

Univerzita Palackého v Olomouci

Pedagogická fakulta

Katedra výtvarné výchovy

DIPLOMOVÁ PRÁCE

BcA. Gabriela Jakubcová

Nový život

Vedoucí diplomové práce: doc. Mgr. Vladimír Havlík

Olomouc 2014

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracovala samostatně a výhradně s použitím citovaných pramenů, literatury a dalších odborných zdrojů.

V Ústí nad Orlicí, 23. června 2014

.....

Podpis autora

Obsah

1. Úvod	4
Teoretická část.....	7
2. Inspirační zdroje	7
2.1. Sexualita reklamním nástrojem	7
2.2. Pohodlné řešení	9
2.3. Ještě další řešení	9
2.4. Sexualita a mladiství	10
3. Kontext výtvarného umění.....	12
4. Použití videa	27
4.1. Video v umění	27
4.1.1. Video art	27
4.1.2. Videoinstalace	28
4.1.3. WJing	29
4.1.4. Videomapping	31
4.2. Video v praxi	33
5. Sociální reklama	36
5.1. Historie	37
5.2. Čím se sociální reklama zabývá	38
5.3. Proces tvorby	39
5.4. Realizované projekty	40
5.5. Školní informační kanál	42
Praktická část.....	43
6. „Retrospektivně“	44
7. „Osobnost“	47
Pedagogická část.....	50
Závěr	56
Seznam použité literatury	57
Seznam obrázků	62
Anotace	66

1. Úvod

Pro téma nový život a vše další s tím související; zplození, těhotenství a mateřství jsem se rozhodla z více důvodů. Jednak protože jsem žena a bytostně se mnou souvisí, celý proces jsem minulý rok mohla prožít na vlastní kůži, a jednak jsem se o téma zajímala ještě před svým otěhotněním a vycházela z něho také ve své bakalářské práci. Je pro mě jednou z nejvíc zásadních a nejkrásnějších věcí, o kterých může člověk vůbec hloubat. Člověk se prostřednictvím tohoto procesu stává součástí tajemství. Něčeho, co ho převyšuje. Děje, který vzniká na základě naší aktivity, ale dál se odehrává samovolně bez našeho řízení, bez našeho dohledu ve skrytosti ženského těla, třeba i bez našeho vědomí. Děj, na jehož konci se potkáme s novou neopakovatelnou lidskou bytostí s inteligencí a emocemi – s tím nejdokonalejším, co ve vesmíru existuje.



Obr. 1: embryo v době rýhování, nyní z 8 buněk



Obr.2: Lennart Nilsson, *ještě nenarozené dítě v děloze*, 1965

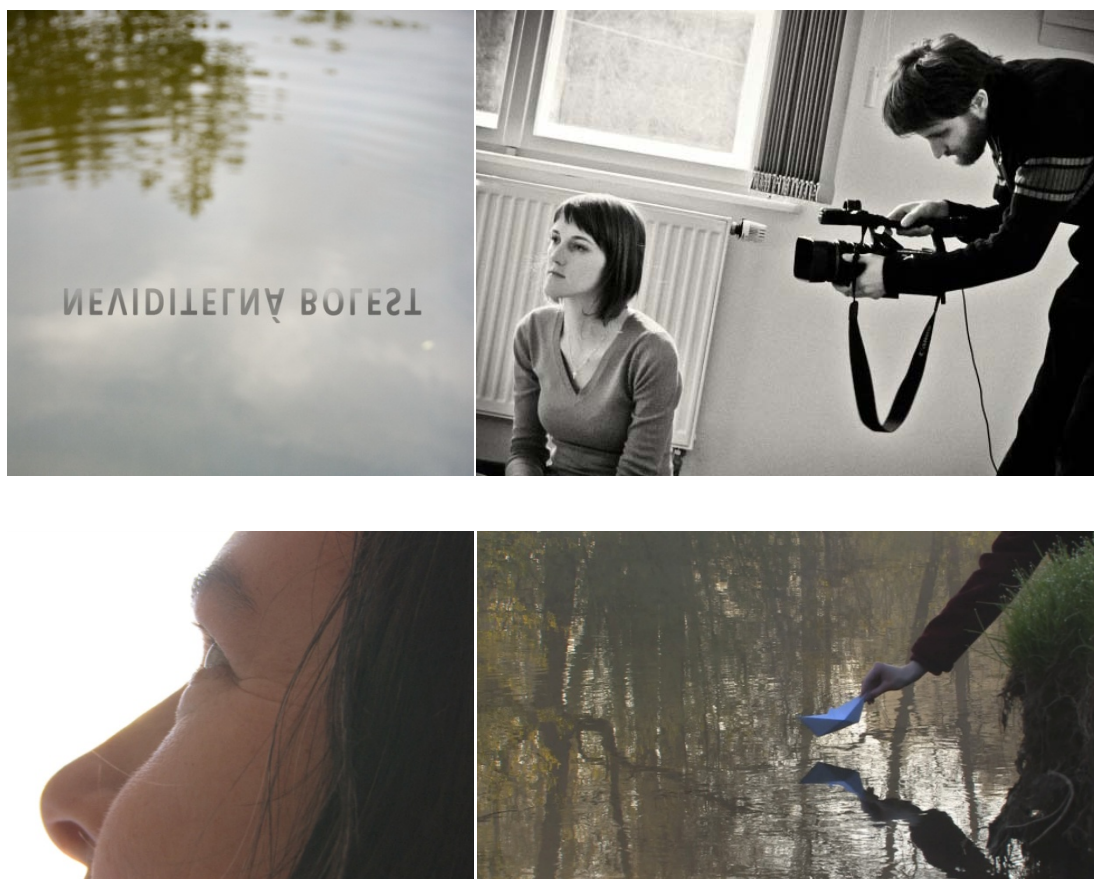
Před zpracování mé bakalářské práce jsem si zvláštním způsobem uvědomila, že ona lidská bytost je pro mě lidskou bytostí již od okamžiku zplození.

K tomu přispělo několik impulzů. Setkala jsem se s filmem *Němý výkřik*, dokumentem z devadesátých let, kde je prostřednictvím ultrazvuku zachycena interrupce dvanáct týdnů starého dítěte. Do té doby jsem také neslyšela pojem postabortivní syndrom. Soubor psychických a psychosomatických poruch, kterými ženy mohou trpět, když je jejich těhotenství ukončeno byť již v raném stádiu.

Četla jsem několik svědectví v knize *Proč pláčeš Miriam* a svědectví ženy, která se s problémem snažila vyrovnat prostřednictvím zveřejnění svého příběhu na anonymním blogu.¹

Když jsem si prohlížela fotky dětí v prenatalním stádiu, snímky z ultrazvuků a prozkoumávala fyziologický vývoj v jednotlivých týdnech, nabyla jsem dojmu, že vývoj života je kontinuální proces, ve kterém bychom marně hledali okamžik, kdy se z „něčeho“ stává „někdo“.

Má bakalářská práce přibližuje formou dokumentárního filmu svědectví tří žen, které prožily interrupci. Ve filmu vypráví, jak zásadně se rozhodnutí zapsalo v jejich životech.



Obr. 3-6: Dokumentární film *Neviditelná bolest*

¹ Když jsem na bakalářské práci začala pracovat, navázala jsem s ženou komunikaci a domluvila setkání, ona se však nedostavila. To pro mě bylo dalším důkazem, jak moc závažné zranění může interrupce způsobit.

Zatímco ve filmu *Neviditelná bolest*, bakalářské práci, jsem pracovala s traumatizující a hořkou stránkou týkající se tématu nový život, v diplomové práci bych se chtěla naopak zaměřit na jeho krásu, hodnotu či dokonce oslavu. To však zdaleka není hlavní důvod pro zpracování tématu. Důležitým východiskem je opět téma interrupce. V naší republice se stále provádí velké množství těchto zákroků. Co je příčinou? Napadne nás možná sexuální zneužívání nebo těžké vývojové vady plodu či zdravotní důvody matky. To všechno je ale jen malá část provedených operací. Nejvíce se jich provádí bez udání důvodů. Pokládala jsem si otázku „Proč?“ Domnívám se, že to souvisí s naším přístupem k sexualitě a zodpovědností v této oblasti. Zodpovědnost k sexuálnímu životu, a tedy k životu samotnému, se stala východiskem pro moji práci. Toto téma jsem chtěla otevřít u mladistvých, kde hraje významnou roli a kde se formují názory, postoje nebo žebříčky hodnot.

Teoretická část

2. Inspirační zdroje

Přemýšlela jsem, co utváří náš pohled na nový život a co s ním souvisí a zpracovala to do této kapitoly.

Nový život vzniká splynutím ženské a mužské buňky, po gestu vzájemného odevzdání se dvou osob. Jako lidé jsme svobodné bytosti, které dokážou ovládat své chování, takže je tento okamžik výsledkem našeho rozhodnutí. Chvilce svobodného darování se a zároveň přijímání druhého, chvíle, kdy se smazávají hranice mezi dvěma lidmi, je bezpochyby ta nejlepší pro stvoření nové bytosti. Vše vychází ze sexuality naplňující tyto nejdůvěrnější a nejintimnější chvíle. Z mého pohledu je tato lidská důstojnost mnohým narušována.

2.1 Sexualita reklamním nástrojem

Sexualita vystoupila z intimního prostoru na veřejný. Na reklamních plochách kolem silnic, na autech, na plakátech, na stránkách novin a časopisů, v televizi, na hýbajících se bannerech na internetu a na mnoha dalších místech se setkáváme s téměř obnaženými ženami, fragmenty lidského těla nebo páry v choulostivých pozicích. Jsou to reklamy zaměřeny na sexuální pudy.



Obr. 7, 8: sexistická reklama

Na webovém portále *zenskaprava.cz* mluví o problému jako o sexismu v reklamě a každoročně vyhlašují soutěž o nejvíce sexistickou reklamu. Poukazují na tři aspekty problému. Zobrazování těla bez souvislosti s nabízeným produktem, fragmentace těla – nepřiměřené zdůrazňování jedné části těla a jazykový sexismus objevující se ve sloganech. Výherci soutěže hnutí daruje manuál *Jak na sexistickou reklamu*, který si klade za cíl zvýšit povědomí o tomto problému a dát doporučení pro tvorbu etické reklamy.²

Téma jsem zkusila sama graficky zpracovat.



Obr. 9: grafické návrhy poukazující na sexismus v reklamě

² Srv.: Co to je sexismus v reklamě. In: *Ženská práva jsou lidská práva* [online]. [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: <http://zenskaprava.cz/%EF%BB%BFsexismus-v-reklame/>

2.2 Pohodlné řešení

Dalším, co podle mého názoru narušuje čistotu a důstojnost sexuality, je antikoncepce. Antikoncepce se stala tak samozřejmou a masově využívanou, že už nás ani nenapadá o ní přemýšlet. Chtěla bych zmínit hlavně hormonální antikoncepci, která je nejspolehlivější a díky tomu nejvíce používaná, i když má v této souvislosti stejný dopad jako jakákoli jiná antikoncepce.

Podle průzkumu společnosti Factum Invenio, v němž odpovídalo 499 českých žen nad 15 let, „*hormonální antikoncepci užívá 70 procent Češek od 15 do 29 let. Ve věku 30 až 44 let ji užívá polovina Češek.*“³ Pomocí antikoncepce se jednoduše zbavíme důsledku sexu, kterým je v plodném období ženy nový život. Můžeme mít pohlavní styk kdykoli chceme a vlastně i s kýmkoli chceme bez následků. Už nemusíme kontrolovat své chování. Zavíráme tak oči před přirozeným důsledkem sexu, před jeho vlastním smyslem. Jsou potom naše intimní chvíle skutečně upřímné? Nakolik přijímáme svého partnera, když nepřijímáme jeho plodnost? Činí nás tento sex šťastnými? Obohacuje nás? Buduje důvěrný vztah? Odpovídá tento způsob nejhlubším touhám našeho srdce?

2.3 Ještě další řešení

Abychom nemuseli nést důsledky sexu, máme ještě jednu možnost. Dalo by se říct, že jsme zodpovědní. Z nějakého důvodu nemůžeme přijmout nový život, tak bereme antikoncepci. A když selže antikoncepce nebo její uživatel, zůstaneme nadále zodpovědní a podstoupíme interrupci. Část společnosti to tak určitě vnímá. Ze zákona může žena podstoupit umělé ukončení těhotenství do 12. týdne těhotenství bez udání důvodů. Lékaři, kteří jsou pro mnohé z nás autoritami, interrupci velmi často doporučují. Společně s legalitou tohoto zákroku to může mít za následek, že se nám

³ Srv.: Průzkum: Hormonální antikoncepci má 70 pct Češek do 29 let věku. In: *Medical tribune* cz [online]. [cit. 2014-04-3]. Dostupné z: <http://www.tribune.cz/clanek/31033-pruzkum-hormonalni-antikoncepci-ma-pct-cesek-do-let-veku>

do podvědomí ukládá pocit, že nemůže jít o velké zlo. Důkazem toho je velké množství interrupcí na žádost, bez zdravotních důvodů. Podle Ústavu zdravotnických informací a statistik se za rok 2013 provedlo celkově 22 714 interrupcí, z toho 4 350 ze zdravotních důvodů. Což je méně než jedna čtvrtina.⁴ Christopher West ve své knize píše: „Nenechme se oklamat: debata o potratech není v konečném důsledku o tom, kdy začíná život. Je o smyslu sexu. Co většina mužů a žen, kteří bojují za potraty, chce, není ani tak „právo“ zabít svého potomka, ale „právo“ mít neomezený sex bez následků.“⁵

Papež Jan Pavel II. ve své významné encyklice *Evangelium vitae* dále píše: „Je iluze si myslet, že můžeme vybudovat pravou kulturu lidského života, jestliže nepřijímáme a neprožíváme sexualitu, lásku a život ve shodě s jejich pravým smyslem a jejich úzkém vzájemném propojení.“⁶

2.4 Sexualita a mladiství

Zveřejnění sexuality a cesta k volnému sexu bez následků díky antikoncepci a interrupci ovlivňuje vnímání sexuality také u mladistvých. Na dívky dále působí časopisy jako *Bravo*, *Bravo Girl!* nebo *Top dívky*, kde vždy najdeme kapitolu nazvanou *Love and Intim*, *Láska a sex* nebo *Help mail*. Dívky se zde svěřují údajným lékařkám nebo psychologkám se svými choulostivými dotazy. A časopisy se nezdráhají otisknout cokoli, co možná pozitivně působí na jejich prodejnost. Po přečtení několika příběhů, dotazů a doporučení pochybuji, že do časopisů píší pouze čtenářky.

Podle průzkumů realizovaných Sexuologickým ústavem 1. lékařské fakulty Univerzity Karlovy a Všeobecné fakultní nemocnice v Praze se věk první soulože nijak dramaticky nemění. Průzkum je prováděn každých pět let a od roku 1993 do roku 2008

⁴ Srv.: Potraty v roce 2013. In: *Ústav zdravotnických informací a statistiky ČR* [online]. [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: <http://www.uzis.cz/rychle-informace/potraty-roce-2013>

⁵ Převzato: West, *Teologie těla pro začátečníky*, 2006, s. 21

⁶ Převzato: Jan Pavel II., *Evangelium vitae*, 1995.

se věk první soulože pohybuje kolem 18. roku.⁷ I když v posledním průzkumu realizovaným v roce 2013 klesl vůbec poprvé pod 18 let.⁸ Přesto časopisy mladým prostřednictvím vybraných „dívčích“ dopisů podsouvají, že je běžné mít sexuální zkušenosti v 15 letech. Je zde probírán sex, sexualita a vše, co s tím souvisí, zcela otevřeně a bez servítků. Například v článku *Stop kecům o sexu* se dočteme, že „... Zvědavost nebo chuť si nějak okořenit sexuální život vede holky ke sledování porna stejně jako kluky. Je to věc vkusu.“⁹ Cílová skupina těchto časopisů se přitom pohybuje od 11 do 17 let.¹⁰

S jakým sexem se tu dívky seznamují? Je to opět sex, u kterého je téma těhotenství a nový život dvojité přeškrtnuté. Samozřejmě ve spojení s věkem čtenářek je to absurdní. Jak to, že ale probírání sexu absurdní není? Časopisy představují sexualitu často jen z fyzického hlediska a bez zmínky o novém životě. Což je podle mého mínění neúplné, ochuzené, často povrchní.

Vlivem komerce se ze sexuality vytváří karikatura, která ale ovlivňuje vnímání mladistvých. Proto jsem chtěla vytvořit krátký spot pro mladistvé, který by promlouval o hodnotě nového života.

⁷ Srv.: Sexuální chování v ČR. In: *Doc. MUDr. Jaroslav Zvěřina, CSc.* [online]. [cit. 2014-04-15]. Dostupné z: <http://mep.zverina.cz/files/103-sexualni-chovani-v-cr-srovnani-vy-zkumu-z-let-1993-1998-2003-a-2008.pdf>

⁸ Srv.: V ČR se začíná se sexem stále dřív, roste ale i zodpovědnost. In: *Zdravotnictví Medicína* [online]. [cit. 2014-04-15]. Dostupné z: <http://zdravi.e15.cz/denni-zpravy/z-domova/v-cr-se-zacina-se-sexem-stale-driv-roste-ale-i-zodpovednost-475199>

⁹ Převzato: SRDÍNKOVÁ, *Stop kecům o sexu*, 2013, s. 51

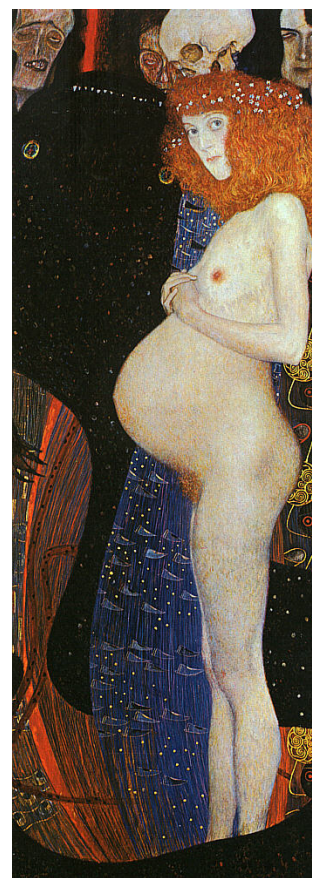
¹⁰ Srv.: Profily časopisů. In: *Light Blue a.s.: smart marketing solutions* [online]. [cit. 2014-04-15]. Dostupné z: http://www.lightblue.cz/cs/profily-casopisu/order/name/order_type/asc

3. Kontext výtvarného umění

3.1 Gustav Klimt

Gustav Klimt se narodil roku 1862 ve Vídni. Prošel školou umění a řemesel Rakouského muzea a poté studoval malířství. V Rakousku je bezesporu nejvýraznější uměleckou osobností přelomu století. Založil a předsedal skupině s názvem Vídeňská secese. Jeho malby nesou prvky symbolismu a byzantského umění. Postavy bývají často zcela odhalené, jak fyzicky, tak duševně. Snaží se proniknout až do jejich podvědomí. Psychologický přístup kombinuje s vášnivou dekorativností. Jeho obrazy jsou plné barevných ornamentů, vzorovaných textilií, barevných plošek připomínajících mozaiky nebo stříbrných a zlatých ploch jenž odkazují k Byzanci.¹¹

Ústředním motivem malíře je žena. Té téměř nikdy nechybí erotický náboj. Výjimkou není ani dílo zpracovávající téma těhotenství a mateřství. Tomu se Gustav Klimt věnuje hned několikrát. Poprvé na obraze *Medicína* (1901, jeden ze čtyř *Obrazů fakult*), dále *Naděje I* a *II*. Těhotná dívka na obraze *Naděje I* (1903) je zcela nahá a její obnažené břicho v pokročilém stádiu těhotenství je ještě výraznější díky jejímu vyobrazení z profilu a díky kontrastu mezi její světlou pokožkou a temným pozadím. Je v prvním plánu a přestože je natočená z profilu, její pohled je upřený přímo na diváka. Takové zpracování bylo ve své době nepřijatelné, Klimt jím chtěl zcela záměrně pobouřit puritánskou společnost. Klimt téma mateřství, mládí a života, které zastupuje těhotná žena, staví do temného prostředí. Na pozadí vidíme děsivé

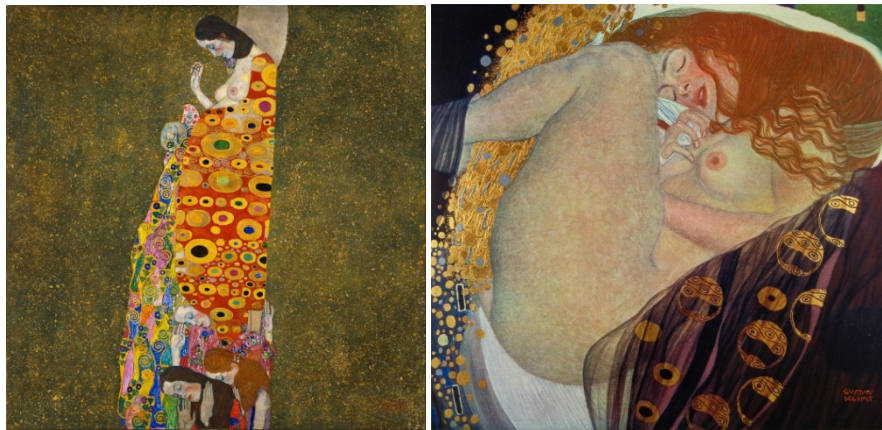


¹¹ Srv.: VIGUÉ, *Mistři světového malířství*, 2004, s. 417

Obr. 10: Gustav Klimt, *Naděje I*, 1903

bytosti, které mohou symbolizovat nemoc, bídu, hřích, smrt. Malíř odkazuje na úzkou spojitost mezi životem a smrtí, což se objevuje i na mnoha jeho jiných malbách. Příčinou pro takové ztvárnění byla pravděpodobně i událost z autorova života. Ve stejném roce, ve kterém začal malovat obraz *Naděje I* se Klimtovi narodil syn, nebyl však ani rok otcem. Obraz byl prý poté částečně přemalován.¹²

Žena na obraze *Naděje II* (1907-1908) již není nahá, ale téměř celá včetně těhotenského břicha oděná do látky s výrazným ornamentem. Šaty se stávají hlavním motivem a svoji dekorativností uklidňují námět. Na obraze již nevidíme děsivé postavy, pouze lebku hned za břichem ženy, která i nyní doplňuje motiv nového života o střízlivý fakt, že součástí života je i smrt.¹³



Obr. 11: Gustav Klimt, *Naděje II*, 1907-1908 Obr. 12: Gustav Klimt, *Danaé*, 1907-1908

S tématem mateřství se setkáváme i prostřednictvím Klimtova obrazu *Tři lidské věky* (1905). Mládí, mateřství a zrození je v podobě mladé matky s dítětem namalováno na krásném ornamentálním pozadí v poloze sladkého spánku a snění v ostrém kontrastu se stářím a smrtí, které představuje shrbená stařena podpírající si hlavu s naturalisticky zpracovanými rukama. Postavy tohoto obrazu jsou

¹² Srv.: SOL GARCÍA GALLAND, *Gustav Klimt*, 2006, s. 76

¹³ Srv.: tamtéž s. 88

zakomponované do nekonkrétního dekorativního pozadí, takže i tento obraz je spojením realismu a abstrakce, což je pro Gustava Klimta typické.¹⁴

S tématem nového života se volně setkáváme i v díle Danaé (1907-1908). Ačkoli jde původně o mytologický výjev, je to jedinečné dílo představující okamžik početí. Mužský element má podobu překrásného zlatého deště a Danaé, která déšť s rozkoší přijímá je obklopena přepychovými látkami. Celé dílo má noblesní a slavnostní charakter.

3.2 Frida Kahlo

Frida Kahlo se narodila roku 1907 v Mexiku. Za svůj život utrpěla mnoho zdravotních potíží, což se výrazně promítlo v její tvorbě. Již v dětství onemocněla obrnou, kulhala na jednu nohu a stala se proto terčem posměchu jiných dětí. Jednoho dne se při cestě ze školy stala obětí dopravní nehody. Její zranění bylo velmi vážné, doktoři zprvu ani nevěřili, že by mohla nehodu přežít. Frida o události mluví jako o setkání se smrtí, které spolu s bolestivým zotavováním ovlivnily její tvorbu na celý život.¹⁵

Dílo Fridy Kahlo často nese prvky symbolismu a surrealismu, ke kterému se ale nikdy nechtěla přiklonit, poněvadž vždy malovala věci ze své osobní reality, jak sama říká.¹⁶ Jejím nejčastějším námětem je bezesporu autoportrét. Maluje olejomalby jasnými barvami, úmyslně naivní, ve stylu lidového mexického umění, které je jí blízké.¹⁷

S tématem nového života se v tvorbě Fridy setkáváme na základě jejího smutného osudu. Frida si přála mít děti a několikrát se svým partnerem, malířem

¹⁴ Srv.: viz poznámka č. 11

¹⁵ Srv.: Frida Kahlo. In: *Artmuseum.cz* [online]. [cit. 2014-04-10]. Dostupné z: http://www.artmuseum.cz/umelec.php?art_id=80

¹⁶ KETTENMANNOVÁ, *Frida Kahlo*, 2010

¹⁷ Frida Kahlo. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. [cit. 2014-04-10]. Dostupné z: http://cs.wikipedia.org/wiki/Frida_Kahlo

Diegem Riverou již potomka čekali. Kvůli svým zdravotním problémům se jí však nikdy nepodařilo dítě donosit. V roce 1930 musela ze zdravotních důvodů přerušit těhotenství. Nedlouho poté opět otěhotněla, ale v roce 1932 o dítě znovu přišla a musela podstoupit interrupci. Na základě zážitku namalovala obraz *Henry Ford Hospital*. Autorka na něm leží uprostřed na velké posteli, osamocena a v ruce svírá několik červených provázků. Představují pupeční šňůru, ke které jsou přivázané věci, vztahující se k traumatizující skutečnosti. Lidský zárodek, autorčina několikrát zlomená pánev, model podbřišku s poškozenou páteří, šnek jako symbol dlouhého potratu a podle indiánské tradice i ženské sexuality, nemocniční vybavení a květ orchideje od Diega Rivery. Frida leží na zkrvaveném prostěradle s břichem, jenž má po těhotenství ještě vydutý tvar a se slzami v očích. Ten samý rok vytvořila umělkyně ještě litografii *Frida a potrat*, na která je poznámka: „Vzhledem k tvé zkušenosti nejsou tyto otisky dobré a nejsou ani špatné. Tvrdě pracuj a dosáhneš lepších výsledků.“¹⁸



Obr. 13: Frida Kahlo, *Henry Ford hospital*, 1932

¹⁸ KETTENMANNOVÁ, *Frida Kahlo*, 2010

3.3 Alice Neel

Alice Neel se narodila 28. ledna 1900 v americké Pensylvanii. Žila v době, kdy nebylo obvyklé, aby se ženy angažovaly ve veřejném životě. Pracovala po střední škole jako civilní pracovník pro církev. Po večerech začala studovat umění ve Philadelphii. Nakonec se přihlásila na Philadelphskou školu designu pro ženy. Absolvovala v roce 1925. Na letní škole v Chester Springs potkala svého manžela, kubánského malíře Carlose Enríqueze. Přestěhovala se s ním do Havany, kde se dostala se mezi tvořící se kubánskou avantgardu spisovatelů, malířů a hudebníků.

V roce 1927 se Alici Neel narodila dcera Santillana, která však zemřela v 11 měsících na záškrt. Smrt milované dcery velmi ovlivnila téma autorčiny malby. Předchozí mateřství, jeho ztráta a úzkost prostoupila následující celoživotní tvorbu. Hned po smrti Santillany, Alice otěhotněla znovu a narodila se jí dcera Isabetta. Narození Alici inspirovalo k obrazu *Well Baby Clinic*. Jedná se o pochmurný portrét matek a dětí v porodnici, připomínající však spíše blázinec.

Alice hrála jako žena v umění průkopnickou roli, souznění s uměleckou scénou své doby pro ni nebylo nijak stěžejní. Inspiraci nacházela v severoevropském expresionismu. Malovala hlavně lidi, jejich portréty a životní styl, zvláště pak portréty matek s jejich dětmi.¹⁹

¹⁹ Srv.: Alice Neel. In: *Alice Neel* [online]. [cit. 2014-04-18]. Dostupné z: <http://www.aliceneel.com/>



Obr. 14: Alice Neel, *Well Baby Clinic*, 1928



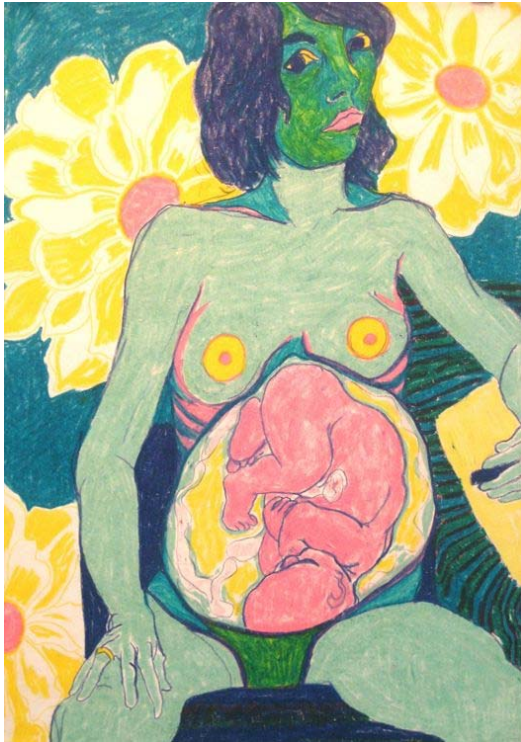
Obr. 15: Alice Neel, *Nancy a Olivia*, 1967

3.4 Helen Redman

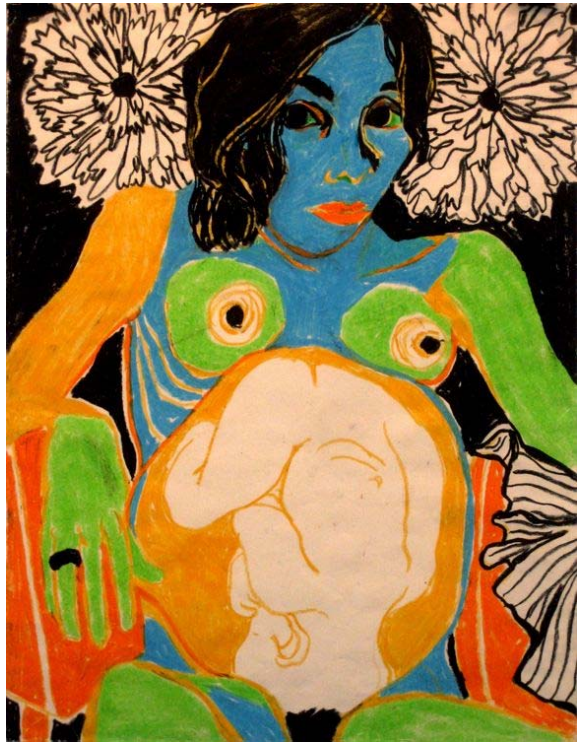
Helen Redman je umělkyně narozená v roce 1940 v USA, kde celý život pracuje a tvoří. Vyučovala na University of Colorado a na University of Iowa. Aktivně podporovala uznání žen v umění, byla první presidentkou *Ženského výboru pro umění v Sant Diegu*. Je figurativní malířkou. Její díla vypráví o těle, osobní identitě a životních cyklech z feministické perspektivy. Tvoří série zaměřené na těhotenství, mateřství, smrt dítěte, vývojové etapy jejich dětí, generové identity, menopauzu a stárnutí.

Jako jednu z prvních vytvořila sérii *Pula*, zahrnující kresby a malby svého prvního těhotenství a malého dítěte. Redman se snaží být umělkyní i matkou, což je někdy vnímáno jako protichůdné a do jisté míry prolamuje toto stereotypní vnímání, protože její těhotenství jsou zásadní částí její tvorby. Redman si je vědoma uzdravující síly umění, kterou se prostřednictvím svého ženského vyjádření snaží realizovat. V průběhu druhého těhotenství přišla o svoji první dceru. V tomto období tvořila každý den devítiměsíčního těhotenství autoportrét včetně vyobrazení očekávaného dítěte uvnitř dělohy. Tato činnost ji pomáhala překonat ztrátu dítěte, vyrovnat se s protichůdnými pocity naděje a strachu, zaměřit se na svoji vůli a připravit se na blížící porod. Redman pro autoportréty použila mastný pastel. Barevnost je emocionální, intuitivně volená,

neréálná. Na pozadí často vidíme rozkvétající květiny, které mají být metaforou pro početí a „rozkvétající život uvnitř“,²⁰ jak říká na svých webových stránkách. Kromě dalších témat stále zachycuje své děti v různých etapách života. V pubertě, mládí, těhotenství, mateřství, ... a plynule pokračuje v malbě svých vnoučat.²¹



Obr. 16: Helen Redman, *Expectant artist*,
1964



Obr. 17: Helen Redman, *Bearing*, 1964

²⁰ Převzato: 1964 In Utero. In: *Birthingthecrone* [online]. [cit. 2014-05-02]. Dostupné z: <http://www.birthingthecrone.com/>

²¹ Srv.: A lifeline of Art. In: *Birthingthecrone* [online]. [cit. 2014-05-02]. Dostupné z: <http://www.birthingthecrone.com/>

3.5 Lenka Klodová

Umělkyně narozená v roce 1969 v Opavě. Vystudovala Ateliér sochařství na Vysoké škole uměleckoprůmyslové v Praze. V současné době vede Ateliér tělového designu na Fakultě výtvarných umění v Brně jako jediný v zemi. Její tvorba má konceptuální charakter, zahrnuje performance, objekty, akce, instalace, fotografie atd. Zabývá se společenskými otázkami na téma mateřství, rodičovství, partnerské vztahy, tělesnost, sexualita, pornografie, ...

V počátcích své tvorby pracovala s písmeny v podobě sochy, např. diplomová práce *Božena* a kamenné *Miluji v Neratovicích* (2001), které získalo velkou přízeň veřejnosti. Její práci nechybí humor, např. *Demonstrace* (2001) model demonstrace těhotných žen, které protestují proti menstruaci, *Brožura* (2003), obsahující cvičení pro pružnější a hebkčí prsa namísto protlačovaných pevných, či bodyartová akce *Mé punčochy* (2003) jako reakce na nucenou ženskou depilaci. V roce 2003 v lese Lapák na Kladně realizovala Klodová v rámci výstavy *Umělci v lese* performanci nazvanou *Bojíte se mateřství*. Žena v dlouhém kabátě odhalovala kolemjdoucím své břicho v pokročilém stádiu těhotenství. Práce Leky Klodové mají téměř vždy charakter veřejného umění. To dokazují i velkoformátové tisky s názvem *Vítězky* (2005), které byly nainstalované jako první projekt venkovní galerie *Art Wall* na pražské Letné. Šlo o jakési připodobnění výkonu sportovkyň a žen jako matek.²² Klodová o sobě říká, že ji baví spojovat téma rodiny a mateřství se sexem. „...spojit tyto dvě věci dohromady je stále celkem nezvyklá myšlenka. A přitom je to tak obyčejné.“²³ Právě s tímto propojením se setkáváme v díle *Opravdu*. Tvoří ho portréty dětí, které mají na místě očí jakési kukátko. Když se do něj podíváme, uvidíme milující se rodiče dítěte. Chvíli, bez které bychom nikdo nevznikl, jejíž živoucí vzpomínkou je ono dítě.

²² Srv.: Lenka Klodová. In: *Artlist - Centum pro současné umění Praha* [online]. [cit. 2014-05-08]. Dostupné z: <http://artlist.cz/?id=611>

²³ Převzato: Umělkyně Lenka Klodová - průkopnice porna pro ženy. In: *OnaDnes.cz* [online]. [cit. 2014-05-08]. Dostupné z: http://ona.idnes.cz/umelkyne-lenka-klodova-prukopnice-porna-pro-zeny-f77-/spolecnost.aspx?c=A080128_120100_ona_ony_jup



Obr. 18: Lenka Klodová, *Lightbox: Opravdu - Felix/Julie*, 2008

Spolu s Lucíí Krejčovou (1969), Martinem Péčem (1967) a Markem Rejentem (1969) je členkou umělecké skupiny *Matky a otcové*, která se snaží poukazovat na to, že umění a rodičovství si nemusí konkurovat.²⁴ Jednou ze společných realizací je výstava *Co bychom byli bez dětí* (2007), která je tvořena z dvojice odlitek každého umělce. Jeden odlitek je reálný a druhý zidealizovaný podle představy „co bychom byli bez dětí“.²⁵

3.6 Silvie Vondřejcová

Narozena roku 1976 v Náchodě. Studovala obor Sklo v Architektuře u profesora Mariana Karla. Věnuje se konceptuální tvorbě, performanci, kresbě, koláži. Její práce mívají často přesah do veřejného prostoru. V roce 2005 zrealizovala projekt *Hmotnost*, kdy se rozhodla přibírat hmotnost se svoji těhotnou sestrou. V průběhu těhotenství se obě sestry společně fotily a vážily. Vondřejcová tak polemizovala s ideálem štíhlosti. Chtěla vůlí ovlivnit své tělo avšak naopak, než se snaží mnoho lidí. Dále chtěla vyjádřit

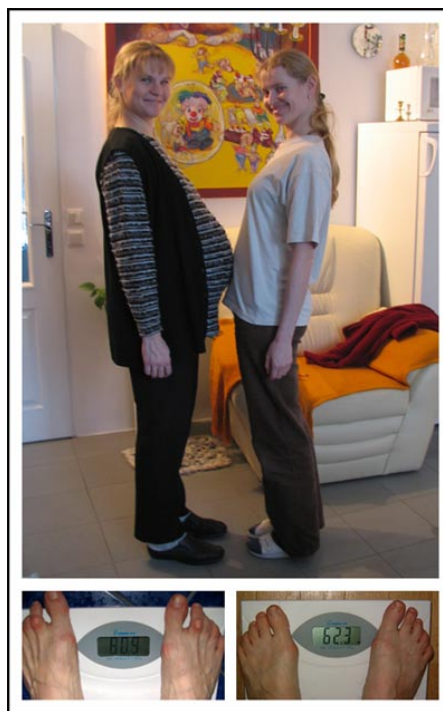
²⁴Srv.: Matky a Otcové. In: *Artlist - Centum pro současné umění Praha* [online]. [cit. 2014-05-08]. Dostupné z: <http://www.artlist.cz/?id=224>

²⁵ Srv.: Co bychom byli bez dětí. In: *Artyčok* [online]. [cit. 2014-05-08]. Dostupné z: <http://artycok.tv/lang/cs-cz/121/co-bychom-byli-bez-deti>

soucit a obdiv a viditelně zhmotnit riziko spojené s těhotenstvím. Vondřejcové se podařilo přibrat devět kilo, což je však pouze polovina oproti její těhotné sestře. Druhá, neplánovaná akce projektu začala o rok později, kdy Silvie sama nečekaně otěhotněla a konfrontovala své těhotenství s předešlým experimentem. Dalším projektem, dotýkajícím se tématu nový život, jsou *Otázky* (2007). Na panelech galerie Art Wall se objevil velkoformátový dotazník. Sedm otázek se ptalo kolemjdoucích na představy a přání o svém očekávaném fiktivním dítěti. Obyčejné otázky typu, zda bychom chtěli mít dítě založené racionálně či emocionálně, vypovídaly o našem žebříčku hodnot a morálních zásadách. Byly psychologickým pozadím rodičovství.²⁶ Vondřejcová dále vytvořila cyklus sedmi plakátů *Venda nemá tátu* (2008), kde přemýšlí o aspektech výchovy svobodné matky.²⁷



Obr. 19: Silvie Vondřejcová, *Otázky*, 2007



Obr. 20: Silvie Vondřejcová, *Hmotnost*, 2005 - 2007

²⁶ Srv.: Kdo se bojí mateřství?. In: *Divus - Umělec 2008* [online]. [cit. 2014-05-12]. Dostupné z: <http://www.divus.cc/praha/cs/article/who-s-afraid-of-motherhood?printLayout=true>

²⁷ Srv.: *Venda nemá tátu*. In: *Silvie Vondřejcová* [online]. [cit. 2014-05-12]. Dostupné z: <http://www.silvie-von.wz.cz/cz/projekty/Venda.htm>

3.7 Milan Cais

Milan Cais se narodil roku 1974 v Praze, kde stále žije a tvoří v hudební a výtvarné sféře. Studoval v Ateliéru sochy a vizuální komunikace na pražské AVU. Věnuje se především sochařství, ale jeho tvorba má často multimediální charakter. Společně s Petrem Niklem a dalšími tvůrci vytváří interaktivní výstavy: *Orbis Pictus*, *Labyrint světa*, *Play*, ... V roce 2005 byl v českém pavilonu na světové výstavě Expo součástí kolektivní expozice *Zahrada fantazie a hudby* Caisův interaktivní objekt *Kapkostroj*, který je spojením autorova sochařského a hudebního cítění.

V roce 2006 realizoval samostatnou výstavu *9+6*. Jednalo se o reakci na devět měsíců čekání na Caisovo první dítě a prvních šest měsíců s ním. "*Je fascinující, když si člověk umí užít, že vedle vás v milované bytosti roste něco živého a je to z vás. Tohle je konfrontace, kterou jsem si potřeboval ujasnit v hlavě a nějak se s tím sžít, zajímá mě zkoumání osobního pohledu, postupné vyrovnávání se s novou životní situací a nutnost reflexe,*"²⁸ poznamenává Cais k výstavě. Expozici tvořilo sedm prostorových objektů. Embrya, zárodky, vagína, postýlka, spermie. Přestože by výstava složená z těchto námětů mohla vyznít pateticky, Caisův přístup je osobní, odlehčený a humorný. Třeba skleněná embrya jsou doplněná sluchátky, „pankáčem“ nebo helmou či obraz s prolnutými fotografiemi obou rodičů s názvem *Tátomam*. Tímto osobním rodinným námětem navazuje na svoji dřívější práci *Máma, táta a já*, kde jsou fotografie členů rodiny doplněny o hodinové přístroje, jenž odpočítávají jejich odžitý čas. I motiv embrya se v Caisově tvorbě objevuje vícekrát. Už v roce 2005 vytvořil kaktusy v podobě embryí zdobené třpytivými kamínky a špendlíky.²⁹ Stejný motiv se opakuje i na cyklu kreseb z roku 2007 s názvem *Rodina nedotknutelných*. Mohli bychom říct, že často idealizovaný námět tak dostává „punkový nádech“, i to sebekrásnější miminko se nenarodí vychované a nese si s sebou i geny s problémovými vlastnostmi.

²⁸ Převzato: Devět a šest citlivých měsíců Milana Caise. In: *Idnes.cz / Kultura* [online]. [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://kultura.idnes.cz/devet-a-sest-citlivych-mesicu-milana-caise-fiq-/hudba.aspx?c=A060224_160623_show_tipy_off

²⁹ Srv.: Milan Cais. In: *Artlist - Centum pro současné umění Praha* [online]. [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: <http://artlist.cz/?id=838>



Obr. 21: Milan Cais, *Srdce v paprice*, 2006



Obr. 22: Milan Cais, *Možné varianty bytí*, 2006

3.8 Výstavy Umění porodit

Téma porodu, zrození člověka, mateřství a další s tím související bylo již několikrát obsahem samostatné výstavy. V roce 2006 vyzvalo Hnutí za aktivní mateřství umělce, ale i porodní asistentky, lékaře, děti a rodiče k vyjádření se ke zřídka kdy výtvarně zpracovanému tématu. Ve vile Portheimka v Praze bylo možné zhlédnout díla od Lenky Klodové, Moniky Načevy, Alžběty Kopecké a dalších autorů. Výstava měla být jak kulturním zážitkem, tak zdrojem širokého spektra informací z dané oblasti.

V rámci Světového týdne respektu k porodu se ve Veletržním paláci o rok později konala další výstava. Její kurátorkou byla výtvarnice Nadia Rovderová, která vybrala díla od Veroniky Bromové, Lenky Klodové, Jaroslava Róny, Milana Caise, ale i díla odborníků z jiných oborů, například fotografie embryologa Jana Jirásk. Rovderová k výstavě podotkla: "*Tak důležitému tématu, jako že jsme vůbec tady na světě, se*

jakoby vyhýbáme,..."³⁰ Výstava měla velký ohlas a občanské sdružení Prostor pro rodinu požádalo Rovderovou o interaktivní variantu výstavy. Ta se propojila ještě s akcí *Porod je jako výstup na nejvyšší horu*, kde se jednalo o připodobení porodu k výstupu na Sněžku. Účastníci skutečně podnikali výstup na horu, v jehož průběhu bylo devět zastavení, jako devět měsíců před porodem. V závislosti na účastníkovi šlo o připomenutí, znovuprožití nebo připravení se na velký den porodu. Na vrcholu Sněžky byla uspořádána jednodenní výstava. V rámci projektu se konal také happening Lucie Nepasické, která dávala účastníkům syrová vajíčka s nápisem „game over“. Tato vajíčka měli účastníci za úkol donést nepoškozená až na vrchol. Tam jim bylo autorkou řečeno, že když donosí dítě, tak ho v porodnici také nenechají a že si tedy mají vzít vajíčka domů.³¹

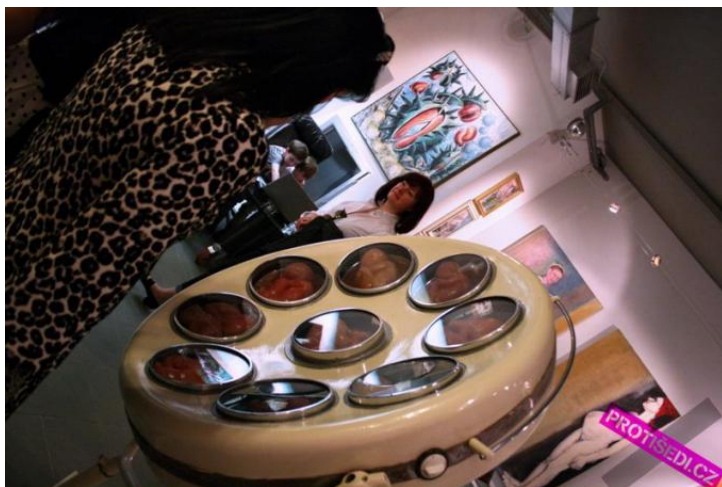
Třetí ročník výstavy se odehrál v galerii Artinbox (2011) opět pod vedením Nadie Rovderové. Podílelo se na něm již 36 českých výtvarníků. Výstavu zahrnovala díla již zmíněná: *Opravdu* od L. Klodové, *Rodina nedotknutelných* od M. Caise a dále například velký objekt *Lampa* od Puliny Skavové s modely dítěte v devíti měsících těhotenství, *Sloupy* z pryskyřice s představou geneze v plodové vodě od Daniela Pešty, nebo zajímavý cyklus triptychů od Julie Štybnarové. Ta se fotila vždy třikrát na stejném místě a to před těhotenství, jako těhotná a s dítětem. Nechyběli autoři jako Eva Švankmajerová, Petr Nikl, Martina Chloupa nebo Veronika Bromová. Expozice zahrnovala fotografie, objekty, videoinstalace či grafiky. I pohledy na téma jednotlivých autorů byly velmi různorodé. „*Počínaje mystikou přes estetickou fascinaci embryem, studium prenatální fáze, fyzickou tělesnost porodu, úzké propojení matky s dítětem až po hravost, kterou porod vnáší do života rodičů.*“³² "Cílem projektu je prolomit určité

³⁰ Převzato: Tři desítky výtvarníků představují svůj pohled na porod. In: *Deník.cz* [online]. [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://prazsky.denik.cz/zpravy_region/vytvarnici_porod20070508.html

³¹ Srv.: „Umění porodit“ v Artinbox gallery. In: *Český rozhlas* [online]. [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/mozaika/vytvarne/_zprava/umeni-porodit-v-artinbox-gallery--895802

³² Převzato: Jak rodí umělci?. In: *Tyden.cz* [online]. [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://www.tyden.cz/rubriky/kultura/umeni/jak-rodí-umelci_202108.html?showTab=nejtenejsi-24#.U6YAX3J_uZh

tabu, které porod provází. V mnoha ohledech jej veřejnost vnímá podobně jako smrt,³³ řekla v rozhovoru pro Český rozhlas autorka expozice.



Obr.23: Paulina Skavová, *Lampa*, 2002



Obr. 24: Lanka Klodová, *Čas ženy*

3.9 Dagmar Smržová

Filmová dokumentaristka Dagmar Smržová se narodila 1966 v Praze, kde stále žije a tvoří. Vystudovala pražskou FAMU obor dokumentární tvorba. Zaměřuje se hlavně na tvorbu dokumentů se sociální tematikou. Ztvárnila měnící se společnost po pádu totalitního režimu v rámci cyklu *Okno*. Podílela se na mnoha dalších televizních pořadech např. *GEN* (Galerie elity národa), *Zpověď*, *Ženy Charty 77*, *12. komnata* atd. Tématu rodičovství se autorka dotýká v dokumentárním cyklu *Máma jako táta*, který vypráví o výměně obvyklých rolí při mateřské dovolené. Zkoumá, jakou podobu má mateřská dovolená s otcem v hlavní roli.

Tématu nového života se dokumentaristka věnuje hlavně ve filmech *Nejtěžší volba* a *Zachraňte Edwardse*. K jejich vytvoření přispěla vlastní zkušenost, kdy se Smržová v průběhu svého těhotenství musela vyrovnávat se strachem z možného postižení svého dítěte. Dilema v otázce umělého ukončení těhotenství či zachování

³³ Převzato: Viz poznámka č. 25

života přes špatné prognózy lékařů řeší čtyři páry ve filmu *Nejtěžší volba*. Téma autorka ještě více rozvíjí ve filmu *Zachraňte Edwardse*, kdy časosběrnou metodou zachycuje příběh manželského páru, který se i přes prognózu těžké vývojové vady rozhodne dítě si nechat. Dítě navzdory všem pesimistickým předpovědím doktorů přežije porod, první dny i roky a současné době je mu již šest let. Film řeší těžkou otázkou etiky a prenatální diagnostiky.



Obr. 25: Dagmar Smržová, fotografie z natáčení dokumentárního filmu *Zachraňte Edwardse*, 2010

Dalším autorčin film dotýkající se mého tématu je *Sexuální výchova v Čechách*. Hlavním protagonistou je pedagog, který se zasloužil o nejdiskutovanější část příručky pro sexuální výchovu a zaškoluje pedagogické sbory po celé republice. Ačkoli je dokument natočen ve stylu komedie s prvky černého humoru, vzbuzuje otázku o kvalitě této výchovy a vhodném způsobu, jak mladým předávat nejzákladnější hodnoty jako je láska, úcta a odpovědnost.³⁴

³⁴Srv.: Smržová Dagmar. In: *Dokweb* [online]. [cit. 2014-05-23]. Dostupné z: <http://www.dokweb.net/cs/dokumentarni-sit/profesionalove/smrzova-dagmar-5731/>

4. Použití videa

Slovo video vychází z latiny a v překladu znamená vidět. Video se odlišuje od filmu svým elektronickým způsobem zaznamenávání, vysílání a kopírování pohyblivého obrazu. V 50. letech byl poprvé kamerou zaznamenán živý obraz na magnetickou pásku. Kamery, přehrávače a videokazety zaznamenávající elektrické impulzy byly zprvu velmi nákladné a dostupné jen pro televize. Nová technologie se však rychle vyvíjela a v 70. letech přišla firma Sony s vybavením pro veřejnost.³⁵ Další zlom nastal s příchodem digitálního systému, který umožnil při vyšší kvalitě záznamu výrazně zmenšit kazetu, a tedy i kameru.³⁶ Technologie videa je využívána jak v praxi, tak v umění.

4.1 Video v umění

4.1.1 Videoart

Umělci zabývající se videoartem překračují pravidla a zvyklosti zavedené u běžného filmu jak z hlediska obsahu, tak formy. Využívá různých elektronických médií, speciálních počítačových programů a nejnovějších technologií, skrze které různě kombinuje a působí tak na smysly a intelekt diváka. Historie videoartu je spojená s vynálezem a rozšířením televize, která zapříčinila jiný přístup k pohyblivému obrazu. Díla prvních videoartistů Nam June Paika a Wolfa Vostella pracovala vedle pohyblivého obrazu i s objektem televize.³⁷ Později se díky videu stala technologie zaznamenávání obrazu dostupnější a umělci měli v rukou nový nástroj. Snažili se proto o vymezení nového jazyka, který video nabízí. Rakouský umělec Petr Weibel popsal několik atributů videa; video je syntetické, což umožňuje libovolnou elektronickou manipulaci

³⁵ Srv.: Video. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. [cit. 2014-05-25]. Dostupné z: <http://en.wikipedia.org/wiki/Video>

³⁶ Srv.: NOVÁK, *Digitální fotografie a video v praxi*, 2001, s.95

³⁷ Srv.: ČERVINKA, *Vznik a vývoj českého videoartu*, 2008. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/144445/fss_b/Bakalarska_prace_Pavel_Cervinka_final_text..pdf s.8

s obrazem, video je transformovatelné – z reálného natočeného záběru je možné vytvořit abstraktní snímek, video odkazuje na sebe sama (self-reference) – ze záběrů lze vypočítat použitou technologii, video pracuje s reálným časem (instant time) – pořízený záběr lze ihned použít, modifikovat. Častým prvkem videoartových děl je využívání zpětné vazby a uzavřeného okruhu, kdy jsou diváci snímáni a promítáni, a sami se tak stávají součástí videoartové výstavy.³⁸

V dnešní době je technologie videa již samozřejmostí, která je dostupná komukoli. Videoart již tedy nevnímá tuto technologii jako cíl, ale spíše jako vyjadřovací prostředek. Například velká osobnost videoartu Bill Viola záznam zrychluje, zpomaluje, až zastavuje, obraz zvětšuje a ruší, přesunuje a obrací. Ukazuje tak jevy, které jsou skryté pod povrchem.³⁹



Obr. 26: Bill Viola, *Přijetí*, 2008

4.1.2 Videoinstalace

Další uměleckou disciplínou využívající technologii videa je videoinstalace. Tato současná forma umění kombinuje technologii videa s instalací. V některých případech je pro videoinstalaci klíčový prostor, ve kterém se odehrává, nebo vztah k ostatním objektům. Zároveň však videoinstalace odkazuje mimo svůj vlastní fyzický prostor a proto M. Morseová vnímá specifikum videoinstalace naopak v její nezávislosti na okolním prostoru. Projekce je z filmového plátna rozšířena do celého prostoru a divák

³⁸ Srv.: WEIBEL, *Vládci kódů*, s. 41.

³⁹ Srv.: RUHRBERG, Karl a Ingo F WALTHER. *Umění 20. Století*, 2011, s. 615

se často pohybuje přímo v ní. Divákova aktivní role dosahuje maxima ve videoinstalacích interaktivních. Příkladem zajímavého díla je videoinstalace umělkyně Yoko Ono. Na monitoru v muzeu promítala oblohu, která byla natáčena kamerou na střeše muzea. Prostor muzea byl tak narušen a jakoby protnut.⁴⁰



Obr. 27: Ester Kadlecová Geislerová, *Kvíz*, 2012

4.1.3 VJing

Na pomezí mezi uměním, praxí a zábavou je mixování obrazů, tzv. VJing. Osobě, která obraz míchá, se říká VJ, podobně jako v hudební oblasti DJ. Písmena vychází ze slov video či visual a jockey. Odtud je i název činnosti VJing. VJing můžeme vidět na koncertech, hudebních festivalech, v tanečních klubech nebo jako součást divadelních představení a performancí, které tak dostávají multimediální charakter. Jedná se o mixování nejrůznějších obrazových materiálů; obrazové soubory, fotky, flashové animace, texty, video soubory, předpřipravené smyčky, počítačem vytvořené vizualizace nebo živý vstup z kamer. To vše je mícháno v reálném čase a v synchronizaci s hudbou, což je pro VJing klíčové.

VJing byl původně vyvinut umělci, kteří pracují s videotechnikou, pro propojení improvizovaného představení s živými vstupy z kamer a dokonce i s živým televizním vysíláním a dalšími předpřipravenými záznamy. Obrazy získává VJ buď živě pomocí

⁴⁰ Srv.: Viz poznámka č. 31, s. 11-12

kamery či video syntetizátoru nebo ze záznamu na paměťových discích. K jejich mixování používá počítač se speciálním softwarem či videomixer tzv. edirol. Vytvořené obrazy promítá nebo prezentuje prostřednictvím obrazovek. V roce 2002 byl v Bruselu uspořádán festival *Cimatics*, který se jako první zcela věnoval VJingu.⁴¹



Obr. 28: Mapping – VJing festival Ženeva, 2009



Obr. 29: vybavení na VJing

Technologie videa se také často používá jako nástroj pro zaznamenání akčního umění. Performance či happeningy, které jsou již neopakovatelné, tak lze zdokumentovat a znovu promítnout. Jestliže je video součástí performance, můžeme mluvit o video-performance. „Robert Whitman vyrobil v první polovině 60. let sochy, které umístil na pódium mezi herce. Obraz pak projektoval přímo na trojrozměrné sochy, čímž vytvořil z plochého obrazu prostředí. Promítací plátno se tak proměnilo v další výrazový prvek a vystoupilo ze své předurčené role 2D plochy.“⁴² Tento významný počín dal nepochybně základy i dalšímu způsobu práce s videem – videomappingu.

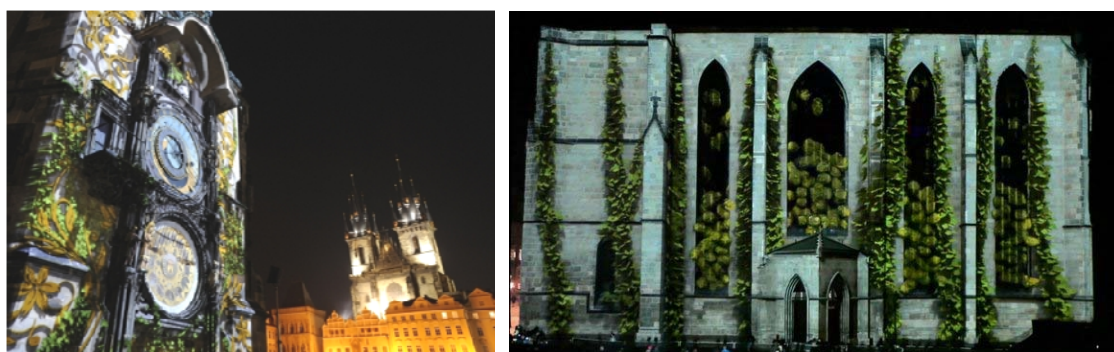
⁴¹ Srv.: VJing. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. [cit. 2014-06-01]. Dostupné z: <http://en.wikipedia.org/wiki/VJing>

⁴² Převzato: Viz poznámka č. 36, str. 14

4.1.4 Videomapping

Video mapping je nový směr audiovizuálního umění. Jedná se o promítání pohyblivého obrazu nejčastěji na významné budovy, interiéry nebo i tam, kde bychom nějaký pohybující se objekt nečekali. Pro jeho uskutečnění jsou potřeba výkonné projektory a příznivé světelné podmínky, nejlépe tma. Videomapping se připravuje přímo na konkrétní scénu. Projekční plocha kopíruje tvar fasády nebo jiného použitého objektu. Při projekci se reálná kulisa prolíná s virtuálním dějem.⁴³ Je možné budovu zbourat, znovu postavit, nalít do ní vodu nebo nechat shořet. Nejčastěji se videomapping využívá pro zpestření kulturních akcí, významných výročí, nebo na firemních večírcích.

Významný video mapping v České Republice byl vytvořen u příležitosti 600. výročí Staroměstského orloje.⁴⁴ Vytvořili ho tvůrci z firmy *The Macula*. Dále video mapping na chrám sv. Bartoloměje v plzni k 170. výročí vzniku Plzeňského ležáku.



Obr. 30: videomapping – pražský orloj, 2010 Obr. 31: videomapping – katedrála sv. Bartoloměje,

Počátky této vizuální tvorby však sahají již do 60. let 20. století. Jedna z prvních projekcí na trojrozměrný objekt byla promítána v Disneylandu. Další známá projekce video mappingu byla provedena umělcem Michele Naimarkem v roce 1980. Promítal natočené lidi v obývacím pokoji do místnosti na objekty a vytvořil tak iluzi, že tam skutečně jsou. Poprvé byla tato umělecká tvorba popsána jako video mapping

⁴³ Srv.: Videomapping. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. [cit. 2014-06-15]. Dostupné z: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Videomapping>

⁴⁴ Srv.: tamtéž

(projection mapping) na univerzitě v Carolině kolem roku 1990. Studenti vytvořili projekt *Office of the Future*, promítali lidské podobizny do kanceláře a vytvářeli iluzi, že tam opravdu jsou. Až v roce 2001 se video mappingem začalo zabývat širší spektrum umělců a od té doby se stává stále populárnějším.⁴⁵

V říjnu roku 2013 probíhal v Praze festival světla *Signal*. Šlo o první festival svého druhu u nás. Světelné projekce bylo možné vidět na mnoha známých budovách v opakujících se intervalech. Světelnou show od českých i zahraničních umělců doplňovala také hudba. Návštěvníci festivalu, tedy všichni přítomní v noci v pražském centru, byli svědky rozpohybování divadla Hybernia, Nové scény Národního divadla, Tančícího domu, kostela sv. Ludmily, ...atd. Zájemci mohli navštívit i workshop o základech tvorby videomappingu.⁴⁶



Obr. 32: videomapping – Nová scéna Národního divadla, festival Signal, 2013

⁴⁵ Projection mapping. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. [cit. 2014-06-15]. Dostupné z: http://en.wikipedia.org/wiki/Projection_mapping

⁴⁶ V Praze září 35 obřích světelných instalací. In: *Novinky.cz* [online]. [cit. 2014-06-15]. Dostupné z: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://www.novinky.cz/koktejl/316600-v-praze-zari-35-obrich-svetelných-instalaci.html>

4.2 video v praxi

Díky dostupnosti technologie videa se tento způsob zaznamenávání obrazu masově rozšířil i do domácností, což znamenalo zlom pro moderní civilizaci. Video se stalo dalším prostředníkem k dokumentaci rodinných událostí, a tím pádem i velkým konkurentem amatérské fotografie. „Cokoli se na světě stane, téměř vždy je nasnímáno, protože málokdy poblíž není někdo s videokamerou. Jsou tak zaznamenány nahodilé události, ke kterým se profesionální kameraman jen stěží dostává a tyto záběry se tak stávají jakousi pamětí lidstva.“⁴⁷

Přestože jsou již v dnešní době filmy zaznamenávány také prostřednictvím digitální technologie a mohli bychom o nich tedy mluvit jako o videu, nejsou předmětem mé práce a nebudu se jim proto více věnovat. Zmíním se jen o kratších audiovizuálních dílech.

Kromě soukromého použití se video uplatňuje hlavně v komerční sféře. Můžeme mluvit o několika druzích marketingových videí.

- *Image spot* – jedná se o video, které klade důraz na atraktivitu formy, prezentuje společnost, značku nebo její produkty a služby v tom nejlepším světle. Slouží jako virtuální vizitka.
- *Produktové video* – představuje produkt či službu pomocí video prohlídky. Především ukazuje vlastnosti produktu či služby, které jej odlišují od konkurence a představují tak přidanou hodnotu.
- *Instruktažní video* – slouží jako nástroj technické podpory, může obsahovat nápady, jak efektivně zaškolit zaměstnance.
- *Rozhovor* – jedna z nejjednodušších forem. Může být besedou několika lidí – respondentů, nebo výpovědí jednoho člověka (majitel firmy, odborník, testimonial apod.).
- *Reportáž* – věcně a výstižně informuje o produktu, službě či události. Obsahuje rozhovory a redakční komentář.

⁴⁷ Převzato: viz poznámka č. 30

- *Dokument* – časově rozšířená reportáž (15 - 55 min.), navíc obsahuje názory a postoje tvůrců.
- *Případová studie* – ukazuje produkty nebo služby na modelovém řešení u předchozích zákazníků.
- *Virál* – jakékoliv video, které uživatelé sdílí skrze sociální síť.⁴⁸
- *Banner* – pohyblivá reklama umístěná na internetových stránkách.

S image spoty se asi nejčastěji setkáváme prostřednictvím televize. Jedná se především o reklamu. Televizní reklamy mají podobu krátkých, většinou 30vteřinových spotů. Jsou vysílány v reklamním čase, který je přesně stanoven. Reklamní čas je buď mezi pořady, nebo uvnitř pořadu. Pravidla na uvedení reklamy se liší u veřejnoprávní nebo komerční televize. Televizní reklama je mocným nástrojem především díky oslovení statisíců lidí najednou. Společnosti jsou ochotné vynaložit nemalé finanční prostředky, aby byl jejich spot co nejdokonalejší a nejefektivnější. Další velkou investicí je uvedení ve vysílacím čase. Ceny se různí s ohledem na čas a televizní program. Nejdražší bývají vysílací časy v průběhu sportovních utkání. V USA je nejdražší reklamní čas v průběhu utkání finále národní ligy v americkém fotbalu. Často vznikají nákladné reklamy speciálně pro tuto příležitost, které se někdy stanou kultovní záležitostí. Například reklama firmy Apple z roku 1984.⁴⁹

Jestliže mluvíme o image spotu v souvislosti s propagací firmy, školy, instituce či neziskové organizace, používáme vžitě označení promo video (propagační video). Promo video je zpravidla delší než reklamní spot, trvá do deseti minut a má více informativní charakter. Používá se na veletrzích, dnech otevřených dveří, všude tam, kde je potřeba předat ucelený obrázek o dané společnosti, a v neposlední řadě je sdíleno na síti. Promo video se postupem času stává také součástí propagace škol, univerzit i jednotlivých fakult. Některá videa se snaží především informovat – promo Chemické fakulty Univerzity Karlovy, jiná se pomocí obrazové koláže bez komentáře

⁴⁸ Video. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. [cit. 2014-06-01]. Dostupné z: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Video>

⁴⁹ Apple's "1984". In: *TedFriedman.com* [online]. [cit. 2014-06-02]. Dostupné z: <http://tedfriedman.com/electric-dreams/chapter-5-apples-1984/>

snaží působit emotivně a vykreslit město jako atraktivní místo pro studium – Masarykova univerzita a další. Zvláště videa týkající se Univerzity Palackého jsou inovativní, nechybí jim hravost a humor. Zahrnují i subjektivní vnímání, pocity a postřehy vztahující se k městu i univerzitě. Svě místo tu mají vztahy, nové zkušenosti, zážitky, zábava, kultura. Místo předání mnoha informací se snaží spíše diváka pobavit a vzbudit v něm pozitivní pocity.



Obr. 33: Pointfilm, *Olomouc – univerzitní město*, 2013

Do kategorie image spotu bychom dále mohli zařadit trailery neboli upoutávky. Nejčastěji se trailery vytváří jako kinoupoutávky na brzy uvedený film. Zprvu se promítaly pouze v kinech, což se s příchodem internetu změnilo, a nyní je webové prostředí důležitým místem pro propagaci filmů. Trailery bývají sestřihány z nejlepších scén filmu a někdy je pro film vytvořeno dokonce několik trailerů. S upoutávkami se setkáváme také v televizi. Ty bývají kratší než v kinech a jsou zaměřené kromě filmů i na seriály a pořady vysílané televizí.

Další verzí image spotů jsou upoutávky na události. Bývají to zpravidla kulturní akce jako koncerty, festivaly, výstavy. Pojmenování těchto videí není zdaleka jednotné; například u festivalu *Colors of Ostarava* se mluví o traileru, v případě *Letní filmové školy v Uherském Hradišti* jde o spot, na *Světový den mládeže* do Ria de Janeiro nás zve promo trailer a na *Zlínský filmový festival* zase promo spot. Každý audiovizuální tvůrce si tedy může vybrat pojmenování dle libosti.

V rámci reklamy a propagace ve spojení s videem můžeme mluvit ještě o specifické oblasti, kterou je sociální reklama.

5. Sociální reklama

Chtěla bych se této oblasti speciálně věnovat, protože videospot, který jsem vytvořila, se řadí do této kategorie reklamy.

Přestože mluvím o určité kategorii reklamy, toto specifické odvětví doposud nemá ustálenou jednoznačnou terminologii. Odborná literatura mluví také o: charitativní reklamě, nekomerční reklamě, veřejně prospěšné reklamě, neziskové reklamě, benefiční reklamě či humanitární.⁵⁰ Všechny tyto pojmy však mluví o reklamě, jejíž cíl není zisk, ale společenské jevy a problémy. Sociální reklama nás vybízí k zamyšlení se a případně k pomoci. Může mít výchovné zaměření a nepřímo, ale snad často, má i výchovný dopad. Sociální reklama používá metody a strategie stejné jako běžná komerční reklama, protože i jejím cílem je ovlivnit příjemce. Pole působnosti sociální reklamy je ale o něco složitější, než nadchnout výrobkem a rozhodnout se pro jeho koupi, jak je tomu u reklamy komerční. Snaží se ovlivňovat a měnit názor, chování lidí a vidět svět v širších souvislostech s cílem pomoci, nebo změnit svoje chování. Cílem sociální reklamy je vlastně MOTIVOVAT k těmto změnám. Její efektivita tedy nedosahuje takových hodnot a je i obtížně měřitelná.⁵¹ Zadavatelem nekomerční reklamy bývají různé neziskové organizace (nadace, fondy, církve, ...), občanská sdružení, vládní orgány či státní a nestátní instituce. Stejně jako klasická reklama má i sociální mnoho forem. Nejčastěji se setkáváme s televizními spoty. Po chvíli zamyšlení si uvědomíme, že jsme několikrát zaslechli i rádiový spot nebo viděli kino spot. Další formou je samozřejmě tištěná reklama nebo internetový projekt. Problémem sociální reklamy se v širším kontextu zabývá sociální marketing.

⁵⁰ PARKEROVÁ, D., STEHLÍK, E. Sociální reklama: Marketing & komunikace, 2004

⁵¹ Srv.: ANTL, Antonín. Reklama a její možnosti v sociální oblasti. Dostupné z: https://dspace.k.utb.cz/bitstream/handle/10563/18787/antl_2012_dp.pdf?sequence=1. str.7

5.1 Historie

Sociální reklama má své kořeny v Americe, kde se poprvé začala objevovat v době první světové války, kdy měla motivovat mladé muže k zapojení se do služeb vlasti.⁵² V období druhé světové války vznikla za podobným účelem *Rada pro reklamu The Advertising Council*.⁵³ Tato nezisková organizace sdružuje odborníky na masovou komunikaci, reklamu a marketing, kteří se zabývají propagací ve veřejném zájmu. Organizace již více než 70 let produkuje, distribuuje a podporuje kampaně se sociální tematikou. Mezi její práce patří velice úspěšná kampaň na prevenci lesních požárů, jejíž maskot, medvěd *Smooky*, se nesmazatelně zapsal do povědomí Američanů.⁵⁴ Mezi další velmi úspěšné práce patří preventivní kampaň proti řízení s alkoholem v krvi, o významu bezpečnostních pásů, prevence AIDS či kampaň zaměřená na zvýšení povědomí o domácím násilí. U všech zmíněných projektů dosáhla *Ad Council* značné zmírnění negativních jevů v chování americké populace.⁵⁵



Obr. 34, 35: Ad Council, sociální kampaň – Medvěd Smooky, 1944

V České republice z důvodu dlouhého období socialistického režimu neměla sociální reklama a vůbec reklama jako taková mnoho místa. Vše bylo státní a propagace se vztahovala pouze na politickou ideologii. Jistá forma sociální reklamy

⁵² Srv.: HANKOVÁ, J. *Sociální kampaně jako systém*, 2003, s. 23-24.

⁵³ známá spíše jako *Ad Council*

⁵⁴ Srv.: viz poznámka č. 40, s.20

⁵⁵ Srv.: Classics. In: *Ad Council* [online]. [cit. 2014-06-02]. Dostupné z: <http://www.adcouncil.org/Our-Work/The-Classics>

byla zaměřena např. na: upevňování hygienických návyků, šetření surovinami a materiálem, pokrokové úspěchy našeho zemědělství, potřeba plnění plánu, obrana vlasti proti imperialismu atd. Společnost vídala tuto propagandu na plakátech, v novinách, na poštovních známkách, na krabičkách od sirek, v rozhlasu a později i v televizním vysílání.⁵⁶ První sociální reklamy, podobné jaké známe dnes, se začaly objevovat po roce 1989. Již v listopadu a prosinci toho roku bylo po mnoha českých městech vylepeno nespočet ručně vyrobených plakátů vybízejících k návratu k demokracii.⁵⁷

5.2 Čím se sociální reklama zabývá?

Sociální reklama se snaží o postihnutí společenských problémů, které jsou v dané době a v dané zemi aktuální. Za dobu své existence jich obsáhla veliké množství. Hlavními tématy jsou:

Diskriminace – genderové problémy, slabší a znevýhodnění jedinci (senioři, fyzicky a mentálně postižení), vyznávající různých náboženství, obyvatelé jiné rasy či etnického původu

Ochrana zdraví a životní styl – prevence drogové závislosti (alkohol, kouření a tvrdé drogy), poruchy příjmu potravy (anorexie a bulimie), aktivní trávení volného času, zdravotní prevence (AIDS, očkování, preventivní vyšetření rakoviny prsu), prevence v sexuální oblasti (nechtěné otěhotnění, AIDS)

Ochrana životního prostředí – třídění odpadu, ochrana týraných a ohrožených zvířat, zodpovědnost za stav životního prostředí, používání alternativních zdrojů energie, znečištění přírody

⁵⁶ Srv.: viz poznámka č. 40, s. 23

⁵⁷ Plakáty sametové revoluce 1989. In: *Typo* [online]. [cit. 2014-06-02]. Dostupné z: <http://www.typo.cz/plakaty-sametove-revoluce-1989/>

Prevence zranění a bezpečnost – bezpečnost silničního provozu (alkohol, rychlost, viditelnost, používání bezpečnostních pásů a autosedaček), domácí násilí (fyzické, psychické, sexuální), ohrožené děti (dětská práce, dětská prostituce, šikana, týrání dětí), protipožární ochrana, ochrana proti vykradení, společenská angažovanost

Dárcovství (finanční příspěvek, dárcovství krve a kostní dřeně) a dobrovolnictví – adopce, adopce na dálku, lidská práva (chudoba a hladomor, svoboda slova, dětská práce, vzdělávání, mučení vězňů, obchod s lidmi, práva žen v muslimských zemích), tolerance sociálně znevýhodněných, antikomerční kampaně, antiglobalizační kampaně, protiválečné kampaně

Vzdělávání – celoživotní vzdělávání, podpora čtenářství, podpora vzdělávání minorit, odstraňování jazykových bariér⁵⁸

5.3 Proces tvorby

Proces tvorby sociální reklamy je velmi podobný jako u reklamy komerční. Zásadní je definování cíle, jaké změny chceme dosáhnout nebo k čemu lidi motivovat (např. podepsání petice, finanční příspěvek či zvýšení povědomí o dané problematice). Dále musíme zanalyzovat problematiku a naplánovat strategii. Posledním krokem je vymyslet, jakým obsahem a formou zaujmout cílovou skupinu.⁵⁹ „*Sociální kampaně se stejně jako komerční snaží působit na emoce, šokovat, překvapit, dojmout nebo rozesmát – ukázat podstatu věci natolik otevřeně, až to lidi zarazí.*“⁶⁰

Sociální reklama může být zaměřená na emotivní nebo informativní působení. Emoce v nás vyvolávají empatii, soucit, sounáležitost s druhými. Je to rychlé a efektivní

⁵⁸ JANOUŠKOVÁ, Lucie. *Sociální reklama: úvod do problematiky jednoho z komunikačních nástrojů informování o celospolečenských problémech*. Dostupné z:

http://is.muni.cz/th/47387/ff_m/Diplomova_prace.pdf, s. 42-43

⁵⁹ Srv.: K čemu slouží sociální marketing?. In: *Mediaguru* [online]. [cit. 2014-06-06]. Dostupné z:

http://www.mediaguru.cz/2012/09/k-cemu-slouzi-socialni-marketing/#.U5wEPnJ_uZi

⁶⁰ Převzato: tamtéž

předání sdělení,⁶¹ nejde jen o fakta, ale o vnímání jádra problému. Sociální reklama se ale neobejde ani bez informativního působení. Kvalita a spolehlivost informací ovlivňuje kvalitativní hodnocení příjemců reklamy, a tím i její efektivitu. Informace tvoří tzv. informační apely, např. výsledek výzkumu, nové nápady, stav situace, ... Jsou tedy důležitým doplněním emotivního působení a reklama by se bez nich neobešla. V neposlední řadě pomáhají oslovenému příjemci reklamy jeho pomoc zrealizovat. Informují o způsobu zapojení se nebo poskytují kontaktní informace.⁶² V sociální reklamě se také často objevují známé osobnosti. Jednak zaujmou daleko větší počet lidí než neznámý člověk a díky svému postavení mají přístup do seriózních i bulvárních médií, a mohou tak kampaň více rozšířit. Jejich osobnost povyšuje důležitost a význam reklamního sdělení. Stávají se proto hlavními aktéry a významnými symboly sociálních kampaní.⁶³

5.4 Realizované projekty

Od roku 2011 v České republice probíhá projekt *Čtení pomáhá*. Jeho cílem je odpoutat pozornost dětí od počítačových her a sociálních sítí a přimět je ke čtení knih, a zároveň tím pomoci potřebným.⁶⁴ Děti po přečtení knihy a splnění kontrolního testu získají 50 korun, které můžou darovat na libovolný charitativní účel. Mohou si vybrat, zda přispějí paní Petře na elektrický vozík nebo na školení asistentů pro nevidomé nebo na operaci očí afrického chlapce a další konkrétní projekty. Na charitativní účely může být rozdáno až 10 milionů ročně, což se v prvním roce projektu podařilo dokonce o dva měsíce dříve.⁶⁵

⁶¹ Srv.: TELLIS, G. J. *Reklama a podpora prodeje*, 2000, s. 219

⁶² Srv.: M., JIRÁK, J. a kol. *Základy mediální výchovy*, 2007. s. 238

⁶³ Srv.: tamtéž, s. 240, 241

⁶⁴ Srv.: Čtení pomáhá. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. [cit. 2014-06-12]. Dostupné z: <http://obchod.portal.cz/zaklady-medialni-vychovy/>

⁶⁵ Srv.: V projektu Čtení pomáhá se rozdělilo už deset milionů korun. In: *Lidovky.cz* [online]. [cit. 2014-06-12]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/v-projektu-cteni-pomaha-se-rozdelilo-uz-deset-milionu-korun-pl0-/kultura.aspx?c=A120221_165942_In_kultura_glu



Obr. 36, 37: sociální kampaň Čtení pomáhá, 2011

Důkazem, že sociální reklama má již v České republice své nesmazatelné místo je i soutěž Žihadlo, zaměřující se na veřejně prospěšnou kampaň. Od roku 2007 vyhlašuje každoročně vítěze v kategorii videospotů, tištěné reklamy, rozhlasových spotů, internetových projektů a cenu veřejnosti. V roce 2012 v kategorii televizních spotů vyhrála kampaň zaměřená opět na čtení *Celé Česko čte dětem*. V posledním ročníku byla vítězem této kategorie kampaň zaměřená na komunikaci osob se sluchovým postižením neziskové organizace ORBI PONTES o. s.

Známé jsou také rozhlasové spoty Nadačního fondu Českého rozhlasu *Světluška*. V posledním ročníku soutěže Žihadlo se rozhlasový spot *Běh pro Světlušku* stal výhercem.⁶⁶

Sociální spoty u nás bývají mimo jiné prezentovány v rámci festivalu Jeden svět. V kategorii s názvem NonComm bylo v roce 2011 prezentováno více než 70 spotů, které vznikly jako součást kampaní v desítkách zemí celého světa.⁶⁷

Mnoho spotů vytváří celosvětová organizace Amnesty International. Snaží se sledovat porušování lidských práv a prostřednictvím kampaní proti němu bojuje.

⁶⁶ Srv.: Aktuality. In: *Žihadlo: soutěž o nejlepší veřejně prospěšnou reklamu* [online]. [cit. 2014-06-13]. Dostupné z: <http://www.zihadloroku.cz/>

⁶⁷ Srv.: *http NonComm - sociální spoty*. In: *Jeden svět* [online]. [cit. 2014-06-13]. Dostupné z: <http://www.jedensvet.cz/2011/noncomm-socialni-spoty>

Zaměřuje se hlavně na propouštění vězňů svědomí,⁶⁸ zrušení trestu smrti, ochranu civilistů v ozbrojených konfliktech, atd. Cílem kampaní bývá sehnání dostatečného množství podpisů pro petice. Několik spotů symbolicky vyjadřuje moc těchto podpisů.⁶⁹



Obr. 38: Amnesty International, *Signatures*, 2007

5.5 Školní informační kanál

Školní informační kanál je projekt zaměřený na prevenci, vzdělávání a informovanost žáků základních a středních škol. V rámci projektu jsou na školách instalovány velkoplošné televize, na kterých mohou žáci sledovat videospoty. I tato videa jsou jistým druhem sociální reklamy, i když v rámci kanálu běží i delší videa, zaměřená na informovanost a vzdělávání. Videospoty se zabývají například: rizikovým chováním dětí a mládeže, dalším vzděláváním, aktivním trávením volného času, aktualitami ze světového dění, kultury a techniky. Televize nejsou umístěné v učebnách, ale na jiných frekventovaných místech škol: internetové studovny, vstupní haly, prostory u školních kiosků apod. Do projektu je zapojeno zhruba 400 škol.⁷⁰

Videospoty, které vytvářím v rámci své diplomové práce, budou umístěny ve vysílání tohoto kanálu.

⁶⁸ Jedná se o osoby vězněné kvůli jejich zásadám, obvykle jde o náboženské zásady

⁶⁹ Srv.: Amnesty a lidská práva. In: *Amnesty International* [online]. [cit. 2014-06-13]. Dostupné z: <http://www.amnesty.cz/lidska-prava/>

⁷⁰ Srv.: Kdo jsme. In: *ŠIK CZ* [online]. [cit. 2014-06-13]. Dostupné z: www.sikcz.cz

Praktická část

Praktickou část mé diplomové práce tvoří dva preventivní videospoty. Spoty jsou určené hlavně žákům osmých a devátých tříd popřípadě i středoškolákům. V ideálním případě by videa měla předcházet nechtěnému otěhotnění a případně i interrupci. To souvisí se sexualitou. Proto bylo těžké vymyslet scénáře tak, aby videa nebyla pouze moralizováním. Rozhodla jsem se tedy pojmout práci spíše jako poukázání na velikost života a jeho hodnotu. Působit na žáky spíše emotivně než informovat či radit.

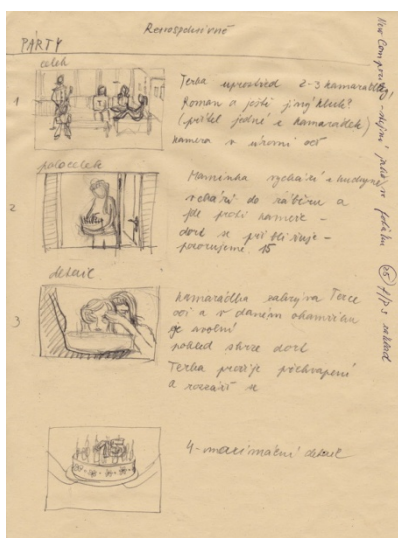
S tématem nového života se žáci setkávají v souvislosti se sexem a antikoncepcí, tedy jako s průšvihem, strašákem, rizikem. Je to do jisté míry tabu. Nový život je tedy vnímán spíše negativně. Chtěla jsem se proto pokusit vyprávět o jeho kráse, velikosti a hodnotě, aby se mladí vyvarovali otěhotnění nikoli kvůli strachu, ale díky důslednému uvědomění si, co nový život znamená.

Videospoty jsou dlouhé okolo minuty a půl a byly natáčeny na digitální zrcadlovku Nikon D5100 a Canon EOS 650D s řadou objektivů. Při natáčení byla také použita kamerová jízda neboli slider, stativy, náhledový monitor, filmová a fotografická světla.

Před začátkem samotné tvorby jsem poměrně dlouho hledala námět. Třídila si v hlavě myšlenky, které jsou stěžejní, které bych chtěla předat. Prostřednictvím několika rozhovorů a studiem časopisů pro mladistvé jsem se snažila seznámit se se svojí cílovou skupinou. Poté jsem pracovala na scénáři. Vymyslela jsem scény a rozpracovala jednotlivé záběry. Jejich velikost (celek, polocelek,...), děj, nasvícení, ... Následovalo samotné natáčení, střih a další postprodukce v počítači.

6. „Retrospektivně“

První videospot jsem pracovně nazvala „Retrospektivně“. Jednou z jeho výchozích myšlenek je, že tam uvnitř, v matčině těle, je Někdo. Ne něco, ale Někdo. Protože vývoj života je kontinuální proces, ve kterém nenajdeme nějaký zásadní okamžik, kdy se z něčeho stává Někdo. Další výchozí myšlenkou je, že rozdíl mezi embryem a naší aktuální podobou je, zjednodušeně řečeno, pouze v čase. Abych v divákovi dokázala vytvořit toto „ztotožnění se“ s embryem, napadlo mě vyprávět něčí příběh pozpátku. A protože chci, aby právě mladí vztáhli příběh na sebe, je hlavní postavou patnáctiletá dívka. Aby video působilo více osobně a vtáhlo diváka, je příběh vyprávěn hlavní hrdinkou. V úvodních obrazech představí sebe a svoji maminku a pokračuje v komentování jednotlivých obrazů. Ty se tak stávají jejími vzpomínkami.



Obr. 39: tvorba scénáře



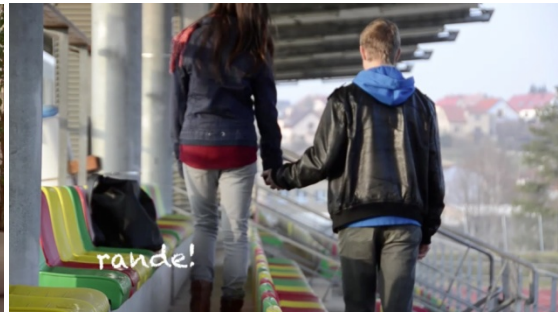
Obr. 40: natáčení scény *S nejlepší kámoškou*

Retrospektivní „portrét“ dívky začíná současností, kdy je divák svědkem několika zásadních okamžiků; oslava patnáctých narozenin, obdržení první zamilované SMS a navázání kontaktu s chlapcem na prvním rande. Následuje animace čísel na narozeninovém dortu, která by měla diváka upozornit na posun do minulosti. Do části, kterou nazývám průlet životem, jsem vybrala několik významných, přelomových nebo jinak kouzelných okamžiků, kterými každý člověk ve svém životě prochází. Jednotlivé scény odděluje pasáž s fotkami z autentického alba hlavní hrdinky. Fotky zůstávají na

obrazovce vždy jen po dobu dvou framů (dvou filmových políček z celkových 25 políček za sekundu), takže téměř nejsou rozeznatelné. Ve filmovém slangu tzv. rapidka. Tento rychlý sled fotek za sebou by měl navodit pocit posunu v čase. Poslední fotka setrvá na obrazovce déle a jakoby se rozpohybuje (ve skutečnosti jde však o zastavené video, které se spustí).



Obr. 41: scéna *Oslava I*



Obr. 42: scéna *Rande*

Ze současnosti se nejprve přesuneme do období, kdy je dívka jedenáct let. Nyní hraje důležitou roli nejlepší kamarádka, se kterou se často převléká, líčí a fotografuje. Na další scéně vidíme, jak dívka doprovázená maminkou jde poprvé do školy. Poté sledujeme, jak dětská ruka píše své první slovo. Následuje scéna s prvními kroky, detailem miminka, viditelný pohyb miminka na matčině břiše a záběr z ultrazvuku. Do této chvíle je video pozitivní, možná až idealistické. Chtěla jsem tím naznačit krásu života.



Obr. 43: scéna *Poprvé do školy*



Obr. 44: scéna *Tady jsem!*

Následuje zlom, pomalá kamerová jízda. Vidíme matku dívky před patnácti lety, jak sedí na posteli se zkroušeným výrazem. Na dalším záběru vidíme, jak matka drží

pozitivní těhotenský test a z jejího výrazu vycítíme, že se nejedná o plánované otěhotnění. Matka je pravděpodobně v situaci, kdy není lehké dítě přijmout a odehrává se v ní velké drama. Zavírá utrápené oči. Následuje dlouhá rapidka poskládaná z vybraných fotek napříč celým dosavadním životem dívky. S výjimkou současnosti jsou až do této chvíle všechny obrazy černobílé, jako symbolické vyjádření minulosti.

V závěrečné části se video opět vrací do současnosti na oslavu narozenin. Začíná velkým detailem matčiných očí, stejně jako končila poslední scéna. Nyní jsou však oči klidné a šťastné, po odjezdu vidíme, že matka má ve tváři úsměv. Tím jsem chtěla vyjádřit, že svůj boj vyhrála. Přes náročnost situace se rozhodla dceru si nechat. Nyní je na ni hrdá a je ráda, že ji má.



Obr. 45: závěrečná scéna *Oslava II*

„Stačilo málo a nic z toho by se nestalo“ je další myšlenka, která mě při tvorbě videa provázela a kterou jsem jí chtěla vyjádřit. Z ní vychází i slogan na konci filmu. Slogan by měl mimo jiné pomáhat úskalí, aby divák nepřistoupil k videu jako k jednomu z příběhů, který se ho nijak netýká. Měl by vybízet diváka k odpovědi, tedy k zamyšlení se a konfrontaci.

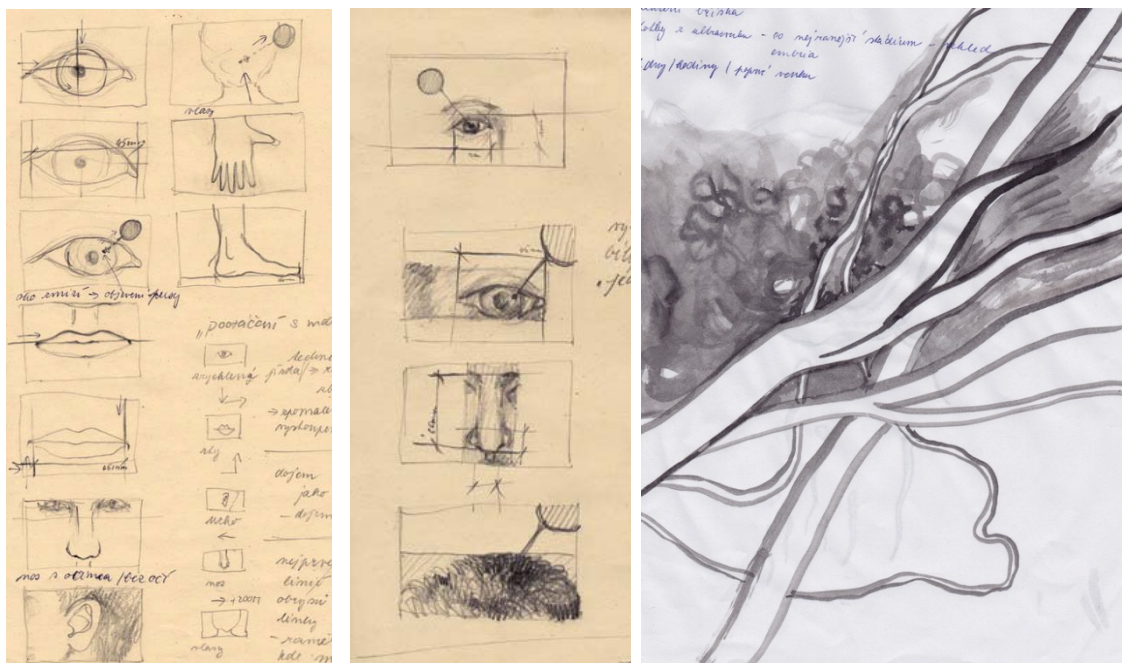
Mým cílem bylo, přimět mladistvé zamyslet se nad životem. Uvědomit si, že i oni byli dítětem v děloze a jsou tu, protože je jejich rodiče chtěli. Nyní jsou i oni

potencionálními rodiči, kteří mají život ve svých rukou. Přimět je k zodpovědnému přístupu k sexuálnímu životu.

Videospot jsem pouštěla zatím dvěma náctiletým, které jsem poté poprosila o zformulování myšlenky spotu. Patnáctiletá dívka odpověděla: „Život je něco velkého a můžu to ovlivnit.“ a šestnáctiletý chlapec „Abychom nebyli lehkovážní.“ S reakcemi jsem byla spokojená.

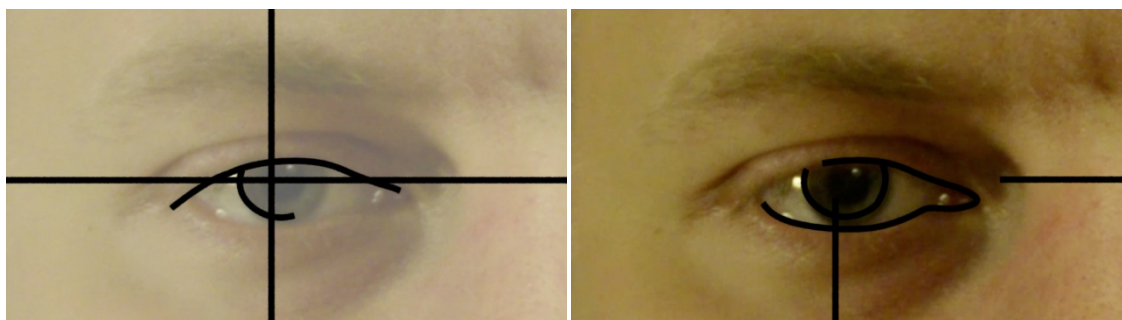
7. „Osobnost“

Videospot „Osobnost“ vychází ze skutečnosti, že již v okamžiku splnutí vajíčka a spermie je dáno vše podstatné o člověku. Mohli bychom tedy říct, že okamžikem oplodnění vzniká nová osobnost. Na rozdíl od prvního videospotu, který je spíš filmový, je tento zpracován z velké části prostřednictvím animačních technik.



Obr. 46: tvorba návrhů

Video začíná abstraktními liniemi, pomocí kterých vyjadřují symbolické vnoření se do lidského organismu, ženského těla, skrze orgány, tkáně, buňky atd. Používám kreslenou animaci. Uvnitř těla vidíme okamžik oplodnění a po ještě větším přiblížení, splynutí matčina a otcova genetického materiálu a utvoření nové originální buňky. Spot představí novou osobnost; o koho půjde, jak bude vypadat, jakými vlohmi bude obdařen a jaká bude jeho povaha. Nejprve pouze graficky vidíme znak pohlaví a krevní skupinu. Čára pak vykreslí hlavní linie oka, které se prolnou s reálným okem patnáctiletého chlapce a doplní ho o odstín ze vzorníku barev. Dále obrysy rtů, které se opět prolnou v reálné rty. Podobně bude následovat ucho, nos, vlasy, ruka a chodidlo. Z jednotlivých fragmentů se v hlavě začíná skládat představa chlapce. Snažila jsem se, aby bylo cítit, že se nejedná o skutečného člověka, ale spíše vizi člověka. Chlapec má jednoduché oblečení, používám rozptýlené studiové nasvícení a nekonkrétní bílé pozadí.



Obr. 47: linie oka

Video pokračuje naznačením talentu na sport, jazyky a hudbu. Sport vyjadřují naznačení oblíbené klukovské hry; fotbalu. Chlapec se rozběhne a kopne do míče. Talent na jazyky je vyjádřen vícečetným vypláznutím jazyku, na kterém je v postprodukcí dodělaná vlajka vždy jiné země. Poté je chlapec zabírán shora při hře na imaginární bicí, opět animované v postprodukcí. Následuje naznačení povahy. Jednotlivé vlastnosti jsou představeny mimikou chlapce. Kamera jde od detailu směrem k celku jeho obličeje. Na obličeji se zároveň objevují nápisy s vlastnostmi. Nejprve vidíme přes celou obrazovku usmívající se rty naznačující optimistu. Následuje záběr, ve kterém již vidíme i chlapcovy oči. Přátelský charakter vycítíme z jeho laškovného mrknutí. Po dalším oddálení kamery předvede chlapec založením rukou

a přímým pohledem do objektivu svoji tvrdohlavost. Nakonec se podívá vzhůru a na obrazovce se objeví nápis „cílevědomý“.



Obr. 48- 51: vize člověka

V poslední části dosavadní obraz „zapluje zpět“ do kreslené buňky. Prostřednictvím kreslené animace se skrz vrstvy těla dostaneme od buňky až na povrch těla a uvidíme ženské břicho, které ještě neneso známky těhotenství. Objeví se nápis „*Již nyní jsem originál!*“, *Už teď jsem jedinečný*“ nebo něco v podobném duchu.

Hlavním cílem tohoto spotu je vyjádřit myšlenku, že každý jsme jedinečná osobnost již od počátku.

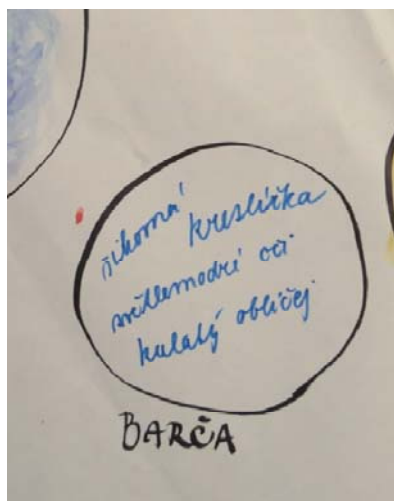
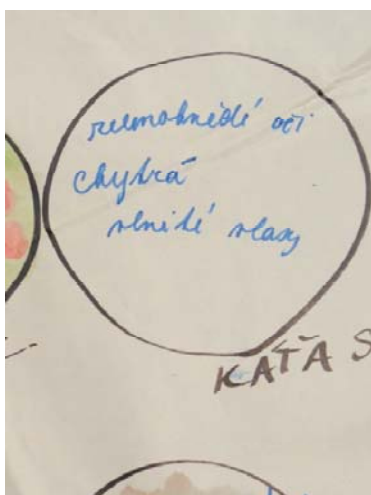
Pedagogická část

Má buňka

Věk žáků: 9 – 12 let

Technika: malba vodovými barvami

Na začátku hodiny jsme s žáky báдали nad jejich počátkem. Šli jsme od jejich současnosti přes období, kdy se učili chodit, mluvit, přes okamžik kdy byli porozeni, přes období před narozením, kdy se vyvíjely jejich orgány, až jsme se dostali na samotný začátek a přemýšleli, co tu bylo. Společně jsme přišli na to, že jsme všichni vyrostli z jedné jediné buňky. Zkoušeli jsme si tuto buňku představit. Jak je asi velká a co asi obsahuje. Povídali jsme si o informacích, kterým se říká geny. Děti pak navzájem tipovaly, co měly napsané ve svých buňkách. Na velký papír jsme vytvořili schematické buňky, do kterých jsme informace zapisovali.



Obr. 52, 53: schémata buněk s informacemi

Pak jsem žákům pro zajímavost ukázala fotografie několika buněk mnohonásobně zvětšených pod mikroskopem. Bavili jsme se o barvě, tvaru, průhlednosti, buněčné stěně, ...

Následovala hlavní úloha na zadání: „Namaluj, jak mohla vypadat tvá první buňka.“ Rychlejší žáci měli možnost nějak pojednat ještě buňky svých spolužáků na velkém papíře. V závěru hodiny jsme si prohlídli všechny výtvary a žáci měli možnost nám svoji buňku ještě blíže představit.



Obr. 54 - 57: „Má buňka“



Obr. 58: dívka 11 let, vodové barvy, 420 x 297mm



Obr. 59: dívka 10 let, vodové barvy, 420 x 297mm

Příložní tematický plán pro 7UŠ, 11-12 let

téma	obsah	učivo /cíl	forma/technika mezioborové vztahy
Má buňka 1.	- debata o počátku našeho života - povídání o buňkách - malba vodovými barvami - závěrečná reflexe	- zamyslet se nad svoji existencí - sebepoznávání díky vnímání druhých - sebepoznávání díky zamýšlením se nad sebou - malba podle fantazie	- skupinová činnost - malba vodovými barvami - biologie
Má buňka - vznik 2.	- vystavení příběhu - zvolení animační techniky - vytvoření scénáře - animování	- zamýšlení se nad buňkami svých rodičů, nad geny, nad jejich vzhledem, vlastnostmi a talenty - stavba příběhu - nalezení vhodného materiálu k vyjádření příběhu	- skupinová činnost - rozdělení do několik malých skupin - animace plošková, s modelínou, s pískem, s nalezenými předměty, kreslená - střídání s jiným tématem - biologie - animovaný film
Od buňky k orgánu 3.	- povídání od buňky k orgánu - povídání o jednotlivých orgánech (funkce, vzhled, tvar) - tvorba orgánu ve skupině	- zkoumání povahy materiálu - hledání vhodného materiálu a jejich kombinace - konstruování objektu v prostoru	- skupinová činnost - rozdělení do několik malých skupin - prostorová / materiálová tvorba - biologie
Má jedinečnost - otisk 4.	- otisk prstu (u ruky či u nohy) - vzájemné porovnání otisků - mnohonásobné zvětšení otisku kresbou - výběr výřezu - vytvoření abstraktního obrazu (převedení do jiné techniky)	- uvědomění si své jedinečnosti - kresba zvětšeniny - snaha o zachování podobných proporcí - vnímání detailu - linie v ploše	- kresba rudkou či uhlem - biologie - abstraktní umění
Má jedinečnost - oko 5.	- žáci ve dvojicích pozorují navzájem své oči - vytvoří vzorník barev, které našly v duhovce spolužáka - namalují oko spolužáka (použijí odstíny ze vzorníku)	- uvědomování si své jedinečnosti - míchání barev - malba zvětšeniny - snaha o zachování podobných proporcí - smysl pro detail	- práce ve dvojicích - malba temperovými barvami

Má jedinečnost - hlas 6.	- všichni žáci namluví větu <i>Mám hlas jako ...</i> a společně ji doplňují - podle charakteristiky svého hlasu vyberou roli a společně nemluví vybraný příběh	- vnímání různých podob hlasů - hledání slov pro popis hlasů - práce s literaturou	- práce ze zvukovou technikou - rozhlasová hra
Má jedinečnost - povaha 7.	- povaha/charakter s kterým jsme se narodili - žáci si navzájem povídají o svých povahách - tvorba návrhu na stylizovaný autoportrét - fotografie autoportrétu ve dvojicích	- stylizace a symbolika - portrét ve fotografii - práce s fotografickou technikou	- žáci fotografují ve dvojicích - postupně se třída vystřídá - žáci srtřídají činnost s jinou úlohou
Má jedinečnost - tvář 8.	- kresba portrétu matky podle fotografie - kresba portréto otce podle fotografie - sesazení portrétů na sebe a konfrontace se svoji tváří	- kresba portrétu	- kresba na pauzák - konfrontace - zrcátko
U mámy 9.	- povídání o prenatálním období - dítě/embryo - v jakém je prostředí, jeho smysly, orgány, výživa - malba "jak mi bylo u mámy"	- malba podle fantasmie	- malba vodovými barvami - biologie
Máma a já 10.	- žáci si nejprve popovídají se svoji maminkou o tom, co s ní zažili v prenatálním období - zkusí sehnat fotografie z tohoto období - inspirování rozhovorem a fotografiemi vytvoří malbu	- rozšíření povědomí o své minulosti - uvodomění si vazby s matkou - malba suchým pastelem - míchání barev vrstvením	- malba suchým pastelem
hmat 11.	- smysly máme již od prenatálního období - kdy začíná embryo cítit dotek, hlas, vidět, ... - modelování pouze pomocí hmatu - hmatová výstava a povídání o pocitech z předmětů a hádání, o co se jedná	- koncentrování poue na hmat - struktury	- každý žák má jiné zadání, o kterém ostatní nevědí např.: údolí, krtinec, oblázky, hory, ... - odproštění se od "pěkného" artefaktu - spíše prožitková úloha - embryologie - arteterapie

zrak 12. + 13.	<ul style="list-style-type: none"> - povídání o zraku, o oku, o oče, o počátcích fotografování, o kameře obscuře, o technologii fotografie - tvorba kamery obscury - vytvoření dobového zátiší - vyfotografování - vyvolání fotografií 	<ul style="list-style-type: none"> - historie fotografie - zátiší - technologie fotografie 	<ul style="list-style-type: none"> - práce v malých skupinách 2-3 - světlocitlivý materiál, vývojka, ustalovač,
čich 14.	<ul style="list-style-type: none"> - každý žák dostane několik různě vonících věcí - návrhy na vyjádření jednotlivých vůní - libovolná technika - tvorba vzorníku vůní 	<ul style="list-style-type: none"> - vyjádření čichových vjemů prostřednictvím výtvarných prostředků - barva, struktura, linie - koncentrace na smysl čich 	<ul style="list-style-type: none"> - věci různých vůní a pachů
chuť 15.	<ul style="list-style-type: none"> - každý žák dostane jednu potravinu a soustředí se na její chuť - společné povídání o podobách chutí - zpracování chuti jako postavy, bytosti, loutky - sehrání krátkého loutkového představení postaviček chutí 	<ul style="list-style-type: none"> - vyjádření chuťových vjemů prostřednictvím výtvarných prostředků - barva, tvar, materiál - koncentrace na smysl chuť 	<ul style="list-style-type: none"> - věci různých chutí
sluch 16.	<ul style="list-style-type: none"> - několik zastavení na určitém místě ve městě či v krajině a naslouchání okolním ruchům - společné odhalování původu ruchů a jejich popisování - zaznamenávání ruchů prostřednictvím kresby 	<ul style="list-style-type: none"> - uvědomění si všudepřítomných okolních ruchů - popis sluchových vjemů a jejich přepis do výtvarného jazyka 	<ul style="list-style-type: none"> - skupinová práce - tvorba v plenéru - desky a židličky
mláďata a jejich útočiště 17.	<ul style="list-style-type: none"> - povídání si o úkrytu/domovu/skrýši/ochraně/útočišti mláďat (vejce, larva, kapsa, břicho) - malování - vyjádření skutečností „uvitř a vně“ 	<ul style="list-style-type: none"> - uvědomění si skutečností „uvitř a vně“ - vyjádření rozdílu - psychologie barev 	<ul style="list-style-type: none"> - malba temperovými barvami - přírodopis
mé útočiště 18. + 19	<ul style="list-style-type: none"> - Toužím i dnes po nějakém útočišti? - Mám nějaké útočiště? - Návrh útočiště, místa/objektu, kde mi bude dobře, kde budu v bezpečí, kam bych se uchýlil až se budu cítit špatně - popis mého útočiště - tvorba makety 	<ul style="list-style-type: none"> - prostoupení medií- práce s kresbou, textem, materiálem - práce na základě svých pocitů 	<ul style="list-style-type: none"> - materiálová tvorba

Závěr

Mé dceři je již rok a já dokončuji svoji diplomovou práci na téma Nový život. Jsem ráda, že jsem si vybrala toto téma. „Prožila jsem s ním“ velkou část prvního roku mé „nové skutečnosti“ a díky přímé souvislosti s mým osobním životem, díky tomu, že nebylo ničím navíc, ale tím, co jsem právě prožívala, jsem měla motivaci se práci věnovat. Možná, že i díky práci, která mě nutila nad novým životem více a často přemýšlet, jsem některé situace dokázala intenzivněji prožít a vážit si jich.

Prostřednictvím práce jsem se také setkala se sociální reklamou. Oblastí, které jsem do té doby nevěnovala pozornost. Spojení konkrétního uplatnění technologie videa, stříhu a postprodukce s veřejně prospěšným či vzdělávacím záměrem mě naplňuje uspokojením.

Od září by videospoty měly běžet na obrazovkách mnoha škol a já se zvědavostí a napětím čekám, zda předají žákům mé sdělení.

..

Seznam použité literatury:

- WEST, Christopher. *Teologie těla pro začátečníky*. Praha: Paulínky, 2006. ISBN 80-86949-18-4.
- JAN PAVEL II. *Evangelium vitae*. Praha: Zvon, 1995. ISBN 80-7113-139-3.
- SRDÍNKOVÁ, Mirka. Stop kecům o sexu. *Bravo girl!*. 2013, č. 6,
- VIGUÉ, Jordi. *Mistři světového malířství*. Čestice: Rebo Productions, 2004. ISBN 80-7234-304-1.
- SOL GARCÍA GALLAND, María. *Gustav Klimt*. Čestice: Rebo Productions, 2006. ISBN 80-7234-495-1.
- NOVÁK, Jan. *Digitální fotografie a video v praxi*. Praha: Grada, 2001. ISBN 80-247-9071-8.
- WEIBEL, Petr. *Vládci kódů*. Iluminace 2006, R. 18, č. 2, s. 41.
- RUHRBERG, Karl a Ingo F WALTHER. *Umění 20. století: [malířství, sochařství a objekty, nová média, fotografie]*. V Praze: Slovart, 2011, 2 sv. ISBN 978-80-7391-572-8.
- PARKEROVÁ, D., STEHLÍK, E. *Sociální reklama: Marketing & komunikace*. 2004. roč. 14, č. 1, s. 10
- HANKOVÁ, J. *Sociální kampaně jako systém*. Strategie, 2003. roč. 10, č. 17, s. 23-24.
- TELLIS, G. J. *Reklama a podpora prodeje*. 1. vyd. Praha: Grada Publishing, 2000, ISBN: 80-7169-997-7.
- M., JIRÁK, J. a kol. *Základy mediální výchovy*. 1. vyd. Praha: Portál, 2007, ISBN: 978-80-7367-315-4
- KETTENMANNOVÁ, Andrea. *Frida Kahlo*. Praha: Slovart, 2010. ISBN 978-80-7391-385-4.
- ČERVINKA, Pavel. *Vznik a vývoj českého videoartu*. 2008. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/144445/fss_b/Bakalarska_prace_Pavel_Cervinka_final_text..pdf s.8

- ANTL, Antonín. *Reklama a její možnosti v sociální oblasti*. 2012. Dostupné z: https://dspace.k.utb.cz/bitstream/handle/10563/18787/antl_2012_dp.pdf?sequence=1
- JANOŠKOVÁ, Lucie. *Sociální reklama: úvod do problematiky jednoho z komunikačních nástrojů informování o celospolečenských problémech*. Dostupné z: http://is.muni.cz/th/47387/ff_m/Diplomova_prace.pdf
- Co to je sexismus v reklamě. In: *Ženská práva jsou lidská práva* [online]. [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: <http://zenskaprava.cz/%EF%BB%BFsexismus-v-reklame/>
- Průzkum: Hormonální antikoncepci má 70 pct Češek do 29 let věku. In: *Medical tribune cz* [online]. [cit. 2014-04-3]. Dostupné z: <http://www.tribune.cz/clanek/31033-pruzkum-hormonalni-antikoncepci-ma-70-pct-cesek-do-let-veku>
- Potraty v roce 2013. In: *Ústav zdravotnických informací a statistiky ČR* [online]. [cit. 2014-04-03]. Dostupné z: <http://www.uzis.cz/rychle-informace/potraty-roce-2013>
- Sexuální chování v ČR. In: *Doc. MUDr. Jaroslav Zvěřina, CSc.* [online]. [cit. 2014-04-15]. Dostupné z: <http://mep.zverina.cz/files/103-sexualni-chovani-v-cr-srovnani-vy-zkumu-z-let-1993-1998-2003-a-2008.pdf>
- V ČR se začíná se sexem stále dřív, roste ale i zodpovědnost. In: *Zdravotnictví Medicína* [online]. [cit. 2014-04-15]. Dostupné z: <http://zdravi.e15.cz/denni-zpravy/z-domova/v-cr-se-zacina-se-sexem-stale-driv-roste-ale-i-zodpovednost-475199>
- Frida Kahlo. In: *Artmuseum.cz* [online]. [cit. 2014-04-10]. Dostupné z: http://www.artmuseum.cz/umelec.php?art_id=80
- Frida Kahlo. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. [cit. 2014-04-10]. Dostupné z: http://cs.wikipedia.org/wiki/Frida_Kahlo
- Profily časopisů. In: *Light Blue a.s.: smart marketing solutions* [online]. [cit. 2014-04-15]. Dostupné z: http://www.lightblue.cz/cs/profily-casopisu/order/name/order_type/asc

- Alice Neel. In: *Alice Neel* [online]. [cit. 2014-04-18]. Dostupné z: <http://www.aliceneel.com/>
- Helen Redman: Aging into Full Creativity. In: *Birthingthecrone* [online]. [cit. 2014-05-02]. Dostupné z: <http://www.birthingthecrone.com/>
- Lenka Klodová. In: *Artlist - Centum pro současné umění Praha* [online]. [cit. 2014-05-08]. Dostupné z: <http://artlist.cz/?id=611>
- Umělkyně Lenka Klodová - průkopnice porna pro ženy. In: *OnaDnes.cz* [online]. [cit. 2014-05-08]. Dostupné z: http://ona.idnes.cz/umelkyne-lenka-klodova-prukopnice-porna-pro-zeny-f77-/spolecnost.aspx?c=A080128_120100_ona_ony_jup
- Matky a Otcové. In: *Artlist - Centum pro současné umění Praha* [online]. [cit. 2014-05-08]. Dostupné z: <http://www.artlist.cz/?id=224>
- Co bychom byli bez dětí. In: *Artyčok* [online]. [cit. 2014-05-08]. Dostupné z: <http://artycok.tv/lang/cs-cz/121/co-bychom-byli-bez-deti>
- Kdo se bojí mateřství?. In: *Divus - Umělec 2008* [online]. [cit. 2014-05-12]. Dostupné z: <http://www.divus.cc/praha/cs/article/who-s-afraid-of-motherhood?printLayout=true>
- Venda nemá tátu. In: *Silvie Vondřejcová* [online]. [cit. 2014-05-12]. Dostupné z: <http://www.silvie-von.wz.cz/cz/projekty/Venda.htm>
- Devět a šest citlivých měsíců Milana Caise. In: *Idnes.cz / Kultura* [online]. [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://kultura.idnes.cz/devet-a-sest-citlivych-mesicu-milana-caise-fiq-/hudba.aspx?c=A060224_160623_show_tipy_off
- Milan Cais. In: *Artlist - Centum pro současné umění Praha* [online]. [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: <http://artlist.cz/?id=838>
- Tři desítky výtvarníků představují svůj pohled na porod. In: *Deník.cz* [online]. [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://prazsky.denik.cz/zpravy_region/vytvarnici_porod20070508.html
- „Umění porodit“ v Artinbox gallery. In: *Český rozhlas* [online]. [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://www.rozhlas.cz/mozaika/vytvarne/_zprava/umeni-porodit-v-artinbox-gallery--895802

- Jak rodí umělci?. In: *Tyden.cz* [online]. [cit. 2014-05-13]. Dostupné z: http://www.tyden.cz/rubriky/kultura/umeni/jak-rodí-umelci_202108.html?showTab=nejctenejsi-24#.U6YAX3J_uZh
- Smržová Dagmar. In: *Dokweb* [online]. [cit. 2014-05-23]. Dostupné z: <http://www.dokweb.net/cs/dokumentarni-sit/profesionalove/smrzova-dagmar-5731/>
- Video. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. [cit. 2014-05-25]. Dostupné z: <http://en.wikipedia.org/wiki/Video>
- VJing. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. [cit. 2014-06-01]. Dostupné z: <http://en.wikipedia.org/wiki/VJing>
- Videomapping. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. [cit. 2014-06-15]. Dostupné z: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Videomapping>
- Projection mapping. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. [cit. 2014-06-15]. Dostupné z: http://en.wikipedia.org/wiki/Projection_mapping
- V Praze září 35 obřích světelných instalací. In: *Novinky.cz* [online]. [cit. 2014-06-15]. Dostupné z: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:http://www.novinky.cz/koktejl/316600-v-praze-zari-35-obrich-svetelnych-instalaci.html>
- Video. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. [cit. 2014-06-01]. Dostupné z: <http://cs.wikipedia.org/wiki/Video>
- Apple's "1984". In: *TedFriedman.com* [online]. [cit. 2014-06-02]. Dostupné z: <http://tedfriedman.com/electric-dreams/chapter-5-apples-1984/>
- Classics. In: *Ad Council* [online]. [cit. 2014-06-02]. Dostupné z: <http://www.adcouncil.org/Our-Work/The-Classics>
- Plakáty sametové revoluce 1989. In: *Typo* [online]. [cit. 2014-06-02]. Dostupné z: <http://www.typo.cz/plakaty-sametove-revoluce-1989/>
- K čemu slouží sociální marketing?. In: *Mediaguru* [online]. [cit. 2014-06-06]. Dostupné z: http://www.mediaguru.cz/2012/09/k-cemu-slouzi-socialni-marketing/#.U5wEPnJ_uZi
- Čtení pomáhá. In: *Wikipedia: the free encyclopedia* [online]. [cit. 2014-06-12]. Dostupné z: <http://obchod.portal.cz/zaklady-medialni-vychovy/>

- V projektu Čtení pomáhá se rozdělilo už deset milionů korun. In: *Lidovky.cz* [online]. [cit. 2014-06-12]. Dostupné z: http://www.lidovky.cz/v-projektu-cteni-pomaha-se-rozdelilo-uz-deset-milionu-korun-pl0-kultura.aspx?c=A120221_165942_In_kultura_glu
- Aktuality. In: *Žihadlo: soutěž o nejlepší veřejně prospěšnou reklamu* [online]. [cit. 2014-06-13]. Dostupné z: <http://www.zihadloroku.cz/>
- http NonComm - sociální spoty. In: *Jeden svět* [online]. [cit. 2014-06-13]. Dostupné z: <http://www.jedensvet.cz/2011/noncomm-socialni-spoty>
- Amnesty a lidská práva. In: *Amnesty International* [online]. [cit. 2014-06-13]. Dostupné z: <http://www.amnesty.cz/lidska-prava/>
- Kdo jsme. In: *ŠIK CZ* [online]. [cit. 2014-06-13]. Dostupné z: www.sikcz.cz

Seznam obrázků:

- Obr. 1: embryo v době rýhování, nyní z 8 buněk
Zdroj:
http://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/6/6b/Embryo,_8_cells.jpg
- Obr.2: Lennart Nilsson, *ještě nenarozené dítě v děloze*, 1965
Zdroj: http://zpravy.idnes.cz/foto.aspx?r=zahranicni&foto1=JB358edd_08.jpg
- Obr. 3-6: Dokumentární film Neviditelná bolest
vlastní archiv
- Obr. 7: sexistická reklama
Zdroj:<http://www.novinky.cz/domaci/320627-nejvic-sexisticka-reklama-video-lesniku-z-mendelovy-univerzity.html>
- Obr. 8: sexistická reklama
Zdroj: http://www.lidovky.cz/foto.aspx?r=ln-media&c=A091129_094217_In_domov_mse&foto=MPR2f7542_sex03_bmp.jpg
- Obr. 9: grafické návrhy poukazující na sexismus v reklamě
Vlastní archiv
- Obr.10: Gustav Klimt, *Naděje I*, 1903
Zdroj: <http://www.rachelgoede.com/blog/2010/11/gustav-klimt-hope-i/>
- Obr. 11: Gustav Klimt, *Naděje II*, 1907-1908
Zdroj: 1010px-Gustav_Klimt_-_Hope,_II_-_Google_Art_Project
- Obr. 12: Gustav Klimt, *Danaé*, 1907-1908
Zdroj: <http://www.eternels-eclairs.fr/tableaux-klimt.php>
- Obr. 13: Frida Kahlo, *Henry Ford hospital*, 1932
Zdroj: <http://www.mnartists.org/article.do?rid=169215>
- Obr. 14: Alice Neel, *Well Baby Clinic*, 1928
Zdroj: <http://caesmartspace.files.wordpress.com/2008/10/wellbabyclinic.jpg>
- Obr. 15: Alice Neel, *Nancy a Olivia*, 1967

Zdroj:

<http://www.aliceneel.com/gallery/?mode=display&decade=6&painting=45>

- Obr. 16: Helen Redman, *Expectant artist*, 1964
Zdroj: <http://www.birthingthecrone.com/pages/utero/index.html>
- Obr. 17: Helen Redman, *Bearing*, 1964
Zdroj: <http://www.birthingthecrone.com/pages/utero/index.html>
- Obr. 18: Lenka Klodová, *Lightbox: Opravdu - Felix/Julie*, 2008
Zdroj: <http://www.artinbox.cz/?p=428>
- Obr. 19: Silvie Vondřejcová, *Otázky*, 2007
Zdroj: <http://artlist.cz/?id=4724>
- Obr. 20: Silvie Vondřejcová, *Hmotnost*, 2005 - 2007
Zdroj: http://www.vondrejцова.wz.cz/06_01_18.jpg
- Obr. 21: Milan Cais, *Srdce v paprice*, 2006
Zdroj: <http://artlist.cz/?id=853>
- Obr. 22: Milan Cais, *Možné varianty bytí*, 2006
Zdroj: <http://artlist.cz/?id=857>
- Obr. 23: Paulina Skavová, *Lampa*, 2002
Zdroj: http://www.protisedi.cz/sites/default/files/imagecache/slideshow_image/Z5.jpg
- Obr. 24: Lenka Klodová, *Čas ženy*
Zdroj: http://www.informacezbrna.cz/foto/060931-porodit/porodit_002.jpg
- Obr. 25: Dagmar Smržová, *fotografie z natáčení dokumentárního filmu Zachraňte Edwardse*, 2010
Zdroj: <http://www.ceskatelevize.cz/porady/10385766567-zachranite-edwardse/>
- Obr. 26: Bill Viola, *Přijetí*, 2008
Zdroj: <http://www.revistacodigo.com/bill-viola-grand-palais/>
- Obr. 27: Ester Kadlecová Geislerová, *Kvíz*, 2012

Zdroj: <http://www.avu.cz/gallery/ester-kadlecov%C3%A1-geislerov%C3%A1-kv%C3%ADz-2012-video-instalace-2006/2856>

- Obr.28: Mapping – VJing festival Ženeva, 2009
Zdroj: <http://www.raquelmeyers.com/2009/mapping-vjing-festival-geneva>
- Obr. 29: vybavení na VJing
Zdroj: <http://creativeinventory.blogspot.cz/2008/03/vjing-club-visuals.html>
- Obr. 30: videomapping – pražský orloj, 2010
Zdroj: <http://www.ckrumlov.info/img.php?img=11081101&LANG=cz>
- Obr. 31: videomapping – katedrála sv. Bartoloměje, 2012
Zdroj: <http://archive.silencio.cz/video/53897406>
- Obr. 32: videomapping – Nová scéna Národního divadla, festival Signal, 2013
Zdroj: <http://www.novascena.cz/cs/repertoar/989.html>
- Obr. 33: Pointfilm, *Olomouc – univerzitní město*, 2013
Zdroj: http://www.pointfilm.cz/prace/olomouc_uni_mesto/
- Obr.34, 35: Ad Council, *sociální kampaň – Medvěd Smooky*, 1944
Zdroj: <http://www.adcouncil.org/Our-Work/The-Classics/Wildfire-Prevention#Asset1847>
- Obr. 36: *sociální kampaň Čtení pomáhá*, 2011
Zdroj: http://img.radio.cz/pictures/knihy/cteni_pomaha.jpg
- Obr. 37: *sociální kampaň Čtení pomáhá*, 2011
Zdroj: http://www.tyden.cz/rubriky/media/reklama/kampan-cteni-pomaha-vyhrala-cenu_236869.html#.U6Wvz3J_uZg
- Obr. 38: Amnesty International, *Signatures*, 2007
Zdroj: <https://www.youtube.com/watch?v=eEwkrnw9g84>

Dále vlastní archiv:

- Obr. 39: tvorba scénáře
- Obr. 40: natáčení scény *S nejlepší kámoškou*

- Obr. 41: scéna *Oslava I*
- Obr. 42: scéna *Rande*
- Obr. 43: scéna *Poprvé do školy*
- Obr. 44: scéna *Tady jsem!*
- Obr. 45: závěrečná scéna *Oslava II*
- Obr. 46: tvorba návrhů
- Obr. 47: linie oka
- Obr. 48- 51: vize člověka
- Obr. 52, 53: schémata buněk s informacemi
- Obr. 54 - 57: „Má buňka“
- Obr. 58: dívka 11 let, vodové barvy, 420 x 297mm
- Obr. 59: dívka 10 let, vodové barvy, 420 x 297mm

ANOTACE

Jméno a příjmení: Gabriela Jakubcová

Katedra: Výtvarné výchovy

Vedoucí práce: Doc. Mgr. Vladimír Havlík

Rok obhajoby: 2014

Název práce: Nový život

Název práce v angličtině: The new life

Anotace práce:

Magisterská diplomová práce se zabývá tématem nového lidského života. Teoretická část pojednává o vzniku člověka a tématech s tím souvisejících jako sexualita, interrupce nebo antikoncepce. Hlavní myšlenkou práce je osvěta v poznávání velikosti a hodnoty lidského života.

Praktická část tvoří dva sociální spoty, určené pro mladistvé. Pedagogická část v tematickém plánu rozvíjí jednotlivé aspekty námětu nového života.

Klíčová slova:

Zrození, početí, sexualita, interrupce, video, spot, reklama

Anotace v angličtině:

Diploma thesis deal with topic of new human life. The theoretical part is dealing about creation of human and another topic like sexuality, abortion or anticonception. Main idea of thesis is enlightenment for discovering the greatness of human life.

Practical part contains two social spots for teenagers.

Pedagogical part in topic plan develops solo aspects of theme of new life.

Klíčová slova v angličtině:

Nativity, conception, sexuality, abortion, video, spot, advertising

Rozsah práce: 66 stran

Jazyk práce: český