

Vysoká škola kreativní komunikace

Katedra vizuální tvorby

Fotografie a audiovize



**Disreprezentace a stereotypizace Slovanů ve
videohrách**

Diplomová práce

Autor: BcA. Lukáš Kopecký

Vedoucí práce: prof. PhDr. Hana Pravdová PhD.

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem diplomovou práci zpracoval samostatně a že jsem uvedl všechny použité prameny a literaturu, ze kterých jsem čerpal. Souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely studia a výzkumu.

V Praze dne.....

Podpis autora:

Abstrakt

Diplomová práce se soustřeďuje na analýzu mizícího slovanského ornamentu a jeho znovuoživení. Popisuje důvody mizení přes historické souvislosti a navazuje na příklady moderního užívání ornamentů jiných kultur v médiích, respektive ve videohrách. Dále byla popsána disreprezentace slovanského ornamentu v rámci inkluzivních tendencí, které právě probíhají napříč médii a závadné užívání komunistické symboliky. V rámci aplikační části diplomové práce byla zhotovena tištěná publikace, která edukativní metodou přináší vhled do slovanského ornamentu pro neslovanské odborné publikum pro rozšíření povědomí o tomto ornamentu. Tato publikace se zaměřuje zejména na odbornou veřejnost stran videoherních designérů a vývojářů, kteří pracují s etnografickými prvky.

Klíčová slova: Slované, videohry, disreprezentace, stereotypizace, inkluze, romantizace komunismu, ornament

Abstract

The diploma thesis focuses on the analysis of the disappearing Slavic ornament and its renewal. It describes the reasons for disappearing through historical contexts and follows up on examples of modern use of ornaments of other cultures in the media and video games, respectively. Furthermore, the disrepresentation of Slavic ornament was described within the framework of inclusive tendencies that are currently taking place across the media and the misuse of communist symbolism. Within the application part of the diploma thesis, a printed publication was made, which provides an educational method of insight into the Slavic ornament for non-Slavic professional audiences to increase awareness of this ornament. This publication focuses mainly on the professional public of video game designers and developers who work with ethnographic elements.

Key words: Slavic, videogames, disrepresentation, stereotypes, inclusion, romanticisation of communism, ornament

Obsah

Úvod	6
Aktualizační poznámka	8
1. Zánik slovanského ornamentu a pozadí anti”slavismu”	9
1.1 Nástup komunistického ornamentu	9
1.2 Rudá panika	11
1.3 Vytváření Nepřítele	14
1.4 Stereotypy	17
1.5 Romantizace komunistických symbolů	19
1.5.1 Battlefield V a Call of Duty WW2	20
1.5.2 Call of Duty Black Ops Cold War	21
1.5.3 Command & Conquer: Red Alert 3	22
1.5.4 Tom Clancy’s Rainbow Six Siege	24
1.5.5 Smite	26
1.6 Disreprezentace Slovanů a jejich ornamentu	28
1.6.1 Inkluze v masmédiích	28
1.6.2 Coco	31
1.6.3 Chybějící slovanský ornament ve hře Apex Legends	32
2. Postavení videoher v masmediálním světě	37
2.1 Videohry jako vědecký obor	37
2.2 Vliv videoher na společnost	39
2.3 Psychologie videoher	43
3. Praktická část	45
3.1 Metodika	45
3.2 Slovanský ornament	47
3.3 Moderní příklady práce se slovanským ornamentem	50
3.4 Implementace	52
Závěr	53
Seznam literatury	55

Úvod

Hlavním důvodem pro vypracování této diplomové práce je osobní zkušenost s častým stereotypním zobrazováním lidí, kteří mají etnický původ ve východní Evropě, nebo-li s lidmi slovanského etnika ve videohrách. Diplomová práce si bere za cíl popsat důvody, proč jsou Slované vyobrazováni ve videohrách jako komunističní antagonisté a historickou analýzou tyto důvody bude popisovat. Historická analýza se bude zaměřovat zejména na období studené války a různé komunikační techniky obou tehdy zúčastněných stran, které vedly k tomuto problému. Dále bude popsáno proč jsou tyto tendence stále přítomné i přes fakt, že komunistická symbolika již není aktivním symbolem v žádné ze zemí kde mají Slované původ. Druhý problém, který bude popsán je fenomén disreprezentace Slovanů a to zejména v takových videohrách, které jsou inkluzivní v rámci kulturních ornamentů. Budou popsány příklady kdy je slovanský ornament vynecháván v rámci zobrazování slovanských postav nebo prostředí.

Práce bude zkoumat rozdílné přístupy k symbolice komunismu a nacismu přímo ve videohrách a bude poukazovat na romantický přístup vůči komunistické symbolice, který nijak nereflektuje skutečnost, že komunistický režim je odbornou a prostou veřejností brán jako stejně zločinný. Touto analýzou bude popsán fakt, že komunistický symbol nahradil slovanský ornament a staví tím celou etnickou skupinu do antagonistické role.

Diplomová práce se dále bude soustřeďovat na důležitost postavení videoher ve společnosti a na jejich stále se zvětšující dominanci na poli komunikace. Bude popsáno jakým způsobem dnes videohry mění svět a jakou mají tržní a sociokulturní sílu v globálním měřítku. Tímto bude práce demonstrovat důležitost inkluze Slovanů a jejich ornamentu ve videohrách, jakožto potření komunistického symbolu a vytvoření důstojného zastoupení. Dále bude uvedeno jaký je potenciální benefit potření takového symbolu a znovuoobnovení slovanského ornamentu, jakožto skutečného symbolu tohoto etnika.

V rámci praktické části diplomové práce bude navržena aplikace výzkumu do tištěné publikace, která bude moderními grafickými prvky společně s tradičním ornamentem edukovat odbornou veřejnost stran videoherních vývojářů a designérů ohledně slovanského ornamentu a jeho důstojného užívání v rámci inkluzivní reprezentace. Publikace vznikne díky analýze etnografických publikací, které se věnují studiu slovanských ornamentů. Dále bude publikace čerpat z moderních příkladů užívání ornamentu v komerční sféře. Publikace si bere za cíl vytvořit návrh smyšlené postavy, která by mohla být přímo implementována do videohry. Tímto návrhem vznikne zkratkový návod pro budoucí vytváření postav, které by mohli reprezentovat Slovany a jejich ornament v rámci videoher.

Diplomová práce se bude odkazovat zejména na odborníky z oboru ludologie, kterými jsou E. Aarseth, G. Frasca, J. Švechl, F. Mäyrä a historiky A. Brown, M. Toinet, C. Schmitt. Bude pracováno s odbornými internetovými weby, které se věnují zpravodajství v oblasti videoher a pro obrazové přílohy v rámci praktické části bude pracováno s etnografickými publikacemi.

Aktualizační poznámka

Diplomová práce byla vypracovávána v letech 2021-2022 a nijak nereflektuje události z jara 2022 na Ukrajině. Nelegitimní agresivní invaze Ruské federace (dále jen RF) na Ukrajinu nicméně může poukazovat na problémy spojené s veřejným míněním neslovanské veřejnosti. Můžeme předpokládat, že po (v *této chvíli domnělých*) válečných zločinech, nelidském chování vojsk RF a lživém komunikačním přístupu RF vůči světu se svět může pouze utvrzovat ve stereotypu, který je stále přítomný. Tyto události a zavrženíhodné kroky RF by měly být dalším důvodem, proč bychom měli více dbát na komunikaci vůči světu ohledně našich kultur a očištění našeho jména od agresivních tendencí, které nejsou většině východoevropských zemí blízké.

Můžeme tedy předpokládat, že tyto události by mohli být v této diplomové práci přiloženy jako další důkaz pro stereotypní zobrazování Slovanů v masmédiích.

1. Zánik slovanského ornamentu a pozadí anti”slavismu”

1.1 Nástup komunistického ornamentu

Pro celkové pochopení historie vzniku antislavistického ornamentu, mizení slovanských symbolů a vzniku negativního stereotypu Slovanů v mezinárodních médiích je důležité pochopit genezi komunistického symbolu, která se přímo váže na jeho užívání v rámci národních symbolů.

Komunisté přímo doktrinovali své symboly namísto symbolů národních, mezi které hlavně patří: rudá barva, rudá hvězda¹, srp a kladivo a symbolika průmyslu a zemědělství, které byly stavebními kameny celé myšlenky komunismu. Hlavním cílem komunistů v rámci vizuální komunikace bylo potlačení vlivů, které byly protichůdné nebo tzv. *“kontrarevolucionářské”* vůči režimu a mezi tyto vlivy patřily zejména národní a náboženské symboly. O tomto kroku komunistů mluví ve své knize A. Brown: *„Nacionalismus vždy představoval potenciální hrozbu komunistické vládě, (...) Dva hlavní způsoby, jak komunističtí vládcí na tuto skutečnost reagovali, spočívaly v tvrdém potlačování jakýchkoli projevů nacionalismu a v manipulaci se symboly národní identity, aby sebrali trochu větru z plachet antikomunistickým nacionalistům.”*²

Příklady takového jednání můžeme sledovat u vzniku Sovětského svazu nebo u sovětským svazem anektovaných nebo jinak potlačovaných republik - Lotyšsko, Litva, Estonsko, Moldávie, Bělorusko, Ukrajina. V obou případech byly vlajky změněny z jejich národní identity do komunistické symboliky. Stejně tomu bylo u Státního znaku Československé socialistické republiky kdy byl znak upraven. V roce 1960 byl znak změněn a ústavou definován jako: *„Státní znak Československé socialistické republiky tvoří červený štít tvaru husitské pavězy s pěticípou hvězdou v horní části, na kterém je bílý dvouocasý lev nesoucí na hrudi červený štítek s modrou siluetou Kriváně a vatrou zlaté barvy. Kresba znaku je zlatá.”*³ V tomto případě nebyl problémem český lev jako křesťanský kříž symbolizující Slovensko. Viz obrazové přílohy níže na konci kapitoly.

¹ Je však třeba mít na paměti, že symbol rudé pěticípé hvězdy má i různé jiné významy než pouze symboliku komunismu. (Např. v pivovarnictví) MAREŠ, Miroslav, Extremismus jako bezpečnostní hrozba, Praha: Ministerstvo obrany České republiky, Odbor komunikace a propagace, OKP, 2011, str. 58

² BROWN, Archie, Vzestup a pád komunismu, Brno: Jota, 2011, str. 711

³ Ústava Československé socialistické republiky, 1960, čl. 110 (1) [online], dostupné z: https://www.psp.cz/docs/texts/constitution_1960.html

Postupným překrýváním národních symbolů vytvářeli komunisté vizuální hegemonii v rámci východní Evropy, která se stávala snáze čitelnou pro nekomunistické publikum. Je jednodušší číst část světa jako rudou hrozbu, která se srocuje pod jednu vlajkou, než-li mít v Evropě desítky států s různorodými vlajkami. Pro obě strany se jednalo o tzv. “win-win”⁴ situaci v rámci komunikace, když komunisté dokázali svým lidem prodávat obraz jednotného socialistického světa a nekomunistické země mohli jednodušeji pojmenovat své nepřátele, kteří se sami identifikovali. Komunistické vlády se tedy snažily definovat vlastní státy podle svých politických ideologií, nikoli podle své historie nebo kultury. S. Huntington ve své knize *Kam kráčíš, Ameriko?* popisuje tento fenomén stavby národa na politické ideologii: *Může být národ definován pouze politickou ideologií? Několik věcí naznačuje, že nikoliv. Politická ideologie ještě netvoří národ. (...) Krom toho jen málo národů v minulosti definovalo svou identitu ideologií nebo souborem politických zásad. Těmi nejmarkantnějšími moderními příklady jsou komunistické státy, ve kterých byla ideologie používána jako prostředek sjednocení příslušníků různých kultur a národností. (...) Když komunismus ztratil přitažlivost a když s konce studené války zmizely i důvody k udržování těchto entit při životě, všechny, s jedinou výjimkou Severní Koreje, zmizely ze scény a byly nahrazeny státy, které se definovaly národnostně, kulturně a etnicky.*⁵

S. Huntington zmiňuje, že se komunistické národy, ihned po rozpadu socialistického režimu, navrátily ke své definici podle národnosti, kultury nebo etnicity. Tím se tedy mimo jiné snaží říct, že kultura daných států nebyla nikdy komunismem zničena, což dokládá i fakt, že státy, které byly dříve zmíněny - Lotyšsko, Litva, Estonsko, Moldávie, Ukrajina - se navrátily ke svým národnostním symbolům, které užívaly před obsazením Sovětským svazem. Nicméně tento problém není interní, nýbrž externí. Národ, který se vrací zpět ke svým národnostním kořenům nemusí vysvětlovat sám sobě, co jsou jeho kulturní zvyklosti a jak vypadá ornament, který je pro něj typický. Pro tyto národy je důležité tuto komunikaci upřít zejména na země z druhé strany studené války. Příklady, které dokazují že se tyto národy nikdy nepokusily o vysvětlení protistraně, že zobrazování komunistických symbolů je problematické, jsou doloženy v kapitole 1.5.

⁴ Strategie vyjednávání, úsilí, aby nikdo neprohrál, ale všichni něco získali. Slovník cizích slov, Pojem win-win technika [online], dostupné z: <https://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/win-win-technika>

⁵ HUNTINGTON, Samuel, *Kam kráčíš, Ameriko? Krize americké identity*, Praha: Rybka, 2005, str. 338-339



Ukrajina



Ukrajina



Litva



Litva



Estonsko



Estonsko



6

1.2 Rudá panika

Druhým faktorem ve změně přístupu k ornamentu symbolizující slovanské etnikum je komunikační postup protistrany a to zejména Spojených států amerických. Expanzivní komunistické dobývání v Evropě a rozšíření komunistické ideologie a jiných levicově smýšlejících ideologií se setkalo s tvrdým odporem ze strany Spojených států amerických, které si kladly za cíl znemožnit jakýkoliv komunistický rozmach na svém území. Této epoše se přezdívá Red scare (česky: Rudá panika).

⁶ Obrazové přílohy: Wikipedia [online] dostupné z: wikipedia.org

Rudá panika se rozděluje do dvou období:

1) Doba po konci první světové války (1918)

První období rudé paniky je přímou reakcí americké společnosti ze strany amerických elit na vzestup nové politické ideologie. V té době se rudá panika zaměřuje pouze na fakta kolem strachu příchodu komunismu do USA, jelikož v té době je komunismus zastoupen pouze v nově vzniklém Sovětském svazu. Pro tuto diplomovou práci je tato doba irelevantní.

2) Doba po konci druhé světové války (1945) - studená válka

Pro studium evoluce anti-slavistického ornamentu je důležité mluvit o druhém období, které se přímo zaobírá personifikací vnitřních nepřátel a nepřátel ze strany Sovětského svazu a jeho satelitů. Toto období provází mccarthismus, který vychází z militantního a demagogického politického postavení senátora J. McCarthyho vůči komunistům. Dalším termínem užívaným pro likvidaci komunismu v USA se užívá termín *“hon na čarodějnice”*, který představuje politické procesy vedené proti komunistům v USA.

V knize *Hon na čarodějnice* (1999) M. Toinet popisuje genezi antikomunistických tendencí na území Spojených států, které výrazně formovaly veřejné mínění a vyvrcholily příchodem mccarthismu. Mezi americkými elitami panoval konsenzus vůči komunismu, což autorka dokládá tím, že antikomunistické nástroje využívali nejen republikánští politici, ale také politici z řad demokratů. *„Je podivné, že se hon na čarodějnice nejmenuje “nixonismus” než “mccarthismus”. Role Richarda Nixona je skutečně v určitém smyslu významnější než role Josepha McCarthyho (...) Díky němu se republikánská strana znovu chopila zbraně antikomunismu, které se na chvíli zmocnil Truman⁷, a jeho zásluhou hon na čarodějnice, téměř skomírající pro nedostatek faktů, opět zesílil a přerostl až v praxysmus, označovaný jako mccarthismus. Proč tedy ne “nixonismus”? Richard Nixon nebyl ve*

⁷ Demokratický prezident USA - 1945 - 1953

své podstatě demagog, i když neopovrhoval dosti nechvalnými meodami, jak zevrubně prokáže skandál Watergate.”⁸

I když nebyl mccarthismus nebo hon na čarodějnice přímým útokem proti určité kultuře, lidem nebo etniku, zajisté se pasivně podílel na jejím zdiskreditování společně se sovětskými tendencemi, které si braly za cíl potlačovat národní identity, které by mohli být závadné pro komunistický režim. *„K tomu, aby se hon na čarodějnice stal fenoménem veřejného mínění bylo zapotřebí vulgárního a výrazného demagoga, ochotného beztrestně a nestoudně vykládat cokoli, opovrhujícího kariérou, ale kochajícího se především a jedině publicitou. Nebude jím Richard Nixon, nýbrž Joseph McCarthy.”⁹* Autorka dále ve své knize uvádí jaký měl demagogický přístup dopad na veřejné mínění ve Spojených státech. *„Dopady tohoto politického tažení byly znát téměř ihned a to zejména v rámci politických procesů, například když Walt Disney tvrdil, že komunisté chtěli využít Mickeyho Mouse na podporu svých cílů, nebo když romanopiskyně Ayn Randová, zvěstovala, že Píseň o Rusku¹⁰ musí být nutně komunistický film, jelikož se tam lidé usmívají, zatímco v SSSR se jich usmívá jen velice málo, a to “pouze v soukromí a čistě náhodně. Určitě ne na veřejnosti. Neusmívají se, neboť by tím schvalovali své zřízení.”¹¹*

Všechny tyto fáze rudé paniky ať se jedná o mccartismus nebo politické procesy zvané hon na čarodějnice se staly základními kameny pro budoucí utváření obrazu slovanů v negativních významech. Antislavistický sentiment, který díky rudé panice vznikl by se nicméně měl psát s uvozovkami ve slově *slavismus* jelikož můžeme potvrdit, že celý proces proti komunistům nebyl nijak zaměřen na etnikum Slovanů ani na jejich ornament. Jelikož Slované byli dominantní skupinou v rámci komunistického bloku, stalo se jejich vzezření a vystupování terčem stereotypů v rámci utváření vizuálního nepřátelství mezi dvěma politickými bloky v rámci studené války a v době postkomunistické po konci studené války a pádu železné opony.

⁸ TOINET, Marie-France, Hon na čarodějnice 1947-1957, Praha: Themis, 1999, str. 27

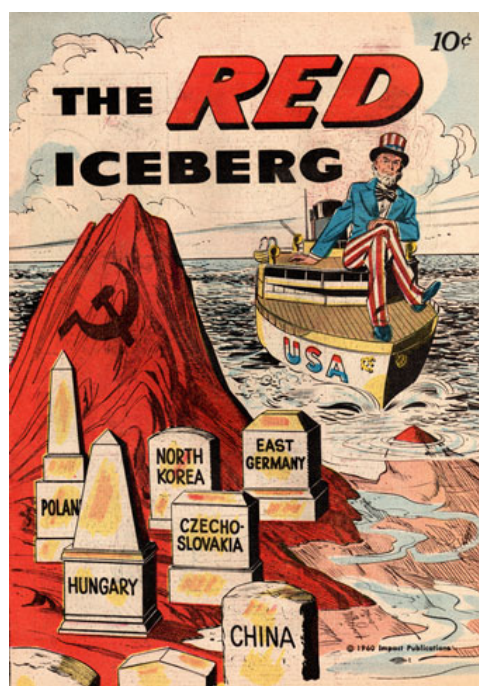
⁹ *ibid.*, str. 28

¹⁰ IMDB, Song of Russia, Gregory Ratoff, 1944, [online], dostupné z: <https://www.imdb.com/title/tt0036378/>

¹¹ TOINET, Marie-France, Hon na čarodějnice 1947-1957, Praha: Themis, 1999, str. 109

1.3 Vytváření Nepřítele

Stejně jako byla symbolika komunismu důležitá pro rozšiřování povědomí o komunistické ideologii a jejího postavení do dobrého světla, tak byla nedílnou součástí pro americké propagandistické kanály, které si braly za cíl odstrašit obyvatele od komunismu. Na počátku amerického boje proti komunismu nebyl cíl zdiskreditovat státy jako takové, ale mluvit o nepersonifikovaném nebezpečí, které se žene na Spojené státy.



Postupem času se z komunistické symboliky stal zástupný termín pro část světa, která je zlá a lidé by k ní měli být podezřívaví nebo by si na ni, a ideologii s ní spojenou, měli dávat pozor. Tomu napomáhalo to, že hollywoodské produkce začaly vyrábět filmy, které byly zbarveny právě protikomunistickou rétorikou, která posléze napomohla generalizaci východní Evropy a vytvářela profil komunisty jako druhu člověka, nepřítele. Mezi takové filmy se řadí například film *The Red Menace* (1949)¹² nebo *I Married a Communist* (1949)¹³. Dále byly vyráběny krátkometrážní

¹² *The Red Menace*, R.G. Springsteen, USA: Republic Pictures, 1949

¹³ *I Married a Communist*, Robert Stevenson, USA: RKO Pictures, 1949

propagandistické filmy mezi které patří *The Big Lie* (1951)¹⁴ nebo animovaný film *Make Mine Freedom* (1948)¹⁵.

Za zmínku stojí synopse filmu *The Red Menace* (1949), která je serverem ČSFD popsána takto: „*Jeden z nejproslulejších antikomunistických filmů éry mccarthismu. Dlouholetá komunistka Nina Petrovka (Hannelore Axman) se zamiluje do sympatického veterináře Billa Jonese (Robert Rockwell). Ten váhá se vstupem do strany, protože se mu protíví prostředky, jimiž dosahuje svých cílů. Petrovka má rovněž pochybnosti (její otec padl za oběť čistkám), které se ještě znásobí, když na vlastní oči uvidí, jak se strana chová ke svým oponentům. Chce s Jonesem utéct, ale bývalí straníci v čele s fanatickou stalinistkou Yvonne Kraus (Betty Lou Gerson) jsou jim v patách.*“¹⁶ U tohoto filmu můžeme pozorovat první známky propojování ideologie a kultury v propagandě. Hlavní postava Nina Petrovka má příponu *-ova* za jménem, značící její východoevropský původ.

Stěžejním pro texty uvedené výše je pochopení proč a jak se status nepřítele vytváří. P. Kotlán ve své knize *Demokracie ve stínu* toto popisuje svými slovy takto: „*Mám zato, že nahlížení na svět prismaticem toho, co Carl Schmitt jedinečně zachytil v teorii o střetávání Přítelů a Nepřítelů, je vůbec to nejohroživější a pro demokracii nejnebezpečnějším aspektem extremismu. Podle této myšlenky má každé společenství (Přítel) svého Nepřítele, který již svou pouhou existencí znamená pro něj smrtelné nebezpečí. Je proto logické, že se všichni občané společenství musí snažit potírat Nepřítele do všech důsledků jednoduše řečeno; buď My nebo Oni. Takový světový názor (nepochybujeme, že jde skutečně o postoj, od kterého se odvíjí náš pohled na svět) vede k přirozené nenávisti mezi lidmi a ke ztrátě zábrán likvidovat toho, kdo nám nevyhovuje nebo je prostě jen jiný.*“¹⁷ Autor ve své knize reaguje na C. Schmitta, který se teorií Přítelů a Nepřítelů zabývá a popisuje proč naši nepřátelé nemusejí být vždy oškliví nebo zlí. „*Smyslem rozlišení přítele a nepřítelů je označit nejzažší stupeň*

¹⁴ *The Big Lie*, USA: US Army, 1951

¹⁵ *Make Mine Freedom*, William Hanna, USA: John Sutherland Productions, 1948

¹⁶ Česko-Slovenská filmová databáze, *The Red manace*, 1949, [online], dostupné z <https://www.csfd.cz/film/101186-the-red-menace/recenze/>

¹⁷ KOTLÁN, Pavel, *Demokracie ve stínu: extremismus, terorismus, fašismus, komunismus*, Ostrava: Institut vzdělávání Sokrates, 2003, str. 20

intenzity spojení nebo oddělení, asociace nebo disociace; toto rozlišení může teoreticky i prakticky obstát, aniž by se musela současně uplatnit všechny ona morální, estetická, ekonomická nebo jiná rozlišení. Politický nepřítel nemusí být morálně zlý, nemusí být esteticky ošklivý; nemusí vystupovat jako hospodářský konkurent, a dokonce se může zdát výhodné uzavírat s ním obchody...” Autor se snaží poukázat, že klasická psychologie v kontextu Nepřítele nefunguje, nebo-li, že nepřátelé nemusí mít vždy vzhled takový, jaký bychom očekávali. *„To nic nemění na samostatnosti takových protikladů. Proto také obráceně platí: to, co je morálně zlé, esteticky ošklivé nebo ekonomicky škodlivé, nemusí proto ještě být nepřítelem; co je morálně dobré, esteticky krásné nebo ekonomicky prospěšné, nestává se ještě přítelem ve specifickém, tj. politickém smyslu slova.”*¹⁸ Tento fenomén můžeme sledovat u práce propagandistických filmů, které pracují právě s myšlenkou, že to, co je esteticky krásné nemusí být přátelské. Proto filmy, které pracují s propagandou antikomunismu, často využívají pro komunistické postavy krásné herečky, které zmatou hlavního hrdinu zejména svým vzezřením. Tyto principy jsou velice důležité pro vytváření obrazu nepřátel v rámci vizuální propagandy. Jejich znalost může být pro tvůrce i nevědomá, pokud je široce zakořeněná ve společenském mínění. To dokládá i fakt, že filmy a videohry obsahující problematický obsah jsou tvořeny svobodnými studii nikoli státními organizacemi a nejsou tedy propagandou v pravém slova smyslu. Taková díla, která pracují s nevědomou propagandou se tvoří stále i dnes. Mezi takové filmy, které pracují s vrozenými propagandistickými stereotypy bez závislosti na státním aparátu jsou například Rocky IV (1985)¹⁹, From Russia with Love (1963)²⁰, postkomunistický GoldenEye (1995)²¹ nebo Red sparrow (2018)²². Geneze nepřátel v audiovizi se opírá o proměny nepřátel v Nepřátele, o kterých P. Kotlán dále píše: *„Zcela stěžejní roli zaujímá fascinující proměna nepřítele režimu v Nepřítele. Tato proměna probíhá ve třech stupních. Nejdříve se nepřítel konkretizuje, a to na základě “protientropního” třídění, poté se explikuje jeho činnost jako ohrožení samotné existence společnosti (tj.*

¹⁸ SCHMITT, Carl, Pojem politična, text z roku 1932 s předmluvou a se třemi korolárii, Brno: OIKOYEMNH, 2007, str. 27-28

¹⁹ Rocky IV, Sylvester Stallone, USA: United Artists, 1985

²⁰ From Russia with Love, Terence Young, USA: Eon Productions, 1963

²¹ GoldenEye, Martin Campbell, USA: Eon Productions a United Artists, 1995

²² Red Sparrow, Francis Lawrence, USA: TSG Entertainment a Chernin Entertainment, 2018

*především Přítele), a nakonec je ustanoveno zničení Nepřítele.”²³ Druhý stupeň proměny můžeme přirovnat k tomu, že jsou komunistické postavy nebo postavy ze zemí bývalého komunistického vlivu často ztotožňovány s myšlenkou filmového stereotypu o padouchovi, který má nekalé úmysly s celým světem nebo jsou jednoduše dehumanizovány způsobem, kdy postavy vystupují bez emocí. Mezi takové postavy například patří postavy z filmů James Bond, výhradně *From Russia with Love* (1963) a ostatní z dříve jmenovaných filmů.*

1.4 Stereotypy

Pokud existuje společenský konsenzus na tom jak vypadá nepřítel, vytváří se stereotyp nebo archetyp pro určitý druh postavy, který má nepsaně definovaná kritéria. Tvůrci obvykle nepotřebují žádný manuál na to jak pracovat s takovým stereotypem, protože jsou s ním obeznámeni díky zkušenosti s díly z minulosti.

Film *Rocky IV* (1985) je archetypem filmů, které pracují s komunistickým stereotypem. Synopsi filmu popisuje server ČSFD takto: „*Úspěšný boxer Rocky Balboa žije nyní v ústraní se svou ženou Adrian a synkem. Boxuje jen občas, pro udržení kondice, se svým přítelem, černým boxerem Apollem Creedem. Do Spojených států přilétá amatérský mistr světa v boxu, Rus Ivan Drago, s manželkou Ludmilou a trenérem Koloffem, který chce vstoupit do světa profesionálního boxu. Výzvu k zápasu vyslyší Apollo, který předpokládá, že Rus nemůže být v boxu příliš dobrý. Exhibiční zápas Apolla s Dragem začíná ideologickým projevem Koloffa k Dragovi. Ten je zase šokovaný úvodní taneční show, již se jako zpěvák účastní i Apollo. V následném zápase dojde k tragédii: Drago ve druhém kole Apolla vyřídí a ten vzápětí umírá v rukou svého přítele. Rocky je zdrcen a vyzve Draga k zápasu sám.*” V tomto filmu lze spatřovat i americký heroismus v rámci komunikačních bojů v rámci studené války. Důležité pro tuto diplomovou práci je zejména to, že postava antagonisty Ivana Draga je silně dehumanizována aby naplňovala určitý stereotyp o komunistickém antagonistovi, který je bezcitný a vykazuje známky člověka jako stroje. Další stereotyp se týká toho, že Ivan Drago je ve filmu vystaven jako bývalý kapitán rudé armády SSSR. To je jeden z častých stereotypů, které můžeme sledovat kolem zobrazování lidí z prostředí

²³ KOTLÁN, Pavel, *Demokracie ve stínu: extremismus, terorismus, fašismus, komunismus*, Ostrava: Institut vzdělávání Sokrates, 2003, str. 21

komunistických zemí nebo zemí, které již komunistické nejsou. Postavy jsou často spojovány s armádní minulostí nebo přítomností (tento fenomén je znát zejména ve videohrách). Dalším příkladem je film *Red Sparrow* (2018), který ač se opírá o reálná fakta co se týče výcvikových center agentů v Sovětském svazu²⁴, popisuje prostředí komunistů jako lidí, kteří jsou krystalicky zlí a bezcitní. To dokládá i část synopse ze serveru ČSFD: „...stává se snadnou kořistí ruské tajné zpravodajské služby a dostává se do jejího kurzu, v němž školí „volavky“. Zde probíhá tvrdý výcvik, jehož cílem je naučit své „žákyně“, aby v roli profesionálních svůdnic využívaly své tělo a mysl jako dokonalé zbraně. Po ukončení zvráceného a sadistického tréninku je Dominika jako nejnebezpečnější volavka...” Těchto stereotypů si dnes všimá i mnoho zahraničních zpravodajských serverů, kteří často referují o stereotypech všech druhů v kinematografii. Ruský stereotyp popisuje server DW s odkazem na TVTropes.org takto: „Rusové ve filmech jsou stále dost definováni obdobím hollywoodského zobrazování studené války. Nejčastější stereotyp je „tvrdě bojující, tvrdě pijící (alkohol), mužská, hrubá a hulvátská postava. Tyto postavy často nesou hlavní tíhu utrpení během filmu, zraňují se nebo obecně vedou těžké životy.“²⁵

U ženských postav bychom mohli zmínit stereotyp, který pracuje se sváděním a sexem. Takové postavy jsou obvykle nepřiměřeně sexualizovány a jsou stavěny výhradně do role špiónek nebo jiných armádních postavení, které obvykle brání režim. Samozřejmě jsou opět obklopeny komunistickou symbolikou.

Internetový portál BBC v článku „*Hollywood stereotypes: Why are Russians the bad guys?*“ uzavírá svou stat' o tom, že Rusové pomalu začínají mizet z pozic padouchů, protože nemají základ v reálném světě. „*Problém je v tom, že žádný z padouchů v dnešních filmech nemá takovou váhu jako ty z dob minulých. Během studené války, zvláště během dramatických časů, jako byla kubánská raketová krize, byl ruský padouch na obrazovce mnohem hrozivější, protože diváci věděli, že americká a sovětská centra řízení odpalování jaderných raket jsou připravena jít do války. Naštěstí se tento druh bezprostřední jaderné hrozby zmenšil, ale v důsledku toho naše darebáky zneškodnil.*

²⁴ Česko-Slovenská filmová databáze, *Rocky IV*, 1985, [online] Dostupné z: <https://www.csfd.cz/film/8662-rocky-iv/prehled/>

²⁵ DW, What Hollywood movies do to perpetuate racial stereotypes, [online] dostupné z: <https://www.dw.com/en/hollywood-movies-stereotypes-prejudice-data-analysis/a-47561660>

Budeme si muset vystačit s environmentálními nepřáteli a všeobecnou hrozbou teroru, dokud Hollywood v záblesku inspirace znovu neobjeví filmového superpadoucha. Nebo nedej bože, geopolitika v reálném světě nám dá nepřítele s dostatečnou bezprostřední vymazávací silou, takže postava reprezentující tuto zemi náhle získá zlověstnou aktuální rezonanci."²⁶ Jakmile strana, která byla dříve označena za Nepřítele zmizí, nebo se její vliv jednoduše rozplyne v rámci politické prohry, přestane její antagonismus a strach z ní účinkovat na široké publikum. C. Schmitt dále upřesňuje ve své knize, že označení Nepřítel, kteří již neexistují přestávají dávat smysl. „*Za prvé, veškeré politické pojmy, představy a slova mají polemický smysl; mají na zřeteli nějaký konkrétní antagonismus, jsou vázány na nějakou konkrétní situaci, jejímž posledním důsledkem (válkou nebo revolucí se projevující) seskupení přítel-nepřítel, a jakmile tato situace zanikne, stávají se prázdnými a příznačnými abstrakcemi. Taková slova jako stát (...) jsou nesrozumitelná, jestliže nevíme, koho se takové slovo in concreto týká, proti komu má bojovat, co má negovat nebo vyvrátit.*"²⁷ Poté co se předpokládá konec zobrazování Rusů a ostatních postkomunistických etnik jako antagonistů, přichází disreprezentační přístup k těmto etnikám nebo romantizace symbolu, které symbolizují násilný komunistický režim.

1.5 Romantizace komunistických symbolů

Od této části se diplomová práce bude zabývat zejména videohrami. Největší rozmach videoherního průmyslu nastal až po konci studené války, tedy videohry s komunistickou symbolikou pracovaly zejména s prvky historie, nikoli něčím co má reálný a stále aktivní základ. Z toho důvodu se videohry často uchýlovaly k romantickému vykládání těchto symbolů a stavěly symboly komunismu do romantické pozice. Tuto skutečnost můžeme pozorovat i v komparaci, jak se v médiích nakládá s hákovým křížem.

²⁶ BBC, Hollywood stereotypes: Why are Russians the bad guys? [online] dostupné z: <https://www.bbc.com/culture/article/20141106-why-are-russians-always-bad-guys>

²⁷ SCHMITT, Carl, Pojem politična, text z roku 1932 s předmlouvou a se třemi korolárii, Brno: OIKOYEMNH, 2007, str. 30-31

Nejznámější herní tituly, které se zabývají historickou tematikou v žánru FPS²⁸ videoher jsou *Battlefield* od společnosti Electronic Arts a *Call of Duty* od společnosti Activision, respektive pro tento výzkum *Battlefield V* (2018), *Call of Duty WW2* (2017) a *Call of Duty Black Ops Cold War* (2020). Na těchto třech titulech můžeme pozorovat různorodý přístup k symbolice nacismu a komunismu.

1.5.1 Battlefield V a Call of Duty WW2

Videohra *Battlefield V* je (ve svém *multiplayerovém*²⁹ módu) zasazena do období druhé světové války a odehrává se na evropském kontinentu a v Pacifiku. Hráč může hrát pouze za dvě frakce, které jsou ve hře pojmenovány jako *spojenci* a *osa*. Ve videohře postavy mluví jazykem, který byl zastoupen u jedné ze stran, tedy pokud hrajeme za osu v Evropě, hrajeme za německá vojska a postavy mluví německy. Nicméně herní studio na svých webových stránkách³⁰, které se této hře přímo věnují, nijak nezmiňují přímo národy, za které může hráč hrát. Dále se přímo ve videohře setkáváme s tím, že symbolika nacistického Německa je vyměněna za vývojáři poupravenou symboliku Německé říše z let 1871-1918.



Tato konfigurovaná vlajka ve videohře tedy zastupuje evropskou část osy, respektive Německo. Fenomén skrývání nebo upravování nacistických symbolů můžeme vidět i ve hře *Call of Duty WW2*, která se odehrává za druhé světové války. Tato videohra není

²⁸ First person shooter (FPS) je žánr videoher kde hráč hraje z pohledu první osoby a kde jsou primárně užívány zbraně k porážení nepřátel. Wikipedia, Glossary of video game terms [online] dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Glossary_of_video_game_terms#S

²⁹ Herní mód pro více hráčů.

³⁰ EA, *Battlefield V* [online] dostupné z: <https://www.ea.com/cs-cz/games/battlefield/battlefield-5>

tak váhavá a vyhýbavá jako Battlefield V, když v malé míře zobrazuje nacistické symboly. Nicméně se videohra snaží symboliku potlačovat v místech kde není potřeba. Příkladem je část hry s názvem *Liberation* kde můžeme vidět vlajky nacistického Německa s nacistickou symbolikou na budovách. Na knížce a pásce přes ruku již svastiku nevidíme.

Na těchto dvou příkladech můžeme pozorovat jak se s nacistickými symboly pracuje v masově prodávaných videohrách, které mají milionová publika. Předpoklad, že jsou symboly nacismu zobrazovány jinak než ty socialistické vychází z toho, že symboly nacismu jsou zákonem limitované a definované, zatímco symboly socialismu nejsou nijak zákonem zatíženy, tedy nejsou ani mentálně brány jako závadné a jsou obvykle brány na lehkou váhu.



1.5.2 Call of Duty Black Ops Cold War

Důvod proč bychom se měli začít zabývat romantickými přístupy k symbolům sovětského svazu, které zajisté stále diskreditují naši pověst, dokládá právě to jak je se symboly nakládáno, i přes fakt, že symbolizují násilí.

Například ve videohře Call of Duty Black Ops Cold War, která je zasazena do období studené války v osmdesátých letech, můžeme pozorovat velice rozdílný přístup k ikonografii oproti hrám předešlým, které se snaží neromantizovat nacistické symboly. Ve hrách předešlých jsme si mohli všimnout, že symboly nacismu jsou buď cenzurovány a nahrazovány symboly jim podobnými nebo jsou užívány jen v případech kdy je to nezbytně nutné pro historický realismus. V případě symboliky Sovětského svazu

můžeme uvést nespočet příkladů, kdy je zejména hlavní symbol Sovětského svazu - srp a kladivo - nadužíván.

V části hry kdy se příběh odehrává v centrále KGB se můžeme setkat s nespočtem symbolů Sovětského svazu. Když opomeneme ty, které bychom mohli nazvat jako *nezbytně nutné* k zobrazení historického realismu, zůstanou nám symboly, které vyobrazeny být nemusely a jsou pouhým romantickým vyobrazením studené války a symbolů Sovětského svazu. Na příkladu níže si můžeme povšimnout, že srp a kladivo je vyobrazen na rudé hvězdě na čepici vojáka, na znaku Sovětského svazu na mapě, podle které se hráč orientuje ve hře, v počítačovém programu a na ciferníku u telefonu. Jak jsme mohli vidět dříve, symbolika svastiky u her zasazených do reálií druhé světové války mizí v případech jakou jsou mapy, dokumenty a jiné papírové náležitosti. Stejně tak se svastika neobjevuje na uniformách vojáků, kde by měla být pokud bychom chtěli tvořit historickou přesnost.



1.5.3 Command & Conquer: Red Alert 3

Videohra známá pod zkráceným názvem *Red alert* (Rudý poplach) je reálnímovou strategickou videohrou (RTS)³¹, která vyšla s třemi díly a to v letech 1996, 2000 a 2008. Hry jsou dnes vyvíjeny a vlastněny studiem Electronic Arts. Tato videohra je zasazena do období studené války a parodickým způsobem definuje potenciální smyšlenou válku mezi spojenci (pravděpodobně jsou tím myšleny státy NATO), Sovětským svazem a v posledním díle také Říší vycházejícího slunce (tím je myšleno

³¹ Realtime-strategy (RTS) je žánr videoher kde hráč kontroluje jednu nebo více jednotek v reálném čase v boji proti člověku nebo počítači. Wikipedia, Glossary of video game terms [online] dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Glossary_of_video_game_terms#S

Japonsko). Hráč má na výběr hrát buď za spojence, Sovětský svaz nebo Říši vycházejícího slunce. Cílem hráče je porazit protistranu strategickými postupy za užití vojsk, které mají obvykle fantastický nebo jinak smyšlený technologický vývoj.

Ve hře jsou užívané nejrůznější stereotypy kolem studené války a celá videohra se snaží absurdním a parodickým způsobem vyobrazovat pokračování studené války vtipnými prvky. Mezi tyto prvky například patří ozbrojení medvědi, delfini nebo na stereotypech založené sovětské špiónky. Pokud si hráč zvolí hrát za Sovětský svaz, je celou hrou doprovázen hlasovými doprovody přímo od postav ze hry, které mají silný východoevropský přízvuk. Často k němu promlouvají přímo sověští generálové skrze videohovor, který je vytvořen přímo herci, nikoli počítačovou grafikou.

Třetí díl videohry Red Alert vychází společně se svými vizuálními prvky jako krystalický příklad romantizace Sovětských symbolů a jejich zbytečného nadužívání. Hra nešetří rudými prvky, rudými hvězdami a symbolem srpů a kladiva. Níže na obrazové příloze můžeme vidět použitý vizuální materiál, který sloužil jednak pro obal fyzického nosiče videohry a posléze slouží jako vizuál videohry na webových stránkách Electronic Arts. Tvůrci využívají nejen symboliku komunismu, ale také pracují se stereotypy kolem medvědů, kteří jsou spojeni s Ruskem a stereotypy kolem sovětských špiónek, které jsou obvykle sexualizovány společně s armádními motivy.

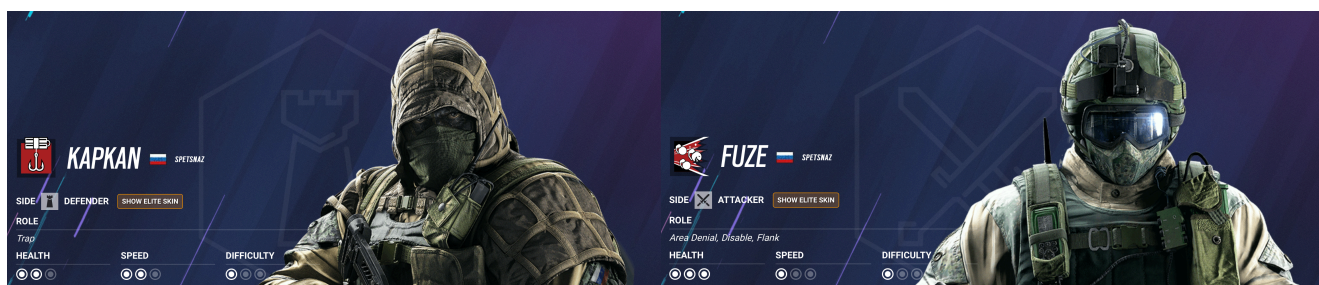


1.5.4 Tom Clancy's Rainbow Six Siege

Mezi další videohry, ve kterých se vyskytuje romantické vyobrazování symbolů Sovětského svazu patří FPS videohra Tom Clancy's Rainbow Six Siege od společnosti Ubisoft. Videohra vychází z knižní předlohy amerického autora Toma Clancyho *Rainbow Six* vydané v roce 1998. „Knižní předloha je román a vojenský thriller pojednávající o době po skončení studené války, kdy je terorismus považován za největší hrozbu západní civilizaci. Proto se členské země NATO rozhodly vytvořit mezinárodní protiteroristickou jednotku, vycvičenou k samé dokonalosti a vyzbrojenou nejmodernější technikou západního světa.”³²

Videohra se hraje na týmy, přičemž je vždy jedna strana útočící a druhá obranná. Útočící jsou zpravidla agenti z řad protiteroristických jednotek a strana bránící je uskupená z řad teroristů. Hráč si tedy přímo vybírá určitou postavu za kterou chce hrát z řad 63 protiteroristických jednotek nebo 32 teroristů, podle toho za kterou stranu zrovna hraje.

Ve hře má hráč možnost si vybrat ze dvou operátorů³³, kteří jsou ruského původu a mají problematický obsah co se týče romantizace sovětských symbolů ve videohře. Oprátoři *Fuze* a *Kapkan* mají při základním zvolení skinu³⁴ obyčejný vojenský vzhled. Viz obrazová příloha níže:



35

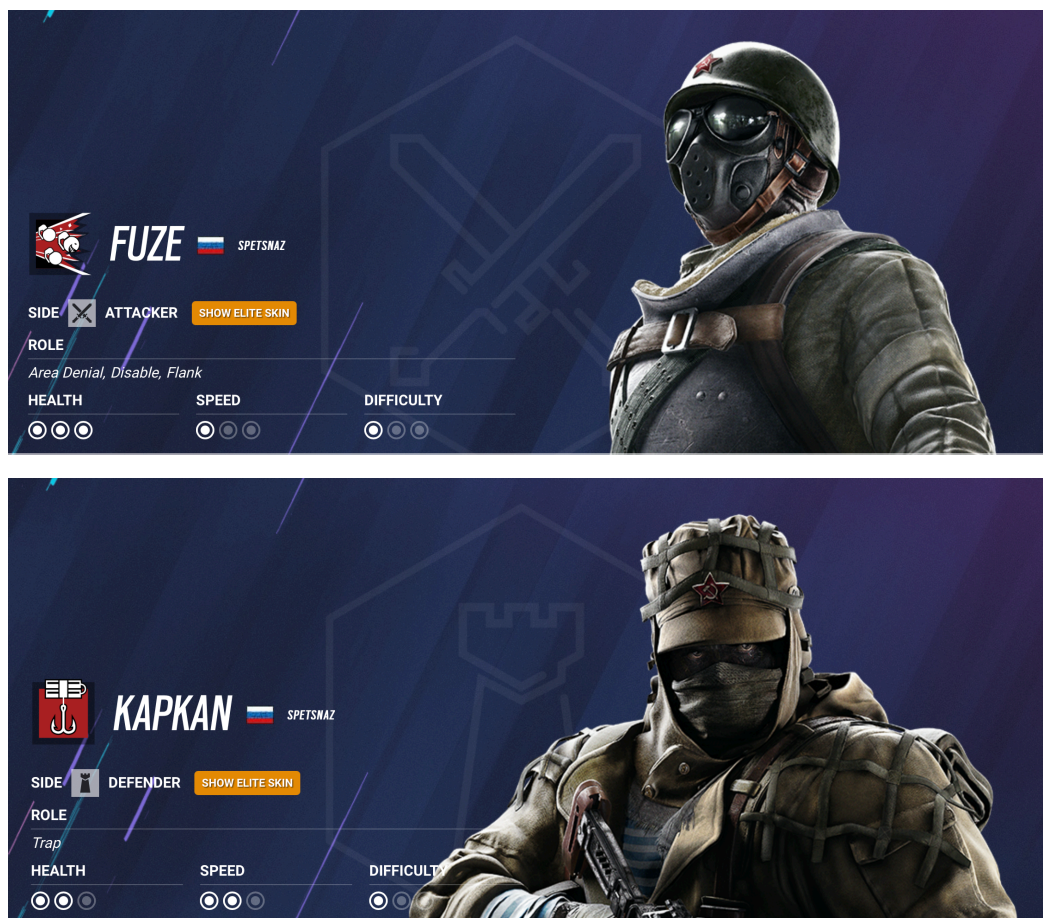
³² Databáze knih, Duhová šestka [online] Dostupné z: <https://www.databazeknih.cz/knihy/jack-ryan-duhova-sestka-1630>

³³ Takto jsou herní postavy nazývány přímo ve hře.

³⁴ Skin je možnost přizpůsobení herního postavy nebo vybavení hráče, které mění jeho vzhled. To umožňuje hráčům zobrazovat vzácné úspěchy nebo vysokou úroveň dovedností. Wikipedia, Glossary of video game terms [online] dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Glossary_of_video_game_terms#S

³⁵ Obrazová příloha <https://www.ubisoft.com/en-gb/game/rainbow-six/siege/game-info/operators>

Pokud hráč zvolí tzv. elitní skin³⁶, který je možné přímo zhlédnout na webových stránkách výrobce videohry, zjistí, že jsou skiny opatřené sovětskou symbolikou.



Na obrazové příloze³⁷ můžeme vidět u obou postav vyobrazený srp a kladivo na čepici a helmě. Problematické je zejména to, že je tento vzhled označen jako *elitní*, tedy něco co je víc než základní skin a také, že tento skin postavy může hráč získat jedinež zakoupením za reálné peníze vložené do hry. Elitní skiny jsou pro hráče důležité zejména v rámci vnitřní herní nonverbální komunikace, kdy dokazují ostatním, že mají v určité hře nahráno dost hodin, aby si mohli zakoupit nebo jinak získat daný skin.

³⁶ Přívlástek *elitní* se užívá v herní terminologii pro vyšší kategorii. Můžeme se také setkat s výrazy jako *epický*, *legendární*, *vzácný* (*rare*)

³⁷ Obrazová příloha: Ubisoft, Operators [online] dostupné z: <https://www.ubisoft.com/en-gb/game/rainbow-six/siege/game-info/operators>

1.5.5 Smite

Videohra Smite od společnosti Hi-Rez studios z roku 2012 je *multiplayer online battle arena* (MOBA)³⁸, kde hráči mají možnost hrát za postavy představující bohy ze světové mytologie, respektive babylónské, keltské, čínské, egyptské, řecké, hindu, japonské, severské, polynéské, slovanské a yoruba. Hráči jsou uskupeni do dvou týmů proti sobě bojující o dominanci na herní mapě. Hra se ukončuje poražením jedné ze stran tím, že je její základna dobytá.

Stejně jako u Tom Clancy's Rainbow Six Siege zde mají hráči možnost nakupovat skiny pro své bohy. Můžou nakoupit virtuální měnu za reálné peníze nebo ji získat hraním hry. Oproti Tom Clancy's Rainbow Six Siege zde mají postavy bohů více než jeden skin navíc, tedy hráči mají větší výběr skinů pro své diferencování ve virtuálním světě.

Pro tento výzkum je důležitá postava Atény, kterou můžeme vidět v obrazové příloze se svým originálním skinem *Standard Athena*, který má každý kdo odemkne tuto postavu. Následně skin s názvem *Classic Athena* nebo exkluzivní skin *Mystic Guardian*.



39

Skiny pro postavy mají tedy široké pole záběru co se týče stylu aby zaujaly co nejvíce typů hráčů. Postava bohyně Atény má mezi svými skiny také jeden skin s přímým

³⁸ MOBA je subžánr strategických videoher, oproti RTS videohram hrají hráči za jednu postavu. HP, Video Game Genres: Everything You Need to Know [online] dostupné z: <https://www.hp.com/us-en/shop/tech-takes/video-game-genres>

³⁹ Obrazová příloha: Smite, Athena [online] dostupné z: <https://www.smitegame.com/gods/athena>

odkazem na Sovětský svaz a druhý s pouhým náznakem tohoto odkazu, protože neuzivá nadále rudou barvu, ale způsob vyobrazení zůstává stejný. První skin se jmenuje *Red star*, přímo odkazující na rudou hvězdu symbolizující Sovětský svaz. Tento skin vyobrazuje bohyni Aténu jako postavu rudoarmějské vojákyně nebo vojenské zpravodajky v sexualizované formě stejně jako tomu bylo u postavy ve hře *Red Alert 3*. Postava stojí v heroické póze obklopena rudými prapory, které jsou často zobrazovány právě na plakátech komunistické vnitřní propagandy. Druhý se jmenuje *Winter Olympian*. Druhý skin vyšel k oslavě zimních olympijských her v roce 2014 v ruské Soči. Na svém oficiálním facebookovém profilu uvádí profil videohry *Smite*: „*Oslavte zimní olympijské hry s námi! Aténa Olympian Skin je dostupná pouze do příštího pondělí.*”⁴⁰ Tento text dále doplňuje reklamní sdělení, na kterém je „olympijská” Aténa vyobrazena společně se sdělením, které je psáno druhem písma, připomínající komunistickou typografii a cyrilici. V textu se nachází také slovo “comrades”, v češtině přeložené jako “soudruzi”. Některá z písmen jsou otočená zrcadlově aby připomínala právě písmena z cyrilice. Tímto skinem tedy výrobci přímo propojují sovětský odkaz s moderním Ruskem.



⁴⁰ Facebook, Smitegame [online] dostupné z: <https://www.facebook.com/smitegame/photos/celebrate-the-winter-olympics-with-us-athena-olympian-skin-is-only-available-unt/707513189268780/>

1.6 Disreprezentace Slovanů a jejich ornamentu

Postavení lidí pocházejících z východní Evropy v mediálním světě je řídké a někdy neexistující. Pokud se soustředíme na výzkum postav, které nejsou zobrazovány v kontextu komunismu a jeho symboliky, zjistíme, že folklórní zobrazování a práce s původním ornamentem, který je typický pro slovanské etnikum, téměř neexistuje. Důležité pro studium disreprezentace je fakt, že jiné kultury se skrze své známé pozitivní stereotypy do masových médií dostávají.

1.6.1 Inkluze v masmédiích

V dnešní době zažívá filmový a herní průmysl, který do jisté míry přímo z něj vychází, inkluzivní tendence, kdy začínají být minority nebo zástupci určitých společenských skupin častěji zastupováni než kdy dřív. Časté termíny, které jsou užívány s těmito trendy jsou zejména *diverzita* a *inkluze*. Nejčastěji se mluví o zastoupení žen, lidí zastupující skupinu *People of color*⁴¹, sexuálních menšin, národních menšin (v závislosti na zemi původu videohry nebo filmu) nebo například lidí, kteří jsou tělesně postiženi. Hlavním důvodem pro tento nový fenomén není postupná liberalizace společnosti, nýbrž vytvoření tzv. „it looks like me“ momentu⁴² pro recipienty daných médií. Herní a filmová studia jsou si tohoto fenoménu vědomá a snaží se implementovat do svých produktů takové postavy nebo prostředí, které budou reprezentovat samotné hráče či diváky a následně v nich budou vzbuzovat dojem, že je jejich kultura, etnikum nebo jiné společenské postavení zastoupeno.

Deník *the Guardian* vydal v roce 2017 článek s rozhovorem na toto téma s Katie Stone Perez, ředitelkou programového managementu společnost Microsoft v divizi ID@Xbox specializující se na podporu nezávislých vývojářů videoher. Autor v článku píše zejména o tom, proč je tak důležité se zabývat reprezentací ve videohrách a jak nám videohry mohou pomáhat v řešení společenských problémů: „*Reprezentace není jen*

⁴¹ *People of Color* je termín užívaný obzvláště ve Spojených státech amerických. Představuje rasové skupiny, které se identifikují jinak než jako příslušníci bílé rasy nebo evropského původu. Law insider, People of Color definition [online] dostupné z: <https://www.lawinsider.com/dictionary/people-of-color>

⁴² The Guardian, Why diversity matters in the modern video games industry [online] dostupné z: <https://www.theguardian.com/technology/2017/jul/18/diversity-video-games-industry-playstation-xbox>

horké téma, není to intelektuální argument. Jako otec syna s autistickým spektrem to vidím každý den – vidím, jak se moje dítě více cítí samo se sebou a s ostatními dětmi prostřednictvím her. Téměř vše ostatní v jeho životě je emocionální boj – hry jsou jeho domovem. Dříve mi hry umožňovaly prozkoumat sexualitu a pohlaví v době, kdy jsem zpochybňoval obojí; Stále mám otázky, které nedokážu vyjádřit, a hry stále pomáhají. Na to bychom měli myslet vždy, pokud nám záleží na lidech kolem nás. Být zastoupen v médiích vám dává pocit, že jste si toho všimli, dává vám to svobodu, znamená to, že mezi vámi a tvůrci probíhá dialog.” Dále autor popisuje důvody, proč se některé tendence o lepší reprezentaci v médiích setkávají s negativními reakcemi ze strany veřejnosti, která již je reprezentována. *„Když lidé odmítají reprezentaci jako politický výstřelek, jako vnucování tvůrčímu procesu, jako prostředek k odškrtávání seznamů, téměř vždy to dělají z pozice privilegia. Argument, že není důležité pohlaví, etnická příslušnost nebo fyzické schopnosti postavy, ale to, zda jsou napsané dobře a je zábavné je hrát, je snazší, pokud už vás pohodlně reprezentují. Je snadné předpokládat, že vaše zkušenost je univerzální. ale není.”* Autor popisuje okamžik kdy Perezovou potkal přímo na herním veletrhu E3⁴³ v Los Angeles. *„Perezová říká, že postoj Xboxu to odráží. „Jako dívka, která vyrůstala při hrách, jsem nikdy nechápala, proč musím hrát za kluka?” dále říká. „Ale stále jsem bílá, heterosexuální žena, která se vidí v našich médiích a kultuře – v naší společnosti je tolik lidí, kteří toto zastoupení nemají. Je důležité, aby se cítili více zahrnuti do obsahu, který tvoříme – a součástí toho je zajistit, aby pracovali v týmu, aby tyto konverzace probíhaly.”* Autor dále pokračuje popisem události E3 s návazností na téma. *„Venku stáli mladí lidé ve frontě celé hodiny, aby si mohli zahrát pár okamžiků s nejnovějším titulem ze série, kterou milují. Určitě to nemůže být nic jiného než uspokojení dostat se na konec té řady, vzít si ovladač a pak vidět na obrazovce někoho, kdo vypadá jako vy, chová se jako vy nebo vypadá tak, jak chcete být. Eskapismus⁴⁴ je krásný, ale reprezentace je intimní a osobní – je to spojení*

⁴³ Electronic Entertainment Expo, běžně nazývané E3, je každoroční veletrh zaměřený na videoherní průmysl. Wikipedia, Electronic Entertainment Expo [online] dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Electronic_Entertainment_Expo

⁴⁴ Eskapismus je pojem, který se používá zejména v mediálních studiích a teorii masové komunikace, kde znamená fantazijní únik do imaginárních světů, především pak mediálních. Wikipedia, Eskapismus [online] Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Eskapismus>

mezi vámi a kulturními světy, které prozkoumáváte. Videohry hrají zásadní roli v tom, že nám pomáhají utvářet pocit sebe sama, protože jsou všudypřítomné a mocné."⁴⁵

Nicméně hráči a diváci nechtějí být zastoupeni pouze tím, že taková postava existuje, ale chtějí být zastoupeni v pozitivním smyslu aby mohli být do jisté míry „hrdí“.

Opakem takového zastoupení je právě stereotypní vyobrazování, které je často kritizováno ze strany zpravodajství, které mluví o rostoucí diverzitě, ale upozorňují na fakt, že některé ze skupin často zastupují role, které jsou negativní, například, že hispánci jsou v americké produkci často vyobrazeni jako nedávní přistěhovalci a kriminálníci.⁴⁶

Pro východoevropské publikum může takovým negativním zastoupením být videohra Grand Theft Auto IV (2008) od společnosti Rockstar games, kde je hlavním protagonistou Niko Bellić, pocházející z bývalé Jugoslávie. Vydavatel videohry na svých webových stránkách přikládá popis hry takto: „*Co dnes znamená Americký sen? Pro Niko Belliće, čerstvě vysazeného z lodi z Evropy, je to naděje, že může uniknout své minulosti. Pro jeho bratrance Romana je to vize, že společně mohou najít štěstí v Liberty City, bráně do země příležitostí. Když sklouznou do dluhů a jsou zavlčeni do zločineckého podsvětí řadou stydlivců, zlodějů a sociopatů, zjišťují, že realita je velmi odlišná od snu ve městě, které uctívá peníze a postavení a je nebem pro ty, kteří mají a žijoucí noční můrou pro ty, kteří ne.*“⁴⁷ Tato postava je vyobrazením kriminálního, který přichází do smyšleného města ve Spojených státech dál páchat zločiny. Jako úvodní znělku má tato videohra skladbu od skladatele Michaela Huntera s názvem “Soviet connection” - česky: Sovětské propojení.⁴⁸

⁴⁵ The Guardian, Why diversity matters in the modern video games industry [online] dostupné z: <https://www.theguardian.com/technology/2017/jul/18/diversity-video-games-industry-playstation-xbox>

⁴⁶ Though Co., Persistent Racial Stereotypes in TV Shows and Movies [online] dostupné z: <https://www.thoughtco.com/common-racial-stereotypes-in-movies-television-2834718>

⁴⁷ Rockstar games, Grand Theft Auto IV [online] dostupné z: <https://www.rockstargames.com/games/IV>

⁴⁸ GTA Wiki, Grand Theft Auto IV [online] dostupné z: https://gta.fandom.com/wiki/Grand_Theft_Auto_IV#Theme

1.6.2 Coco

Filmové studio Pixar, které se zaměřuje primárně na trojrozměrnou počítačovou grafiku ve filmu často pracuje s národními ornamenty za účelem přiblížení vzdálených kultur svým americkým divákům. Mezi takové snímky patří například Coco (2017)⁴⁹, který pracuje s prvky mexické kultury, Luca (2021)⁵⁰, který pracuje s prvky italské kultury a Ratatouille (2007)⁵¹, který pracuje s prvky francouzské kultury.

Příkladem pro úspěšné implementování diverzity a edukace kolem rozdílných kultur a jejich ornamentu přinesl zejména snímek Coco (2017) pojednávající o mexickém svátku Dia de los Muertos⁵², který utržil tržby v hodnotě 807 milionů amerických dolarů⁵³. Lee Unkrich, režisér tohoto filmu, pro magazín *Hollywood reporter* uvedl: „*Museli jsme předpokládat, že velké procento publika neví, co je Dia de los Muertos,*“ říká Unkrich, „*takže jsme museli informace o (mexických) oslavách sdělit organicky, ne přednáškou.*“⁵⁴ Film je poloviční muzikál, ve kterém zazní - díky filmu - dnes již velice známé skladby, které doplňují nejen příběh, ale svým hudebním naladěním utváří kulturní obraz Mexika. Herec Gael García Bernal, který obsadil jednu z rolí a také zpívá v některých písních, které přímo ve filmu hrají, popsal pro stejný magazín své zkušenosti, když dostal nabídku přijmout roli ve filmu, který bude pojednávat o zemi jeho původu. „*Zavedli mě do místnosti, která byla odshora dolů na všech čtyřech stěnách pokrytá mexickou ikonografií a obrazy ze Dne mrtvých (Dia de los Muertos) a kresbami a náčrty postav, Obecně mě to dojalo, protože právě v tu chvíli jsem poznal, že Pixar, společnost s tak globálním dosahem, bude vyprávět příběh o nás, o latinské kultuře – to není maličkost. Nakonec je to kus zábavy, ale nelze popřít, že to bude mít globální ohlas, pokud jde nejen o oslavu naší jedinečnosti jako kultury, ale také o*

⁴⁹ Coco, Lee Unkrich, USA: Walt Disney Pictures a Pixar Animation Studios, 2017

⁵⁰ Luca, Enrico Casarosa, USA: Walt Disney Pictures a Pixar Animation Studios, 2021

⁵¹ Ratatouille, Brad Bird, USA: Walt Disney Pictures a Pixar Animation Studios, 2007

⁵² Den mrtvých (španělsky Día de Muertos, Día de los Muertos nebo Día de Todos Santos „Den Všech svatých“) je mexický svátek mrtvých spadající na katolické oslavy Všech svatých a Svátku zesnulých slavený od večera 31. října do 2. listopadu. Wikipedia, Den mrtvých (svátek) [online] dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Den_mrtvých_\(svátek\)](https://cs.wikipedia.org/wiki/Den_mrtvých_(svátek))

⁵³ Box office mojo, Coco [online] dostupné z: <https://www.boxofficemojo.com/release/r13983050241/>

⁵⁴ The Hollywood reporter, ‘Coco’: How Pixar Brought Its “Day of the Dead” Story to Life [online] dostupné z: <https://www.hollywoodreporter.com/movies/movie-features/coco-how-pixar-brought-day-dead-story-life-1065932/>

zdůraznění toho, že jsme si více podobní než jsme rozdílní.”⁵⁵ Příklad práce s mexickou kulturní ikonografií můžeme vidět přímo v logu pro film (níže obrazová příloha) a následně na webových stránkách, které pojednávají o výrobě filmu a práci s kulturními prvky.⁵⁶



1.6.3 Chybějící slovanský ornament ve hře Apex Legends

Pro následující výzkum disreprezentace slovanského ornamentu jsem zvolil hru Apex Legends, z hlediska implementace výzkumu do praktické části diplomové práce v kapitole 3. Jeden z důvodů volby této videohry je, mimo její silný důraz na diverzitu, fakt, že se jedná o novou a populární AAA⁵⁷ videohru na trhu.

Apex Legends je *free to play*⁵⁸ multiplayerová hra typu *battle royale*⁵⁹. Vydavatelem je společnost Electronic Arts, vývojářským studiem, které tuto hru vytvořilo, je Respawn Entertainment.⁶⁰ Apex Legends patří do série *Titanfall*. Překonala 25 milionů⁶¹

⁵⁵ The Hollywood reporter, Gael García Bernal Talks About Singing in Pixar's 'Coco' [online] dostupné z: <https://www.hollywoodreporter.com/news/general-news/gael-garc-a-bernal-talks-singing-pixars-coco-1056611/>

⁵⁶ Pixar, Coco [online] dostupné z: <https://www.pixar.com/feature-films/coco>

⁵⁷ Vysokorozpočtová hra s velkým vývojovým týmem nebo herními studii, která je vyrábí. Dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Glossary_of_video_game_terms#S

⁵⁸ Hry, které ke hraní nevyžadují nákup od prodejce, ať už fyzický nebo digitální. Wikipedia, Glossary of video game terms [online] dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Glossary_of_video_game_terms#S

⁵⁹ Žánr videohry, který spojuje prvky her o přežití s hratelností posledního muže. Hráči hledají vybavení a zároveň eliminují konkurenty ve zmenšující se bezpečné zóně. Obvykle je zapojeno mnohem více hráčů než v jiných typech her pro více hráčů. Dostupné z: *ibid*

⁶⁰ Wikipedia, Apex Legends [online] dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Apex_Legends

⁶¹ The Verge, Apex Legends has hit 25 million players after one week [online] dostupné z: <https://www.theverge.com/2019/2/11/18221014/apex-legends-25-million-player-milestone-respawn-battle-royale-ea>

registrovaných hráčů za pouhý týden od svého vydání a 50 milionů⁶² za první měsíc od svého vydání. V dubnu roku 2021 hra překonala hranici 100 milionů⁶³ hráčů.

Videohra je vsazená do vzdálené budoucnosti ve stylu literárního žánru Sci-fi. Příběh se odehrává v našem universu, ale planeta Země není nijak výrazně zmiňována. Apex Legends je volné pokračování příběhu populární hry Titanfall. Apex Legends se zaměřuje na příběhy různých postav, které se účastní tzv. Apex Games, velmi populárního, televizního krvavého sportu, který vlastní tajemný Mercenary Syndicate a spravuje jeho Apex Games Commission v čele s Kubenem Bliskem.⁶⁴

Oproti ostatním battle royale videohram, hra nabízí možnost vybírat si tzv. *legendy*⁶⁵, přičemž jsou všechny unikátní jak svým vzhledem tak svými schopnostmi, které hrají důležitou roli při strategickém rozhodování. Dnes (na jaře 2022) si může hráč vybrat z 20 různých legend, za které chce hrát. Legendy vycházejí zpravidla jednou za 3 měsíce a to v rámci nové *sezony*⁶⁶. Videohra Apex Legends se silně zaměřuje na otázku diversity u svých legend a to dokládá i fakt, že je podle studií shledávána nejrozmanitější videohrou.⁶⁷



⁶² EA, Thank you legends! [online] dostupné z: <https://www.ea.com/news/apex-legends-50-million-players?isLocalized=true>

⁶³ VG247, Apex Legends now has over 100 million players, teases a big reveal next week [online] dostupné z: <https://www.vg247.com/apex-legends-100-million-players-reveal-teaser>

⁶⁴ Apex legends wiki, Lore [online] dostupné z: <https://apexlegends.fandom.com/wiki/Lore>

⁶⁵ Takto hra nazývá postavy, za které může hráč hrát.

⁶⁶ Konečné časové období v masivní online hře pro více hráčů, ve které je k dispozici nový obsah, jako jsou témata, pravidla, režimy atd., který někdy nahrazuje dřívější časově omezený obsah. Wikipedia, Glossary of video game terms [online] dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Glossary_of_video_game_terms#S

⁶⁷ Diamond lobby, Diversity in Gaming Report: An Analysis of Diversity in Video Game Characters [online] dostupné z: <https://diamondlobby.com/geeky-stuff/diversity-in-gaming/>

Co se týče pohlavního rozložení, 50% z dostupných legend jsou ženy. V druhé polovině jsou mužské postavy s tím rozdílem, že jedna postava je ve hře identifikována jako neidentifikovatelná jak v rámci rasy tak pohlaví a druhá je postava robota (Pathfinder), u kterého můžeme předpokládat pohlaví skrze herce, který ho pro hru dabuje. Ve hře dále vystupuje postava Gibraltar, která se hlásí k homosexuální orientaci. Hra je také rasově diverzifikovaná kdy ze všech humanoidních postav můžeme mluvit o osmi bílých - v tomto kontextu se často užívá *caucasian*⁶⁸ -, sedmi reprezentantech skupiny *people of color* a dvou reprezentantech východní Asie.

Ve videohře je možné zakupovat skinny pro postavy, které hráč vlastní. Skinny jsou v této hře rozděleny do čtyř kategorií: bílých (*common*), modrých (*rare*), fialových (*epic*) a zlatých (*legendary*). Stejně jako tomu je u ostatních videoher, které disponují skinny jsou tyto skinny různě vzácné a podle toho se také odvíjí jejich design. U příkladu níže můžeme vidět, že poslední skin (legendární) je ze všech nejpropracovanější, ale je také nejobtížněji dosažitelný.



Pro tuto diplomovou práci je nicméně důležité sledovat aspekt kulturní a národní identity, který se ve hře projevuje. Jelikož je hra vyrobena studii ve Spojených státech amerických, je důležité zkoumat zejména postavy, které pocházejí z odlišných kulturních zázemí nebo mluví anglickým jazykem, který je odlišný od americké angličtiny.

⁶⁸ Příslušník národů tradičně klasifikovaných jako “kavkazská” rasa, zejména těch národů, které mají světlou pleť. Dictionary, Caucasian [online] dostupné z: <https://www.dictionary.com/browse/caucasian>

Příběh videohry se neodehrává na planetě Zemi, nicméně pojednává o lidech, kteří mají na ni vazby, které jsou zřetelné například jazykem, který stále používají. Výrobce videohry těmito jazyky nechce přímo definovat přesný stát nebo národ, nýbrž esenci kultury. Například španělský jazyk zastupuje všechny španělsky mluvící hráče.

Ve hře se přímo vyskytují postavy, které mluví následujícími jazyky:

Lifeline - mluví pouze anglicky s karibským přízvukem, který má nejbližší jamajské angličtině. **Bloodhund** - mluví anglicky s nordickým přízvukem, který má nejbližší k islandskému přízvuku. To dokládá i výskyt islandského písmene (využíváno i v rámci Faerských ostrovů) „Ð“, které je možné vidět i na předmětech s názvem *holospray* (níže na příloze). **Gibraltar** - mluví anglicky s přízvukem z pacifických ostrovů. **Watson** - mluví anglicky s francouzským přízvukem. Některé z vět jsou možné vidět také na holosprayi. Tato postava říká i celé věty ve francouzštině. **Rampart** - mluví anglicky s indickým přízvukem. **Octane** - mluví anglicky se španělským přízvukem. Tato postava říká i celé věty ve španělštině. Španělština je vidět na holosprayi. **Loba** - mluví anglicky s portugalským přízvukem. Loba znamená v portugalštině *vlk*. **Crypto** - mluví anglicky s korejským přízvukem. Tato postava říká i celé věty v korejštině. Některé z vět jsou možné vidět také na holosprayi. **Sheer** - mluví anglicky s přízvukem centrální Afriky, který má nejbližší k nigerijskému přízvuku. **Horizont** - mluví anglicky se skotským přízvukem. **Maggie** - mluví anglicky s novozélandským přízvukem a používá fráze z jazyka maori. **Fuse** - mluví anglicky s australským přízvukem.



Postavy mají dále skryté nebo očividné kulturní odkazy na svůj původ. Například k postavě **Rampart** si mohou hráči odemknout legendární skiny, které mají nejen vzhled vycházející z indických tradic, ale také se jmenují například *Sari not Sari*, což je přímý odkaz na druh indického oblečení. Tento skin také obsahuje typické indické šperky, které jsou propojeny přes nos na náušnice. Tato postava má také viditelnou tečku mezi obočím, která symbolizuje tuto kulturu. Postava **Wattson** má ve svém časově omezeném skinu k vidění klasický francouzský baret. Postavu **Maggie** je možné vlastnit společně se skinem, který byl časově omezený v rámci *eventu*⁶⁹, kde má postava na obličeji známé maorské tetování. **Gibraltar** umožňuje odemknutí skinu, který představuje klasické oblečení původních obyvatel pacifických ostrovů. K této postavě je také možné zakoupit *emote*⁷⁰ s názvem *haka*, podle stejnojmenného tance. Korejská postava **Crypto** je dostupná společně se skinem, který přímo odkazuje na korejský tanec Talchum, při kterém lidé nosí masky. Tato postava má ve hře stejnou masku přes obličej. Skiny, které obsahují odkazy na svůj kulturní původ jsou přiložené níže.



Videohra Apex Legends se snaží implementovat diverzitu způsobem, který není nijak násilný pro hráče. Hráč, který si zvolí danou postavu si nemusí vůbec všimnout toho, že je daná postava nějakým způsobem spojená s nějakou kulturou. Avšak hráč, kterého postava přímo reprezentuje si takového elementu všimne okamžitě.

⁶⁹ Označení pro časově omezenou událost v rámci hry. Obvykle doprovází různé módy a časově omezená nabídka skinů a jiných produktů v rámci hry.

⁷⁰ Označení pro pohybovou akci vykonávanou postavou. Například za účelem oslavy vítězství ve hře.

2. Postavení videoher v masmediálním světě

Pro aplikaci praktické části diplomové práce je dále důležité popsat proč jsou videohry v mnoha ohledech důležitější než filmy, co se týče jejich dopadu na vnímání recipientů. Jelikož je celý průmysl kolem videoher nový a rychle se rozvíjející, je nutné pamatovat na to, že publikace, které o tomto tématu vycházejí jsou často zastaralé i přes fakt, že jsou pouze deset let staré. Nicméně nám stále dávají mnoho poznatků, které je důležité zpracovávat v rámci zkoumání tohoto odvětví. Herní teorii, někdy nazývanou jako *ludologii*⁷¹ se věnují zejména E. Aarseth, J. Juul, M. Eskelinen, I. Bogost, V. Šisler, H. Jenkins, G. Frasca, J. Švechl, D. Myers, T. Friedman, F. Mäyrä. Tito autoři často navazují na práce W. Benjamin, M. McLuhan, L. Manovich atd.

2.1 Videohry jako vědecký obor

Frans Mäyrä, profesor finské univerzity v Tampere, vedoucí a zakladatel *Tampere University Game Research Lab*⁷², uvádí k problematice ludologie, jakožto nového výzkumného pole: „*Jednoduše řečeno, čemu teď čelíme je paradox: fenomén s ohromující popularitou a sociálním dopadem nemá jasnou akademickou reflexi, žádnou odezvu na našich univerzitách, ani v našem vzdělávacím systému.*“⁷³ Přední norský ludolog Aarseth k problematice zařazení ludologie mezi výzkumné směry říká: „*Hry by se samozřejmě měly studovat také v rámci stávajících oborů, jako jsou mediální studia, sociologie a angličtina. (...) Ale hry jsou příliš důležité na to, abychom je nechali těmto oborům. (...) Stejně jako architekturu, která obsahuje dějiny umění, nelze na tento směr redukovat, herní studia by měla obsahovat mediální studia, estetiku, sociologii atd. Měla by však existovat jako nezávislá akademická struktura, protože nelze ji redukovat*

⁷¹ Ludologii lze definovat jako disciplínu, která studuje hry obecně a videohry zvláště. Termín není nový a byl dříve používán v souvislosti s neelektronickými hrami, zejména mezi komunitou deskových her. V roce 1999 jsem poukázal na nedostatek koherentní formální disciplíny, která by se zabývala hrami, jako na jeden z důvodů, proč badatelé hledali teoretické nástroje v literární a filmové teorii a naratologii. FRASCA, Gonzalo. *Simulation versus narrative: Introduction to ludology, The video game theory reader*. Routledge, 2013. s. 222.

⁷² MÄYRÄ, Frans, About me [online] dostupné z: <https://www.tuni.fi/en/frans-mayra>

⁷³ MÄYRÄ, Frans, HC4: FRANS MÄYRÄ, THE QUIET REVOLUTION: THREE THESES FOR THE FUTURE OF GAME STUDIES [online] dostupné z: <http://www.digra.org/hc4-frans-mayra-the-quiet-revolution-three-theses-for-the-future-of-game-studies/>

na nic z výše uvedeného.”⁷⁴ Je tedy nanejvýš důležité diferencovat výzkum médií tak aby byly audiovizuální díla, jako například film, odděleny od videoher. Tato média jsou sice propojena skrze některé z disciplín, které obě obsahují - například naraci a kamerové principy, avšak zásadním rozdílem je, že tradiční média jsou reprezentativní, nikoli simulační. „*Vynikají ve vytváření jak popisů vlastností, tak sekvencí událostí (vyprávění).*”⁷⁵ M. McLuhan ve své knize *Jak rozumět médiím* píše, že každé nové médium zahrnuje to předchozí,⁷⁶ což u videoher dokládají přítomné filmové principy.

Abychom mohli videohry plně pochopit, zkoumat a pracovat s nimi způsobem takovým, který bude společensky prospěšný, je nutné nastavit jejich definici a rozvíjet publikační činnost pracovníků herních studií, kteří se vývojem videoher přímo zabývají. Dále je důležité, jak předeslali autoři výše, aby se ludologie dále nedostávala do stejného výzkumného pole jako jsou mediální studia, filmová studia aj. V poslední řadě musí ludologie více pracovat s odstraňováním stereotypů, generalizací a negativních komentářů, které jsou často směřovány směrem k videohrám a jejím dopadům na lidské vnímání. Videohry se často setkávají s negativními komentáři ze strany veřejnosti, které jsou často nepodložené a pracují s demagogickou mluvou, která se snaží videohry dostat do pozice média, které pouze škodí mládeži a nic nepřináší. Mezi takové stereotypní pohledy patří zejména, že: *hráči mají sklony k násilí, hráči jsou osamělí lidé* nebo, že *hráči jsou nezdraví a obvykle obézní lidé*. Další stereotypy kolem videoher, které přímo neútočí na videohry jsou: *ženy nehrají videohry, videohry jsou jen pro děti, hry se nedají hrát profesionálně*.⁷⁷ J. Švelch ve své práci *Počítačové hry a jejich místo v mediálních studiích (2007)* cituje I. Bogosta, amerického herního designéra, který se snaží demonstrovat, že hry jsou dnes pouze zábavné a tedy nemohou obsahovat hlubší poznání. Švelch dále na toto téma píše, že zábava je subjektivní dojem, který je těžko definovatelný a pro každého osobní a unikátní. „*Diskurz počítačových her se v první řadě soustřeďuje na zábavu, což podle Bogosta představuje překážku tomu, aby*

⁷⁴ AARSETH, Espen, Computer Game Studies, Year One [online] dostupné z: <http://www.gamestudies.org/0101/editorial.html>

⁷⁵ FRASCA, Gonzalo. Simulation versus narrative: Introduction to ludology, The video game theory reader. Routledge, 2013. s. 223. ISBN 9780203700457

⁷⁶ McLUHAN, Marshall, Jak rozumět médiím, Praha: Odeon, 1991, ISBN 80-207-0296-2

⁷⁷ Twinfinite, All the Ways Video Games (and Gamers) Are Portrayed in Media [online] dostupné z: <https://twinfinite.net/2017/05/video-games-gamers-portrayed-media/>

počítačová hra poskytovala nějaké hlubší poznání, inovace a nová, závažnější témata. (...) Pojem zábavy se ovšem velmi těžko objektivně konceptualizuje, neboť jde do značné míry o subjektivní dojem, který má jedinec při určité aktivitě.”⁷⁸ Videohry nelze pouze generalizovat na zábavu, ale je nutné nad nimi přemýšlet jako nad komunikačními nástroji nebo médii, které skrývá obrovský potenciál.

2.2 Vliv videoher na společnost

Dlouho se odvětví videoher dostávalo do trivializující pozice díky své podstatě. Avšak dnes již mnoho publikací mluví v neprospěch tvrzení, která se snaží nepřikládat videohrám žádnou váhu. „Pro některé z nás už jsou počítačové hry fenoménem většího kulturního významu než třeba filmy nebo třeba sport.”⁷⁹ Vliv videoherního průmyslu lze demonstrovat na jeho tržní velikosti. „Globální herní trh byl v roce 2020 oceněn na 173,7 miliard USD a očekává se, že do roku 2026 dosáhne hodnoty 314,4 miliard USD.⁸⁰ To jsou důležitá data zejména pokud přihlédneme, že globální zábavní⁸¹ průmysl vůbec poprvé překonal hranici 100 miliard dolarů v roce 2020.⁸² Zatímco PwC⁸³ odhaduje, že severoamerický sport přinese v roce 2020 více než 75 miliard dolarů.”⁸⁴ Videohry jsou tedy statisticky vlivnější, než ostatní zábavní průmysly a tedy by se jimi měli začít více zabývat nejen pracovníci vědeckých institucí, ale zejména ty organizace, které chtějí provádět socio-kulturní změny. Například videoherní designér a ludologický výzkumník G. Frasca ve své knize *Introduction to ludology* nastiňuje možnou budoucí kooperaci politiky a videoher: „*Nebylo by divu,*

⁷⁸ ŠVELCH, Jaroslav, Počítačové hry a jejich místo v mediálních studiích, Praha: FSV UK, 2007, str. 26

⁷⁹ AARSETH, Espan, Computer Game Studies, Year One [online] Dostupné z: <http://www.gamestudies.org/0101/editorial.html>

⁸⁰ Yahoo! Finance, Global Gaming Industry to Cross \$314 Billion by 2026 - Microsoft, Nintendo, Twitch, and Activision Have All Reached New Heights in Player Investment, Helped by COVID-19 [online] dostupné z: <https://finance.yahoo.com/news/global-gaming-industry-cross-314-183000310.html>

⁸¹ V tomto smyslu je myšlen zejména filmový a televizní průmysl.

⁸² Variety, Global Entertainment Industry Surpasses \$100 Billion for the First Time Ever [online] dostupné z: <https://variety.com/2020/film/news/global-entertainment-industry-surpasses-100-billion-for-the-first-time-ever-1203529990/>

⁸³ Mezinárodní síť poradenských společností, která poskytuje auditorské, daňové a poradenské služby. Wikipedia, PricewaterhouseCoopers [online] dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/PricewaterhouseCoopers>

⁸⁴ Marketwatch, Videogames are a bigger industry than movies and North American sports combined, thanks to the pandemic [online] dostupné z: <https://www.marketwatch.com/story/videogames-are-a-bigger-industry-than-sports-and-movies-combined-thanks-to-the-pandemic-11608654990>

kdyby se politici v blízké budoucnosti pokusili své plány na daňovou či zdravotní reformu vysvětlit pomocí simulace.”⁸⁵ Tento příklad byl uveden v praxi při amerických prezidentských volbách v roce 2020. Členky amerického kongresu ze strany demokratů lákaly pozornost mladého publika v rámci kampaně, která si brala za cíl přesvědčit mladé lidi jít k volbám, tím, že si společně za přítomnosti známých *youtuberů*⁸⁶ zahrály tehdy velice populární počítačovou hru *Among us*⁸⁷. Jednou z kongresmanek byla reprezentantka za stát New York - Alexandria Ocasio-Cortez, která dále pokračovala v kampani skrze hru *Animal crossing*⁸⁸, kde přímo interagovala s voliči tím, že navštěvovala jejich ostrovy⁸⁹ a doručovala ostrovanům osobní zprávy. „*Hráči také měli příležitost vylepit na svých virtuálních předzahrádkách předvolební plakáty pro demokratického kandidáta Joea Bidena a kandidátku Kamalu Harrisovou.*”⁹⁰ Videohry se stávají polem hlavní komunikace také proto, protože podle průzkumu skupiny NPD⁹¹ si v roce 2020 alespoň jednu videohru zahráli čtyři z pěti Američanů.⁹²

Pokud navážeme zpět na Švechlův text, který cituje I. Bogostovu myšlenku, že videohry musí být pouze zábavné, můžeme uvést příklady, kdy videohry ovlivnily přímo vědecká bádání. Mezi takové příklady patří implementace reálného výzkumu do videohry *Borderlands 3* (2019)⁹³ v rámci interaktivní minihry. „*Interaktivní hra v rámci kriticky uznávaného Borderlands 3, zve hráče, aby zmapovali lidský střevní mikrobiom, aby pokročili v životně důležitých lékařských studiích a zároveň získali odměny ve hře.*

⁸⁵ FRASCA, Gonzalo. Simulation versus narrative: Introduction to ludology, The video game theory reader. Routledge, 2013. s. 226. ISBN 9780203700457

⁸⁶ Osoba, která nahrává, produkuje nebo vystupuje ve videích na webu YouTube pro sdílení videí. Lexico, Youtuber [online] dostupné z: <https://www.lexico.com/definition/youtuber>

⁸⁷ Among Us je online multiplayerová sociální dedukční hra z roku 2018 vyvinutá a publikovaná americkým herním studiem Innersloth. Wikipedia, Among us [online] dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Among_Us

⁸⁸ Animal Crossing je sociální simulační série videoher vyvinutá a publikovaná společností Nintendo. Wikipedia, Animal Crossing [online] dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Animal_Crossing

⁸⁹ Každý hráč hraje na svém ostrově, kde má také svůj modifikovatelný dům.

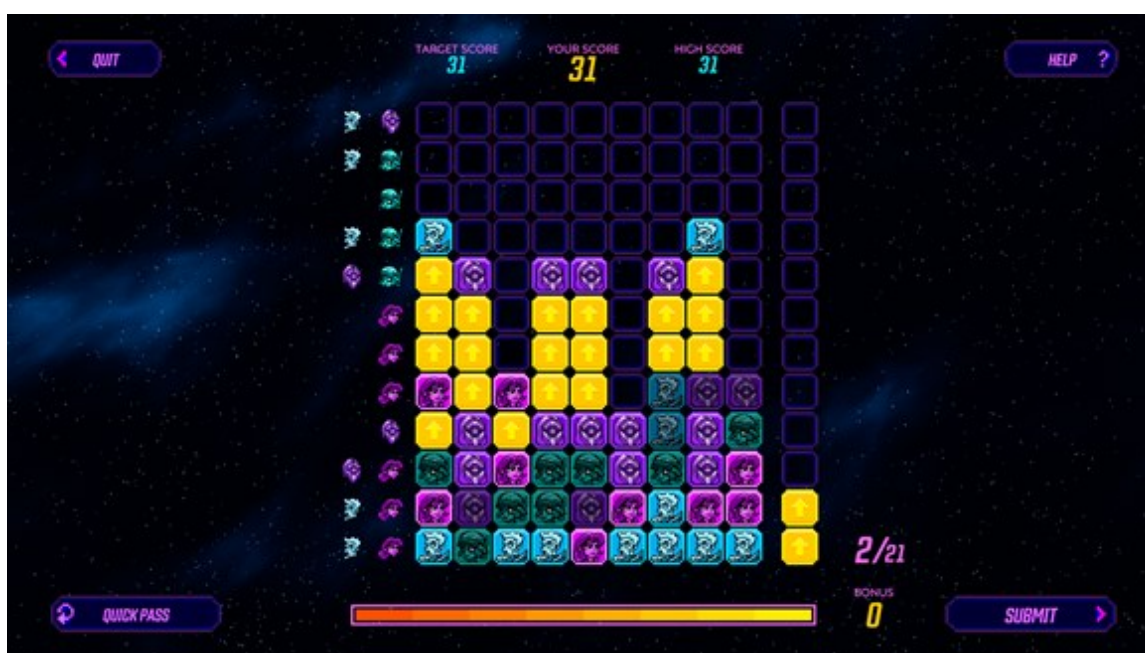
⁹⁰ DW, How politicians use video games for their own gains [online] dostupné z: <https://www.dw.com/en/how-politicians-use-video-games-for-their-own-gains/a-55286753>

⁹¹ Americká společnost pro výzkum trhu. V roce 2017 se NPD umístila jako 8. největší společnost pro výzkum trhu na světě. Wikipedia, The NPD Group [online] dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/The_NPD_Group

⁹² NPD, Four of every five U.S. consumers have played a video game in the past six months [online] dostupné z: <https://www.npd.com/news/press-releases/2020/across-all-age-groups-us-consumers-are-investing-more-of-their-entertainment-participation/>

⁹³ Borderlands 3, 2K Games, USA, 2019

Tato iniciativa je výsledkem mezinárodního partnerství s výzkumníky a vědci z McGill University, Massively Multiplayer Online Science (MMOS) a The Microsetta Initiative na UC San Diego School of Medicine. Svůj hlas projektu propůjčila hvězda Teorie velkého třesku nominovaná na Emmy a vědkyně Dr. Mayim Bialik, která pomáhá hráčům vést na jejich cestě.”⁹⁴ Složitý matematický problém byl vývojáři přetvořen do minihry podobné hrám z 80. let (viz níže příloha). Hráč se snaží co nejmenším počtem omezených kroků posouvat ikony směrem na místa kam patří.

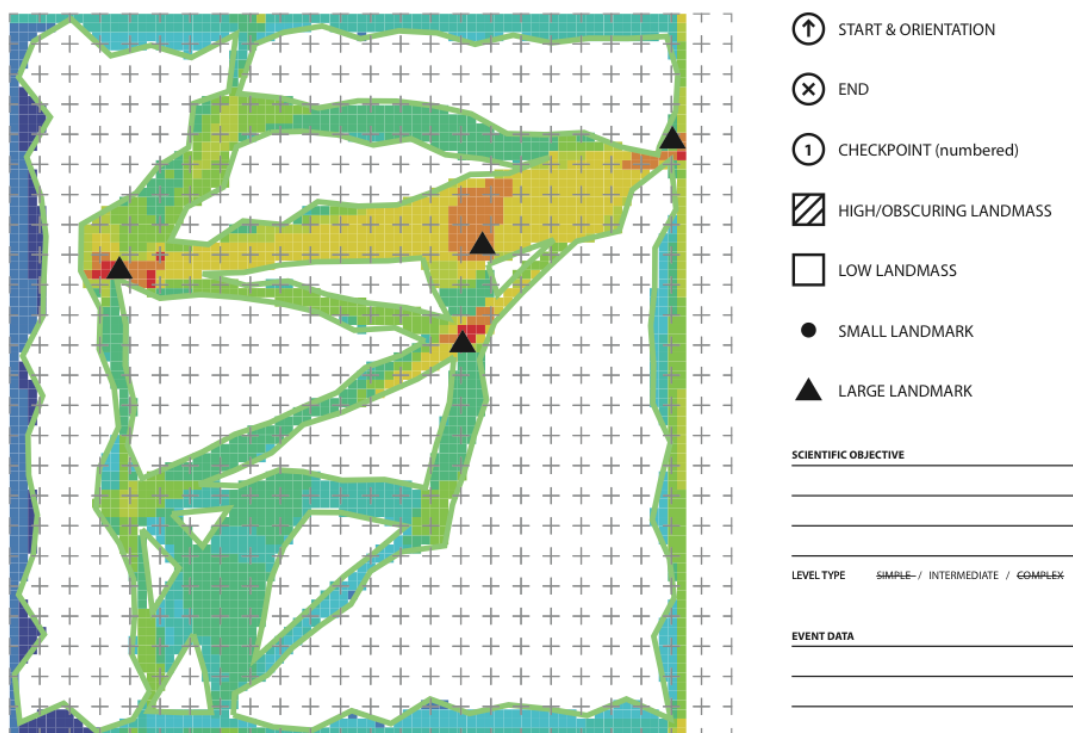


Další hra, která dopomohla vědeckému bádání, byla hra navržená primárně pro mobilní telefony od společnosti Deutsche Telekom s názvem Sea Hero Quest, která si vzala v roce 2016 za cíl studovat příčiny a zárodky Alzheimerovy choroby díky sbírání dat od hráčů. „Jen pár minut hraní určité videohry by mohlo pomoci identifikovat nejranější stádia Alzheimerovy choroby způsobem, který stávající lékařské testy nedokážou, zjistili vědci.”⁹⁵ uvádí na svém webu zpravodajský portál CNN, který odkazuje na způsob, kterým hra data sbírá. Hráč hraje za kapitána lodi a snaží se orientovat po herní mapě (bludišti) a dostat se do cíle. Pokud je dostatek hráčů, kteří mapu projeli do cíle, vznikne mapa pohybů hráčů, která indikuje podle průměrného

⁹⁴ Newsroom, BORDERLANDS® SCIENCE ENLISTS PLAYERS TO HELP ADVANCE SCIENTIFIC RESEARCH [online] dostupné z: <https://newsroom.2k.com/news/borderlands-science-enlists-players-to-help-advance-scientific-research>

⁹⁵ CNN, This video game can detect early stages of Alzheimer's better than medical tests, researchers say [online] dostupné z: <https://edition.cnn.com/2019/04/27/health/video-game-alzheimers-scen-trnd/index.html>

pohybu hráčů správnost a zdravé rozhodování v rámci navigace po mapě, tedy dokáže rozpoznat nesprávné a pravděpodobně závadné chování, které může indikovat zárodek nebo pokročilou Alzheimerovu chorobu. „*Prostorová navigace se objevuje jako kritický faktor při identifikaci preklinické Alzheimerovy choroby.*”⁹⁶ Hra byla dosud stažena 2,7 milionkrát, hrála se ve všech zemích světa a je největší studií demence v historii.⁹⁷ Tato zdánlivě jednoduchá videohra pro mobilní telefony je tedy jednou z dalších, která nám dokazuje, že potenciál videoher nejen není skrytý ve stereotypech, které se obvykle objevují ve zpravodajství, ale může sloužit veřejnému pokroku. To dokládá i fakt, že videohra díky svému *inovativnímu přístupu shromáždila obrovské množství dat, jejichž získání by v tradičním laboratorním prostředí trvalo více než 9 000 let.*⁹⁸ Níže na obrazové příloze vidíme tepelnou mapu pohybů hráčů po mapě.⁹⁹



⁹⁶ CNN, This video game can detect early stages of Alzheimer's better than medical tests, researchers say [online] dostupné z: <https://edition.cnn.com/2019/04/27/health/video-game-alzheimers-scen-trnd/index.html>

⁹⁷ Medium, Researchers at UCL are casting a new light on dementia through a mobile phone game with 2.7 million players [online] dostupné z: <https://medium.com/ucl-antenna/navigating-dementia-65a233d43bb8#.2cnoazg7x>

⁹⁸ *ibid.*

⁹⁹ *ibid.*

2.3. Psychologie videoher

Videohry kladou větší důraz na vědomí recipienta ještě víc než filmy. Protože se jedná o simulační zážitek, nikoli o reprezentační. Hráč může zažít reálnější pocity, než u sledování filmů. To je tedy důležité u problematiky reprezentace, protože co se ve hře vyskytuje, může se zdát jako odraz reality. E. Aarseth přišel s novým termínem pro videohry a to s termínem *ergodicita*, který sestavil z řeckých slov *ergos* a *hodos*, což znamená „práce“ a „cesta“. Tento termín je stěžejní pro videohry, protože popisuje nutnost hráčovy aktivity pro hraní her. U filmů nemusí divák nijak přispívat k projekci aby film dojel do konce, u videohry je vyžadováno aby byla hrána. E. Aarseth uvádí termín do příkladu na literatuře. „*V ergodické literatuře je vyžadováno netriviální úsilí, aby čtenář mohl text procházet. Má-li ergodická literatura dávat smysl jako obsah, musí existovat i literatura neergodická, kde je snaha procházet text triviální a na čtenáře nejsou kladeny žádné extranematické povinnosti kromě (například) pohybu očí a periodického nebo libovolného otáčení stránky.*“¹⁰⁰ „*Další rozdíl mezi reprezentativními médii (film) a simulačními (hry) je, že v literatuře, divadle nebo filmu záleží na všem - pokud jste viděli 90% prezentace musíte sledovat nebo číst dále, protože to pro interpretaci nestačí. Naproti tomu v počítačových hrách se buď nemůžete nebo nemusíte setkat se všemi možnými kombinačními událostmi a existencí, které hra obsahuje, protože se liší svou ergodickou důležitostí.*“¹⁰¹ Z tohoto fenoménu můžeme předpokládat, že vycházejí všechny negativní pohledy na videohry, které tvrdí, že násilí ve videohrách podněcuje hráče k násilným sklonům v reálném světě, protože dávají návod nebo příklad násilného chování ve své mechanice. Tyto stereotypní předpoklady byly vyvráceny například studii z Royal Society Open Science¹⁰² a Molecular Psychiatry¹⁰³, které testovaly dopad na úroveň agrese u mladých lidí po určitou dobu hraní násilných a nenásilných videoher.

¹⁰⁰ AARSETH, Espen, *Cybertext: Perspective on ergodic literature*, Baltimore, Md: Johns Hopkins University Press. 1997, s. 1

¹⁰¹ ESKELINEN, Markku, *The Gaming Situation* [online] Dostupné z: <http://www.gamestudies.org/0101/eskelinen/>

¹⁰² Royal society open science, *Violent video game engagement is not associated with adolescents' aggressive behaviour: evidence from a registered report* [online] dostupné z: <https://royalsocietypublishing.org/doi/10.1098/rsos.171474>

¹⁰³ Molecular psychiatry, *Does playing violent video games cause aggression? A longitudinal intervention study*[online] dostupné z: <https://www.nature.com/articles/s41380-018-0031-7.pdf?origin=ppub>

Videohry nás tedy nepodněcují k aktivitám, které bychom dříve neudělali, ale dokážou určitou měrou korigovat naše vnímání světa a můžou ovlivňovat naše mínění. Pokud se vrátíme k tezi, že hráči chtějí být hrdí na to, že mohou hrát za někoho kdo vypadá jako oni vyjde nám, že reprezentace je ve videohrách stejně důležitá jako na filmovém plátně. Stejně důležité je tedy dávat pozor na nevytváření dalších Nepřátel v simulačních médiích. V. Šišler ve své práci, která se zaobírá zobrazováním Arabů a muslimů ve videohrách píše, že *videohry ze své podstaty poskytují schematizovaný obraz světa. Herní postavy, kromě hrdinů, kteří mají zázemí a osobnost, jsou často zobrazovány pouze několika charakteristickými symboly.*¹⁰⁴ Tyto symboly je nutné tedy nejenom znát pro správné zobrazení, ale pro zobrazení důstojné a neantagonizující.

¹⁰⁴ ŠIŠLER, Vít, Representation and Self-Representation: Arabs and Muslims in Digital Games. In: SANTORINEOS, M.; DIMITRIADI, N. (eds.). Gaming Realities: A Challenge for Digital Culture. Athens: Ed. Fournos, 2006. str. 3

3. Praktická část

3.1 Metodika

Po analýze a výzkumu v rámci teoretické části diplomové práce byl prokázán stále převládající stereotypní nebo disreprezentační přístup vůči Slovanům a jejich ornamentu. Cílem této diplomové práce je snaha o zlepšení pohledu na slovanská etnika v rámci videoher, respektive v rámci vytváření postav nebo prostředí, které má být reprezentativní pro tuto skupinu lidí. Toto prostředí a postavy musí být očištěny od odkazu komunistické symboliky.

Pro znovuoobnovení slovanského ornamentu v rámci jeho užívání jako reprezentace daného etnika je důležité vytvořit takovou publikaci, která bude zejména edukativní. Nicméně publikace by neměla být vyčerpávající textem a měla by moderními grafickými přístupy přinášet takový náhled na etnografické reálie, který bude jednoduše pochopitelný a rychle zapamatovatelný. Publikace vznikne zejména díky rešerši z etnografických publikací, které mapují užívání lidových ornamentů a internetových obrazových bank, které obsahují lidové vzory. Z tohoto výzkumu vznikne fragment ornamentu, který bude zkratkovitě zástupný pro celé etnikum.

Publikace bude dále opatřena jednoduchými zeměpisnými fakty ohledně jazyka a rozmanitosti národů, které toto etnikum obsahují.

Publikace nese název “We’re not that cool”, který ironicky poukazuje na fakt, že se Slované v rámci inkluze stále nedostali do důstojné pozice v rámci jejich zobrazení ve videohrách.

Pro vytvoření takové publikace bylo důležité přinést takové obrazové materiály, které budou dokumentární formou popisovat esenci této kultury. Do publikace byly vloženy fotografie, které byly pořízeny v rámci lidových slavností v roce 2021 a to v obcích

Jinačovice a Omice. Na nalezení místa a času slavností byl využit web www.zafolklorem.cz kde jsou k nalezení data skoro všech lidových slavností, v tomto případě zejména hodů. Na této webové stránce jsou také přiloženy přímo facebookové události, kde bylo možné kontaktovat přímo organizátory slavností, kteří svolili k dokumentaci. Dále jsou přiloženy fotografie z folklórního festivalu v slovenském Zubereci.

Do další kapitoly byly vsazeny příklady, které byly již použity v rámci teoretické práce. Jsou to příklady, které ukazují na nepřesné a závadné zobrazování Slovanů a to ve smyslu romatizace komunismu. Jsou to obrazové přílohy z videoher Command & Conquer: Red alert 3 a Smite.

Celá publikace si bere za cíl edukovat zejména odbornou veřejnost stran videoherních vývojářů a designérů z neslovanského prostředí a tedy proto je nakonec vsazen i návrh postavy pro videohru, která pracuje s ornamentem způsobem takovým, aby bylo toto etnikum důstojně zastoupeno.

Publikace byla vyrobena do formátu čtverce, jelikož je to jeden z méně užívaných formátů. Barvy byly užity tak aby odrážely nejdominantnější barevnou kombinaci v rámci slovanského světa. Bylo zvoleno bezpatkové tučné písmo pro nadpisy, které symbolizuje modernitu. Pro texty delší bylo zvoleno kurzívové písmo a krátký text, který by neměl být vyčerpávající.

Tato publikace si zejména bere za cíl nebýt nijak toxická pro veřejnou debatu, která je již v rámci inkluze radikální. Publikace chce edukovat a chce se podílet na utváření inkluzivní a rovné mediální společnosti.

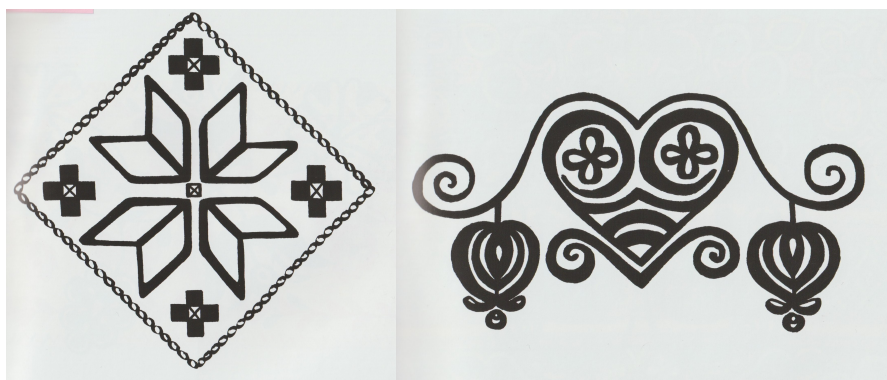
Potenciál této publikace je mnohem větší než pouze pro videoherní užití. Tento druh komunikace by mohl být využíván i pro účely typu českého předsednictví EU nebo pro

světové výstavy EXPO. Zejména vidím potenciál v tom edukovat zejména evropskou, nebo euroamerickou společnost, která není znalá v našem zobrazování a užívání ornamentu. Větší porozumění a inkluze kultur může vést k celkové prosperitě i na poli mezinárodní ekonomie. Hrdé země se nemusejí za nic stydět a tedy mohou být rovnocennými partnery na poli mezinárodní spolupráce.

3.2 Slovanský ornament

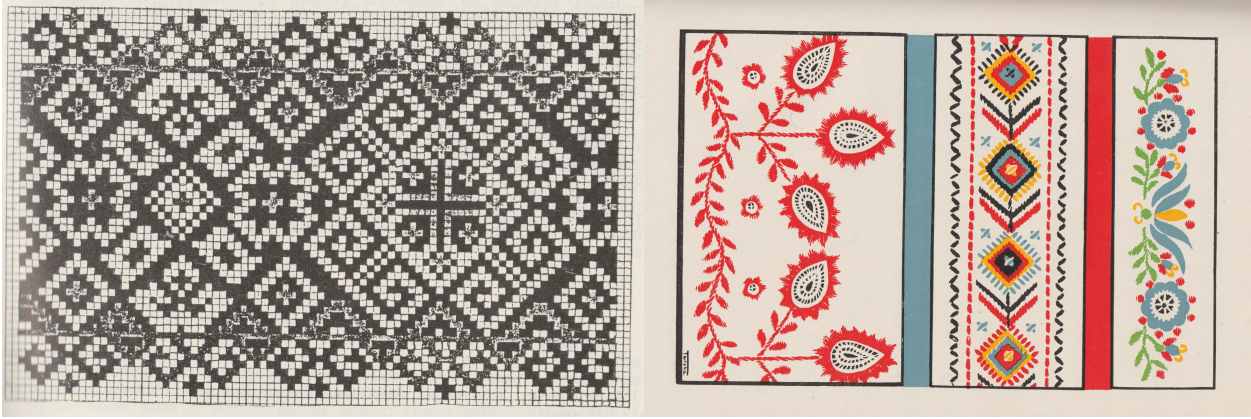
Pro následnou implementaci výzkumu do praktické části je důležité stanovit jaké jsou základní ornamenty slovanské kultury. Mezi ornamenty můžeme řadit nejen ornament jako například „vzor“, ale také atribut jako například „pomlázka“. Podle dostupné etnografické literatury jsou slovanské vzory do určité míry různorodé podle svého místa původu, avšak všechny vycházejí ze stejného základu a tím jsou přírodní motivy. Vzory jsou obvykle symetrické.

Lidové vzory se nejčastěji vyskytují na oblečení, čemuž se říká výšivka, nebo modrotisk, pokud se jedná o techniku modrotisku. Dále je můžeme spatřit na architektuře, užitém umění nebo jako ilustrativní prvky užité pro literaturu. Nejčastějším atributem je zejména stuha, která se vyskytuje na májkách, pomlázkách, krojích, ve vlasech nebo prostě zavěšená ve veřejném prostoru (dnes se často využívá krepový papír při lidových oslavách).



105

¹⁰⁵ Diana Némethová, Slovenská ľudová výšivka - Inšpirácie, Bratislava: Ústredie ľudovej umeleckej výroby, 2017, str. 17, 33



106 107



108 109

¹⁰⁶ Анна Яківна Кульчицька, Орнамент трипільської культури і українська вишивка XX ст., Львів 1995, str. 21

¹⁰⁷ Hafty i koronki, Jadwiga Dziewanowska i Jadwiga Turska, Warszawa 1959: Wydawnictwo przemysłu lekkiego i spożywczego, str. 32

¹⁰⁸ Кара-Васильєва Т. В., Заволокіна А. О., Українська народна вишивка - Київ: Либідь, 1996 - 96 с.; іл, str. 46-1182z

¹⁰⁹ Ірина Свйонтек, Гуцульські вишивки Карпат, Мистецтво геометричного орнаменту і колориту, Львів: Априорі, 2014, str. 152



110 111 112

Dále je možné uvést grafické vzory, které jsou dnes volně dostupné nebo placené přímo z internetu. Často jsou tyto vzory prodávány na webových stránkách, které prodávají ilustrační obrázky nebo grafické vzory pro další užití v komerční tvorbě.



www.shutterstock.com - 1888723363



www.shutterstock.com - 308108549

113 114

¹¹⁰ Reflex, Historická obec Čičmany: Světově proslulý architektonický skvost středního Slovenska [online] dostupné z: <https://www.reflex.cz/galerie/lide-a-zeme-evropa-cesko-a-slovensko/80618/historicka-obec-cicmany-svetove-prosluly-architektonicky-skvost-stredniho-slovenska?foto=1>

¹¹¹ Jižní Morava, Areál vinných sklepů Plze [online] dostupné z: <https://www.jizni-morava.cz/cz/zazitky/o70401-areal-vinnych-sklepu-plze>

¹¹² Foto: Lukáš Kopecký

¹¹³ Shutterstock, Red Koala [online] dostupné z: <https://www.shutterstock.com/image-vector/folk-art-vector-heart-design-flowers-1888723363>

¹¹⁴ Shutterstock, Lucie Skalova [online] dostupné z: <https://www.shutterstock.com/image-vector/folk-ornaments-308108549>

3.3 Moderní příklady práce se slovanským ornamentem

Je nutné také uvést příklady kdy se klasický lidový ornament propisuje přímo do komerční sféry. Jelikož nemusejí výrobci nijak dále vysvětlovat lidový ornament, protože je široce rozšířený, mohou jej užívat jako například zkratku pro symbol domácí výroby. Mezi takové příklady patří například grafické zpracování loga a obalů slovenských lihových producentů Koniferum a Tatratea. Tyto společnosti pracují s lidovým ornamentem přímo na svých produktech a v rámci komunikace ke spotřebiteli.



115 116

Český výrobce a prodejce popruhů pro fotoaparáty nabízí na svých webových stránkách popruh s názvem „folk“, který je tvořen klasickým lidovým motivem z Moravy.



117

¹¹⁵ Old Herold, KONIFERUM BOROVÍČKA ORIGINAL [online] dostupné z: <https://www.oldherold.sk/sortiment/koniferum-borovicka/>

¹¹⁶ Tatratea [online] dostupné z: <https://www.tatratea.com/en/>

¹¹⁷ Lokoko, Popruh na fotoaparát - Folk [online] dostupné z: <https://www.lokoko.cz/popruh-na-fotoaparát-folk>

Nejdůležitějším příkladem výskytu lidového ornamentu pro tuto diplomovou práci je lidový ornament vyskytující se v masově populární videohře Zaklínač 3: Divoký hon (2015)¹¹⁸. Zaklínač 3 je polská videohra založená na předloze knihy Zaklínač od Andrzeje Sapkowského. Jedná se o nejúspěšnější videohru polského původu, kterou je možné hrát na všech herních platformách - PC, Xbox, Playstation, Nintendo.

Jelikož byla videohra vyvinuta polskými vývojáři, můžeme sledovat jak se lidový ornament propisuje přirozeným způsobem přímo do prostředí, ve kterém se hráč pohybuje. Jde o upřímné zobrazení kultury, které by mělo jít příkladem pro další zobrazování v jiných herních titulech, které pracují se stejnou kulturou či etnikem.



119

¹¹⁸ Witcher 3: Wild hunt, CD Projekt RED, Polsko, 2015

¹¹⁹ Snímek z videohry, platforma Nintendo Switch

3.4 Implementace

Výsledkem mé praktické části je malá edukační publikace, která obsahuje všechny výše popsané ornamenty a implementuje je do knížky. Do této publikace také přikládám designový návrh, tzv. „*concept art*”¹²⁰ pro postavu do videohry Apex Legends od autorky Yelyzavety Merzliakové. Tato postava je tvořená z předešlého etnografického výzkumu takovým způsobem aby jednoduše reprezentovala slovanské postavení ve videohrách. Publikace nese název “We’re ~~not~~ that cool” odkazující na stálou disreprezentaci.

Pro tuto publikaci jsem dále analyzoval knihu od designéra O. Jonese, Grammar of Ornament 1856, který ve své době analyzoval orientální a evropské ornamenty za účelem edukace grafické odborné společnosti. V této rozsáhlé publikaci nicméně chybí jakákoliv zmínka o slovanském ornamentu.

¹²⁰ Concept art je forma vizuálního umění, která se používá k předání nápadu pro použití ve filmech, videohrách, animacích, komiksech nebo jiných médiích před tím, než je vložen do konečného produktu. Wikipedia, Concept art [online] dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Concept_art

Závěr

V diplomové práci byly zkoumány důvody, které vedou k nepřesnému zobrazení slovanského etnika nebo ho přímo exkludují. Podle dosažené analýzy je patrné, že za tímto fenoménem stojí zejména romantizující přístup autorů vůči komunistické symbolice a nedostatečný distanc zemí, které mají komunistickou historii, od komunistické symboliky. Tyto fenomény mají přímý základ v komunikačních bojích studené války a přežily nadále i po rozpadu komunistických režimů. Podle posledních událostí v rámci invaze RF na Ukrajinu můžeme předpokládat, že fenomén antagonizace Slovanů je přímo vázán na agresivní činy RF, které do jisté míry legitimizují stereotypní náhled na slovanská etnika jako na militantní a válečnická. Diplomová práce přišla s přímými ukázkami výskytu takového zobrazování a také s ukázkami s rozdílným přístupem k nacistické a komunistické symbolice v masově prodávaných videohrách.

V práci byly popsány principy inkluze kultur v médiích a jejich dopad na spotřebitele. Bylo prokázáno, že reprezentace ve filmech nebo videohrách hraje velkou roli ve společenském dialogu. O tom svědčí zejména předložené rozhovory s vývojáři filmů a videoher v teoretické části.

Dále bylo zjištěno, že videohry dnes zastávají markantnější roli na poli médií, než-li například klasický film. Podle mnoha předních autorů ludologie se bude tento průmysl v blízké budoucnosti stále více rozrůstat a bude prostupovat do prostředí akademie a běžného života. Lidé budou tedy více ovlivňováni simulačními médii, než těmi reprezentačními. Byli předloženy příklady kdy videohry přímo ovlivnily vědecká bádání a politické boje, čímž bylo poukázáno na fakt, že toto médium je jednak atraktivnější v rámci komunikace a také má větší dopad na recipienty. Jakákoliv edukace by měla být mířena spíše na tato média.

V rámci inkluzivních tendencí v médiích je tedy nutné pro země, které vychází z komunistické historie, aby dostatečně edukovaly země, které nemají komunistickou historii, o důležitosti důstojného zobrazování. V tomto smyslu byla navržena publikace, která se takové edukaci přímo věnuje. Publikace byla vytvořena z rešerše lidových

slovanských ornamentů, které jsou možné k nahlédnutí v odborných etnografických zdrojích nebo přímo na internetu. Publikace přinesla dokumentární vzhled přímo do lidových oslav, které ilustrují obraz slovanské kultury a dále přináší jednoduchý návod pro další zobrazování Slovanů ve videohráčích.

Závěrem můžeme předjímat, že potenciální dekomunizace a nahrazení komunistických symbolů za ty správné, které reprezentují daná etnika a regiony, může vést ke společenskému smíru napříč mezinárodní komunitou v euroamerickém světě. Je nanejvýš důležité v takovém bádání pokračovat dál a publikaci rozšířit o všechny ornamenty ze všech regionů slovanského světa. Takový výzkum by mohl sloužit i jako podklad pro putovní výstavu, která by si kladla za cíl nalézt cesty mezi západními a východními Evropany skrze kulturu. Rozmanitost kultur je stavebním kamenem Evropské unie a tím pádem bychom měli více dbát na komunikaci ohledně našeho pozadí směrem k ostatním neslovanským státům abychom si více rozuměli a předcházeli předsudečnému jednání. Taková komunikace, která by popisovala naše důstojné zobrazení by mohla být vytvořena právě takovým způsobem, který nebude vyčerpávající, ale bude zábavný a inspirativní.

Pokud jsou Slované disreprezentováni v rámci zobrazování jejich ornamentu, jedná se o nevyužitý potenciál pro další tvorbu děl. Studia, která pracují s mezinárodními folklórními prvky mohou využít plný a nevyužitý potenciál naší kultury, která přináší bohatství co se týče inspirace. I to se může stát hodnotným argumentem pro budoucí práci s kulturními prvky Slovanů.

Seznam literatury

AARSETH, Espen, Cybertext: Perspective on ergodic literature, Baltimore, Md: Johns Hopkins University Press. 1997, s. 1, ISBN 0-8018-5578-0

BROWN, Archie, Vzestup a pád komunismu, Brno: Jota, 2011, str. 711, ISBN 978-80-7217-812-4

FRASCA, Gonzalo. Simulation versus narrative: Introduction to ludology, The video game theory reader. Routledge, 2013. s. 222.

HUNTINGTON, Samuel, Kam kráčíš, Ameriko? Krize americké identity, Praha: Rybka, 2005, str. 338-339, ISBN 80-86182-87-8

KOTLÁN, Pavel, Demokracie ve stínu: extremismus, terorismus, fašismus, komunismus, Ostrava: Institut vzdělávání Sokrates, 2003, str. 20, ISBN 808657207-2

MAREŠ, Miroslav, Extremismus jako bezpečnostní hrozba, Praha: Ministerstvo obrany České republiky, Odbor komunikace a propagace, OKP, 2011, str. 58, ISBN 978-80-7278-568-1

McLUHAN, Marshall, Jak rozumět médiím, Praha: Odeon, 1991, ISBN 80-207-0296-2

SCHMITT, Carl, Pojem politična, text z roku 1932 s předmluvou a se třemi korolárii, Brno: OIKOYEMNH, 2007, str. 27-28, ISBN 978-80-7298-127-4

ŠIŠLER, Vít, Representation and Self-Representation: Arabs and Muslims in Digital Games. In: SANTORINEOS, M.; DIMITRIADI, N. (eds.). Gaming Realities: A Challenge for Digital Culture. Athens: Ed. Fournos, 2006. str. 3, ISBN: 960-7687-01-9

ŠVELCH, Jaroslav, Počítačové hry a jejich místo v mediálních studiích, Praha: FSV UK, 2007, str. 26, ISSN 1801-5999

TOINET, Marie-France, Hon na čarodějnice 1947-1957, Praha: Themis, 1999, str. 27, ISBN 80-85821-75-3

Seznam internetových zdrojů

AARSETH, Espen, Computer Game Studies, Year One [online] dostupné z: <http://www.gamestudies.org/0101/editorial.html>

Apex legends wiki, Lore [online] dostupné z: <https://apexlegends.fandom.com/wiki/Lore>

BBC, Hollywood stereotypes: Why are Russians the bad guys? [online] dostupné z: <https://www.bbc.com/culture/article/20141106-why-are-russians-always-bad-guys>

Box office mojo, Coco [online] dostupné z: <https://www.boxofficemojo.com/release/rl3983050241/>

Česko-Slovenská filmová databáze, Rocky IV, 1985, [online] Dostupné z: <https://www.csfd.cz/film/8662-rocky-iv/prehled/>

Česko-Slovenská filmová databáze, The Red manace, 1949, [online], dostupné z <https://www.csfd.cz/film/101186-the-red-menace/recenze/>

CNN, This video game can detect early stages of Alzheimer's better than medical tests, researchers say [online] dostupné z: <https://edition.cnn.com/2019/04/27/health/video-game-alzheimers-science-trnd/index.html>

Databáze knih, Duhová šestka [online] Dostupné z: <https://www.databazeknih.cz/knihy/jack-ryan-duhova-sestka-1630>

Diamond lobby, Diversity in Gaming Report: An Analysis of Diversity in Video Game Characters [online] dostupné z: <https://diamondlobby.com/geeky-stuff/diversity-in-gaming/>

Dictionary, Caucasian [online] dostupné z: <https://www.dictionary.com/browse/caucasian>

DW, How politicians use video games for their own gains [online] dostupné z: <https://www.dw.com/en/how-politicians-use-video-games-for-their-own-gains/a-55286753>

DW, What Hollywood movies do to perpetuate racial stereotypes, [online] dostupné z: <https://www.dw.com/en/hollywood-movies-stereotypes-prejudice-data-analysis/a-47561660>

EA, Battlefield V [online] dostupné z: <https://www.ea.com/cs-cz/games/battlefield/battlefield-5>

EA, Thank you legends! [online] dostupné z: <https://www.ea.com/news/apex-legends-50-million-players?isLocalized=true>

ESKELINEN, Markku, The Gaming Situation [online] Dostupné z: <http://www.gamestudies.org/0101/eskelinen/>

HP, Video Game Genres: Everything You Need to Know [online] dostupné z: <https://www.hp.com/us-en/shop/tech-takes/video-game-genres>

IMDB, Song of Russia, Gregory Ratoff, 1944, [online], dostupné z: <https://www.imdb.com/title/tt0036378/>

Law insider, People of Color definition [online] dostupné z: <https://www.lawinsider.com/dictionary/people-of-color>

Lexico, Youtuber [online] dostupné z: <https://www.lexico.com/definition/youtuber>

Marketwatch, Videogames are a bigger industry than movies and North American sports combined, thanks to the pandemic [online] dostupné z: <https://www.marketwatch.com/story/videogames-are-a-bigger-industry-than-sports-and-movies-combined-thanks-to-the-pandemic-11608654990>

MÄYRÄ, Frans, About me [online] dostupné z: <https://www.tuni.fi/en/frans-mayra>

MÄYRÄ, Frans, HC4: FRANS MÄYRÄ, THE QUIET REVOLUTION: THREE THESES FOR THE FUTURE OF GAME STUDIES [online] dostupné z: <http://www.digra.org/hc4-frans-mayra-the-quiet-revolution-three-theses-for-the-future-of-game-studies/>

Medium, Researchers at UCL are casting a new light on dementia through a mobile phone game with 2.7 million players [online] dostupné z: <https://medium.com/ucl-antenna/navigating-dementia-65a233d43bb8#.2cnoazg7x>

Molecular psychiatry, Does playing violent video games cause aggression? A longitudinal intervention study [online] dostupné z: <https://www.nature.com/articles/s41380-018-0031-7.pdf?origin=ppub>

Newsroom, BORDERLANDS® SCIENCE ENLISTS PLAYERS TO HELP ADVANCE SCIENTIFIC RESEARCH [online] dostupné z: <https://newsroom.2k.com/news/borderlands-science-enlists-players-to-help-advance-scientific-research>

NPD, Four of every five U.S. consumers have played a video game in the past six months [online] dostupné z: <https://www.npd.com/news/press-releases/2020/across-all-age-groups-us-consumers-are-investing-more-of-their-entertainment-participation/>

Pixar, Coco [online] dostupné z: <https://www.pixar.com/feature-films/coco>

Royal society open science, Violent video game engagement is not associated with adolescents' aggressive behaviour: evidence from a registered report [online] dostupné z: <https://royalsocietypublishing.org/doi/10.1098/rsos.171474>

Slovník cizích slov, Pojem win-win technika [online], dostupné z: <https://slovník-cizich-slov.abz.cz/web.php/slovo/win-win-technika>

The Guardian, Why diversity matters in the modern video games industry [online] dostupné z: <https://www.theguardian.com/technology/2017/jul/18/diversity-video-games-industry-playstation-xbox>

The Hollywood reporter, ‘Coco’: How Pixar Brought Its “Day of the Dead” Story to Life [online] dostupné z: <https://www.hollywoodreporter.com/movies/movie-features/coco-how-pixar-brought-day-dead-story-life-1065932/>

The Hollywood reporter, Gael García Bernal Talks About Singing in Pixar's 'Coco' [online] dostupné z: <https://www.hollywoodreporter.com/news/general-news/gael-garc-a-bernal-talks-singing-pixars-coco-1056611/>

The Verge, Apex Legends has hit 25 million players after one week [online] dostupné z: <https://www.theverge.com/2019/2/11/18221014/apex-legends-25-million-player-milestone-respawn-battle-royale-ea>

Twinfinite, All the Ways Video Games (and Gamers) Are Portrayed in Media [online] dostupné z: <https://twinfinite.net/2017/05/video-games-gamers-portrayed-media/>

Ústava Československé socialistické republiky, 1960, čl. 110 (1) [online], dostupné z: https://www.psp.cz/docs/texts/constitution_1960.html

Variety, Global Entertainment Industry Surpasses \$100 Billion for the First Time Ever [online] dostupné z: <https://variety.com/2020/film/news/global-entertainment-industry-surpasses-100-billion-for-the-first-time-ever-1203529990/>

VG247, Apex Legends now has over 100 million players, teases a big reveal next week [online] dostupné z: <https://www.vg247.com/apex-legends-100-million-players-reveal-teaser>

Wikipedia, Among us [online] dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Among_Us

Wikipedia, Animal Crossing [online] dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Animal_Crossing

Wikipedia, Apex Legends [online] dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Apex_Legends

Wikipedia, Concept art [online] dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Concept_art

Wikipedia, Den mrtvých (svátek) [online] dostupné z: [https://cs.wikipedia.org/wiki/Den_mrtvých_\(svátek\)](https://cs.wikipedia.org/wiki/Den_mrtvých_(svátek))

Wikipedia, Electronic Entertainment Expo [online] dostupné z: https://cs.wikipedia.org/wiki/Electronic_Entertainment_Expo

Wikipedia, Eskapismus [online] Dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/Eskapismus>

Wikipedia, Glossary of video game terms [online] dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/Glossary_of_video_game_terms#S

Wikipedia, PricewaterhouseCoopers [online] dostupné z: <https://cs.wikipedia.org/wiki/PricewaterhouseCoopers>

Wikipedia, The NPD Group [online] dostupné z: https://en.wikipedia.org/wiki/The_NPD_Group

Yahoo! Finance, Global Gaming Industry to Cross \$314 Billion by 2026 - Microsoft, Nintendo, Twitch, and Activision Have All Reached New Heights in Player Investment, Helped by COVID-19 [online] dostupné z: <https://finance.yahoo.com/news/global-gaming-industry-cross-314-183000310.html>

GTA Wiki, Grand theft auto IV [online] dostupné z: https://gta.fandom.com/wiki/Grand_Theft_Auto_IV#Theme

Rockstar games, Grand Theft Auto IV [online] dostupné z: <https://www.rockstargames.com/games/IV>

Thought Co., Persistent Racial Stereotypes in TV Shows and Movies [online] dostupné z: <https://www.thoughtco.com/common-racial-stereotypes-in-movies-television-2834718>

Seznam zdrojů obrazových příloh

Diana Némethová, Slovenská ľudová výšivka - Inšpirácie, Bratislava: Ústredie ľudovej umeleckej výroby, 2017, str. 17, 33, ISBN 97880-89639-40-3

Facebook, Smitgame [online] dostupné z: <https://www.facebook.com/smitgame/photos/celebrate-the-winter-olympics-with-us-athena-olympian-skin-is-only-available-unt/707513189268780/>

Hafty i koronki, Jadwiga Dziewanowska i Jadwiga Turska, Warszawa 1959: Wydawnictwo przemysłu lekkiego i spożywczego, str. 32

Jížní Morava, Areál vinných sklepů Plze [online] dostupné z: <https://www.jizni-morava.cz/cz/zazitky/o70401-areal-vinnych-sklepu-plze>

Lokoko, Popruh na fotoaparát - Folk [online] dostupné z: <https://www.lokoko.cz/popruh-na-fotoaparát-folk>

Old Herold, KONIFERUM BOROVIČKA ORIGINAL [online] dostupné z: <https://www.oldherold.sk/sortiment/koniferum-borovicka/>

Reflex, Historická obec Čičmany: Světově proslulý architektonický skvost středního Slovenska [online] dostupné z: <https://www.reflex.cz/galerie/lide-a-zeme-evropa-cesko-a-slovensko/80618/historicka-obec-cicmany-svetove-prosluly-architektonicky-skvost-stredniho-slovenska?foto=1>

Shutterstock, Lucie Skalova [online] dostupné z: <https://www.shutterstock.com/image-vector/folk-ornaments-308108549>

Shutterstock, Red Koala [online] dostupné z: <https://www.shutterstock.com/image-vector/folk-art-vector-heart-design-flowers-1888723363>

Smite, Athena [online] dostupné z: <https://www.smitegame.com/gods/athena>

Tatratea [online] dostupné z: <https://www.tatratea.com/en/>

Ubisoft, Operators [online] dostupné z: <https://www.ubisoft.com/en-gb/game/rainbow-six/siege/game-info/operators>

Анна Яківна Кульчицька, Орнамент трипільської культури і українська вишивка XX ст., Львів 1995, str. 21, ISBN 5-7702-1092-3

Кара-Васильєва Т. В., Заволокіна А. О., Українська народна вішивка - Київ: Либідь, 1996 - 96 с.; іл, str. 46-1182, ISBN 5-325-00539-1