnej fabuly vo vzťahu k réžii.<sup>2</sup> Veľká časť týchto prác sa nepovažuje za úplne nové, vzhľadom na to, že každé adaptované dielo vždy vzniklo na základe iného typu textu.<sup>3</sup> Filmoví a literárni teoretici hľadajú vzájomné odlišnosti filmu a literatúry už od vzniku kinematografie. Popri nich však existuje vo vzťahu literatúry a filmu aj istá príbuznosť a tá sa prejavuje aj v prípade filmových adaptácií literárnych diel. Na rozdiel od divadelného inscenovania má filmová adaptácia väčšiu slobodu, tzn. modifikuje zmysel pôvodného diela, prípadne mu dáva opačný zmysel.<sup>4</sup>

Filmové adaptácie boli dlho považované za obyčajné kópie dôležitejších a hodnotnejších literárnych diel. Samotné „adaptačné myslenie“ je celkom mladé; kľúčové teoretické a metodologické koncepty sa začali formovať až v súvislosti s etablovaním štúdia filmovej vedy na amerických a britských univerzitách.<sup>5</sup> Môžeme povedať, že adaptovanie literárneho diela na filmové je jedným z najistejších predpokladov, že film bude populárny, pretože má istým spôsobom už „predpripravené“ publikum. Je veľká pravdepodobnosť, že recipienti, ktorí si prečítali knihu, budú chcieť vidieť spracovanie jej príbehu vo filmovej podobe.

---

<sup>1</sup> KNOPOVÁ, E.: Adaptácia, divadelná, televízna, rozhlasová. In VOPÁLENSKÝ, J. (ed.) a kol.: *Stručný slovník masmediálnej a marketingovej komunikácie*. Trnava : FMK UCM, 2006, s. 8.

<sup>2</sup> PAVIS, P.: *Divadelný slovník*. Bratislava : Divadelný ústav, 2004, s. 26.

<sup>3</sup> LEITCH, T.: Adaptation Studies at a Crossroads. In *Adaptation*, 2008, roč. 1, č. 1, s. 63. [online]. [2018-03-15]. Dostupné na:

<<https://filmadaptation.qwriting.qc.cuny.edu/files/2012/08/Leitch-Adaptation-at-Crossroads.pdf>>.

<sup>4</sup> PAVIS, P.: *Divadelný slovník*. Bratislava : Divadelný ústav, 2004, s. 26.

<sup>5</sup> BUBENÍČEK, P.: Filmová adaptace: Hledání interdisciplinárního dialogu. In *Illuminace*, 2010, roč. 22, č. 1, s. 7.

Filmovú adaptáciu teda charakterizujeme ako „prevod“ literárnej práce na film, pričom je uznávaná ako typ derivátovej práce. Preto rozšírenie (alebo interpretácia) pôvodného príbehu je neodmysliteľnou súčasťou adaptácie.<sup>6</sup> Patrice Pavis v súvislosti s touto myšlienkou uvádza, že „*dokonalá a definitívna adaptácia diel minulosti neexistuje*“.<sup>7</sup>

Slovo „adaptovať“ označuje prispôbenie pôvodnej štruktúry a obsahu umeleckého diela novému umeleckému druhu alebo žánru. Pri tomto pojme musíme myslieť aj na to, že ak chceme niečo adaptovať, musíme čiastočne alebo úplne prepracovať pôvodný text, ktorý bol východiskovým materiálom novému tvaru.<sup>8</sup> Hovoríme predovšetkým o úprave nedramatických útvarov na útvary dramatické.

Najpodstatnejšiu skupinu adaptovaných diel netvorí významné románové diela, ale tzv. literatúra stredy. Sú to diela menej známych autorov, ktoré divák vo filme neprijíma ako adaptáciu, ale ako pôvodný film. Ako uvádzajú Mária Eliášová a Dagmar Valentovičová, autorka publikácie *Mysl a príbeh ve filmové fikci* Katarína Mišíková poukazuje na fakt, že „*hoci bol román ťažiskovým naratívny modelom, v dvadsiatom storočí dochádza pod tlakom kinematografie k jeho ústupu*“. Podľa Kataríny Mišíkovej film nasýti divácku túžbu po príbehoch „*masovejšie, rafinovanejšie a spektakulárnejšie*“.<sup>9</sup> Spektakulárnosť, ktorú chápeme ako vizuálnu atraktivitu, môžeme v tomto prípade definovať ako špecifickú strategickú interpretáciu sveta. Tá funguje ako operačná ideológia, ktorá dokáže efektívne organizovať spoločnosť. Môžeme tvrdiť, že pomocou multimedialnej komunikácie vplyva na mediálnu kultúru a tiež zasahuje aj do sféry každodenného života. Pokiaľ hovoríme o filmových dielach, ktoré využívajú naráciu a dynamiku obrazu, hovoríme o jednom z hlavných nositeľov audiovizuálnej spektakulárnosti súčasnosti. Za jej zrodenie sa nepovažuje iba audiovizuálna podstata, ale aj prostredie, v ktorom prebiehala recepcia filmu už v 20. a 30. rokoch 20. storočia. V súčasnosti sú predpoklady produkcie a recepcie filmových diel rozdielne, keďže pôvodnú spektakulárnosť nahradila moderná technológia, ktorá pôsobí vo sférach každodenného života recipientov a audiovizuálna atraktivita je

---

<sup>6</sup> VAN VUGT, N.: *Film Adaptation, Alternative Cinema and Linchian Moment of Transposition*. [online]. [2018-03-15]. Dostupné na: <<http://www.nickvanvugt.com/NickvanVugt-MRP.pdf>>.

<sup>7</sup> PAVIS, P.: *Divadelný slovník*. Bratislava : Divadelný ústav, 2004, s. 26.

<sup>8</sup> KNOPOVÁ, E.: Adaptácia, divadelná, televízna, rozhlasová. In VOPÁLENSKÝ, J. (ed.) a kol.: *Stručný slovník masmediálnej a marketingovej komunikácie*. Trnava : FMK UCM, 2006, s. 8.

<sup>9</sup> ELIÁŠOVÁ, M., VALENTOVIČOVÁ, D.: Motív „knihy“ v hranom filme Nekonečný príbeh, Dumasov klub, Meno ruže, Da Vinciho kód. Porovnanie a analýza. In MAGÁL, S., VALENTOVIČOVÁ, D. (eds.): *Filmový a mediálny manažment: Filmová produkcia I*. Trnava : FMK UCM, 201, s. 136.

viazaná na prezentáciu filmových diel publiku prostredníctvom reklamných kampaní filmových producentov.<sup>10</sup>

Literatúra a film majú odlišné spôsoby vyjadrovania. Môžeme medzi nimi nájsť určité formálne a obsahové paralely, pretože sa považujú za „*kultúrne subsystemy, za znakové systémy s odlišnou dištinkciou základných jednotiek a rozdielnou reprezentáciou, za estetické objekty, inštitúcie, médiá, komunikáty, naratívne umenia tvoriace tzv. fikcionálny druh, za predstaviteľov protikladných klasických a technických umení*“.<sup>11</sup> Adaptácie rozlišujeme nasledovne:

1. Dramatizácia ako spracovanie nedramatického literárneho diela na dramatické dielo; týka sa predovšetkým príbehu (narácie), ktorý sa môže zanechať v nezmenenej podobe alebo sa zmení celý. Cieľom je prepracovanie lyrických a epických obsahov do dramatických foriem, teda do dialógov a scénických akcií;
2. „Dramaturgická práca s textom, ktorý sa ide inscenovať“;
3. Aktualizácia, keď ide o úpravu pôvodného textu vzhľadom na kultúrny, jazykový alebo iný kontext cieľového použitia;
4. Premena foriem z jedného dramatického druhu na iný, pričom sa štruktúra diela prispôbuje (najmä) vlastnostiam cieľového média či umeleckého a dramatického druhu.<sup>12</sup>

Filmové adaptácie boli až do deväťdesiatych rokov minulého storočia značne kritizované. Predovšetkým sa riešil vzťah medzi „nepodareným“ filmovým spracovaním a „kvalitným“ literárnym dielom, pričom dôležitým kritériom bolo čo najpresnejšie „prenesenie“ originálnych knižných predlôh do filmovej podoby. V deväťdesiatych rokoch však prichádzajú filmoví teoretici s novými adaptačnými koncepciami. Tie nadväzujú na štrukturalistické chápanie filmu a literatúry a predstavujú dva rovnocenné jazykové systémy. Vďaka uznaniu tejto rovnocennosti sa nahradila dovtedajšia hierarchizácia jednotlivých umení, ktorá v prípade filmových adaptácií kedysi predstavovala vyzdvihovanie

---

<sup>10</sup> RADOŠINSKÁ, J., VIŠŇOVSKÝ, J.: *Aktuálne trendy v mediálnej kultúre*. Trnava : FMK UCM, 2013, s. 53-58.

<sup>11</sup> ELIÁŠOVÁ, M., VALENTOVIČOVÁ, D.: Motív „knihy“ v hranom filme *Nekonečný príbeh*, Dumasov klub, Meno ruže, Da Vinciho kód. Porovnanie a analýza. In MAGÁL, S., VALENTOVIČOVÁ, D. (eds.): *Filmový a mediálny manažment: Filmová produkcia I*. Trnava: FMK UCM, 2011, s. 131.

<sup>12</sup> KNOPOVÁ, E.: Adaptácia, divadelná, televízna, rozhlasová. In VOPÁLENSKÝ, J. (ed.) a kol.: *Stručný slovník masmediálnej a marketingovej komunikácie*. Trnava : FMK UCM, 2006, s. 8.

literárneho umenia pred filmovým.<sup>13</sup> Film sa od svojho zrodu zásadne technicky aj štylisticky zmenil. Čo sa však nezmenilo je fakt, že aj po rokoch naďalej šíri obsahy, ktoré sú primárne založené na literárnych zdrojoch, a preto boli adaptácie už od počiatku stredobodom pozornosti.<sup>14</sup> Možno predpokladať, že táto situácia sa nezmení ani v blízkej budúcnosti.

Úlohou literárneho diela je zmeniť čitateľa na samostatného producenta, nielen na pasívneho konzumenta. Proces čítania potom chápeme ako rekonštrukciu autorskej tvorby a tiež ako samostatný tvorivý akt, pri ktorom sa čitateľ stáva spoluautorom, ktorý dotvára dielo k svojmu obrazu. Adaptovanú literárnu predlohu vnímame ako výpoveď, ktorá je vytvorená v jednom médiu, v istom historickom a sociálnom kontexte a následne je zmenená do inej výpovede, ktorá je prezentovaná v rozdielnom kontexte a médiu.<sup>15</sup> Na to, aby sme dosiahli u percipienta žiadanú reakciu, sú dôležité obrazové výrazové prostriedky. Tie sú určené na to, aby sme mohli presvedčivo opisovať alebo prerozprávať príbehy, ktorými chceme nielen naviazať kontakt s divákom, ale tiež aby sme u pozorovateľov vyvolali emócie. Pokiaľ máme vyvolať také pocity, musíme sa zmocniť reprodukcie predkamerovej skutočnosti špecifickou formou obrazu dramatických postáv.<sup>16</sup> Početné zmeny v chápaní procesov adaptácie literárnych diel do filmovej podoby sa odrážali aj v historických premenách názorov zainteresovaných teoretikov a postupnej aktualizácii teoretických konceptov.

Koncom sedemdesiatych rokov sa teoretické úvahy o filmových adaptáciách začali pohybovať medzi spochybňovaním „prvenstva“ literatúry a „vernostným“ prístupom k filmovej adaptácii, v ktorej by mala byť zachovaná predstava „ducha“ pôvodného diela. V osemdesiatych rokoch už pozorujeme v prístupoch k filmovým adaptáciám zohľadňovanie jedinečnosti literárneho, ale aj filmového umenia, pričom bolo zaznamenané akceptovanie neúplnosti prenesenia literárneho diela do filmovej adaptácie. Zachovanie hodnôt pôvodného textu je však oveľa náročnejšie. Udržanie pôvodného textu si vyžaduje „vhodné štylistické ekvivalenty k nehmotným aspektom, ktoré sú v protiklade k technickému procesu“. Preto

---

<sup>13</sup> ELIÁŠOVÁ, M., VALENTOVIČOVÁ, D.: Motív „knihy“ v hranom filme Nekonečný príbeh, Dumasov klub, Meno ruže, Da Vinciho kód. Porovnanie a analýza. In MAGÁL, S., VALENTOVIČOVÁ, D. (eds.): *Filmový a mediálny manažment: Filmová produkcia I*. Trnava : FMK UCM, 2011, s. 144-145.

<sup>14</sup> WELSH, J. M.: Introduction: Issues of Screen Adaptation: What Is Truth? In WELSH, J. M., LEV, P.: *The Literature / Film Reader. Issues of Adaptation*. Lanham (USA), Toronto (CAN), Plymouth (UK) : Scarecrow Press, 2007, p. 13.

<sup>15</sup> ELIÁŠOVÁ, M., VALENTOVIČOVÁ, D.: Motív „knihy“ v hranom filme Nekonečný príbeh, Dumasov klub, Meno ruže, Da Vinciho kód. Porovnanie a analýza. In MAGÁL, S., VALENTOVIČOVÁ, D. (eds.): *Filmový a mediálny manažment: Filmová produkcia I*. Trnava : FMK UCM, 2011, s. 146.

<sup>16</sup> BARAN, L.: *Zázraky filmového obrazu*. Praha : Panorama, 1989, s. 37.

autor zohľadňuje rozdiel medzi literárnym a filmovým dielom.<sup>17</sup> Čítanie knihy vzbudzuje dojem intelektuálneho úsilia, zatiaľ čo pri sledovaní filmu ide predovšetkým o zábavu, oddych a v neposlednom rade o potlačanie vlastnej imaginácie. Vo filme máme všetky fakty predložené, na jeho sledovanie nepotrebujeme svoju vlastnú fantáziu.<sup>18</sup> Na druhej strane i recepcia mnohých filmov si vyžaduje využívanie intelektu a percepčných mechanizmov; takisto ako mnohé literárne diela (napr. takzvaná braková literatúra) slúžia výlučne na zábavu.

Súčasná adaptačná teória pristupujú k filmovým adaptáciám ako k samostatným dielam, ktoré majú s pôvodným dielom iba voľný vzťah, a zohľadňujú celkový kontext vzniku adaptácií. Ten závisí od konkrétnej interpretácie literárneho diela zo strany filmového autora. Filmová adaptácia predstavuje samostatné umelecké dielo, ktorého vzťah k pôvodnému dielu možno definovať pomocou rozličných postupov. Kritériom kvalitatívneho hodnotenia adaptácie by preto nemalo byť porovnanie, ale miera umeleckosti novovytvorenej štruktúry tejto adaptácie.<sup>19</sup> Film má právo na to, aby bol hodnotený ako film aj napriek tomu, že je to zároveň adaptácia literárneho diela.<sup>20</sup> V rámci kvalitatívneho hodnotenia filmového diela je vzťah diela k pôvodnému literárnemu artefaktu síce dôležitým, no rozhodne nie jediným kritériom.

Dôvodom pre nepatrične kritické hodnotenie filmových adaptácií je často zdôrazňovanie rozdielov medzi recepciou a percepciou ako dvoma „odlišnými spôsobmi porozumenia sveta“. Tie môžeme využiť k charakteristike vnímania fikčných narácií v rôznych médiách.<sup>21</sup> Ako poznamenávajú Mária Eliášová a Dagmar Valentovičová, George Bluestone vo svojej publikácii *Novels into Film* vyzdvihuje „nutnosť pristupovať k filmovým adaptáciám ako k samostatným filmovým dielam“. Ďalej tiež uvádza, že filmová adaptácia sa kvôli špecifickým rozdielnym vlastnostiam oboch médií nebude nikdy skutočne podobať svojej pôvodnej predlohe. Tvorca filmovej adaptácie knihu nemusí prečítať a bude sa riadiť len pokynmi scenáristu či svojej sekretárky. Preto často neexistuje zhoda či priama súvislosť

---

<sup>17</sup> ELIÁŠOVÁ, M., VALENTOVIČOVÁ, D.: Motív „knihy“ v hranom filme *Nekonečný príbeh*, Dumasov klub, Meno ruže, Da Vinciho kód. Porovnanie a analýza. In MAGÁL, S., VALENTOVIČOVÁ, D. (eds.): *Filmový a mediálny manažment: Filmová produkcia I*. Trnava: FMK UCM, 2011, s. 147-148.

<sup>18</sup> BUBENÍČEK, P.: Filmová adaptace: Hledání interdisciplinárního dialogu. In *Illuminate*, 2010, roč. 22, č. 1, s. 7.

<sup>19</sup> ELIÁŠOVÁ, M., VALENTOVIČOVÁ, D.: Motív „knihy“ v hranom filme *Nekonečný príbeh*, Dumasov klub, Meno ruže, Da Vinciho kód. Porovnanie a analýza. In MAGÁL, S., VALENTOVIČOVÁ, D. (eds.): *Filmový a mediálny manažment: Filmová produkcia I*. Trnava: FMK UCM, 2011, s. 146.

<sup>20</sup> McFARLANE, B.: It Wasn't Like That in the Book... In WELSH, J. M., LEV, P.: *The Literature / Film Reader. Issues of Adaptation*. Lanham (USA), Toronto (CAN), Plymouth (UK): Scarecrow Press, 2007, s. 9.

<sup>21</sup> BUBENÍČEK, P.: Filmová adaptace: Hledání interdisciplinárního dialogu. In *Illuminate*, 2010, roč. 22, č. 1, s. 7.



medzi filmom a literárnou predlohou.<sup>22</sup> Bez toho, že by sme adaptácii prisudzovali hodnotu a význam, ktorú nemá, predovšetkým pri porovnávaní spoločenských fenoménov rozdielnych rozmerov, viac pozornosti – napríklad menej tradičných analýz – by mohlo ponúknuť vzácnejšie náhľady do sociálnej a kultúrnej sféry. Prirodzene, tento druh zamerania od nás vyžaduje vyhýbať sa nudným komparáciám medzi filmovým a literárnym dielom.<sup>23</sup> Treba dodať, že istým spestrením týchto komparácií môže byť upriamenie pozornosti na sociálno-kultúrne aspekty súvisiace s uvedením príbehu v literárnej a filmovej podobe.

---

<sup>22</sup> ELIÁŠOVÁ, M., VALENTOVIČOVÁ, D.: Motív „knihy“ v hranom filme Nekonečný príbeh, Dumasov klub, Meno ruže, Da Vinciho kód. Porovnanie a analýza. In MAGÁL, S., VALENTOVIČOVÁ, D. (eds.): *Filmový a mediálny manažment: Filmová produkcia I.* Trnava : FMK UCM, 2011, s 146-147.

<sup>23</sup> CASETTI, F.: Adaptation and Mis-adaptations: Film, Literature, and Social Discourses. In *A Companion to Literature and Film.* Australia : Blackwell Publishing, 2004, s. 88.

## **2 CIEĽ A METODIKA PRÁCE**

Cieľom práce je poskytnúť prehľad súčasných trendov v adaptovaní literárnych diel vo filmovom priemysle ako základnom mechanizme filmovej tvorby, a to prostredníctvom využitia dostupných odborných publikácií k téme a následným aplikovaním kvalitatívnej obsahovej analýzy vybraných diel. Na základe poznatkov, ktoré sme reflektovali v teoretickej časti práce, analyzujeme vybrané filmové dielo a jeho literárnu predlohu, pričom poukazujeme na rozdiely a podobnosti medzi nimi.

Na základe dostupnej literatúry, ktorú sme použili v teoretickej časti práce, uvádzame poznatky súvisiace s problematikou adaptovania literárnych diel. Naším cieľom bolo sústrediť sa na základné východiská filmovej adaptácie a následne sme bližšie charakterizovali pojem „adaptácia“, pri ktorom sme načrtli spôsob spracovania literárnej predlohy do audiovizuálnej podoby. Všetky vedomosti, ktoré sme nadobudli v teoretickej časti, aplikujeme do empirickej časti.

V empirickej časti práce vykonávame vybraný druh analýzy na základe nami určenej metodiky. Snažíme sa zachytiť rozdielne a spoločné znaky na základe porovnania oboch verzií príbehu, tiež identifikujeme odlišnosti v konaní postáv, ich zmenu správania sa či výzor v knižnej a filmovej verzii totožného príbehu. Na základe komparácie a analýzy získame dostatočné množstvo dát, vďaka ktorým sa sústredíme na špecifický spôsob adaptovania literárneho textu do filmovej podoby.

### **2.1 Formulácia problému**

Východiskovým problémom odbornej reflexie adaptovaných filmových diel je, že filmová podoba nie je vždy spracovaná totožne s literárnou predlohou. Filmová produkcia často vynecháva scény z knižnej predlohy a nahrádza ich novými. To často vedie ku skráteniu diela alebo k úplnému odkloneniu sa od pôvodnej dejovej línie literárneho príbehu. Jedným z dôvodov, prečo k tomu dochádza, je časový rámeč (minutáž) bežného celovečerného filmu, ktorý fakticky vylučuje, aby všetky pasáže z knihy dostali do filmu. Ďalším dôvodom by mohla byť iniciatíva režiséra a scenáristu, ktorí do príbehu pridávajú scény za účelom realizácie svojich tvorivých zámerov, zmenia počet postáv či obohatia zápletku, čím často zmenia celý príbeh.

Keďže pri čítaní používame vlastnú predstavivosť, je logické, že sa naša pozornosť prirodzene upriamuje na určité časti príbehu, najmä na tie, ktoré v knižnom spracovaní boli prezentované záhadne, nejednoznačne alebo kontroverzne. Pokiaľ ale filmári jednotlivé scény vynechajú, diváci, ktorí literárne dielo čítali, sa často cítia ukrátení o zážitok z vizualizácie atraktívneho textu. Sú sklamaní, nespokojní a nesúhlasia so spracovaním filmového diela. Aby sa predišlo nesplneniu diváckeho očakávania, bolo by ideálne, aby režiséri (pokiaľ je to možné) úzko spolupracovali priamo s autormi kníh a prispôbili tak dejovú líniu filmovej podobe. Z uvedených informácií vyplýva, že problémom empirickej časti práce je zachytenie špecifických a premenlivých obsahových formálnych prvkov, ktoré odlišujú filmové dielo a jeho literárnu predlohu.

## 2.2 Výskumné metódy

Na dosiahnutie definovaných cieľov využívame vopred zvolené metódy skúmania. Po reflexii poznatkov z odbornej literatúry o literárnom a filmovom diele poskytujeme názory na problematiku adaptácií, pričom používame predovšetkým komparáciu. Ďalšími metódami využitými v teoretickej časti práce boli analýza a syntéza, indukčné a dedukčné postupy, zovšeobecňovanie či konkretizácia. Pri empirickom skúmaní vybraného diela polemizujeme o podobnostiach a rozdieloch medzi filmovou a literárnou tvorbou v prípade konkrétneho príbehu. V analytickej časti uplatňujeme postupy kvalitatívnej obsahovej analýzy, pretože tento typ analýzy nám umožňuje odpovedať na výskumné otázky, ktoré sme si stanovili. Na základe uvedeného výskumného problému formulujeme výskumné otázky, na ktoré odpovedáme v empirickej časti:

1. Aké témy a prostredia sú reflektované v skúmanom diele?
2. Líši sa hlavná myšlienka literárnej predlohy od filmového spracovania?
3. Aké rozdiely medzi literárnym a filmovým spracovaním príbehu možno identifikovať?

V empirickej časti práce využívame kvalitatívnu obsahovú analýzu a následne komparáciu na základe stanovených kritérií vyplývajúcich z výskumných otázok. Zameriame sa na analýzu filmového diela a jeho literárnej predlohy. Zvolili sme tieto druhy skúmania:

- A) Dramaturgická analýza – určenie námetu, hlavnej myšlienky, základného konfliktu, tematické vymedzenie oboch diel.
- B) Komparácia – identifikácia rozdielov medzi obsahovými aspektmi literárnej predlohy a jej filmovej adaptácie.

## 2.3 Stanovenie výskumného materiálu

Keďže objektom záujmu práce sú filmové adaptácie a mali sme na výber širokú škálu možností, vybrali sme si dielo, ktoré je v knižnej aj filmovej podobe známe pod rovnomenným názvom *Velký Gatsby* (v anglickom origináli *The Great Gatsby*). Zvolili sme si ho zámerne. Ide teda o nepravdepodobnostný (zámerný) výber, pričom predpokladáme, že práve vďaka analýze spomínaného diela budeme mať možnosť poukázať na praktické uplatnenie javov a tvorivých zásad, ktoré sú, ako uvádzame v teoretickej časti, typické pre daný druh mediálnej tvorby v súčasnom období. Predpokladáme, že prostredníctvom analýzy budeme vedieť odpovedať na stanovené výskumné otázky. V neposlednom rade kritériom výberu bol aj fakt, že pôvodné literárne dielo vzniklo v inom časovom období a má historický podtón. Súčasná adaptácia už odráža naše kultúrne prostredie, a preto aj tento aspekt bude jedným z predmetov porovnania.

Originál literárnej predlohy vyšiel už v roku 1925 a práve vďaka nemu sa preslávil americký spisovateľ tzv. „stratenej generácie“ Francis Scott Fitzgerald. Knižnú verziu, v ktorej zachytáva spoločenskú situáciu v medzivojnovom období, považujeme v jeho tvorbe za prelomovú. Najnovšia filmová adaptácia tohto diela z roku 2013 z vyše osemdesiatich nominácií na rôzne filmové ocenenia získala takmer polovicu, dve boli Oscarové v kategórii „Výprava“ a „Kostýmy“.<sup>24</sup> Hlavnú postavu stvárnil Leonardo DiCaprio. Toto dielo sme si vybrali aj z dôvodu nejednoznačného kvalitatívneho hodnotenia filmového spracovania zo strany filmových kritikov. Okrem toho nás tiež zaujalo obdobie 20. rokov minulého storočia v novodobom filmovom prevedení.

Vzhľadom na to, že ide o literárne dielo, ktoré je o niečo kratšie v porovnaní s inými veľkým románmi svetovej literatúry, predpokladáme, že vo filme nebude veľa dejových odchýlok. Očakávame, že rozdiely spozorujeme predovšetkým v opisoch postáv, prostredí a rôznych situáciách čiastkového významu. Na to, aby sme dosiahli stanovené ciele, si budeme počas sledovania filmu a čítania knihy robiť priebežné poznámky, aby nedošlo k skresleniu alebo zabudnutiu informácií.

---

<sup>24</sup>*The Great Gatsby* (2013). Awards. [online]. [2018-03-15]. Dostupné na: <<http://www.imdb.com/title/tt1343092/awards>>.

### 3 EMPIRICKÁ ČASŤ

V tretej kapitole práce využívame kvalitatívnu obsahovú analýzu za účelom vymedzenia obsahových a formálnych charakteristík vybraného filmového diela a jeho literárnej predlohy.

#### Hlavná myšlienka

*Velký Gatsby* je dielo americkej beletrie. Vzniklo v medzivojnovom období, pričom celosvetového úspechu sa dočkalo až v druhej polovici dvadsiateho storočia. Námetom pôvodného knižného príbehu bolo zoznámenie sa autora z tzv. „stratenej generácie“ Francisca Scotta Fitzgeralda s jeho manželkou Zeldou Sayreovou (ako aj neskorší rozpad ich vzťahu). Inšpiroval sa situáciou po prvej svetovej vojne, v ktorej vojaci na fronte prichádzali o ilúzie. Zachytáva tak kultúrny prierez vtedajšej americkej spoločnosti, ktorej hlavným cieľom bolo zabezpečiť si bohatstvo, prestíž, spoločenské postavenie a moc. Hlavnou myšlienkou príbehu je okrem užívania si džezového veku, pompéznosti a nezáväznosti aj opätovné získanie stratenej lásky. Ide o dielo z amerického prostredia a rovnako aj z americkej produkcie. Nazdávame sa, že autor v románe využíva Aristotelovu dramatickú výstavbu textu, čo pre neskoršie adaptovanie diela v rámci americkej kinematografie nie je typické. Naopak, v prostredí americkej kinematografie je použitie týchto piatich fáz príbehu skôr nezvyčajné.

Dej literárneho príbehu sa odohráva predovšetkým na Long Islande, ktorý je rozdelený na dve časti. Východná časť pomenovaná príznačným názvom „Východné vajce“ (angl. East Egg) predstavuje domov bohatých aristokratických rodín s dlhou tradíciou. Na tejto strane ostrova sa rozprestiera majestátny pozemok manželov Daisy a Toma Buchananovcov. Na druhej strane ostrova, v takzvanom „Západnom vajci“ (West Egg), v obydlí typickom pre ľudí s novonadobudnutým majetkom, sa nachádza kolosálny palác Jaya Gatsbyho a tiež dom jeho suseda Nicka Carrawaya, ktorý je príst'ahovalcom. Ďalším dôležitým prostredím je hotel Plaza v New Yorku a kľúčovou je tiež benzínová pumpa situovaná uprostred týchto dvoch miest.

Dielo prekypuje symbolickými prvkami. Jedným z najsilnejších, ktorý dominuje počas celého príbehu, je zelené svetlo na konci lodenice blízko Daisyinho domu. Gatsby sa naň každý deň pozerá, načahuje za ním ruku a snaží sa ho dotknúť. Toto svetlo, na ktoré autor neustále odkazuje, vyjadruje nádej, že Daisy sa objaví na jednom z Gatsbyho večierkov

a po rokoch sa opäť stretnú. Ďalším symbolickým prvkom sú všadeprítomné veľké modré oči doktora T. J. Eckleburga so žltými okuliarmi usadenými na neexistujúcom nose, ktoré sledujú postavy románu. Nakoniec pôsobia ako „sudca“ pri tragickom zvrate príbehu. Vznášajú sa nad údolím popola, ktoré predstavuje ďalší symbol. Okrem toho, že oddeľuje „Západné“ a „Východné vajce“ od New Yorku, zobrazuje tiež rozdiel medzi spoločenskými vrstvami a zachytáva morálny a spoločenský úpadok americkej spoločnosti. Pre zvýraznenie dôležitých scén boli ako ďalší znak použité rôzne typy počasia. Neodmysliteľným je tiež telefón, ktorý neustále vyzvára, čo vnímame ako nátlak na postavy v daných situáciách. Často vyskytujúca sa zlatá a zelená farba zobrazujú peniaze, ktoré sú pre celú snímku primárnym zdrojom šťastia postáv.

V analyzovanom príbehu rozlišujeme hneď niekoľko konfliktov medzi postavami. Za prvý konflikt považujeme moment, keď Nick s Tomom a jeho milenkou Myrtle odchádzajú do hotela Plaza. Nick sa nazdáva, že je iba príhodným svedkom Tomovej nevery, preto je zmätený a vnútorne nevyrovnaný. Na základe morálneho úsudku je nútený rozhodnúť sa, či s ním zostane a podporí ho v tejto nekalosti, alebo odíde a bude čeliť pravde. Druhým konfliktom je hádka prebiehajúca medzi Tomom a Gatsbym v hotelovej izbe, v ktorej obaja bojujú o srdce Daisy. Obaja sú presvedčení, že Daisy nikdy nemilovala toho druhého. Paradoxom je, že Daisy svojím hysterickým správaním celú situáciu ešte viac zamotá. Tretí konflikt poukazuje na americkú spoločnosť. Nick ostáva znepokojený a zároveň nešťastný zo správania sa obyvateľov Long Islandu, keďže títo sa neľudským a nevďačným spôsobom zachovávajú voči Gatsbymu na konci diela.

### **Rozdiely medzi literárnou predlohou a adaptovaným dielom**

Francis Scott Fitzgerald má špecifický spôsob písania, a preto si jeho diela každý čitateľ interpretuje vlastným spôsobom. *Veľký Gatsby* zobrazuje myšlienky demokracie, „vytvárania“ seba samého na základe vlastných predstáv a snov či túžbu stať sa „niekým“. Nejde o romantický príbeh, ale skôr o korupciu v spoločnosti, ktorá v tom čase rezonovala. To isté zachytáva aj režisér filmovej adaptácie Baz Luhrmann. Výrazové prostriedky literárnej predlohy sú náročnejšie na pochopenie, a preto z hľadiska modernej výstavby filmového diela by svoj odkaz autor publiku neodovzdal. Filmové spracovanie sa nesie v duchu pestrých farieb, rôznych efektov a ukričaných masových scén, ktoré podľa niektorých kritikov krehkému príbehu ubrali na kvalite. Herecké výkony však presvedčivo reprodukovali psychologickú hĺbku a emócie jednotlivých postáv.

V knižnom spracovaní sa autor viac sústreďuje na opis udalostí, ktoré sa stali v minulosti. Používa retrospektívny spôsob rozprávania príbehu a spája jednotlivé historky tak, aby dávali zmysel a neuviedli čitateľa do rozpakov. Zahŕňa tiež mnohé podrobnosti o niekdajšom vzťahu medzi obľetovanou kráskou Daisy a mladým vojakom Gatsbym, ako aj detaily týkajúce sa Daisyinej svadby (roztrhala Gatsbyho list, ktorý jej prišiel deň pred svadbou bez toho, aby si ho prečítala, vydala sa napriek tomu, že vedela o Gatsbyho pretrvávajúcej láske, a to z dôvodu túžby po luxusnom a jednoduchom živote). Niektoré pasáže autor vyplňa rozhovormi vedľajších postáv, ktoré sa v príbehu objavujú minimálne. Vyzdvihuje kladné a záporné vlastnosti hlavných a vedľajších postáv, opisuje ich fyzický výzor, často strieda výrazové prostriedky a vo veľkom sa snaží interpretovať výrazné priestory, v ktorých sa dej odohráva.

Vo filmovom diele je priestor venovaný viac zvukovej stope, ktorá sa pre adaptáciu stala trochu kontroverznou. Ďalej zobrazuje zábery a konanie postáv, ich výrazy tváre a reč tela, ktoré sú v príbehu dôležitejším faktorom ako samotné repliky. Z knižnej verzie je vynechaných niekoľko scén, väčšinou sú to rozhovory povrchných boháčov o ich problémoch a kritizovaní toho obdobia. Keďže snímka redukuje romantickú zápletku na Daisy a Gatsbyho, nie je v nej venovaný priestor Nickovi a Jordan, ktorí sa v literárnej predlohe začínajú zblížovať. Spôsob ukončenia príbehu nie je úplne totožný s predlohou, avšak táto zmena s dejom nehýbe, ide iba o inú metódu spracovania.

Na začiatku knižného aj filmového príbehu Nick rozpráva o svojej minulosti. V literárnom diele sú však jeho rodinné zázemie a život na Stredo západe rozobrané podrobnejšie. Navyše, v knižnej verzii Nick jednoducho rozpráva dej príbehu. Vo filmovom spracovaní sa Nick nachádza u psychológa (evidentné prepojenie so súčasnosťou, pričom v 20. rokoch 20. storočia bolo sotva typické, aby psychicky zdraví ľudia navštevovali psychológa za účelom konzultácií, resp. rozhovorov) a snaží sa mu vyrozprávať, ako a kedy sa spoznal s Gatsbym. Doktor mu následne poradí, aby svoj príbeh namiesto rozprávania napísal. A keďže Nick v sebe skrýva talent na písanie, nemá námietky.

Keď sa Nick presťahuje do Západného vajca do nenápadného domu, v literárnom spracovaní dáva do pozornosti, že pár dní vlastnil psa, až kým mu neušiel. Tiež uvádza, že o jeho dom sa starali starý Dodge a Fínka, ktorá mu upratovala, varila raňajky a neustále si šomrala fínske múdrosti nad elektrickým sporákom. Taktiež je zachytený Nickov kolega zo Stredo západu, ktorý sa mal spolu s Nickom presťahovať za prácou na Long Island, ale v poslednej chvíli ho preložili do iného mesta, a tak Nick býval sám. Vo filme sa žiadna z týchto postáv nevyskytla.

V scéne, keď sa Nick s Tomom a jeho milenkou vyberie do New Yorku, Myrtle zatúži po psovi. V knihe je detailne opísaný priebeh tohto výjavu a aj následná kúpa psa – na ulici stretnú starca, ktorému na krku visí košík s desiatimi čerstvo narodenými šteňatami neurčitého plemena. Myrtle požiada o psa z policajnej fajty. Kupec jej vytiahne psa z plemena Airedaleský teriér, na čo Tom rozhodne vyhlási, že je to sučka. Vo filme je v jednom zábere zobrazený pes na gauči, ktorý si pochutnáva na jedle, ale o jeho kúpe divák nie je informovaný. Taktiež v ňom nie je venovaný priestor opisu hotelovej izby, v ktorej sa následná situácia odohráva.

V ďalšej kapitole knihy Nick zoznamuje čitateľa s Gatsbyho spoločnosťou, ktorá u Nickovho suseda trávi mimoriadne veľa času a dáva do pozornosti prístroj, ktorý tlačí šťavu z dvesto pomarančov a citrónov. Táto scéna je vo filme zobrazená neskôr, keď Gatsby ukazuje Nickovi a Daisy svoj majestátny dom, pričom poukazuje na to, že má rád modernú techniku.

Knižné spracovanie poskytuje priestor aj začínajúcemu zblížovaniu sa medzi Nickom a Jordan, spomína ich následné dopisovanie si či telefonovanie až ukončenie ich „vzťahu“. Vo filme nebol dostatok času, aby sa Nick s Jordan zblížili, preto ich „skoro vzťah“ ostal len naznačený a nebola mu venovaná pozornosť.

Nick na nasledujúcich stránkach opisuje ďalšie Gatsbyho slávne večierky a veľmi podrobný zoznam mien hostí, ktorých si zapisoval na voľné strany starého cestovného poriadku. Títo hostia o Gatsbym roznášali vymyslené historiky a vzdávali mu tak nepriamy hold. Vo filme táto situácia nie je zobrazená vôbec.

Keď sa pred Nickovým domom prvýkrát objaví Gatsby na svojom aute, má sýtu krémovú farbu a odráža sa niklom. V neskoršej scéne, ktorá je pre príbeh kľúčová, už autor opisuje Gatsbyho auto ako žlté. Vo filme sa Gatsbyho kanárikovo žlté auto nedá prehliadnuť. Následne pri ich spoločnom obede v New Yorku Gatsby zavedie Nicka do drahej reštaurácie, kde sa stretáva s Wolfshiemom. Všetci si objednáajú whisky so sódou a Nick trvá na tom, že zaplatí. Film zobrazuje pochybný bar, ktorý navštevujú bohatí chlapi, ktorých už manželky doma nebavia, a preto si svoje fyzické potreby chodia uspokojovať do podnikov tohto typu. Samozrejme, nejde o bežný nočný podnik, stretávajú sa v ňom muži vysokého postavenia a spoločnosť im robia výhradne krásne a elegantné tanečnice. Vo filme na žiadnu snahu o platbu z Nickovej strany nie je poukazované.

V scéne, keď sa u Nicka doma stretnú Gatsby s Daisy, v knižnom spracovaní im čaj donesie Fínka. Vo filme čaj ponúkne Nick a sám ho aj prinesie. Vo filme tiež nie je zobrazený



reportér, ktorý sa prišiel Gatsbyho opýtať, či nechce do novín urobiť vyhlásenie v súvislosti s jeho menom.

Keď sa Tom dozvie, že Gatsby sa pozná s Daisy, v knihe mu to Gatsby oznámi v spoločnosti Toma a akéhosi Sloana s jeho manželkou, pričom jazdia na koňoch, rozprávajú sa o autách a o majetku. Vo filme o tom Gatsby povie Tomovi na jednom z nasledujúcich večierkov, na ktorom sa objaví aj Daisy. Na tomto večierku sa Daisy a Tom na chvíľu rozdelia a vo filme je divákovi ukázané, ako sa Daisy s Gatsbom vykradnú zadnou bránou až k Nickovi do záhrady a v nej sa vášnivo bozkávajú. V knihe táto scéna neexistuje, do filmu teda bola pridaná. V istom momente je na tomto večierku v knižnom spracovaní Gatsby odvolaný k telefónu a Nick na neho čaká pri stole s obzvlášť podnapitými hosťami, pri ktorom sa prítomní rozprávajú o pití alkoholu, ohovárajú a sťažujú sa na vlastné problémy. Keď sa Gatsby nevracia a Daisy dospieva melancholickú pieseň, odchádza. Vo filme na Gatsbyho čaká jeho spoločník, a preto musí opustiť svojich hostí. Daisy odchádza ako posledný hosť, pretože čaká na Gatsbyho.

Keď sa Gatsby rozhodne Tomovi vyznať zo svojich citov k Daisy, v knihe sa pri tejto príležitosti stretáva s ich dieťaťom (a jeho pestúnkou). Vo filme ho prvýkrát vidíme až na úplnom konci, keď spolu s Daisy a Tomom opúšťajú Long Island. V knihe je tiež opísané, ako dá Daisy Gatsbmu bozk, nad čím sa Jordan pohoršuje. Vo filme sa iba nenápadne chytia za ruku. Následne v izbe Hotela Plaza je v knihe vyrozprávaná retrospektívna časť príbehu o Tomovej a Daisynej svadbe. Z filmu je táto pasáž vynechaná.

V knižnom spracovaní je hlavným svedkom tragickej autonehody mladý Grék Michaelis, ktorý je Wilsonov sused a vlastní kaviareň neďaleko. Vďaka jeho rozprávaniu sa čitateľ dozvedá o podrobnostiach vraždy. Vo filme je táto udalosť zobrazená plynulo, použitím „všadeprítomného“ rozprávača.

V závere knihy Nick odchádza do práce, z ktorej sa ale nedokáže dovolať Gatsbmu. Preto nasadne na najbližší vlak a cestuje na Long Island, kde nachádza Gatsbyho mŕtve telo na nafukovačke v bazéne a obďaleč v tráve spolu so záhradníkom Wilsonovu mŕtvolu. Vo filme je táto scéna zobrazená inak. Gatsby sa rozhodol zaplávať si, pričom nepoužil nafukovačku. Nick z práce síce niekomu telefonuje, no kamera zobrazuje aj Daisyinu ruku na telefóne, preto si divák musí domyslieť, od koho Gatsbyho komorník prijíma telefonát. Wilson následne strieľa na Gatsbyho a hneď na to si sám vezme život.

Po tomto incidente je ešte v knihe uvedené, ako Myrtleina sestra Catherine očisťuje meno svojej mŕtvej sestry a tvrdí, že by v živote svojho muža nepodvádzala. Vo filme je

Catherine zobrazená iba jedenkrát, a to v tú noc, keď spolu s Nickom, Tomom a Myrtle strávili noc v hoteli Plaza.

Posledná postava, ktorá sa vo filme vôbec nevyskytla, bol Gatsbyho otec. Ten sa v literárnej predlohe po synovej smrti dostavil do Gatsbyho sídla a ukázal Nickovi Gatsbyho režim dňa na zadnej strane starej knihy, keď bol ešte mladý chlapec. Pohrebu sa okrem Nicka a Gatsbyho otca nezúčastnil nikto. Vo filmovej snímke pohreb (ani Gatsbyho otec) nebol zobrazený a tu dochádza k rozdielnemu ukončeniu príbehu. Vo filme je po Gatsbyho smrti a Nickovom monológom konečný záber venovaný zelenému svetlu. Kniha ale ešte uvádza tri momenty. V prvom sa Nick stretáva s Wolfshiemom a žiada ho, aby sa zúčastnil pohrebu. V druhom Nick navštívi Jordan a definitívne sa s ňou rozíde. V poslednom je zobrazené stretnutie Nicka s Tomom na ulici, pričom po krátkom, úsečnom rozhovore bez slova rozlúčenia a s opovrhnutím odíde. Až vtedy Nick ukončuje rozprávanie.

Absentujúce postavy a situácie, ktorým nebol vo filme poskytnutý priestor, však dejovú štruktúru významnejšie nenarušili. Na základe tejto skutočnosti môžeme tvrdiť, že k ich nepoužitiu vo filmovom spracovaní došlo z dôvodu časového ohraničenia filmovej snímky. Na druhej strane za pozitívne považujeme, že vo filmovej adaptácii neboli pridané žiadne nové postavy, ktoré by príbeh komplikovali.

## 4 ZHRNUTIE

Na základe informácií, ktoré sme nadobudli v empirickej časti práce, interpretujeme výsledky analýzy pomocou komparácie. Zameriavame sa na spoločné a rozdielne znaky vybraného filmového diela a jeho literárnej predlohy. Konkrétne ide o filmové spracovanie diela *Veľký Gatsby* z roku 2013 podľa jeho pôvodnej knižnej verzie s rovnomenným názvom z roku 1925. Metódy, ktoré sme použili v rámci kvalitatívneho výskumu, boli predovšetkým analýza, syntéza a komparácia. Prostredníctvom analýzy sme poukázali na jednotlivé vlastnosti vybraného filmového diela a jeho literárnej predlohy. Následnou komparáciou interpretujeme získané výsledky a určujeme spoločné a rozdielne znaky, pričom tiež podávame ucelený pohľad na analyzované diela.

Námet knižného aj filmového spracovania bol zachovaný, preto môžeme tvrdiť, že obe diela sú z hľadiska hlavnej myšlienky takmer totožné. Dochádza iba k minimálnym odchýlkam, ktoré sa nijako významne nedotýkajú narácie. Vybrané dielo je v literárnom prevedení románom, ktorý patrí do medzivojnovovej americkej beletrie. Jeho filmovú adaptáciu zaradíme medzi drámu s prvkami romantiky, preto ich žánrové zaradenie je podobné. Pri adaptáciách ale musíme dbať na skutočnosť, že filmové spracovanie nikdy nebude stopercentne totožné s literárnym. Knižná predloha bola napísaná v dávnejšej minulosti a jej pôvodná verzia sa už meniť nebude. Faktom ale ostáva, že veľmi pravdepodobne bude adaptovaná niekoľkokrát v rôznych podobách, obzvlášť ak ide o úspešné dielo.

Pri analýze *Veľkého Gatsbyho* sme sa utvrdili v názore, že hlavná myšlienka bola v oboch verziách príbehu zachovaná, a teda literárna predloha sa od filmového spracovania v tomto ohľade nelíši. Dôvodom je režisérova snaha zachovať pôvodnú Fitzgeraldovu myšlienku, ktorou je plnenie si „amerického sna“ na základe vlastnej predstavivosti, hľadanie stratených ilúzií v medzivojnovom období, užívanie si „džezového veku“ a znovuzískanie stratenej lásky. Ďalším dôvodom je, že knižná aj filmová podoba príbehu v sebe nesú mnoho symbolických odkazov v podobe zeleného svetla, očí T. J. Eckleburga alebo vyzvávajúceho telefónu či neustále meniaceho sa počasia. Režisér Baz Luhrmann Fitzgeraldove predstavy a prepracované opisy prenáša na filmové plátno detailne, je však otázne, či táto vernosť predlohe zachováva pôvodnú hodnotu diela. Knižná aj filmová verzia svojim obsahom čitateľovi a divákovi sprostredkujú isté posolstvo, ktoré si každý percipient interpretuje vlastným spôsobom.

Pokiaľ zameriame pozornosť na postavy príbehu, treba konštatovať, že ide o komplexné, bohaté charaktery, ktoré prežívajú hlboké emócie, vášeň, romantiku, násilie a tiež lásku. Hlavnú postavu stvárnil Leonardo DiCaprio, ktorého herecký prejav takmer dokonale kopíruje kľúčové aspekty knižnej predlohy. V literárnej podobe je Gatsby prezentovaný ako človek, ktorý svojím úsmevom dodáva ostatným hrdinom večnú sebadôveru a venuje im všetku svoju pozornosť. Zároveň však pôsobí nedostupne. Volí strojene formálnu reč, ktorá hraničí s absurdnosťou, slová vyberá starostlivo, a to ho vedie k upätej zdvorilosti. Samozrejme, dochádza aj k postupnej zmene jeho osobnosti, keď sa začne vyvíjať jeho obnovený vzťah k Daisy a vtedy z neho srší spokojnosť. Je tiež typické, že po rozpakoch a bezmyšlienkovitej radosi sa ho zmocňuje nevysloviteľný úžas či melanchólia. Hercovi sa podarilo vyzdvihnúť všetky dôležité črty, ktoré Francis Scott Fitzgerald v knihe opisoval. Predovšetkým Gatsbyho utkvelú predstavu o spoločnom živote so ženou z minulosti, ktorú túži získať naspäť.

Definovali sme, že hlavnou postavou je Jay Gatsby, pričom za dôležité vedľajšie postavy považujeme Nicka Carrawaya a Daisy Buchananovú. Gatsby a Daisy predstavujú v diele hýbateľov hlavnej zápletky a Nick, ako tretia postava, je zásadným sprostredkovateľom informácií a rozprávačom ich príbehu. Celý dej je zameraný na týchto troch hrdinov, no musíme poznamenať, že niektoré vedľajšie postavy a situácie z knižnej predlohy neboli vo filmovom spracovaní spomenuté vôbec alebo boli čiastočne zmenené – či už v zmysle výzoru alebo správania.

*Veľký Gatsby* je jedným z najuznávanejších románov v histórii; celosvetovo, ale predovšetkým v Amerike. Jeho filmová adaptácia v réžii Austrálčana Baza Luhrmanna sa dočkala pozitívnych aj negatívnych ohlasov. Filmové stvárnenie je po výtvarnej, kostýmovej a dizajnovej stránke spracované štýlovo, vyvážené a elegantne. Postavy sú oblečené do luxusných kostýmov a prostredia sú veľkolepé, pričom veľkú úlohu zohrávajú výrazné a pestré, až gýčové farby. Režisérska osobnosť Baza Luhrmanna je ostatne známa častým a zámerným využívaním jednoducho identifikovateľných gýčových vizuálov. Niektoré scény miestami pôsobia masívne, hlučne, farebne a chaoticky, ale v momente, keď prichádzajú zlomové momenty, dielo vizuálne „utíchne“. Sústredí sa na jednotlivé emocionálne momenty, výrazy tváre, rôzne detailné zábery a diváka tak aj naďalej udržiava v napätí.

Kontroverzné bolo použitie filmovej hudobnej stopy. Stretávame sa s mnohými názormi, že vzhľadom na dobu, v ktorej sa príbeh odohráva, nebola použitá vhodne, pretože v sebe nesie prvky neskoro moderných hudobných štýlov. Myšlienka vniest' hip-hop do džezovej hudby ale nemá za úlohu kritizovať americký modernizmus v dvadsiatych rokoch

minulého storočia, skôr zobrazuje, ako by vyzeral život americkej spoločnosti medzivojnového obdobia, keby žila v dnešnej dobe. Jej primárny zámer bol (predovšetkým na základe hudobného sprievodu) pritiahnúť mladé publikum, ktoré nečítalo knihu. Tu by sme sa mohli pozastaviť nad fenoménom, ktorý je typický pre súčasnú mladú generáciu. *Veľký Gatsby* je ten typ knihy, ktorú si mladí ľudia (najmä v USA, ale aj inde) radi uvádzajú ako svoju obľúbenú, pričom mnohí ju ani nečítali. A preto, keď kalkulujú so svojím obľúbeným citátom, knihou či filmom, je priam ironické, že si vyberajú slávne dielo klasickej americkej literatúry len za týmto účelom. A vzhľadom na to, že literárne dielo nečítali, ale opierajú sa o film, majú pocit, že dielo dokonale poznajú.

*Veľký Gatsby* nesie v sebe sociálno-kultúrny odkaz, ktorý je možné aplikovať do súčasnosti a určite má trvácnosť aj do budúcnosti. Tiež sa zmenilo avizované postavenie žien v spoločnosti. V dnešnej dobe je žena v západných kultúrach samostatná, nezávislá, má právo voliť a nemusí sa riadiť žiadnymi striktnými pravidlami obliekania. Dokáže sa o seba postarať bez pomoci muža, v mnohých prípadoch túži po nezávislosti. To isté sa týka aj cigaretového priemyslu, ktorý aktuálne čelí striktným obmedzeniam reklamných kampaní a regulácii, no v dobe vzniku Fitzgeraldovho románu doslova zaplavoval spoločnosť reklamnými posolstvami. Mnohé z nich vtedy prezentovali cigarety ako najdostupnejší nástroj emancipácie žien.

Rovnako aktuálna je aj problematika korupcie, ktorá sa v súčasnosti extrémne prehĺbila a momentálne neexistuje spôsob, ktorým by sa ju dalo zastaviť či aspoň čiastočne eliminovať. Nadčasovosť literárneho diela ostáva zachovaná aj vo filmovom spracovaní, pretože ponúka čitateľovi (aj divákovi) autentický pohľad na život vtedajšej americkej spoločnosti, presnejšie smotánky. Môžeme tvrdiť, že zobrazením týchto prvkov sa pre filmovú tvorbu 21. storočia stalo dielo atraktívnym, ale najmä relevantným a príznačným.

## ZÁVER

Cieľom práce bolo zistiť odlišnosti medzi filmovou adaptáciou diela *Velký Gatsby* a jeho originálnou knižnou podobou. Hlavný cieľ sme naplnili použitím kvalitatívnej obsahovej analýzy a komparácie oboch diel. Pozornosť sme venovali predovšetkým adaptácii, pričom sme objasnili spôsoby spracovania literárneho textu do audiovizuálnej formy.

V empirickej časti sme použili kvalitatívnu obsahovú analýzu. Rozhodli sme sa pre dielo *Velký Gatsby*, ktorého najnovšia adaptácia s rovnomeným názvom je momentálne už päť rokov stará. Pozornosť sme venovali námetu, hlavnej myšlienke, prostrediu, konfliktom a témam v oboch verziách príbehu. Identifikovali sme tiež dramatickú výstavbu vybraného literárneho a filmového diela a vyzdvihli sme, na čo sa zameriaval autor knižnej verzie a na čo režisér filmového spracovania.

Následne sme vykonali komparáciu medzi literárnou predlohou a jej filmovým spracovaním, čím sme splnili hlavný cieľ práce. V neposlednom rade nás zaujímal aj sociálno-kultúrny význam filmovej adaptácie a reflektovali sme tiež obsahové a formálne prvky, v rámci ktorých dielo odráža súčasnú sociálno-kultúrnu realitu na pozadí fiktívneho príbehu pred takmer sto rokov.

Dospeli sme k záveru, že súčasná filmová tvorba sa rada inšpiruje knižnými predlohami, ale nedokáže dodržať pôvodnú verziu príbehu bez zmeny, ani to nie je žiaduce. Vybrané dielo *Velký Gatsby* má napriek početným odlišnostiam spočívajúcim v detailoch vo svojej literárnej a filmovej podobe iba málo zásadnejšie odlišných znakov.

Je zjavné, že podobný typ analýzy je uplatniteľný aj v prípade skúmania iných filmových diel založených na adaptovaní populárnych literárnych diel – či už tých súčasných, alebo tých, ktoré považujeme za súčasť svetového kultúrneho dedičstva v oblasti literatúry. Vzhľadom na fakt, že vedecká polemika o jednotlivých aspektoch adaptovania literárnych diel do filmovej podoby neustále generuje nové poznatky a kriticky prehodnocuje staršie názory, koncepcie či teórie, podobné empirické výstupy sú z hľadiska rozširovania týchto poznatkov nielen žiaduce, ale aj vyslovene potrebné.

## ZOZNAM BIBLIOGRAFICKÝCH PRAMEŇOV

### Tlačené zdroje informácií

- [1] BARAN, L.: *Zázraky filmového obrazu*. Praha: Panorama, 1989. 322 s. ISBN 80-7038-036-5.
- [2] BUBENÍČEK, P.: Filmová adaptace: Hledání interdisciplinárního dialogu. In *Illuminace*, 2010, roč. 22, č. 1, s. 7-21. ISSN 0862-397X.
- [3] CASETTI, F.: Adaptations and Mis-adaptations: Film, Literature, and Social Discourses. In *A Companion to Literature and Film*. Australia : Blackwell Publishing, 2004, s. 81-91. ISBN 971-0-631-23053-3.
- [4] ELIÁŠOVÁ, M., VALENTOVIČOVÁ, D.: Motív „knihy“ v hranom filme Nekonečný príbeh, Dumasov klub, Meno ruže, Da Vinciho kód. Porovnanie a analýza. In MAGÁL, S., VALENTOVIČOVÁ, D. (eds.): *Filmový a mediálny manažment: Vybrané kapitoly z manažérskej komunikácie I*. Trnava : FMK UCM, 2011, s. 130-186. ISBN 978-80-8105-388-7.
- [5] FITZGERALD, F. S.: *Veľký Gatsby*. Bratislava : SLOVART, 2012. 175 s. ISBN 978-80-556-0775-7.
- [6] KNOPOVÁ, E.: Adaptácia, divadelná, televízna, rozhlasová. In VOPÁLENSKÝ, J. (ed.) a kol.: *Stručný slovník masmediálnej a marketingovej komunikácie*. Trnava : FMK UCM, 2006, s. 8. ISBN 978-80-89220-59-2.
- [7] MacFARLANE, B.: It Wasn't Like That in the Book... In WELSH, J. M., LEV, P.: *The Literature / Film Reader. Issues of Adaptation*. Lanham (USA), Toronto (CAN), Plymouth (UK) : Scarecrow Press, 2007, s. 3-14. ISBN 978-0-8108-5949-4.
- [8] PAVIS, P.: *Divadelný slovník*. Bratislava: Divadelný ústav, 2004. 542 s. ISBN 80-8898-724-5.
- [9] RADOŠINSKÁ, J., VIŠŇOVSKÝ, J.: *Aktuálne trendy v mediálnej kultúre*. Trnava : FMK UCM, 2013. 154 s. ISBN 978-80-8105-516-4.
- [10] WELSH, J. M.: Introduction: Issues of Screen Adaptation: What Is Truth? In WELSH, J. M., LEV, P.: *The Literature / Film Reader. Issues of Adaptation*. Lanham (USA), Toronto (CAN), Plymouth (UK) : Scarecrow Press, 2007, s. XIII-XXVIII. ISBN 978-0-8108-5949-4.

## Elektronické pramene

- [11] LEITCH, T.: Adaptation Studies at a Crossroads. In *Adaptation*, 2008, roč. 1, č. 1, s. 63-77. [online]. [2018-03-15]. Dostupné na:  
<<https://filmadaptation.qwriting.qc.cuny.edu/files/2012/08/Leitch-Adaptation-at-Crossroads.pdf>>.
- [12] *The Great Gatsby (2013). Awards*. [online]. [2018-03-15]. Dostupné na:  
<<http://www.imdb.com/title/tt1343092/awards>>.
- [13] VAN VUGT, N.: *Film Adaptation, Alternative Cinema and Linchian Moment of Transposition*. [online]. [2018-03-15]. Dostupné na:  
<<http://www.nickvanvugt.com/NickvanVugt-MRP.pdf>>.



# RPG AKO ATRAKTÍVNA FORMA HERNÉHO SPRACOVANIA

*Andrej Filip, Lenka Rusňáková*

## **Abstrakt**

Práca identifikuje a špecifikuje jednotlivé výrazové prostriedky typické pre herný žáner nazývaný RPG („hra na hrdinov“, „rolová hra“, „role playing game“). V prvej kapitole dochádza k objasneniu základných teoretických východísk spätých s oblasťou digitálnych hier, vrátane postavenia skúmaného žánru v hernom priemysle, a taktiež k priblíženiu výrazových prostriedkov a herných mechaník špecifických pre žáner „hry na hrdinov“. Druhá kapitola definuje ciele a metodiku, objasňuje výber výskumnej vzorky, výskumných metód a nástrojov a vymedzuje výskumné otázky. Tretia kapitola využíva kvalitatívny výskum pre obsahovú analýzu zvolených výskumných vzoriek, ktoré sú zaradené do pertraktovaného herného žánru. Záverečná kapitola interpretuje a komparuje zozbierané dáta s cieľom podať ucelený pohľad na postavenie a uplatnenie výrazových prostriedkov, ktoré sú pre tento herný žáner špecifické.

**Kľúčové slová:** digitálna hra, hra, hra na hrdinov, herné mechaniky, herné žánre, výrazové prostriedky.

## **Abstract**

Thesis identifies and specifies various means of expression typical for game genre called RPG („role playing game“, „role game“). In first chapter we clarify elementary theoretic starting points connected with the sphere of digital games including status of investigated genre in gaming industry and also elucidate means of expression and game mechanics specific for genre „role playing games“. Second chapter defines goals and methodology of work, clarifies selection of research sample, research methods and tools and defines research questions. Third chapter analyses selected research samples which are included in discussed genre.. Final section interprets and compares gathered data with the aim to provide a comprehensive look into status and use of means of expression which are specific for this genre.

**Key words:** digital game, game, playing on heroes, game mechanics, game genres, means of expression.

## ÚVOD

Prvé koncepty digitálnych hier, ktoré položili základy dnešného herného priemyslu, vznikali už v päťdesiatych rokoch minulého storočia. Netrvalo dlho a uvedený typ médií sa stal celosvetovým fenoménom. V danej súvislosti zdôrazňujeme, že žiadny herný žáner nemá korene tak hlboko v minulosti, ako je tomu práve v prípade hier s hraním rolí (angl. „role-playing game“, skrátene „RPG“). Počiatky rolových hier, založených na princípe „prevtelenia sa“ do pozície (virtuálnej) postavy, s ktorou hráč prežíva vopred stanovený príbeh, sa totiž datujú už do obdobia antického Grécka, kedy sa prvok „role-playing-u“ realizoval predovšetkým formou divadelného predstavenia. Ako čas postupoval a ľudia mali čoraz väčšie možnosti duševného a inteligenčného rozvoja, začalo sa premýšľať o tom, kam možno podobné hry na hrdinov posunúť. Hry s hraním rolí boli spočiatku uplatňované vo sfére spoločenských stolových hier, no s nástupom nových technológií a digitálnych médií sa postupne „pretavili“ do priemyslu digitálnych hier.

V súčasnosti herný žáner pomenovaný „RPG“ zažíva jeden zo svojich najlepších rokov. Je síce pravda, že jej „zlatá éra“ už pominula, rolové hry však stále možno považovať za najpopulárnejší herný žáner súčasnosti, a teda za „špičku“ herného priemyslu. RPG hry sa pretransformovali z obyčajných textových 2D titulov na graficky a príbehovo neprekonateľné produkty. Ostatné žánre digitálnych hier si od nich dokonca prepožičiavajú rôzne prvky a výrazové prostriedky. Záujem cieľového publika je smerovaný predovšetkým k možnostiam, ktoré mu hry na hrdinov ponúkajú – používateľ sa smie „prevteliť“ do pozície akejkolvek hrdinskej postavy a vykonávať príslušné „hrdinské misie“. Hlavným cieľom predkladanej práce sa z uvedeného dôvodu stáva identifikácia a špecifikácia jednotlivých výrazových prostriedkov typických pre RPG hry, ktoré z daného žánru vytvorili mimoriadne atraktívnu formu herného spracovania. Teoretická časť práce zameraná na identifikáciu základných pojmov, herných mechaník, výrazových prostriedkov a charakteristík spätých s RPG hrami spolu s empirickou časťou práce pozostávajúcou z kvalitatívnej obsahovej analýzy zvolených výskumných vzoriek sú spracované takým spôsobom, aby stanovený cieľ úspešne naplnili.

Pri analýze predmetnej problematiky sa opierame o početné množstvo relevantných domácich aj zahraničných zdrojov. Za primárnu literatúru možno považovať teoretické koncepcie R. Cailloisa, J. Schella, M. Stouta a mnohých ďalších odborníkov na oblasť (digitálnych) hier. K spracovaniu témy predkladanej odbornej práce nám dopomáha i niekoľko overených internetových zdrojov.

# 1 SÚČASNÝ STAV RIEŠENEJ PROBLEMATIKY

## 1.1 Definície základných pojmov

Vymedzenie termínu „hra“ predstavuje základ pre budúce skúmanie žánrológie digitálnych hier. V danom bode je nevyhnutné nazrieť na hru ako na fenomén analyzovaný rôznymi vednými disciplínami. Napríklad psychológ E. Berne definuje hru ako súvislý sled druhotných doplnkových transakcií, ktoré smerujú k jasne definovanému, dopredu známemu výsledku. Hra sa teda dá vyjadriť ako obmeňujúca sa sústava často opakovaných, zdanlivo racionálnych činností spätých so skrytou motiváciou jej hráča. Autor ju tiež definuje aj ako radu ťahov s rôznymi pascami alebo fintami.<sup>1</sup>

V spojitosti s hrami, v ktorých zväčša ide o dosiahnutie určitého cieľa alebo prekonanie druhých hráčov v skóre, súťaži a podobne, sa ludológ a kulturológ J. Huizinga vyjadruje nasledovne: „*Na začiatku všetkého súťaženia stojí hra, čiže dohoda uskutočniť v rámci istého priestorového a časového rozmedzia podľa istých pravidiel a v istej forme niečo také, čo prispeje k vyriešeniu nejakého napätia a čo stojí mimo bežného toku života.*“<sup>2</sup> Tento výrok dokonale vystihuje prvok súťaživosti v istých sférach (digitálnych) hier. J. Huizinga ďalej tvrdí, že „*...hra je staršia než kultúra, lebo hoci je azda pojem kultúry nedostatočne vymedzený, v každom prípade predpokladá ľudskú spoločnosť; zvieratá sa naučili hrať, a nemuseli čakať na človeka. Veru pokojne by sme mohli tvrdiť, že ľudská civilizácia nerozmnožila všeobecný pojem hry o nijaký podstatný príznak.*“<sup>3</sup> Uvedené slová sú nepochybne pravdivou reflexiou pojmu „hra“, ktorá „fungovala“ dávno pred vznikom človeka. Nesúhlasíme však s myšlienkou, že človek hru ako takú nerozmnožil, naopak, podľa nás ju posunul do úplne iných sfér.

Filozof E. Finka dopĺňa uvedené a tvrdí, že hru hrá každý jeden z nás – poznáme ju z vlastného prežívania okolitého svet. Hra je nenápadná a bežná, pričom hranie je pre nás dôverne známa možnosť dočasného a zároveň vnútorného povznesenia života.<sup>4</sup> Podľa sociológa R. Cailloisa je hra vnímaná aj ako dobrovoľná činnosť vykonávaná vo vnútri pevne stanovených časových a priestorových hraníc, podľa dobrovoľne prijatých, ale zároveň záväzných pravidiel. Hra taktiež má svoj cieľ.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> BERNE, E.: *Jak si lidé hrají*. Praha : Portál, 2011, s. 53.

<sup>2</sup> HUIZINGA, J.: *Jeseň stredoveku – Homo Ludens*. Bratislava : TATRAN, 1990, s. 229.

<sup>3</sup> HUIZINGA, J.: *Jeseň stredoveku – Homo Ludens*. Bratislava : TATRAN, 1990, s. 222.

<sup>4</sup> FINK, E.: *Hra jako symbol světa*. Praha : Český spisovatel, 1993, s. 31.

<sup>5</sup> CAILLOIS, R.: *Hry a lidé*. Praha : Nakladatelství Studia Ypsilon, 1998, s. 26.

Jednou z foriem hry je aj **digitálna hra**, ktorá sa od bežne chápanej hry odlišuje svojim realizovaním pomocou digitálnych médií. Postupne sa vyšpecifikovali pojmy ako „videohra“, „elektronická hra“ a „počítačová hra“. Všetky termíny sú však spoločne pomenované ako „digitálne hry“. Digitálna hra je teda hra realizovaná prostredníctvom digitálnych technológií a primárne využívaná za účelom dosiahnutia zábavy.<sup>6</sup>

Pre určitú časť spoločnosti sú hráči cieľom posmechu, ale pritom sa ich „hranie“ neodlišuje od iných spoločenských aktivít. K problematike vnímania digitálnej hry sa vyjadruje herný dizajnér a teoretik J. Juul. Ten ju vníma ako aktivitu, pri ktorej si človek osvojí určité schopnosti a následne je schopný prekonávať výzvy a prekážky; hra je v podstate vzdelávacou skúsenosťou.<sup>7</sup> Podobného názoru je aj autor knihy *Videogames* teoretik J. Newman. Digitálne hry majú podľa neho pozitívne benefity, sú to azda najsofistikovanejšie a s určitosťou najviac výrazné príklady interakcie človeka a digitálnych médií (predovšetkým počítača) na vysokej úrovni. Poskytujú používateľovi vhodné prostredie na to, aby sa zžil s technológiami. Za pomerne krátky čas si hráč dokáže osvojiť komplex nesmierne zložitých operácií. Samozrejme, môže sa stať, že to nepôjde hneď, no práve „zlyhanie“ predstavuje esenciálnu vlastnosť ako hry, tak aj samotného učenia.<sup>8</sup>

Digitálne hry sa stali multidisciplinárnym fenoménom, ktorý je skúmaný mnohými výskumníkmi. Ich analýzou sa zaoberajú nielen „klasické“ vedné disciplíny, akými sú sociológia, filozofia, kulturológia, psychológia a iné; otázka digitálnych hier sa dostáva do centra pozornosti aj mediálnych štúdií, teórie digitálnych hier či samotnej ludológie. Práve ludológia (z latinského „ludus“ – hra) je vedná disciplína, ktorá skúma hry vo všeobecnosti, no v súčasnosti sa zameriava aj výskumom digitálnych hier. V porovnaní s naratológiou, ktorá rieši narácie vo všetkých médiách, ludológia sa zameriava výhradne na disciplínu (digitálnych) hier. Je to nová cesta k poznávaniu tohto unikátneho média.<sup>9</sup>

Moderné digitálne hry však nie sú len „technické konštrukty“ inžinierov, grafikov, scenáristov, umelcov, ale mali by tiež dodržiavať určité pravidlá, resp. ponúkať hráčom atraktívne **herné mechaniky** – prostriedky úzko späté s hernými žánrami, ktoré sú vo svojej podstate „charakterom“ či „dušou“ každej jednej digitálnej hry.

---

<sup>6</sup> SALONEN, J., RUUTIKAINEN, P.: E for Experience – Using Game-Based Design Elements. In KYÄNEN, M. (ed.): *Electronic Services*. Fínsko, Helsinki : Digital Media & Games, 2007, s. 92.

<sup>7</sup> JUUL, J.: *Half-Real: Videogames between Real Rules and Fictional Worlds*. Cambridge : MIT Press, 2005, s. 5.

<sup>8</sup> NEWMAN, J.: *Videogames*. Abington : Routledge, 2013, s. 4.

<sup>9</sup> *Game Studies*. [online]. [2018-04-02]. Dostupné na:

<<https://uogamestudies.wordpress.com/2011/02/02/definition-ludology/>>.

Pojem „herné mechaniky“ predstavuje charakter konkrétnej hry. Každý žáner disponuje vlastnými a preň špecifickými hernými mechanikami, pričom tvorcovia digitálnych hier neustále prichádzajú s novými, čím obohacujú tie „základné“ o široké spektrum ďalších herných prvkov a činiteľov. Tvorcovia najúspešnejších a najznámejších titulov si dokonca vytvárajú vlastné mechaniky s cieľom priniesť do herného priemyslu niečo nové a atraktívne.

Vývojár T. Koch-Grünberg tvrdí, že vo všeobecnosti môžeme herné mechaniky definovať ako činitele, objekty, elementy a ich vzájomné vzťahy v hre; definujú hru ako systém založený na pravidlách; špecifikujú, čo sa v hre nachádza, ako sa všetko správa a ako sa hráč vlastne môže integrovať s herným svetom.<sup>10</sup> Vyslúžilec dizajnerskej brandže M. Stout je zasa toho názoru, že keď vyslovíme slovné spojenie „herná mechanika“, referujeme tým majoritný kus hrateľnosti v hre. Ako príklad herných mechaník uvádza titul *The Legend of Zelda: A Link to the Past* (Nintendo, 1991). Podľa autora je v uvedenej hre prítomných niekoľko mechaník, pričom spomína napríklad boj s mečom, blokovanie útokov, hádzanie bumerangom, plávanie, riešenie puzzle pomocou tlačidiel, vyhýbanie sa nebezpečenstvu, používanie príslušných zbraní atď.<sup>11</sup> Na základe uvedeného a v spojitosti s početnými výskumami dizajnéra J. Schella môžeme herné mechaniky v komplexnosti definovať ako:<sup>12</sup>

- *Priestor* – definuje miesto, kde sa hra odohráva (napr. 3D, 2D prostredie, sandbox) a ako sú medzi sebou tieto priestory prepojené. Keď si odmyslíme vizuálnu a estetickú stránku, tak priestor je vlastne „len“ matematickým konštruktom.
- *Objekty* – substantíva herných mechaník. Patrí sem takmer všetko, čo v hre používateľ vidí a s čím môže pohnúť (napr. váza, stolička).
- *Atribúty* – kategórie informácií o objektoch, vybavení či charakteroch. „Objekty“ majú zvyčajne pridelené atribúty ako cena, hmotnosť, trvanlivosť; atribút „vybavenia“ nesie informáciu o sile brnenia, bonuse k schopnostiam. V tomto bode dodávame, že „charakterom“ prináleží najviac atribútov, pričom k najzákladnejším patrí napr. zdravie, level, množstvo, prípadne druh špeciálnych schopností a podobne.
- *Stav* – každý atribút má svoj „aktuálny“ stav. Keď teda tvrdíme, že objekty sú substantíva, tak „stav“ v tomto kontexte plní rolu adjektíva. Jednoduchým príkladom

---

<sup>10</sup> KOCH-GRÜNBERG, T.: *What is the Difference between Game Mechanics and Game Dynamics?* [online]. [2018-04-12]. Dostupné na: <<https://www.quora.com/What-is-the-difference-between-game-mechanics-and-game-dynamics>>.

<sup>11</sup> STOUT, M.: *Evaluating Game Mechanics for Depth*. [online]. [2018-04-02]. Dostupné na: <[http://www.gamasutra.com/view/feature/134273/evaluating\\_game\\_mechanics\\_for\\_depth.php](http://www.gamasutra.com/view/feature/134273/evaluating_game_mechanics_for_depth.php)>.

<sup>12</sup> SCHELL, J.: *Art of Game Design*. Amsterdam, Boston, Heidelberg, London, New York, Oxford, Paris, San Diego, San Francisco, Singapore, Sydney, Tokyo : Morgan Kaufmann, 2008, s. 130-153.

môže byť šach – figúrka kráľa ako objektu hry sa spája s akciou – „pohybom“, ktorý disponuje tromi možnými stavmi – voľný pohyb, „šach“ a „šachmat“.

- *Akcia* – rozdeľuje sa na operatívne (jednoduché akcie, napr. pohyb figúrkou v šachu) a výsledné akcie (sú spojené s tým, akým spôsobom hráč aplikuje operatívne akcie, napr. obetovanie figúrky, aby mohol hráčovi vyhodit' inú).
- *Pravidlá* – umožňujú existenciu ostatných mechaník a pridávajú k hre jeden dôležitý aspekt, a teda to, čo „hry robí hrami“ – pridávajú k hre ciele (napr. zabiť hlavného nepriateľa, zachrániť dcéru kráľa, vyriešiť záhadu).
- *Schopnosti* – dôraz sa v tomto bode kladie na hráča. Každá hra od používateľa vyžaduje, aby si osvojil určité zručnosti a schopnosti, vďaka čomu vie hru ovládať.
- *Risk* – je esenciálnou súčasťou hry, pretože risk znamená neistotu a neistota zasa prekvapenie. Stará sa o to, aby hráč postupoval opatrne a skúmal svoje okolie. Každá správna hra by mala obsahovať zaujímavé prekvapenia a výzvy.

Ten, kto má prehľad o hernom priemysle, nielenže aspoň čiastočne pozná vydavateľa a jeho produkty, ale dokáže tiež jednoducho rozpoznať i špecifický rukopis tvorcov rôznych titulov, pozná mechaniky, s ktorými hry pracujú, a to mu umožňuje rozoznávať rozdiely medzi hrami navzájom. Treba podotknúť, že hoci sú hry vždy žánrologicky vymedzené, nie je pravidlom, že využívajú výrazové prostriedky a herné mechaniky späté len s jedným žánrom. Mechaniky sú teda nositeľmi informácií o tom, do akého žánru sa príslušná hra zaraďuje.

Dizajnér L. Grace tvrdí, že **herný žáner** opisuje, akou cestou je vyrozprávaný príbeh. Ide vlastne o akýsi naratívny štýl rozprávania, ktorý ovplyvňuje štruktúru príbehu, hĺbku charakteru a ostatné príbehové elementy.<sup>13</sup> V skratke sa žáner chápe ako deskripcia naratívneho herného obsahu. Ďalej spomenieme informatikov A. Faisala a M. Peltoniemiho, ktorí vo svojom výskume uvádzajú, že do roku 1990 o prvenstvo v hernom priemysle súperili mnohé žánre. Postupom času sa však ukázalo sa, že hry obsiahnuté v jednej skupine žánrov sa až priveľmi líšia na to, aby sa vždy dali zaradiť len do jedného súboru. Zároveň uvádzajú, že klasifikácia titulov do samostatne stojacich žánrov je nesmierne náročná. Uvedené len utvrdzuje názor, že je takmer nemožné definovať každý jeden žáner či špecifikovať, do akého

---

<sup>13</sup> GRACE, L.; *Game Type and Game Genre*. [online]. [2018-04-02]. Dostupné na: <[http://www.lgrace.com/documents/Game\\_types\\_and\\_genres.pdf](http://www.lgrace.com/documents/Game_types_and_genres.pdf)>.

žánru príslušná hra patrí. Tento problém mnohí autori pripisujú exponenciálnemu nárastu titulov na trhu.<sup>14</sup>

Medzi základné žánre digitálnych hier, od ktorých sa ďalej odvodzujú nové, patrí napríklad *adventúra* (dobrodružná hra) – príbeh adventúry je vždy daný tvorcom, pričom hráč musí plniť rôznorodé úlohy, aby mohol ďalej pokračovať v hraní. Spočiatku sa dobrodružné hry vzťahovali výlučne na textové hry, avšak neskôr sa „pretavili“ do 3D podoby a stal sa z nich veľmi populárny a prepracovaný žáner.

Ďalej spomenieme *akčnú hru* tiež známu aj ako FPS či TPS („first person“, prípadne „third person shooter“ – „strielačka“ z pohľadu prvej, tretej osoby). Hráč poväčšine stvárňuje postavu vojaka a hlavnou úlohou je plnenie misií, ktorých cieľom je zneškodniť niekoho alebo niečo za použitia hrubej sily (napr. strieľaním zo zbrane). Na kompletne prejedenie takýchto titulov sú potrebné reflexy a výborné schopnosti hráča.

*Stratégie*, označované tiež ako RTS („real-time strategy“ – stratégia v reálnom čase), predstavuje akúsi „taktickú záležitosť“ – hráč v nej preberá úlohu generála, budovateľa či kráľa; snaží sa získať územie a poraziť svojho nepriateľa. To môže dosiahnuť buď využitím sily (politickej, ekonomickej, vojenskej).

Podstatnú úlohu v typológii herných žánrov zastávajú aj *simulácie*. Ich cieľom je čo najvernejšie priblížiť hru realite. Hráčmi sú zväčša obdivovatelia a nadšenci napríklad automobilov, vlakov, lietadiel a podobne.

Netreba zabúdať ani na *športové hry*. Ako samotný názov napovedá, ide o hry zamerané na šport, kde používateľ preberá úlohu hráča na ihrisku alebo manažéra tímu. Tieto hry sú zväčša určené pre konzoly, ktoré umožňujú hrať viacerým hráčom spolu.

Medzi „vedľajšie žánre“ zaradíme napríklad *logické hry*. Ide o klasické spoločenské hry (napr. šachy) prerobené do elektronickej verzie. *Horor*, prípadne *survival horror* – jeho hlavnou mechanikou je prežiť, prostredie je zväčša strašidelné a znepokojujúce. Spomenieme i *bojovky*, a teda hry pre dvoch alebo štyroch hráčov. Užívateľ si vyberie postavu bojovníka so špeciálnou ponukou schopností a bojuje v malej aréne. Na záver uvedieme *plošinovky* – jedná sa o hry z 2D pohľadu, ich cieľom je poraziť jednoduchých nepriateľov alebo „doskákať“ na koniec úrovne. Pozornosť však sústredíme práve na žáner *RPG* (rolová hra, angl. role-playing game), a to najmä z dôvodu jeho rozsiahlej hernej základne a nesmiernej atraktivity u jej tvorcov aj používateľov.

---

<sup>14</sup> FAISAL, A., PELTONIEMI, M.: *Establishing Video Game Genres Using Data-Driven Modeling and Product Databases*. [online]. [2018-04-02]. Dostupné na: <<http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1555412015601541>>.

## 1.2 Hra na hrdinov a jej herné mechaniky

Teoretik R. Bienia opisuje „role-playing game“ ako herný žáner, ktorý je podobný kontextu detských hier. Typickým príkladom je hra „policajt – zlodej“. Správanie sa ako postava z filmu, hry, televízie, používanie improvizovaných kostýmov, to všetko podmieňuje pocit vzrušenia, dobrodružstva a potešenia. Dané prejavy sú z hľadiska psychológie istou formou predstierania, vystupovania „ako niekto iný“. Deti sa učia adaptovať do sociálneho prostredia napodobňovaním svojich rodičov alebo iných dospelých. Uvedené aktivity sa však dotýkajú nielen detí, ale aj dospelých.<sup>15</sup>

RPG hry umožňujú hráčovi vstúpiť do imaginárneho sveta, v ktorom má takmer neobmedzené možnosti. Dôraz je kladený na príbeh a najmä na vývoj hráčovho charakteru (avátara, hernej postavy) – z uvedeného vyplýva aj názov „hra na hrdinov“. J. Bycer v tejto súvislosti dodáva, že keď používateľ hrá tento typ hier, jeho úkony zväčša nemajú žiaden dopad na konanie charakteru (napr. stlačením šípky na klávesnici sa používateľ nemôže uhnúť meču alebo zodvihnúť štít pri obrane), namiesto toho výsledok boja závisí od atribútov charakteru a jeho brnenia. Na druhej strane existujú aj také rolové hry, kde má jedinec plnú kontrolu nad defenzívnymi aj ofenzívnymi schopnosťami svojej postavy.<sup>16</sup>

Medzi základné herné mechaniky RPG žánru jednoznačne patria zbrane (akékoľvek), levelovanie, postup, objavovanie mapy, dialógy, inventár, charaktery, vytváranie postavy, úprava postavy, vybavenie, mágia, vesmír, talenty, príšery, rozhodovanie, ovplyvňovanie deja atď. Avšak je to práve **herná postava chápaná ako objekt hry**, ktorá patrí medzi najdôležitejšiu zložku každého RPG titulu, a preto je na ňu kladený veľký dôraz. Možnosť kreovania špecifického charakteru (voľba farby pleti, pohlavia a podobne) hráčovi umožňuje prispôbiť si avátara na svoj obraz a ešte väčšmi sa tak „zžiť“ s vlastnou hernou postavou.

V žiadnej RPG hre nesmie chýbať „equip“ (označuje vybavenie, výstroj, oblečenie). Hráč pri RPG hrách zvykne zbierať **objekty chápané ako predmety** („itemy“). Tieto objekty následne využíva vo svoj prospech – niektoré sa dajú použiť ako zbraň, iné zasa ako helma, štít či chránič. Pri RPG hrách má každý jeden predmet vpred stanovenú úlohu, hráč ich „nosi“ vo svojom inventári. Každý „item“ zároveň disponuje vlastnou hodnotou – sila, obratnosť, inteligencia a podobne. Tie hráč využíva pre účely svojej progresie v hre.

---

<sup>15</sup> BIENIA, R.: *Role Playing Materials*. Braunschweig : Zauberfeder, 2016, s. 39.

<sup>16</sup> BYCER, J.: *Following the Spread of RPG Mechanics in Game Design*. [online]. [2018-04-02]. Dostupné na: <[http://www.gamasutra.com/blogs/JoshBycer/20140612/219168/Following\\_the\\_Spread\\_of\\_RPG\\_Mechanics\\_in\\_Game\\_Design.php](http://www.gamasutra.com/blogs/JoshBycer/20140612/219168/Following_the_Spread_of_RPG_Mechanics_in_Game_Design.php)>.



Atraktívne **prostredie** je neodmysliteľnou zložkou RPG hier. Nesmie byť monotónne a nemalo by obsahovať „hluché miesta“. Zväčša sa jedná o rozľahlé svety, rozdelené pomyselnými hranicami, no existujú aj hry, ktoré sa rozprestierajú na početnom množstve menších lokácií. Konštatujeme však, že veľkosť plochy nie je priamo úmerný kvalite hry. Napríklad *TES II: Daggerfall* (Bethesda, 1996 – súčasnosť) obsahuje svet o rozlohe zhruba 160 000km<sup>2</sup>, no nie je vyplnený hrateľným obsahom. Na druhú stranu mapa v hre *Zaklínač 3* (CD Projekt RED, 2015) o rozlohe 217km<sup>2</sup> je kompletne vyplnená kvalitným obsahom.

Herná mechanika „stav“ je zastúpená formou rozhodnutí hráča, to znamená, že herná postava má takmer nekonečno stavov. Napríklad postavíme nášho avatara na rázcestie a naskytne sa nám hneď niekoľko možných stavov – ísť na sever, juh, západ, východ, atď.; útok – zaútočiť na okoloidúceho, nezaútočiť. K popisovanej mechanike by sme mohli zaradiť napríklad aj prepracované **dialógy**, ktoré determinujú vývoj postavy. Výskumník v odbore digitálnych hier F. Mäyrä opisuje dialóg ako ústredný bod pri hre na hrdinov. Slúži viacerým účelom, niektoré z nich sprostredkujú indície alebo možnosti, iné majú funkciu jazyka v kolaboratívnej výstavbe zdieľanej fantázie.<sup>17</sup> Môže ísť napríklad o vzťah s NPC postavou („non playable character“ – naprogramovaná postava, ktorú neovláda hráč), vyjednanie lepšej ceny s obchodníkom alebo o rozhodnutie hráča, ktoré ovplyvní celkový dej. Ako príklad uvádzame sériu *Mass Effect* (BioWare, 2007 – súčasnosť). Tu hrajú dialógy primárnu roľu, pretože rozhodnutia realizované v rámci dialógu kreujú celý ďalší postup, a teda celý príbeh. Práve dialóg teda v konečnom dôsledku determinuje stav hry.

Pri RPG hrách zastupuje **akcia** jednu z najelementárnejších mechaník, zahŕňa jednoduché stlačenie klávesy na dverách, alebo úskok spojený s kombináciou protiútokov. Akcia sa zväčša vykonáva špecifickým tlačidlom a záleží len na tvorcoch titulov, koľko (inter)akcií do hry implementujú. Operatívnu akciu môže byť pri súboji napr. obrana, útok alebo úhyb, z toho ďalej vyplývajú výsledné akcie – po obrane môžeme ustúpiť alebo zahájiť protiútok, po útoku môžeme ustúpiť, no v prípade že protivník náš útok odrazí, môže prejsť do ofenzívy a zraniť nás, úhyb nám zasa dáva možnosť rýchleho protiútku.

**Pravidlá** sú pre RPG rovnako dôležité. Po krátkom úvode dostane používateľ „quest“ (úloha, ktorá po úspešnom splnení hráčovi „prideluje“ skúsenosti, prípadne nové vybavenie). Postupne je hráč schopný plniť úlohy rôzneho charakteru, avšak okrem vedľajších úloh sa drží tzv. „main quest-u“ (hlavná úloha, ktorá je ultimátnym cieľom hry).

---

<sup>17</sup> MÄYRÄ, F.: Dialogue and Interaction in Role-Playing Games: Playful Communication as Ludic Culture. In MILDORF, J., BROWEN, T.: *Dialogue across Media*. Amsterdam, Filadelfia : John Benjamins, 2017, s. 271.

Používateľ si v hre vyberá set svojich **schopností**. Dostane určitý počet „talentov“ (body, ktoré následne mína na odomykanie špeciálnych schopností). Tie determinujú, akým štýlom bude k hre pristupovať a plniť si svoje úlohy. Samozrejme, u niektorých titulov sú schopnosti vopred dané a hráč rozhoduje len o tom, v ktorom momente ich využije. Hráč prípadne nadobúda nové schopnosti po dosiahnutí ďalšieho levelu tým, že získa určité množstvo skúseností, tzv. XP-čok (skratka slova „experience“ – skúsenosť). Tie nadobúda plnením úloh, misií a podobne. Každým levelom sa množstvo požadovaných XP zvyšuje. Daná mechanika by sa dala označiť aj ako „**atribút**“. Pri RPG hrách atribúty zastávajú dôležité postavenie; každý použiteľný predmet totiž disponuje vlastnými atribútmi (napr. aj taká metla – môžeme u nej nájsť silu jej útoku a váhu; hoci pre postup v hre je táto hodnota prakticky nepoužiteľná, no príslušná hra ju aj napriek tomu obsahuje). Atribúty nachádzajú svoje uplatnenie aj pri podstatnejších objektoch, ako napríklad meče, sekery, kladivá a podobne. Hráč sa rozhodne, ktorý z objektov použije, pričom každý z nich je zameraný na iné atribúty – sekery môžete držať dve a majú rýchli útok, meč je použiteľný so štítom a môžeme ním bodat' či sekať, kladivá zasa majú pomalý no mimoriadne devastačný útok.

**Riskom** sa v RPG rozumie takmer každé rozhodnutie hráča (napríklad pri preskúvaní hrobky používateľ cíti možné nebezpečenstvo, pri nočnej prechádzke krajinou ho môže napadnúť divá zver alebo bandita a podobne). No najväčší risk prichádza práve v dialógoch, kde sa rozhodujeme o tom, ako sa bude príbeh vyvíjať. Nevedomosť reakcie či následku na rozhodnutie hráča je vzrušujúca. Používateľ podstupuje risk, pri ktorom nevie, čo sa ďalej stane; následky rozhodnutí zväčša bývajú nezvratné.

Vidíme, že hry na hrdinov predstavujú pre človeka – hráča atraktívny spôsob trávenia voľného času. Umožňujú mu stať sa niekým iným. Z dôvodu vysokej interaktivity a variabilného narábania s príslušnými hernými mechanikami sú RPG hry tak obľúbené. Postupne si totiž vybojovali prvenstvo v hernom priemysle a „pohltili“ milióny hráčov po celom svete.

### 1.3 Postavenie žánru RPG v súčasnej produkcii digitálnych hier

Na základe nadobudnutých teoretických vedomostí by sme vedeli vymedziť *základné špecifiká* typické práve pre pertraktovaný žáner RPG hier. Patrí sem predovšetkým:

- „prevtelenie“ hráča do podoby virtuálneho charakteru,
- mimoriadna hrateľnosť,
- nejednotné, no nesmierne početné herné mechaniky,

- vytváranie avatara, prostredia a iných objektov podľa predstáv hráča.

Podľa príkladu M. Stouta ďalej môžeme vymedziť *základné výrazové prostriedky* hier s hraním rolí. Ide konkrétne o:

- levelovanie, postup, objavovanie,
- dialógy, súperenie s nepriateľmi, protivníkmi v hre,
- inventár, talenty, skúsenosti, vybavenie,
- rozhodovanie sa, ovplyvňovanie deja individuálnou aktivitou hráča.

Jestvuje aj niekoľko *samostatne stojacich skupín, ktoré bližšie vymedzujú RPG hry*. Dané členenie tvorí základnú „kostru“ pri snahe o vymedzenie nami skúmaných hier:<sup>18</sup>

1. **Naratívne RPG žánre** – sú najviac rozšíreným typom RPG hier. J. Thiboust tvrdí, že pri naratívnych RPG tituloch je kritickým elementom tzv. „immersion“ (pocit vtiahnutia, ponorenia do deja). Jednoducho povedané, všetko od boja, objavovania, až po umelecké spracovanie by sa malo držať hesla „immersion“. Pre RPG hry naratívneho typu sú podľa autora charakteristické nasledujúce špecifiká: Herná postava spolu s prostredím a predmetmi by mali byť spracované trojrozmerné, čo dopomáha používateľovi zžiť sa so svetom, do ktorého vstúpil. Tomuto dopomáhajú aj opisy priestoru, postáv a predmetov. Znamená to, že každá vec rozpráva svoj príbeh. Bojové mechaniky by mali byť adekvátne prispôsobené k hernému svetu a pri dialógoch by mal mať hráč na výber z niekoľkých možností.

2. **Sandboxové RPG žánre** – vychádzajú zo slova „sandbox“ (pieskovisko). Uvedený termín sa používa pre označenie hry s otvoreným svetom. Sandboxové hry patria medzi jedny z najkomplexnejších, ale tiež najnákladnejších RPG žánrov. V tomto „hernom type“ je hráč poháňaný vedomím, že si môže robiť, čo chce, môže zlikvidovať, zabiť, čo, resp. koho chce a taktiež môže byť kýmkoľvek chce a robiť čokoľvek, čo sa mu zachce. V sandboxových hrách nie je kladený až taký veľký dôraz na príbeh (ako tomu bolo pri naratívnych RPG tituloch); do popredia sa v podstate dostáva všetko jestvujúce mimo deja (obrovské množstvo sekundárnych úloh, NPC postáv, miest, dungeonov a podobne). Podľa J. Thiousta sú pri tvorbe kvalitných sandboxových RPG titulov najdôležitejšie práve tieto vlastnosti: Detailne prepracovaný charakter s možnosťou komplexného určenia jeho vonkajších i vnútorných charakteristík, ktoré zahrňujú voľbu rasy, črt tváre, pohlavia, zamestnania a schopností. Hráč smie objavovať svet, ktorý by sa dal definovať ako obrovská herná plocha plná možností a detailne spracovaných scenérií či objektov.

---

<sup>18</sup> THIBOUST, J.: *Focusing Creativity: RPG Genres*. [online]. [2018-04-02]. Dostupné na: <[http://www.gamasutra.com/view/feature/185353/focusing\\_creativity\\_rpg\\_genres.php](http://www.gamasutra.com/view/feature/185353/focusing_creativity_rpg_genres.php)>.

3. „*Dungeon crawler*“, v preklade dungeonová preliezačka (hráč doslova „prelieza hrou“), je spomedzi ostatných žánrov RPG hier najrozoznateľnejší. Kedysi dávno sa mu hovorilo jednoducho „hack and slashn“ (sekať a rezať), pričom nedávno sa pripojil ku skupine RPG žánrov nazývaných aj ako „akčné RPG“. Podstata tohto žánru spočíva v postupe charakteru cez rôzne štatistiky, nové schopnosti alebo koristi. Medzi základné znaky „dungeon crawlerov“ teda patrí: Komplexný systém „zabíjania nepriateľov“; ten ponúka vzácnejšie vybavenie/korist', ktorú následne hráč využíva pre svoj prospech v ďalšom hernom postupe. Toto vybavenie sa, samozrejme, musí dať upravovať a vylepšovať. Charakter vybavenie však závisí aj od toho, aký typ bojovníka si hráč vybral (napr. mág, zlodej, lovec, atď.). Štatistiky sú potrebné na porovnávanie s inými hráčmi, keďže do daného typu hry nie je implementovaná žiadna interakcia s inými používateľmi. V neposlednom rade „dungeon crawler“ pracuje s hlboko prepracovaným svetom a príbehom, významnými postavami či pestrým prostredím. Elementárnym prvkom tohto žánru je však práve „respawnovanie“ nepriateľov („respawn“ – postava sa po smrti vracia späť do hry), čo slúži k repetitívnemu hraníu a takmer nekonečnému vylepšovaniu príslušného titulu.

Všetky nadobudnuté teoretické poznatky boli nevyhnutné k tomu, aby sme dokázali vymedziť výrazové prostriedky, charakteristiky a predovšetkým herné mechaniky typické pre žánr RPG priamo vo zvolených výskumných vzorkách. Ešte pred samotnou realizáciou kvalitatívnej obsahovej analýzy je však potrebné určiť si základné metodologické aspekty nášho skúmania.

## 2 CIEĽ A METODIKA PRÁCE

### 2.1 Definovanie hlavného cieľa práce

Žáner RPG sa za roky svojej existencie stal neodmysliteľnou súčasťou stále sa rozrastajúceho herného priemyslu. Behom posledných štyridsiatich rokov rôzne herné žánre pribúdali, atrofovali, prelínali sa s ostatnými, prípadne „upadli do zabudnutia“. Hry na hrdinov však do poslednej uvedenej kategórie nepatria, stále totiž zastávajú silnú pozíciu v „hernom svete“. Tento fenomén pripisujeme predovšetkým variabilite obsiahnutých herných mechaník a výrazových prostriedkov, ktoré sú príznačné práve pre analyzovaný herný žáner. Hlavným cieľom predkladanej odbornej práce je teda identifikácia a bližšia špecifikácia výrazových prostriedkov typických pre RPG hry na základe kvalitatívnej obsahovej analýzy dvoch reprezentatívnych výskumných vzoriek. Najdôležitejšou rovinou výskumu je nadobudnutie početných relevantných teoretických dát, ktoré následne využívame pri realizácii spomínaného kvalitatívneho výskumu.

### 2.2 Výber výskumnej vzorky

Výskumné vzorky, ktoré sme si vybrali pre účely kvalitatívnej obsahovej analýzy, nie sú zvolené náhodne. Hovoríme konkrétne o tituloch *World of Warcraft: Wrath of the Lich King* (Blizzard Entertainment, 2008) a *Mass Effect 2* (BioWare, 2010), ktoré sú výskumníkovi veľmi blízke, čo dopomáha k autentickému a originálnemu pohľadu na skúmanú problematiku. Oba tituly sa stali známymi v inom časovom období, priniesli iné herné mechaniky a výrazové prostriedky, no spája ich komerčný úspech, ktorý posunul žáner RPG o niečo vyššie v rebríčku obľúbenosti u spotrebiteľov a tiež tvorcov. Z uvedeného dôvodu je voľba výskumných vzoriek zámerná. Hoci sú obe digitálne hry definované žánrom RPG, a teda majú podobné obsahové zaradenie, sú zároveň aj značne odlišné – na jednej strane stojí MMORPG hra („massively-multiplayer online role-playing game“ – „masívna“ onlineová rolová hra) fungujúca na báze pravidelných expanzií, pričom hráč môže robiť všetko, čo mu hra dovolí. Na strane druhej stojí naratívna RPG hra, pri ktorej sa „hromadia“ hráčove rozhodnutia determinujúce výsledok celej trojdielnej série.

### 2.3 Metodické prístupy k skúmaniu

Čo sa týka metodického prístupu k skúmaniu vymedzenej problematiky, v prvom rade uskutočňujeme zber a identifikáciu teoretických dát, ich analýzu, komparáciu a následnú syntézu. Následne prichádza na rad aplikácia takto nadobudnutých dát pri vykonaní samotnej

kvalitatívnej obsahovej analýzy vymedzených výskumných vzoriek. Po komplexnej analýze zvolených titulov výsledky zrealizovaného výskumu zhodnocujeme a využívame v ďalšej časti práce, v rámci ktorej sú dáta porovnávané prostredníctvom ďalšieho metodického prístupu – komparácie. Na základe komparácie a interpretácie analýzou nadobudnutých informácií definitívne objasňujeme výrazové prostriedky a herné mechaniky využité v skúmaných tituloch. Posledným bodom je zhodnotenie prínosu práce a definitívne zodpovedanie otázky „Vďaka čomu sa z RPG stala atraktívna forma ľudického spracovania?“

## 2.4 Charakteristika vymedzených analytických kategórií

Pre potreby kvalitatívnej obsahovej analýzy sme si zvolili analytické kategórie, v rámci ktorých identifikujeme i niekoľko podkategórií. Prostredníctvom nich dochádza k systematickému opisu výrazových prostriedkov obsiahnutých v analyzovaných tituloch:

- **Identifikácia** základných rozpoznávacích prvkov výskumných vzoriek, pričom medzi tieto prvky zaraďujeme *žáner, hernú skupinu, herný mód a prístup k hre*.
- **Herné mechaniky** zachytávajúce špecifiká technickej a obsahovej stránky výskumných vzoriek. V tomto bode je zahrnutá *grafika, UI (user interface), uhol pohľadu, herný svet, možnosti, ovládanie, objekty, rasa, pohlavie a oblečenie/vybavenie*.
- **Narácia** príbehu a herného obsahu. Do tejto kategórie sa zaraďujú body ako *hlavná myšlienka, námet, miesto a čas, dej, dialógy, hlavné úlohy a vedľajšie úlohy*.

## 2.5 Vymedzenie výskumných otázok

Zodpovedanie výskumných otázok je kľúčovým bodom výskumu. Vďaka odpovediam na výskumné otázky totiž máme možnosť vykonať komparáciu dát získaných kvalitatívnou obsahovou analýzou nami zvolených výskumných vzoriek. Otázky znejú nasledovne:

1. *Akými rozdielmi a podobnosťami sa vyznačujú výskumné vzorky v základných identifikačných prvkoch?*
2. *Sú v analyzovaných výskumných vzorkách obsiahnuté všetky herné mechaniky definované v metodickej časti práce? Akým spôsobom sa tieto herné mechaniky a výrazové prostriedky uplatňujú v pertraktovaných tituloch a v čom sa odlišujú?*
3. *Akým spôsobom je poňatá náracia, ktorá hrá kľúčovú úlohu pri naratívnom spracovaní výskumných vzoriek? Aké sú v tomto bode rozdiely a podobnosti medzi skúmanými titulmi?*

## 3 ANALYTICKÁ ČASŤ

### 3.1 Prvá výskumná vzorka – *Mass Effect 2* (2010)

Prvou výskumnou vzorkou je v poradí šesťnásť hra kanadského štúdia *BioWare* – *Mass Effect 2*. Na získanie dôležitých a pre interpretáciu dát potrebných informácií sme daný titul museli celý odohrať a následne analyzovať špecifické výrazové prostriedky a herné mechaniky v ňom obsiahnuté. Kvalitatívna obsahová analýza prebehla formou rozdelenia si skúmaného problému do niekoľkých základných analytických kategórií a podkategórií, ktoré boli opísané v metodologickej časti práce. Hra *Mass Effect 2* bola vydaná v roku 2010, takže je stále dostupná na zakúpenie; kúpu predmetného titulu sme vykonali prostredníctvom služby *Origin*, ktorá zastrešuje všetky tituly herného vydavateľa *Electronic Arts*, a teda aj nami analyzovaný titul

#### Identifikácia

Titul *Mass Effect 2* sa primárne zaraďuje do **žánru** RPG, no konkrétnejšie sa dá označiť aj ako akčná RPG hra. Jej **hernou skupinou** sú tzv. naratívne RPG – zameriava sa výlučne na príbehovú kampaň a neobsahuje žiadnu onlinovú kooperáciu či súperenie, takže keď hovoríme o **hernom móde**, hovoríme o tzv. „singleplayeri“ založenom na hre pre jedného hráča. **Prístup k hre** je pomerne jednoduchý. Znamená to, že analyzovaný titul je dostupný digitálne i fyzicky, pričom my sme i pre výskum zvolili prvú spomínanú možnosť.

#### Herné mechaniky

**Grafika** je realizovaná pomocou herného „engine-u“. Tento termín označuje kľúčové softvérové komponenty (troj-dimenzionálny renderovací systém, detekciu kolízie, audio systém), vizuálne spracovanie a pravidlá, ktoré definujú hráčov zážitok.<sup>19</sup> Vo svojej podstate teda ide o softvér, ktorý slúži na vývoj a fungovanie hry. Konkrétne *Mass Effect 2* využíva *Unreal Engine 3* (*Epic Games*, 2004). Používateľské rozhranie (**UI**) sa nesie v štýle sci-fi – tak isto, ako aj samotná hra. Je prispôbené tomu, aby mal hráč prehľad nad situáciou a nebol ňou nijak obmedzený. Výskumná vzorka sa síce nesie v minimalistickom štýle, no poskytuje všetky informácie, ktoré hráč k hraniu potrebuje. **Uhol pohľadu**, ktorý je počas celej hry nastavený z pohľadu tretej osoby, sa mení v závislosti od situácie – pri bežnom chodení a skúmaní hráč vidí celú svoju hernú postavu tzv. „od chrbta“. Pri boji sa pohľad priblíži ponad rameno avatara. Toto priblíženie navodzuje pocit väčšej dynamiky, k čomu

---

<sup>19</sup> GREGORY, J.: *Game Engine Architecture*. 2. vyd. Boca Raton, London, New York : CRC Press, 2014. s. 11.

dopomáha aj pohyb obrazovky pri behu či presune postavy z jedného krytu do druhého. Pri dialógoch a predelových scénach je použitá kamera (podobne ako pri filmoch) – zábery sa presúvajú z jednej postavy na druhú, dôležité či náhle udalosti sa ihneď stanú bodom, ktorý táto kamera sníma. **Herným svetom** je v prípade *Mass Effect 2* naša galaxia – Mliečna cesta, tú hráč objavuje a plní rôznorodé úlohy, spoznáva cudzie rasy a podobne. Priestor, v ktorom sa hra odohráva, je veľmi dôležitý a zohráva viacero podstatných úloh. Jednou z nich je „zabaviť“ hráča objavovaním herného sveta a motivovať ho k interakcii s ním. Druhou úlohou je predat' hru, pretože herné mechaniky nie sú primárnym dôvodom, prečo si zákazník kúpi hru, ale je to práve predstavivosť a zvedavosť hráča – čím sa v hernom svete môže stať a čo v ňom bude robiť. Svet/priestor je jednoducho rozhodujúcim faktorom pri vytvorení a udržaní pozornosti používateľa.<sup>20</sup> Čo sa týka **možností**, tých v analyzovanom titule veľa nie je, pretože hra skôr kladie dôraz na príbeh. Hráč sa síce dokáže voľne pohybovať po pomerne otvorených mapách, ktoré preskúmava, no v hre nie sú obsiahnuté žiadne voľnočasové aktivity; okrem ústredného príbehu sa tu nachádza len zopár vedľajších úloh a postáv. Presun po týchto lokalitách – čiastočne otvorených mapách – je umožnený jednoduchým **ovládaním**, ktoré sa líši len v tom, na akom médiu používateľ hrá predmetný titul. Na platforme *Xbox* alebo *PlayStation* sa ovládanie realizuje pomocou tzv. joysticku (ovládač prepojený s konzolou pomocou kábla alebo infračervených vĺn). Na PC je to zasa myš a klávesnica (samozrejme, existuje tu aj možnosť napojenia iného ovládača). V nastaveniach hry je možnosť upraviť si ovládanie podľa vlastných predstáv, no pri hrách takéhoto štýlu sa zvyčajne ovládanie ponecháva na pôvodných funkciách. Vzhľadom na to, že sa hra odohráva v budúcnosti, sú tomu prispôsobené aj **objekty**. Všetky objekty v titule *Mass Effect 2* pôsobia futuristicky, väčšinou majú atraktívne spracovanie, no tam všetko končí – hráč s nimi nemôže nijak interagovať. Ako už bolo spomenuté vyššie, hra má skôr „naratívny nádych“, preto sú podobné možnosti detailného kreovania postáv a objektov podľa predstáv hráča vynechané. Téma analyzovanej vzorky zameraná na budúcnosť a prieskum galaxie so sebou „prináša“ aj nové **rasy**. K rasám pochopiteľne patrí aj špecifikácia **pohlavia** ako ďalšej mechaniky obsiahnutej v analyzovanej hre. Po tejto stránke *Mass Effect 2* reflektuje reálny svet. U ľudí a niektorých iných rás môžeme nájsť diferenciáciu na mužov aj ženy, ktorí síce nevystupujú priamo v hre, no množstvo kódexov a rozhovorov nám tieto informácie ponúka. Existujú tu však aj rasy, ktoré sú hermafroditmi alebo sa nerozmnožujú bežným spôsobom. Dôležitou zložkou každej RPG hry je aj **vybavenie**, na ktoré však v pertraktovanom titule nie je kladený

---

<sup>20</sup> ADAMS, E.: *Fundamentals of Game Design*, San Francisco : New Riders, 2013, s. 138



až taký veľký dôraz – jeho kustomizácia je prítomná (vo forme zmeny farieb a vzhľadu), no s minimálnym dopadom na hru a jej priebeh. **Oblečenie** je však úplne iná „parketa“; reflektuje totižto zvyky a kultúry jednotlivých rás a prináša zaujímavý nápad, ako by napríklad mohla vyzerat' móda v budúcnosti.

## Narácia

*Mass Effect 2* je hra s početnými naratívnymi prvkami, preto bol pri jej vývoji kladený najväčší dôraz práve na **hlavnú myšlienku** a jej spracovanie. Hlavná myšlienka pojednáva o skutočnosti, že aj keď sú medzi ľuďmi (v tomto prípade medzi rasami v galaxii) drobné šarvátky a nevyriešené staré spory, tak vždy si po každého z nás príde smrť. Keď galaxia čelí svojmu koncu, nemá význam proti niekomu bojovať – treba si podať pomocnú ruku. **Námetom** analyzovanej výskumnej vzorky sú bezpochyby staršie sci-fi hry. Hlavný protagonista by sa dokonca dal prirovnať k Ježišovi ako ku záchrancovi a spasiteľovi ľudstva, ktorý preň položil svoj vlastný život. Hlavný antagonista – rasa *Reaprov* – je nepochybne inšpirovaná sériou H. P. Lovecrafta o starých bohoch *Call of Cthulhu* (1928) vystupujúcich ako entity, ktoré každých 50 000 rokov prichádzajú „očistiť“ galaxiu. **Miestom**, resp. priestorom, v ktorom sa odohráva príbeh, je naša galaxia. **Časovo** je naša galaxia posunutá do roku 2185. **Dej** nadväzuje na prvú časť série – Shepard sa so svojou posádkou nachádza na rutínnej misii, keď ich prepadne neznáma loď. Postava reprezentovaná hráčom zachráni väčšinu posádky, no ona sama zahynie. Následne sa hráč prebúdzá v neznámom komplexe, kde zisťuje, že bol oživený tajomnou spoločnosťou *Cerberus*, ktorej veliteľ poverí hráča úlohou preveriť záhadné zmiznutia ľudských kolonistov. V danom bode hráč zisťuje, že za zmiznutiami stoja tzv. *Collectori*. Sériou hlavných a vedľajších misií si hráč zostaví tím, s ktorým na konci hry konfrontuje protivníka. V takomto rozsiahlom deji však treba uplatniť aj komplexné a prepracované **dialógy**. Tie sa držia rovnakého scenára, ako tomu bolo v prvom diely – hráč dostáva na výber z niekoľkých možností „konverzácie“, z čoho každá dialóg rozvíja iným smerom. Niektoré dialógy majú rozhodovaciu funkciu (napríklad hráč si vyberá, ako bude postupovať ďalej). Hlavné postavy sú zväčša nahovorené známymi hercami, ktorí postavám akoby „vdýchli“ život a ešte väčšmi ich priblížili realite. Vedľajšie postavy síce nie sú „zastúpené“ celebritami z oblasti filmu či seriálu, no dabujú ich herci, ktorí majú s dabovaním postáv a herných charakterov bohaté skúsenosti. **Hlavných úloh** sa nesú v znamení príbehu, sú spracované veľmi atraktívne a ponúkajú epické scény plné akcie a rôznorodých zvrátov. V prvej polovici príbehu ide zväčša o predstavovanie nových postáv a zisťovanie základných informácií. Neskôr uvedené úlohy menia svoj charakter – začnú sa

sústredovať prevažne na preskúmavanie a ničenie nepriateľských základní. **Vedľajšie úlohy** zahŕňajú objavovanie galaxie a získavanie informácií, vďaka ktorým sa hráč dozvedá viac o celom univerze. Z preskúmavania si používateľ odnáša kódexy plné zaujímavých informácií z minulosti či prítomnosti, stretáva rôzne postavy a analyzuje planéty, pre ktoré sú špecifické vlastné príbehy. Z veľkej miery ide o akčné a čiastočne aj humorné pasáže. Ich stopercentná kompletizácia prevyšuje dĺžku štandardnej hracej doby o desiatky hodín.

### 3.2 **Druhá výskumná vzorka – *World of Warcraft: Wrath of The Lich King* (2008)**

Ďalšiu výskumnú vzorku reprezentuje druhá expanzia na najpopulárnejšiu MMORPG hru súčasnosti s názvom *World of Warcraft*. Tak isto, ako aj pri prvej vzorke, aj tu sme museli uvedený titul hrať a na základe odohraného sme analyzovali jednotlivé výrazové prostriedky a špecifiká danej digitálnej hry. Expanzia *Wrath of the Lich King* (ďalej ako *WoTLK*) bola vydaná 13. novembra 2008, pričom jej obsah kontinuálne pribúdala až do júna 2010. Oficiálne servery hry momentálne fungujú na jej najnovšej verzii, čo znamená, že nami skúmaná verzia nie je dostupná inak ako na neoficiálnych serveroch. Naš výskum zároveň prebehol na česko-slovenskom servere *Twinstar*.

#### **Identifikácia**

Hra sa **žánrovo** zaraďuje medzi špecifickú skupinu RPG hier – MMORPG („massively-multiplayer online role-playing game“ – RPG, ktoré naraz hrá obrovské množstvo hráčov spojených „online“). Aj napriek faktu, že sa MMORPG radí medzi samostatné žánre, analyzovaný titul môžeme radiť do **žánrovej skupiny** sandboxových RPG. Ako napovedá aj názov „massively multiplayer online“, jedná sa o **herný mód** „multiplayer“ – hráč síce môže hrať sám, no dokáže pritom interagovať s ostatnými používateľmi prítomnými na hernej mape. Jedinou „singleplayer“ zložkou v hre sú tzv. „evolučné zóny“ – miesto, ktoré sa po vykonaní určitých úloh zmení podľa presného scenára. **Prístup do hry** majú hráči (neoficiálnych serverov) pomocou herného klienta, cez ktorého sa registrujú, zmenia pár údajov v registroch a môžu hrať. U originálnych serverov si zákazník zakúpi hru a následne platí mesačné poplatky umožňujúce využívať „priviléžia“ oficiálnych serverov.

#### **Herné mechaniky**

**Grafika** pri *WoTLKu* má viacero variácií, a to aj napriek skutočnosti, že funguje na jednom „engine“ (ktorý si firma vytvorila sama pre potreby pôvodnej hry). Vzhľadom na fakt,

že expanzie rozširovali pôvodnú hru, tak zároveň pridávali aj nové grafické prvky. Hráč je z uvedeného dôvodu svedkom toho, ako sa mení spracovanie prostredia pri prechádzaní svetom. Používateľské rozhranie (**UI**) je pevne dané a dá sa upravovať pridávaním políčok, ktoré sa aktivujú pomocou klávesových skratiek; používateľ taktiež môže upravovať aj to, čo a kde sa mu na obrazovke zobrazí. Hra je ďalej veľmi otvorená vlastnej kustomizácií pomocou rôznych iných softvérov. Ďalšou zložkou hry je aj **uhol' pohľadu**, avšak pri titule *WoTLK* nehrá podstatnú rolu. Jedná sa skôr o nástroj, s ktorým si hráč upravuje, z akej perspektívy/dial'ky pozerá na svoju postavu. To, čo tvorí jednu z najpodstatnejších zložiek analyzovanej výskumnej vzorky je ale **herný svet**. Práve ten je lákadlom pre fanúšikov a hráčov. Hra sa odohráva na planéte *Azeroth*, ktorý je rozdelený na dva kontinenty. V prvej expanzii pribudol druhý svet, do ktorého sa hráč dostáva pomocou portálu (*Outland*) a v nami skúmanom rozšírení pribudol aj tretí kontinent *Northrend* hráčom známy už z pôvodnej stratégie *Warcraft 3* (z uvedeného dôvodu bola daná expanzia braná ako „duchovný nástupca“ RTS série *Warcraft*). Svet *WoTLK*u je pomerne rozľahlý a plný **možností**. Hráč sa zo začiatku presúva „po svojich“, no ako postupuje, tak si môže zakúpiť rôzne dopravné prostriedky (od koní, tigrov, až po motocykle a vrtuľníky). Na výber tiež má niekoľko primárnych a štyri sekundárne povolania. Ďalšou z možností hry je získavanie reputácie pomocou plnenia úloh. Jednou z veľmi obľúbených činností je súperenie s ostatnými hráčmi v arénach (PVP – „player vs. player“ – hráč/i proti hráčovi/om). Protikladom takéhoto súperenia je plnenie skupinových úloh vo forme bojových výprav na nepriateľské brlohy (PVE – „player vs. environment“ – hráč proti prostrediu). Všetky úkony spojené s takýmito činnosťami sú realizované prostredníctvom **ovládania**, ktoré si hráč prispôsobuje vlastným potrebám. Na kauzálnej úrovni sa používajú tlačidlá umožňujúce základné úkony, no pokročilí a profesionálni hráči uplatňujú vlastné klávesové skratky – tie si v rozhraní upravujú pomocou primitívneho programovacieho algoritmu. V hre zároveň možno interagovať s niektorými **objektmi**, ktoré sú na to určené. Herný svet sa skladá z pevne stanovený a určených bodov, nie je do neho zapracovaná fyzika, čo znamená, že objektmi sa nedá hýbať. Pod hernou mechanikou „objekty“ sa však dajú rozumieť aj stavby a budovy, ktoré sú hráčovi voľne prístupné. Niektoré z budov (napríklad rôzne hrady plné nepriateľov) však treba otvoriť a vstúpiť dnu. Veľmi zaujímavou položkou hry sú aj **rasy**. Rás je vo svete *Warcraftu* pomerne veľké množstvo, pričom hovoríme najmä o hrateľných a nehrateľných rasách; vo všeobecnosti sa však zväčša jedná o fantasy charaktery (ork, elf a pod.). Rás je skutočne „neúrekom“, no každá z nich nemá zastúpenie oboch **pohlaví**. Pohlavie si hráč

vyberá pri vytváraní avatara, avšak toto vytváranie neposkytuje veľkú slobodu v konštruovaní hernej postavy; na výber je len zopár predvolených možností. Najmä pri nehrateľných postavách sa zvyčajne nedá určiť, o aké pohlavie ide. V analyzovanej výskumnej vzorke sa do popredia dostáva i hráčove **vybavenie**. To má niekoľko atribútov, ktoré determinujú, akou cestou sa bude hráč v príbehu uberať. Dané predmety následne hráča „vylepšujú“ po rôznych stránkach. Toto vybavenie sa ešte rozdeľuje na niekoľko kategórií, z čoho každá má svoje špecifické vlastnosti. Pri skúmanom titule má vybavenie nesmierne dôležité postavenie, pretože rozhoduje o možnostiach hráča – v jednoduchosti povedaná, používateľ sa bez neho „nepohne“. Na druhej strane stojí **oblečenie**, ktoré sa dá považovať iba a len za voľnočasovú zábavu – hráč si v príslušnom titule môže zadovážiť takmer akékoľvek oblečenie.

## Narácia

**Hlavnou myšlienkou** celého *World of Warcraft-u* je po príbehovej stránke boj proti ultimátnemu zlu. Každý hráč si hlavnú myšlienku vlastne volí individuálne – pre niekoho je primárnym zámerom zbieranie najlepšieho vybavenia, niekto chce prejsť príbeh a zničiť nepriateľa a iní si jednoducho užívajú krásne spracovaný svet bohatý na príbehy postáv a mytológiu tohto univerza. **Námet** hra čerpá z RTS *Warcraft* a pokračuje v príbehu *WoTLK*. Toto rozšírenie je obľúbené práve kvôli pomyselnému zakončeniu populárnej strategickej série. *WoTLK* sa primárne odohráva v novo pridanej zóne, a to v roku 27 letopočtu tohto univerza. **Dej** tu nie je citeľný, pretože nie je hnaný naráciou, ako tomu bolo v predošlej výskumnej vzorke. Príbeh sa skôr zameriava na zničenie armády nemŕtvych, ktorých vedie padlý princ *Arthas*. Ako dej by sa však komplexne dal označiť akýsi individuálny postup, resp. individuálny príbeh hráča od levelu 1 až po level 80. Príbeh sa ďalej odvíja podľa výberu jednej z dvoch frakcií. Podobne sú na tom aj **dialógy**, ktoré v hre absentujú. V prípade, že hráč osloví NPC postavu, tá mu odpovie jednou z fráz, no všetko ostatné prebieha na textovej rovine. Nadabované sú len príbehové predelové scény či rozhovory medzi hrdinami. Za dialóg by sa však dalo považovať chatovanie hráčov medzi sebou. **Hlavné úlohy** v hre nie sú presne špecifikované. Hlavnou úlohou hráča je to, čo si sám určí, no existujú tu rôzne „questy“, ktoré hráč musí splniť, aby v hre pokročil. Tak isto fungujú aj **vedľajšie úlohy** – hráč si jednoducho môže vybrať, čo v príbehu splní a čo nie. V danom prípade sa za vedľajšie úlohy dajú považovať tzv. repetitívne úlohy resetujúce sa každých 24 hodín; tie slúžia na dosiahnutie rôznych nevšedných odmien.

### 3.3 Závery a diskusia

Úlohu tejto časti odbornej práce je pomocou realizovaných kvalitatívnych obsahových analýz dvoch herných titulov podať odpovede na vymedzené výskumné otázky:

#### 1. Akými rozdielmi a podobnosťami sa vyznačujú výskumné vzorky v základných identifikačných prvkoch?

Obe výskumné vzorky sa líšia už v základnom prvku, ktorým je žáner. Obe síce majú základ v rolových hrách, no každá z nich sa uberá vlastným spracovaním. Prvá skúmaná vzorka sa radí medzi naratívne RPG „hnané“ príbehom a druhú zaradujeme medzi sandboxové RPG, v ktorých má používateľ široké spektrum možností a pohybuje sa v otvorenom svete. To nás privádza k ďalšiemu rozdielu – spôsobe práce s herným módom. *Mass Effect 2* sa zaraduje do spomínaného „singleplayeru“, pre ktorý sú špecifické práve znaky naratívnych RPG hier. „Multiplayer“ je hlavná zložka hry *World of Warcraft*, pričom samotný názov žánru, do ktorého sa *WoW* zaraduje, má vo svojej podstate zapracované slovo „multiplayer“ (MMORPG). V danej súvislosti zdôrazňujeme, že akákoľvek variácia či kombinácia RPG hier s inými hernými módmi a žánrami zvyčajne býva komerčne úspešná, a to najmä z toho dôvodu, že sa jedná o akúsi prácu s „extenziou ľudskej mysle“. Tento fenomén je opisovaný ako oslobodzujúca činnosť, pri ktorej sa človek stretáva s rôznymi osobami, s ktorými si vytvára priateľstvá často nemožné v reálnom živote. Extenzia umožňuje človeku stať sa silnejším, populárnejším a viac produktívnym ako v reálnom svete.<sup>21</sup> Uvedené stopercentne platí aj pri analyzovaných RPG hrách. Na záver konštatujeme, že i prístup k príslušným titulom je rozdielny, no nájdeme tu aj isté podobnosti. Oba tituly sú prístupné digitálne aj v tzv. „krabicovej verzii“. Po ich zakúpení a nainštalovaní sú používatelia konfrontovaní s výberom a kustomizáciou postavy, ktorá reprezentuje ich osobu. Zatiaľ čo pri prvej vzorke sa jedná o komplexnú kustomizáciu, tak u druhej ide len o povrchné úpravy.

#### 2. Sú vo výskumných vzorkách obsiahnuté všetky herné mechaniky definované v metodologickej časti práce? Akým spôsobom sa tieto herné mechaniky a výrazové prostriedky uplatňujú v pertraktovaných tituloch a v čom sa odlišujú?

Na základe skúmaných analytických kategórií sme sa dozvedeli, že v nami analyzovaných tituloch sa nachádzajú ako podobné, tak aj odlišné mechaniky. Aj laik dokáže z prvého pohľadu spozorovať, že hry majú úplne rozdielne grafické spracovanie. Ide totiž

---

<sup>21</sup> ABOUJAOUDE, E.; *Virtualy You: The Dangerous Powers of the E-Personality*, New York, London : W. Norton & Company, 2012, s. 20.

o to, že obe fungujú na rozdielnych „enginoch“ s diametrálne odlišnými vlastnosťami. Podobne je na tom aj spomínaný uhol pohľadu – pri jednej z hier je kamera dynamická a pútavá, pri druhej sa jedná skôr o nadhľad na situáciu a rozsiahlym prostredím. Herný svet je však v oboch prípadoch kvalitne graficky spracovaný. Obe univerzá žijú svoj vlastný príbeh a hráčom ponúkajú rozľahlé lokality. V *Mass Effecte 2* je obsiahnutá celá galaxia, no možnosti pohybu v jej rámci sú obmedzené. *World of Warcraft* zasa ponúka jednu planétu a jeden odláhlý svet, na ktorý sa hráč môže dostať, no tak isto ponúka možnosť komplexného preskúmania tohto priestoru – na každom z troch kontinentov hráč môže nájsť množstvo zón, z ktorých každá má svoj špecifický charakter a vizuál.

Na základe detailného popisu používateľských možností oboch titulov môžeme konštatovať, že druhá výskumná vzorka ponúka markantne väčší počet možností v porovnaní s prvou. Tento stav je úzko spätý s už spomínaným herným módom a príslušnou žánrovou skupinou. V jednoduchosti povedané, *Mass Effect 2* sa zameriava na príbeh a ponúka rozsiahle dialógy, postup v misiách a dokonca v samotnom závere hry má hráč na výber niekoľko „koncov“. *WoTLK* je zasa plný rôznorodých a voľnočasových aktivít (možností), ktoré dokážu hráča zabaviť na dlhé hodiny, týždne, mesiace, ba aj roky. Ovládanie ja ďalšia téma, u ktorej môžeme spozorovať podobnosti a rozdiely. Prvý titul využíva len niekoľko kláves, pričom pri profesionálnom hraní bežná klávesnica nestačí a hráči sú nútení predvoliť si rôzne kombinácie tlačidiel. Podobnosti sú však v základných činnostiach, napr. pohyb, používanie špeciálnych schopností a rozhliadanie sa pomocou myši.

V otázke objektov však narážame na zhodu – ani jedna výskumná vzorka neobsahuje takmer žiadne pohyblivé, interagujúce objekty. Tento fakt pripisujeme „fyzikálnej stránke“ oboch „enginov“, ktoré vo svojom kóde nenesú žiadny algoritmus riešiaci otázky fyziky.

Zastúpenie rás je na tom veľmi podobne, pričom v oboch tituloch badáme veľké rozdiely vo výzore a charakteristike rás; v zásade však väčšinu z nich tvoria (pomerne) inteligentné humanoidné tvory. Podobne je na tom aj ich prezentovanie – v skúmaných hrách existujú zlé, ale aj dobré rasy. Samozrejme, vystupujú tu aj neutrálne postavy, ku ktorým má prístup ktokoľvek, avšak vo väčšine prípadov záleží na tom, akú „stranu“ si hráč zvolí. Postavy nepriateľských frakcií sú voči sebe hostilné.

Pohlavie je inou záležitosťou. V *Mass Effect 2* sa hráč stretáva so silnými ženskými charaktermi, ktoré oplývajú mocou, pričom používateľ si môže pohlavie vybrať sám. Pri druhej pertraktovanej vzorke naopak záleží od frakcie (v jednej frakcii sú ženy pomerne

dominantné, v druhej tomu tak nemusí byť) – hráč v oboch prípadoch stretáva ženské charaktery, a tak isto si môže za svojho avatara zvoliť ženu.

Poslednou hernou mechanikou je oblečenie, resp. vybavenie. Pri tejto téme môžeme vidieť isté podobnosti medzi analyzovanými vzorkami. Hráč si v oboch prípadoch skladá vybavenie zo samostatných kusov a do istej miery si ho môže upravovať. Čo sa týka rozdielu medzi skúmanými titulmi – pri prvej hre na vybavení v podstate vôbec nezáleží, avšak pri druhej hre je vybavenie základným elementom, bez ktorého sa postava nepohne ani zo štartovnej lokácie. Zároveň dodávame, že každá trieda ma svoje špeciálne sety, ktoré sa určujú podľa zvoleného zamerania. Bežné oblečenie je zasa len bonusovým obsahom pri oboch výskumných vzorkách, aj keď treba poznamenať, že v druhej vzorke je opäť obsiahnutých oveľa viac možností, ako svoj charakter ošatiť a kustomizovať.

### **3. Akým spôsobom je poňatá narácia, ktorá hrá kľúčovú úlohu pri naratívnom spracovaní výskumných vzoriek? Aké sú v tomto bode rozdiely a podobnosti medzi skúmanými titulmi?**

Ako bolo povedané, jeden z titulov sa radí medzi sanboxové MMORPG a druhý patrí do kategórie naratívnych akčných RPG. Spojitosť sa dá nájsť v hlavnej myšlienke – zabiť nadľudsky silnú entitu ohrozujúcu svet. Hráč sa však k myšlienke môže postaviť akokoľvek – vo *WoTLKu* je možné hrať hru bez problému aj tri roky, pričom hráč nemusí hlavného nepriateľa ani vidieť, pri *Mass Effecte 2* je táto možnosť neprípustná, pretože tam ide vyložene o príbeh.

Podobne je to aj s námetom. Druhý analyzovaný titul vychádza z príbehu, ktorý firma *Blizzard Entertainment* začala tvoriť už v roku 1995. *Mass Effect 2* zasa pokračoval príbehom svojho predchodcu. Príbeh je podstatne bohatší v hre *Mass Effect 2* – ten ponúka neuveriteľne bohatý a prepracovaný svet plný zvrátov, intríg a podobne; hra má „ľudskú tvár“ a pojednáva o skutočných problémoch; mimo toho, že sa hráč snaží zachrániť svet, tak musí riešiť aj medzilidské vzťahy, politiku a čo je najhlavnejšie, musí si uvedomovať dôsledky svojich konaní, pretože tie môžu mať radikálne následky na celý vývoj hry. Tieto prvky však nie sú prítomné vo svete *Warcraftu*, čo je škoda, pretože uvedený virtuálny svet má skutočný potenciál. Tvorcovia sa síce snažia o zakomponovanie epických príbehových „questov“ aj do tohto sveta, avšak uvedené nebolo prípadom nami skúmanej expanzie. Akcie jednotlivca nemajú žiadny dopad na okolitý svet, ale len na neho samého. Po tom, ako hráč úspešne zdolá hlavného antagonista, spustí sa predelová scéna, ktorá rozpovie krátky príbeh jeho konca,

a následne je po všetkom. Týždeň od „zdolania“ sa celý postup zresetuje a hráč môže na hlavného nepriateľa útočiť stále znova a znova.

Hlavné aj vedľajšie úlohy pri oboch tituloch taktiež disponujú menšími rozdielmi. Hráč prvého analyzovaného titulu úlohy nielen dostáva, ale aj rieši prostredníctvom dialógov. V druhej vzorke je to však úplne inak – hráč dorazí k postave, ktorá ponúka úlohu, a po interakcií s ňou sa mu zobrazí informačné okno – stručný popis „questu“, opis celkovej situácie a odmeny. Práve vtedy sa hráč rozhodne, či ponúkanú úlohu chce prijať, alebo nie. V prípade, že úlohu neprijme, bez problému sa môže vrátiť späť k predošlému bodu.

Na základe kvalitatívnej obsahovej analýzy teda môžeme odôvodnene tvrdiť, že po naratívnej stránke sa tieto dva tituly odlišujú najviac. Prvá vzorka sa zameriava vyložene na duševný a sociálny rast charakteru, ktorý disponuje emóciami a rieši vzťahy s okolím. Pri druhej analyzovanej hre je hráčov avatar reprezentovaný ako tichá postava, ktorá s vonkajším herným svetom nekomunikuje skoro vôbec. Jediná komunikácia tu prebieha medzi hráčmi navzájom. Môžeme teda povedať, že po dejovej stránke je *Mass Effect 2* kvalitnejšie spracovaný, no *WoTLK* aj napriek týmto nedostatkom rozpráva individuálne uchopiteľný príbeh poňatý každým hráčom rozdielne.



## ZÁVER

Rolové hry sú späté so životom ľudského individua už od nepamäti. Deti sa hrávajú na policajtov a zlodějov, herci napodobňujú rôzne charaktery a podobne. Táto aktivita sa však stala „hrou“ v pravom zmysle slova až v päťdesiatych rokoch minulého storočia, a teda v čase, kedy na trh prišli prvé spoločenské, resp. doskové hry. Boli to však práve sedemdesiate roky, ktoré sa stali prelomovými. V danom období totiž prišli prvé nápady pretaviť „hru na hrdinu“ do digitálnej (vtedy ešte analógovej) roviny. Z týchto hier sa postupne stal celosvetový fenomén.

V teoretickej časti práce sme svoju pozornosť upriamili predovšetkým na vymedzenie termínu „(digitálna) hra“ z pohľadu mediálnej teórie, ludológie, filozofie, sociológie a tiež psychológie. Pri popise problematiky sme v značnej miere aplikovali i internetové zdroje a publikácie odborníkov, ktorí špecifikujú výrazové prostriedky a herné mechaniky späté s digitálnymi hrami žánru RPG.

Metodická časť práce slúžila na zadefinovanie si hlavného cieľa, výskumných vzoriek, výskumných metód, analytických kategórií a tiež výskumných otázok. Po zvolení adekvátnych výskumných vzoriek, ktoré boli reprezentovaná dvomi hernými RPG titulmi, nasledovala ich podrobná kvalitatívna obsahová analýza z pohľadu využitých výrazových prostriedkov, naratívnych aspektov a herných mechaník. Za pomoci analytických kategórií sme v empirickej časti práce dokázali zmapovať nielen technické procesy uplatnené pri produkcii oboch skúmaných titulov, ale bolo nám umožnené identifikovať aj príslušné herné mechaniky. V nemalej miere sme sa zamerali i na skúmanie narácie oboch výskumných vzoriek. Empirická časť práce sa zároveň sústreďovala na interpretáciu nadobudnutých znalostí a výsledkov. Zodpovedali sme vopred stanovené výskumné otázky, ktoré sa týkali technickej realizácie, uplatnenia jednotlivých herných mechaník a poňatia narácie v prípade jedného aj druhého herného titulu. Dané otázky sme zodpovedali predovšetkým komparačným spôsobom, s cieľom poukázať na rozdiely medzi skúmanými hrami. Zistili sme, že hoci sú oba tituly – *Mass Effect 2* a *WoTLK* – definované ako RPG hry, disponujú značnými identifikačnými rozdielmi; badať čiastočný rozdiel aj v aplikácií niektorých herných mechaník a naratívnych prvkov. Bližším popisom spoločných a odlišných znakov analyzovaných titulov sa zaoberáme v predošlej časti predkladanej odbornej práce. Stanoveným postupom sme splnili hlavný cieľ práce, s teda sme úspešne identifikovali a špecifikovali výrazové prostriedky typické pre herný žánr „RPG“.

## ZOZNAM POUŽITEJ LITERATÚRY

1. ABOUJAOUDE, E.: *Virtually You: The Dangerous Powers of the E-Personality*. New York London : W. W. Norton & Company, 2012. 352 s. ISBN 978-0-393-34054-9.
2. ADAMS, E.: *Fundamentals of Game Design*. 3. vyd. San Francisco : New Riders, 2013. 576 s. 978-0-321-92967-9.
3. BERNE, E.: *Jak si líkdé hrají*. Praha : Portál, 2011. 200 s. ISBN 9788073679927.
4. BIENIA, R.: *Role Playing Materials*. Braunschweig : Zauberfeder, 2016. 214 s. ISBN 978-3-938922-61-3.
5. BYCER, J.: *Following the Spread of RPG Mechanics in Game Design*. [online]. [2018-04-02]. Dostupné na:  
<[http://www.gamasutra.com/blogs/JoshBycer/20140612/219168/Following\\_the\\_Spread\\_of\\_RPG\\_Mechanics\\_in\\_Game\\_Design.php](http://www.gamasutra.com/blogs/JoshBycer/20140612/219168/Following_the_Spread_of_RPG_Mechanics_in_Game_Design.php)>.
6. CAILLOIS, R.: *Hry a lidé*. Praha : Nakladatelství Studia Ypsilon, 1998. 215 s. ISBN 80-902482-2-5.
7. FAISAL, A., PELTONIEMI, M.: *Establishing Video Game Genres Using Data-Driven Modeling and Product Databases*. [online]. [2018-04-02]. Dostupné na:  
<<http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1555412015601541>>.
8. FINK, E.: *Hra jako symbol světa*. Praha : Český spisovatel, 1993. 272 s. ISBN 80-202-0410-5.
9. *Game Studies*. [online]. [2018-04-02]. Dostupné na:  
<<https://uogamestudies.wordpress.com/2011/02/02/definition-ludology/>>.
10. GRACE, L.: *Game Type and Game Genre*. [online]. [2018-04-02]. Dostupné na:  
<[http://www.lgrace.com/documents/Game\\_types\\_and\\_genres.pdf](http://www.lgrace.com/documents/Game_types_and_genres.pdf)>.
11. GREGORY, J.: *Game Engine Architecture*. 2. vyd. Boca Raton, London, New York : CRC Press, 2014. 1052 s. ISBN 978-1466560017.
12. HUIZINGA, J.: *Jeseň stredoveku. Homo ludens*. Bratislava : Tatran, 1990. 384 s. ISBN 80-222-0211-8.
13. JUUL, J.: *Half-Real: Videogames between Real Rules and Fictional Worlds*. Cambridge : MIT Press, 2005. 248 s. ISBN 9780262101103.
14. KOCH-GRÜNBERG, T.: *What is the Difference between Game Mechanics and Game Dynamics?* [online]. [2018-04-02]. Dostupné na: <<https://www.quora.com/What-is-the-difference-between-game-mechanics-and-game-dynamics>>.
15. NEWMAN, J.: *Videogames*. Abington : Routledge, 2013, 192 s. ISBN 978-0415669160.

16. SALONEN, J., RUUTIKAINEN, P.: E for Experience – Using Game-Based Design Elements. In KYÄNEN, M.: *Electronic Services*. Fínsko, Helsinki : Digital Media & Games, 2007. 179 s. ISBN 978-952-5585-34-4.
17. SCHELL, J.: *Art of Game Design*. Amsterdam, Boston, Heidelberg, London, New York, Oxford, Paris, San Diego, San Francisco, Singapore, Sydney, Tokyo : Morgan Kaufmann, 2008. 520 s. ISBN 978-0-12-369496-6.
18. STOUT, M.: *Evaluating Game Mechanics for Depth*. [online]. [2018-04-02]. Dostupné na: <[http://www.gamasutra.com/view/feature/134273/evaluating\\_game\\_mechanics\\_for\\_depth.php](http://www.gamasutra.com/view/feature/134273/evaluating_game_mechanics_for_depth.php)>.
19. THIBOUST, J.: *Focusing Creativity: RPG Genres*. [online]. [2018-04-02]. Dostupné na: <[http://www.gamasutra.com/view/feature/185353/focusing\\_creativity\\_rpg\\_genres.php](http://www.gamasutra.com/view/feature/185353/focusing_creativity_rpg_genres.php)>.