

Interaktivní vyprávění

BcA. Barbora Juriková

Diplomová práce
2019



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Ateliér Digitální design
akademický rok: 2018/2019

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE
(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **BcA. Barbora Juriková**
Osobní číslo: **K16253**
Studijní program: **N8206 Výtvarná umění**
Studijní obor: **Multimédia a design – Digitální design**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Interaktivní vyprávění**

Zásady pro vypracování:

1. Rešerše
2. Analýza
3. Stanovení cílů a metody práce
4. Vytváření návrhů
5. Vypracování projektu
6. Úprava a finalizace práce
7. Závěr a vyhodnocení projektu

- a) teoretická část v rozsahu 30 – 35 normostran textu
- b) prototyp nebo funkční model nebo fyzický model v měřítku 1:1, 1:2, 1:3, 1:5, 1:10 podle charakteru projektu a konzultace s vedoucím práce
- c) grafická prezentace v rozsahu minimálně 3,5 m²

Rozsah diplomové práce: viz. Zásady pro vypracování
Rozsah příloh: viz. Zásady pro vypracování
Forma zpracování diplomové práce: tištěná/elektronická

Seznam odborné literatury:

MANOVICH, Lev. The Language of New Media. Cambridge, MA: The MIT press, 2002. 400s. ISBN 9780262632553

ŠINDELÁŘ, Jan. Blog: vytváříme a vedeme internetový deník. Brno: Computer Press, 2006. 104 s. ISBN 8025109275

DAWSON, Alexander. Výjimečný webdesign: jak tvořit osobité, přitažlivé, použitelné weby. Brno: Computer Press, 2012. 344 s. ISBN 978-80-251-3719-2

ŘEZÁČ, Jan. Web ostrý jak břitva. Baroque Partners, 2014. 216s. ISBN 978-80-87923-01-6

PIPER, Andrew. Book Was There: Reading in Electronic times. Chicago: University of Chicago Press, 2012. 208 s. ISBN 978-0226103488

SAFFER, Dan. Microinteractions. USA: O'Reilly Media, Inc, 2013. 170s. ISBN 9781491945926

Vedoucí diplomové práce: **MgA. Václav Ondroušek**
Ateliér Digitální design
Datum zadání diplomové práce: **3. prosince 2018**
Termín odevzdání diplomové práce: **10. května 2019**

Ve Zlíně dne 3. prosince 2018

doc. Mgr. Irena Armütidisová
děkanka



MgA. Bohuslav Stránský, Ph.D.
vedoucí ateliéru

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ / DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 odst. 2 a 3 mohu užit své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům;
- pokud je výstupem bakalářské/diplomové práce jakýkoliv softwarový produkt, považuji se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji, že:

- jsem na bakalářské/diplomové práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně dne: 27.3.2019

Jméno a příjmení studenta: BARBORA JURIKOVA
.....
podpis studenta

ABSTRAKT

V mé diplomové práci se zabývám storytellingem neboli vyprávěním a jeho formami v digitální podobě. V teoretické části analyzuji počátky vyprávění z deníkového a později blogového psaní. Také definuji digitální storytelling a média které používá. Ve druhé části nastiňuji téma upcyclingu a DIY fashion. V poslední, praktické části navrhuji design a vizuální komunikaci jako řešení pro inspirativní deník, který je projektem diplomové práce.

Klíčová slova: storytelling, digitální médiá, interaktivita, blog, denníky

ABSTRACT

In my thesis I deal with storytelling or narration and its forms in digital era. In the theoretical part I analyze the beginnings of narration from diary writing and later blog writing. I also define digital storytelling and the media it uses. The second part outlines the topic of upcycling and DIY fashion. In the last part, I suggest design and visual communication as a solution for an inspirational diary, which is a project of a thesis.

Keywords: storytelling, digital media, interactivity, blog, diaries

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD	8
I TEORETICKÁ ČÁST	9
1 DENNÍKY	10
1.1 POZITÍVNY VPLYV DENNÍKOV	10
1.2 HISTÓRIA DENNÍKOV	11
1.2.1 Prvé deníky.....	12
1.2.2 Denníkový boom	13
1.2.3 Denníky v Ázii	14
1.3 OBSAH DENNÍKOV	14
1.3.1 Umelecké denníky.....	15
1.3.2 Vizualié deníky	16
1.4 DENNÍKY DNES	17
1.4.1 Aplikácie a denníkové služby	17
2 BLOGY	18
2.1 ČO JE BLOG?.....	18
2.1.1 História blogov	19
2.2 BLOGOVÝ BOOM.....	20
2.2.1 Blog ako kariéra	20
2.2.1.1 Autor	21
2.2.1.2 Čitatelia.....	22
2.2.1.3 Obsah	23
2.3 BLOGY V. SOCIÁLNE SIETE	24
2.3.1 Blogové platformy	24
3 STORYTELLING	26
3.1 NOVÉ MÉDIÁ	26
3.1.1 Digitálny storytelling	28
3.1.2 Interaktivita	30
3.1.3 Hypertext.....	31
II PRAKTICKÁ ČÁST	32
4 PRAKTICKÁ ANALÝZA	33
4.1 UPCYCLING	33
4.2 UPCYCLING AKO SPOLEČENSKÁ TÉMA.....	34
5 INŠPIRÁCIE	36
5.1 THE BOAT	36
5.2 EVERT_45	37
5.3 WHERE IS POLAND?	38
5.4 WEPRESENT	39
III PROJEKTOVÁ ČÁST	40
6 CIELE PROJEKTU	41
6.1 OBSAH.....	41
7 ŠTRUKTÚRA	43

8	DESIGN.....	45
8.1	NÁZOV PROJEKTU.....	45
8.2	GRAFIKA	46
9	ZÁKLADNÉ PRINCÍPY	47
9.1	PARALLAX.....	47
9.2	ANIMÁCIE	48
9.3	ZVUK.....	49
	ZÁVĚR	50
	SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	51
	SEZNAM OBRÁZKŮ	55

ÚVOD

Rozprávanie príbehov je súčasťou ľudskej tradície. Dávame veciam mená, vytvárame si emócie a vzťahy. Príbehy nás dokážu preniesť na cesty do neexistujúcich svetov, ale zároveň vedia odovzdať dôležité informácie. Je to široké odvetvie, ktoré siaha od začiatkov divadla cez film až po dnešné virtuálne reality.

Storytelling¹ alebo naráciu definuje Slovník súčasného slovenského jazyka z r. 2015 ako sprostredkovanie deja rozprávaním, opísaním udalosti, vyrozprávaním príbehu. „Príbeh“ pritom ani nemusí znamenať fikciu, môže to byť rozprávanie z reálneho života. Napríklad z toho nášho. Ani si to neuvedomujeme, príbehy sú všade okolo nás. „*Každý okolo vás má príbeh, ktorý svet potrebuje počuť,*” prezentuje Dave Isay² z neziskovej organizácie Story Corps³, ktorej poslaním je zachovať a šíriť príbehy ľudstva. Príbehy sú vo filmoch, v knižkách, v hudbe. Naše nutkanie pre príbehy sčasti formuje naše skúsenosti, to, akí sme.

Niekedy je ťažké nájsť príbeh. Veľakrát vidíme hotový projekt, niečí úspech, dokonalé fotky. Len málokto si uvedomí, že za každým hotovým projektom je príbeh, cesta, prípadne proces. Mnohokrát som mala problém dokončiť projekt, pretože finálny výsledok pre mňa nebol taký dôležitý ako cesta k nemu – skúmanie, rešerš a učenie sa nových vecí. Rozhodla som sa takúto cestu zaznamenať a pripomenúť si, že proces zahŕňa veľa omylov a krokov späť.

1 Ved. redakcie JAROŠOVÁ, Alexandra. Slovník súčasného slovenského jazyka. M-N. Bratislava: Veda, vydavateľstvo SAV, 2006. ISBN 978-80-224-1485-2.

2 TED. Everyone around you has a story the world needs to hear [video]. In: TED [online]. Publikované Marec 2015 [vid 2019-04-21]. Dostupné z:

https://www.ted.com/talks/dave_isay_everyone_around_you_has_a_story_the_world_needs_to_hear?language=en

3 StoryCorps: Stories from people of all backgrounds and beliefs [online]. USA: StoryCorps, 2003 [cit. 2019-04-21]. Dostupné z: <https://storycorps.org>

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 DENNÍKY

Ľudia v sebe majú hlboko zakódovanú potrebu zaznamenávať si. Niekedy aby sme nezabudli, inokedy aby sme si tak urovnali myšlienky. To, ako komunikujeme medzi sebou – a prostredníctvom denníkov aj sami so sebou, sa vďaka výraznému technologickému pokroku za posledných dvadsať rokov podstatne zmenilo. Naše smartfóny obsahujú množstvo spomienkových záznamov. Ukladáme si do nich skice, rozhovory, myšlienky alebo celkom praktické zoznamy, fotky. Možno to na prvý pohľad ani nie je také zjavné – vedíme si denník, hoci si to ani neuvedomujeme. Môžeme sociálne siete nazvať naším denníkom, keď je jeho jadro v systematickosti a pravidelnosti, nie časovosti? Vedíme si netradičný denník na sociálnych sieťach, alebo ide o systematické zaznamenávanie nášho života? Máme online diáre, zápisníkové aplikácie, sociálne siete... Jednoducho hoci mení formu, stále máme v sebe potrebu zaznamenat', uchovať si konkrétnu situáciu, udalosť, politické dianie. Zanechať po sebe nejakú stopu, zachytiť myšlienku alebo pocit – „na neskôr“.

Denníková kultúra má zvláštny presah súkromného, intímneho a verejného. Sú to zápisky a záznamy, ktoré boli na začiatku vo svojej podstate súkromné, venované len pre osobu, ktorá ich písala. Rozprávajú však príbeh, ktorého hodnota sa v čase mení. „Denníky sú dôležité pre toho, kto ich píše, bezcenné pre toho, kto ich číta v tej dobe, a pokladom o storočia neskôr,“ zamýšľala sa herečka Ellen Terry⁴.

1.1 Pozitívny vplyv denníkov

Denníky sú žánrom prvej osoby, okamžitým sebvýjadrením. Niektorí kritici tvrdia, že v denníkoch ide viac o psychické uľavenie než o zaznamenanie doby, osoby. Už v minulosti si ľudia všimli, že spísaním svojich hriechov sa im uľaví alebo zaznamenaním svojich pokušení sa vyhnú zhrešeniu. V 17. storočí Robert North presadzoval vedenie si denníka, pretože bol presvedčený, že zapísaním si svojich nerestí nadobudne o nich prehľad a „tým si utvrdí svoju reputáciu“⁵. Naproti tomu Henri F. Amiel⁶ považoval za najväčšiu užitočnosť

⁴ JOHNSON, Alexandra. *A Brief History of Diaries: From Pepys to Blogs*. London, United Kingdom: Hesperus Press, 2011, s. 13. ISBN 9781843919704.

⁵ HEEHS, Peter. *Writing the Self: Diaries, Memoirs, and the History of the Self*. London, United Kingdom: Bloomsbury Academic, 2011, s. 8. ISBN 9781441168283.

⁶ Tamtiež.

denníkov znovunastolenie pokoja mysle a rovnováhy vedomia. Francúzsky mysliteľ Michel de Montaigne⁷ predpisoval „denníkarčenie“ na boj proti vnútorným démonom. Tieto názory máme v dnešnej dobe podložené⁸ aj viacerými neurovedeckými výskumami, ktoré dokazujú pozitívne účinky osobného zapisovania nielen pre myseľ, ale aj telo. Vedecký týždenník *Scientific American* publikoval štúdiu o pozitívnych účinkoch písania, ktoré pacientom môže pomôcť k zlepšeniu zdravotného stavu po operácii⁹. V štúdiu skúmali 49 ľudí v pokročilom veku, ktorí dvadsať minút denne písali o svojich zážitkoch alebo denných aktivitách. Z výsledkov vyšlo, že až 76 % účastníkom prvej skupiny sa zahojili rany skôr oproti 42 % z druhej skupiny.

So sebayjadrením často prichádza aj sebareflexia, a tá môže viesť k sebazlepšovaniu. Tento aspekt denníkov bol populárny hlavne v druhej polovici 20. storočia¹⁰, keď vznikali návody, krúžky a workshopy na to, ako si písať denník. Ako nástroj autoterapie a práce na sebe samom ho odporúčali psychológovia aj rôzni samozvaní guruovia.

1.2 História denníkov

Naša potreba zaznamenávať si tu bola už odkedy si uvedomujeme naše vedomie. Sú za tým celkom praktické dôvody – potreba poznačiť si presné skutočnosti, ktoré by nám mohli vypadnúť z pamäti, ako napríklad rôzne výročia, no za nutkaním zaznamenávať si pocity, myšlienky alebo len ich útržky je často aj potreba urobiť si poriadok v hlave. Je to komunikácia medzi nami a naším vedomím. Kto som, čo si myslím, aké mám pocity. Denníky sa vyvinuli pomaly, nenápadne zo stručných, často len niekoľkoslovných zápiskov bežných situácií, pozorovaní.

⁷ HEEHS, Peter. *Writing the Self: Diaries, Memoirs, and the History of the Self*. London, United Kingdom: Bloomsbury Academic, 2011, s. 231 – 232. ISBN 9781441168283.

⁸ Writing a daily diary can literally change your brain. In: *World Economic Forum* [online]. 12. 1. 2018 [cit. 2018-10-28]. Dostupné z: <https://www.weforum.org/agenda/2018/01/writing-a-daily-diary-can-literally-change-your-brain>

⁹ Writing Can Help Injuries Heal Faster: Expressive writing may lead to faster recovery from injury. *Scientific American* [online]. 1. 11. 2013 [cit. 2019-01-19]. DOI: 10.1038/scientificamericanmind1113-17b. Dostupné z: <https://www.scientificamerican.com/article/writing-can-help-injuries-heal-faster/>

¹⁰ HEEHS, Peter. *Writing the Self: Diaries, Memoirs, and the History of the Self*. London, United Kingdom: Bloomsbury Academic, 2011, s. 231. ISBN 9781441168283.

1.2.1 Prvé deníky

Niektorí historici považujú za prvý „skutočný“ dochovaný denník úvahy a epigramy¹¹ Marca Aurelia, v ktorých rozjímal nad svojím vnútorným ja, svojimi myšlienkami a činmi. Inou interpretáciou môže byť, že predchodcov dnešných denníkov môžeme nájsť ešte oveľa, oveľa hlbšie v histórii. Dnes robíme fotky skoro z každého nášho dňa, ukladáme si ich elektronicky – často bez ambície vytlačiť ich, alebo ich uverejňujeme na rôznych sociálnych sieťach. Vytvárame si náš osobný vizuálny denník. Dalo by sa povedať, že istou formou vizuálneho denníka boli už jaskynné maľby. Prečo si naši predkovia robili záznamy na stenách jaskýň, dodnes presne nevieme. Podľa niektorých mali mystický charakter – kresby mali prilákať šťastenu a zabezpečiť napríklad dobrý lov. No rovnako dobre mohli byť spätným záznamom udalostí, nie projekciou ideálnej (želanej) budúcnosti. Mohli byť teda akousi výstavkou úspechov, pripomienkou pozitívnych situácií, prípadne záznamom úspešných pokusov.

Vývojom spoločnosti a nadobúdaním väčšej mobility sa prirodzene vyvíjal aj spôsob, ako si ľudia značili významné udalosti. V starom Grécku boli obľúbené voskové doštičky – hypnēmata,¹² kam si zapisovali veci, ktoré nechceli zabudnúť. Voskové doštičky v niektorých prípadoch slúžili až do 19. storočia¹³, svoju slávu však zažili hlavne v stredoveku a antickom Grécku ako prenosná plocha na zapisovanie. Počas svojej slávy slúžili hlavne na študijné účely, účtovné knihy a poznámky, koncepty listov a básní¹⁴. Veci, ktoré bolo dôležité poznačiť si, ale nie natoľko, aby sa míňal vtedy drahý papyrus alebo sa zdĺhavo vytesávali do kamenných dosiek. Vyškrabali sa do mäkkých a znovu použiteľných voskových doštičiek.

Denníky tak ako ich poznáme dnes prišli až na prelome 15. a 16. storočia s rozšírením a industrializáciou papiera¹⁵, ktorý vytlačil zapisovacie doštičky do úzadia. Tie však ostali aj

¹¹ HEEHS, Peter. *Writing the Self: Diaries, Memoirs, and the History of the Self*. London, United Kingdom: Bloomsbury Academic, 2011, s. 7 – 9. ISBN 9781441168283.

¹² HEEHS, Peter. *Writing the Self: Diaries, Memoirs, and the History of the Self*. London, United Kingdom: Bloomsbury Academic, 2011, s. 7 – 8. ISBN 9781441168283.

¹³ Büll, R., 1977, 16.1. 2019. Wachs als Beschreib- und Siegelstoff. Wachstafeln und ihre Verwendung. In: *Das große Buch vom Wachs*. Vol. 2, s. 785 – 894

¹⁴ Wax Tablet & Stylus, Ancient Rome, Replica. *Object Lessons* [online]. London [cit. 2019-02-06]. Dostupné z: <https://www.objectlessons.org/childhood-and-games-romans/wax-tablet--stylus-ancient-rome-replica/s65/a1053/>

¹⁵ JOHNSON, Alexandra. *A Brief History of Diaries: From Pepys to Blogs*. London, United Kingdom: Hesperus Press, 2011, s. 18. ISBN 9781843919704.

tak populárne ako predchodcovia dnešných zápisníkov. Rozšírené boli hlavne v renesancii, hoci papier už bol dostupný a rozšírený. Zapisovacie doštičky totiž spĺňali tri dôležité parametre: boli prenosné, v porovnaní s papierom lacné a zapísané sa dalo ľahko zmazať alebo prepísať. Spomínajú sa napríklad v Shakespearovom Hamletovi, keď sa dozvie o smrti svojho otca, poznačí si do tabuliek svoje myšlienky. „*My tables, - meet it is I set it down,...*”¹⁶. Peter Stallybrass¹⁷ a kolektív síce polemizujú nad metaforickosťou Hamletových „tabuliek”, ktoré môžu byť myslené ako jeho pamäť. Zapisovacie doštičky sa spomínajú aj v iných dobových (renesančných) dielach¹⁸, aj ako verzia dnešných post-it notes.

1.2.2 Denníkový boom

Denníky boli na svojom začiatku privilegiom vyššej vrstvy vďaka rozkvetu obchodu. Zachovali sa napríklad účtovné knihy, na okraje ktorých si cirkevní alebo svetskí účtovníci značili svoje privátne postrehy. Účtovné knihy najprv obsahovali záznamy o prevoze tovaru, obchode, neskôr účtovníci pridávali zmienku o spoločenských udalostiach, až napokon osobné záznamy. Z tohto obdobia sú najznámejšie denníky Samuela Pepysa,¹⁹ z ktorých čerpajú mnohí historici. Považuje sa za jeden z prvých, a zároveň jeden z najlepšie napísaných osobných denníkov, v ktorom opísal detaily o svojej práci, financiách, domácom živote, o svojich zábavkách a vzťahoch, nehovoriac o verejných udalostiach, ako napríklad korunovácia Karola II. či veľký požiar Londýna.

Čisto osobným životom sa zaoberal Lapo Niccolini²⁰. Toto „hobby” malo naňho veľký vplyv, aj na jeho početnú rodinu, až sa stalo rodinnou tradíciou. Poznáme mnoho členov Niccoliniho rodiny, zväčša jeho deti, ktoré sa tiež začali venovať vedeniu si denníka. Jeden z jeho synov, pravdepodobne pod vplyvom niekoľkých vlastných svadiieb, tak zanechal

¹⁶ SHAKESPEARE, William. The Tragedy of Hamlet, Prince of Denmark. In: *The Complete Works of William Shakespeare* [online]. [cit. 2019-01-16]. Dostupné z: <http://shakespeare.mit.edu/hamlet/full.html>

¹⁷ STALLYBRASS, Peter, Roger CHARTIER, J. Franklin MOWERY a Heather WOLFE. Hamlet's Tables and the Technologies of Writing in Renaissance England. *Shakespeare Quarterly* [online]. 2004, 380 – 382 [cit. 2019-02-06]. Dostupné z: https://www.jstor.org/stable/3844198?seq=1#metadata_info_tab_contents

¹⁸ Tamtiež, s. 381.

¹⁹ HEEHS, Peter. *Writing the Self: Diaries, Memoirs, and the History of the Self*. London, United Kingdom: Bloomsbury Academic, 2011, s. 8. ISBN 9781441168283.

²⁰ JOHNSON, Alexandra. *A Brief History of Diaries: From Pepys to Blogs*. London, United Kingdom: Hesperus Press, 2011, s. 19. ISBN 9781843919704.

najpresnejší obraz renesančného života vrátane vymenovania a katalogizácie všetkých svadobných darov a jedla.

1.2.3 Denníky v Ázii

Zaujímavým vývojom prešli aj denníky v japonskej tradícii. V nej sa podľa všetkého pomer objektívnych a subjektívnych záznamov v denníku líšil aj podľa toho, či išlo o autora alebo autorku. Primárnym cieľom autorov prvých novovekých denníkov bolo zapísať svoje pozorovania, myšlienky a činy. Príklad si môžeme všimnúť už v najstaršej japonskej tradícii vedenia denníkov, tzv. „nikki“, ktoré vznikali asi o 800 rokov skôr než v západnej Európe²¹. Tieto datované denníky obsahovali hlavne záznamy o počasí, politike, no nič zo života dennikára. Autor bol teda predovšetkým akýmsi kronikárom, ktorý neprinášal svoj subjektívny postoj.

Osobný žáner sa však rozvinul hlavne v rukách žien, ktoré v nasledujúcich storočiach písali podstatne subjektívnejšie denníky než dovtedy muži. Boli to spovede väčšinou o nenaplnenej láske a utrpení. V Japonsku sa dopĺňali aj o básne alebo fantázie, sny, vymyslené udalosti. Stali sa z nich viac príbehy než osobné spovede alebo reflexie.

1.3 Obsah denníkov

Obsah aj forma denníkov sa v priebehu storočí menili. Ich zmena bola výsledkom ich vývoja tým, že nevznikli zo dňa na deň do tej podoby ako ich poznáme dnes, ale z rôznych kroník a cestopisných záznamov, kde autori postupne pridávali svoje vlastné poznámky. Ich subjektívne názory a pozorovania postupne začali prevyšovať objektívne udalosti. Tak z účtovných kníh a kroník, ktoré obsahovali čisto objektívne informácie a sem-tam pár subjektívnych postrehov, vznikli osobné denníky plné subjektívnych názorov a vnútorných pochodov s okrajovo spomenutým spoločensko-politickým dianím. Okrem denníkov plných osobných udalostí a vnútorného života sa denníky časom začali venovať konkrétnejším témam. Doteraz najznámejšími a obľúbenými sú denníky s vojnovou alebo cestovateľskou tematikou.

²¹ HEEHS, Peter. *Writing the Self: Diaries, Memoirs, and the History of the Self*. London, United Kingdom: Bloomsbury Academic, 2011, s. 9 – 10. ISBN 9781441168283.

Pôvodné cestovateľské denníky vznikali na dobrodružných objavných cestách, na ktoré sa vydávali odvážni cestovatelia. Dochované denníky z prvej ruky podávali informácie o ceste, ktorú podnikli a o krajine a kultúre, ktorú spoznali – slúžili ako cestovateľskí sprievodcovia. Vznikali zo zápiskov pútnikov a cestovateľov, ktorí ich dodatočne dokreslili a ručne prepísali. Alexandra Johnson²² vo svojej knihe *A brief history of diaries* (2011 Hesperus Press) považuje za prvý cestovateľský denník, v ktorom bola cesta skôr vedeckou expedíciou než vnútorným sebaopoznaním, denník cestovateľa Ibn Battuta, ktorý sa na začiatku 14. storočia vydal na púť do Mekky. Nielenže je obdivuhodné, akú vzdialenosť precestoval (za 22 rokov prešiel 120 700 km), ale aj to, že na konci svojej púte spísal svoj denník, ktorý bol dovtedy iba v ústnej podobe. Prvý orálny denník sa zmestil do štyroch zväzkov.

Vojnové denníky sú samy osebe autentickými záznamami vojakov. Odhaľujú nám pohľad na ich vybavenosť a podmienky, v ktorých sa nachádzali. Pre historikov sú stálym zdrojom informácií; napríklad historik Radoslav Turík sa venuje digitalizovaniu záznamov o slovenských vojakoch z prvej svetovej vojny. Turík²³ uvádza, že každý vojak si niečo zapisoval, či už to bol denník alebo aspoň päť viet a pohľadnicu. „Nevýhodou Slovákov bolo, že približne tretina z nich bola negramotná, takže aj napísať tú pohľadnicu bol pre väčšinu z nich problém.”

1.3.1 Umelecké denníky

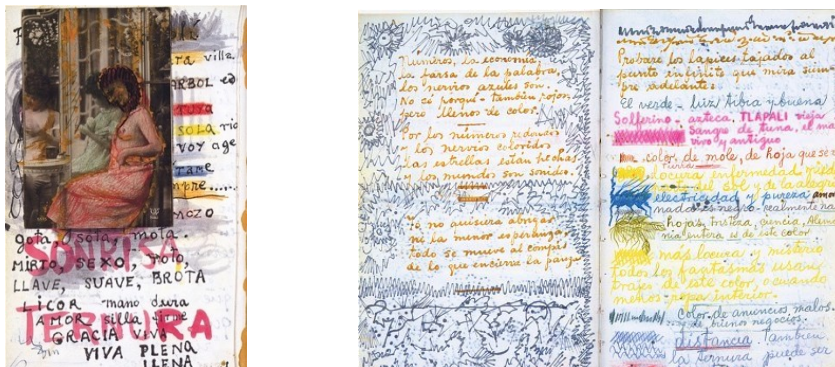
Denníky a zápisníky sú zdrojom nápadov, inšpirácie pre mnohých umelcov už odjakživa. Mnohí si viedli svoje denníky, kde si zapisovali nápady na obrazy, scenáre na nové knihy. Stendhal si do denníka písal, čo a kde práve číta, Victor Hugo si značil dialógy, Virginia Woolf si do denníka písala návrhy na celé romány. Oscar Wilde bol fascinovaný denníkmi, ale sám nezapísal ani jeden. V povojnovom období ľudia prahli po obraze spisovateľa zápasiaceho so sebou samým ako bol denník Katherine Mansfield²⁴. Mansfield si

²² JOHNSON, Alexandra. *A Brief History of Diaries: From Peps to Blogs*. London, United Kingdom: Hesperus Press, 2011, s. 13. ISBN 9781843919704.

²³ VASILKO, Tomáš. Dejepisár skúma osudy Slovákov v 1. svetovej: Nevieme si predstaviť, čím si prešli, na konci vojny vážili 50 kí. *Denník N* [online]. 2018, 9. 11. 2018, s. 14-15 [cit. 2018-11-16]. Dostupné z: <https://dennikn.sk/1288699/dejepisar-skuma-osudy-slovakov-v-prvej-svetovej-nevieme-si-ani-predstavit-cim-si-presli-na-konci-vojny-vazili-50-kil/>

²⁴ LEE, Hermione. The outsider [Recenzia knihy *Journal of Katherine Mansfield edited by John Middleton Murry*]. In: *The Guardian* [online]. 2 Dec 2006 [cit. 2019-02-26]. Dostupné z: <https://www.theguardian.com/books/2006/dec/02/featuresreviews.guardianreview3>

zapisovala psychoanalýzy a záujem o svoju osobu. Denník vydaný po jej smrti sa stal bestsellerom. Nie je však jediným doteraz čítaným ženským denníkom. Podobne tak aj Virginia Woolf, Fanny Burney alebo Sylvia Plath publikovali najprv vo svojich denníkoch. So zákazom publikovania a tvorby sa veľa ženských spisovateliek vyjadrovalo jedine v denníkoch. Alexandra Johnson načrtá, že autori a dennikári ako Camus, Gide alebo Greene predstavujú už rozbehnutú spisovateľskú kariéru. Na rozdiel od ženských spisovateliek, akými bola Woolf, Burney alebo Mansfield, ktoré sú na jej začiatku a bojujú o ctižiadostivosť, povolenie publikovať a svoj hlas.



Obrázok 1 Z denníka Fridy Kahlo (Telegraph, 2014)

1.3.2 Vizuálne deníky

Umelecké denníky a zápisníky majú veľa podôb, nemusia to byť len klasicky textové zápisky, aké si viedli spomínaní spisovatelia. V minulosti bola zručnosť kresliť alebo vedieť načrtnúť aspoň pár čiar známkou vzdelanosti rovnako ako písanie²⁵. Napríklad herbáre, ktoré sú okrem faktických informácií doplnené o ilustrácie a náčrty rastlín. Obraz dopĺňa text, pridáva mu ďalšiu vrstvu, rozmer. Najprv skromné ilustrácie po stranách, neskôr čisto obrazový formát. Známe sú denníky mexickej maliarky Fridy Kahlo (Obr. 1) alebo Leonarda da Vinci, ktorí vizuálne zaznamenávali svoje myšlienky a kreatívnu tvorbu. Vizuálny zápisník bol dôležitý aj pre hollywoodskeho fotografa sira Cecila Beatona, ktorý si doňho značil svoj umelecký pokrok²⁶. Zaplnil ho množstvami fotiek, ilustrácií, výstrižkami z novín,

²⁵ SNYDER, Susan. Beyond Words: 200 Years of Illustrated Diaries [Recenzia knihy *Beyond Words: 200 Years of Illustrated Diaries*]. In: *Heyday Books* [online]. [cit. 2019-03-27]. Dostupné z: <https://heydaybooks.com/book/beyond-words/>

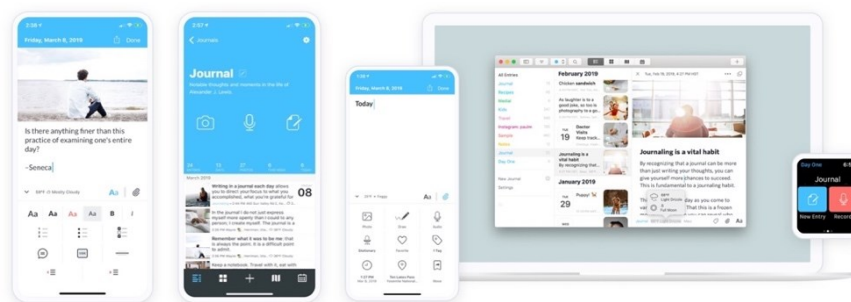
²⁶ Cecil Beaton's Visual Diaries. In: *Nowness* [online]. November 6, 2010 [cit. 2019-03-28]. Dostupné na: <https://www.nowness.com/story/cecil-beatons-visual-diaries>

divadelných programov a brožúr. Dokopy tvoria vizuálnu predstavu jeho intímnych myšlienok, aj štúdií o tvare a farbe. Z dnešného hľadiska to bola jeho vlastná analógová verzia Pinterestu. Známy je aj vizuálny denník slávneho grungeového speváka Kurta Cobaina, ktorý približuje spevákov život aj život kapely a vznik niektorých piesní. Na rozdiel od Beatona Cobainov denník obsahuje viac textu a vlastných ilustrácií. Forma vizuálnych denníkov závisí od autora, od ilustrácií popri texte cez vystrihnuté obrázky a lepoprelá až po maliarske diela. Odporúča sa aj pri kreatívnom bloku, keď prevláda pocit, že nápad neprichádza.

1.4 Denníky dnes

1.4.1 Aplikácie a denníkové služby

Denníkari očakávajú od ideálneho digitálneho denníku alebo aplikácie rýchly prístup, jednoduché intuitívne rozhranie a synchronizáciu medzi zariadeniami. Papier má svoju pridanú hodnotu, ale denníkové aplikácie dokážu ponúknuť viac. Môžu pridať zápiskom viac kontextu, napríklad vkladať multimediálne súbory alebo statusy zo sociálnych sietí. Praktické je aj vyhľadávanie alebo pripomenka, aby si pisateľ nezabudol zapísať konkrétny deň. Google store aj Appstore obsahujú desiatky aplikácií, z ktorých sa dá vybrať v závislosti od ceny, ponúkaných služieb alebo rozhrania. Veľa z nich pripomína nástenku s príspevkami na sociálnych sieťach, napríklad Day one²⁷ (Obr. 2) alebo aplikácia Diarium²⁸, ktorá umožňuje rozpoznávanie reči.



Obrázok 2 Aplikácia DayOne (DayOne App, 2018)

²⁷ Day One [online]. Bloom Built, 2011 [cit. 2019-04-25]. Dostupné z: https://dayoneapp.com/?utm_source=zapier.com&utm_medium=referral&utm_campaign=zapier

²⁸ Diarium [online]. Germany: T. Partl [cit. 2019-04-25]. Dostupné z: <https://timopartl.com>

2 BLOGY

Deliť sa o svoje myšlienky a názory s inými je bežné. Úspech blogov spočíval v tom, že dávali priestor na vyjadrenie aj bežným ľuďom. Dalo by sa povedať, že predchodcom blogov bol londýnsky Hydepark. V ňom si hocikto mohol postaviť svoju debničku a použiť ju ako rečnícke pódium. Samozrejme, s tým, že jeho publikum záviselo od toho, kto práve išiel okolo. Oproti tomu blogy dávajú nielen viac priestoru potenciálnym čitateľom, ale aj autorovi dávajú viac možností, ako sa prezentovať.

2.1 Čo je blog?

Pod slovom blog si každý predstaví niečo iné. Nieкто si vybaví textové príspevky, nieкто účet na sociálnych sieťach plný fotografií alebo videí. Ale v zásade si všetci vybavíme to isté. Internetovú stránku, často osobnú, ktorá umožňuje rýchle publikovanie príspevkov na rôzne témy²⁹, internetový denník. Blog môže byť písanie o svojich pocitoch, živote, ale aj o dostupných produktoch a firemnom dianí. Blogger³⁰ a influencer 90. rokov Jorn Bagger na svojich stránkach vymyslel a definoval blog, respektíve vtedy ešte weblog „ako stránku, na ktorej weblogger odkazuje na iné webové stránky, ktoré mu prídu zaujímavé. Formát blogov je zvyčajne v pridávaní najnovších príspevkov do hornej časti stránky, aby návštevníci mohli pokračovať v čítaní, až kým sa nedostanú na odkaz, ktorý videli pri svojej poslednej návšteve”.³¹

Slovo vzniklo zo zlúčenín slov web + logging, takže z prihlasovania sa na sieť³². To bolo v roku 1997 a trvalo ešte pár rokov, kým sa názov rozšíril a začal široko používať na začiatku milénia. A pár ďalších, kým sa slovo blog stalo takým rozšíreným a používaným, že sa podľa amerického slovníka Merriam-Webster Dictionary stalo slovom roku 2004³³.

²⁹ KAČALA, J., M. PISÁRČIKOVÁ a M. POVAŽAJ. *Krátky slovník slovenského jazyka*. 4. dopl. a upr. vyd. Bratislava: Veda, 2003. ISBN 80-224-0750-X.

³⁰ Kto uverejňuje články na blogu, osobnej al. inej nekomerčnej webovej stránke, BUZÁSSYOVÁ, Klára, a kolektív. *Slovník súčasného slovenského jazyka. A – G*. Bratislava: Veda, SAV, 2006. ISBN 978-80-224-0932-4.

³¹ BARGER, Jorn. Weblog resources FAQ. In: *Robot Wisdom* [online]. USA: Jorn Barger, 1999, September 1999 [cit. 2019-02-12]. Dostupné na:

<http://web.archive.org/web/20000817093828/http://www.robotwisdom.com/weblogs/>

³² ŠINDELÁŘ, Jan. Blog: vytváříme a vedeme internetový deník: Co je to blog?. Brno: Computer Press, 2006, s. 7. ISBN 8025109275.

³³ BYRON, DL a Steve BROBACK. Blogy: Publikuj a prosperuj : Blogování pro váš business. Praha: Grada, 2008, s. 1. ISBN 978-80-247-2064-7.

2.1.1 História blogov

Skôr, než bol blog blogom, bol osobnou stránkou, „personal homepage”. Rástli prvé interakcie, ľudia pridávali svoj popis, čo robia, písali o svojich záľubách. V porovnaní s dnešnými trendmi mali od blogov ešte veľmi ďaleko. Boli založené hlavne na textovom obsahu, sem-tam sa pridala obrázok, neskôr video. Svojím vývojom sa blogy časom odlišili od webových stránok a išli svojou vlastnou cestou. Autori DL Byron a Steve Broback v knihe *Blogy: Publikuj a prosperuj* (2008) rozlišujú blog od webovej stránky na základe týchto kritérií³⁴:

- blog má vlastný informačný obsah – príspevky sú chronologicky zoradené,
- blog obsahuje komentáre čitateľov – prostredníctvom ktorých komunikujú čitatelia medzi sebou aj s autorom, správcom blogu,
- blog obsahuje registráciu na odber noviniek,
- obsah má tematické archívy – jednotlivé príspevky sú roztriedené podľa mesiaca, roku, kľúčových slov, kategórií alebo „tagov”,
- blogy sa líšia neformálnym, konverzačným štýlom písania.

V tejto podobe boli blogy bližšie online denníkom alebo zápisníkom. Prví blogeri písali inštinktívne, pocitovo, živelne. Netvorili blogy a príspevky, aby mali čo najviac kliknutí, zvýšili si počet návštevníkov a čitateľov, predali nejaký produkt.

Prví blogeri začali na stránky pridávať svoje obľúbené odkazy a hyperlinky, aby sa čitatelia vedeli rýchlejšie orientovať. Z najnavštevovanejších stránok sa stávali prvé blogy a z ich autorov prví influenceri. Jedným z nich bol aj tínedžer Justin Hall, ktorého niektorí považujú za priekopníka a jedného z „otcov zakladateľov” dnešných blogov. Jeho stránka *The Weird, the Wild and the Wonderfull of the WWW*, neskôr „Justin’s links from the undergroud” (Obr. 3) obsahovala odkazy na stránky, ktoré mu prišli zaujímavé. Justin Hall používal svoju stránku ako kreatívny zápisník. Zverejňoval svoje básničky, príbehy zo života. Písal o svojej rodine, zážitkoch, rodinných členoch, priateľoch. Každý človek a príbeh mal hyperodkaz na svoju vlastnú stránku. Justin Hall tak používal štruktúru webu na rozprávanie S

³⁴ BYRON, DL a Steve BROBACK. *Blogy: publikuj a prosperuj : blogování pro váš business: Co přesne blog znamená?.* Praha: Grada, 2008, s. 2 – 3. ISBN 978-80-247-2064-7.

2.2 Blogový boom

V roku 2005 nastal doslova blogový boom. Takmer každý mal svoj blog, pretože každý mal svoj názor, ktorý mohol slobodne vyjadriť a jedným kliknutím zverejniť celému svetu. Po tom ľudia prahli. Neboli to len názory odborníkov, expertov alebo slávnych osobností. Boli to názory a životy obyčajných ľudí, ktorí zverejňovali svoje životy, vedeli sme sa k nim priblížiť, vedeli nás pochopiť. Oblúbenými blogmi v tej dobe boli napríklad Cam's World, Rebecca's pocket alebo Mysanthropic bitch, ktorá písala o svojom živote z pohľadu vysokoškolského študenta.

S príchodom nového tisícročia prišla nová generácia My, „generation we“³⁵ (technicky chápaná a svetovo prepojená³⁶ generácia mladých ľudí) a s ňou kultúra „tell-all“³⁷, teda ukazovanie svojho života svetu. Postupne sa z blogov ako z hobby stávali zamestnania. Čiastočne k tomu prispel aj dostatočne veľký dopyt po blogoch, ktoré boli plné recenzií, skúseností a názorov používateľov.

2.2.1 Blog ako kariéra

Blogy sa stali takou bežnou aktivitou, až zovšedneli. Ak ste potrebovali niečo nájsť, prečítali ste si blog alebo recenziu. Písať a vytvárať nové blogy bolo také jednoduché, že to zvládol každý.

Postupne sa do blogov začal primiešavať marketing a blogeri začali na svojich blogoch zarábať. Z hobby bola zrazu kariéra. Kto ešte nemal blog, mohol nájsť množstvo blogov s návodmi a príručkami, ako svoj blog písať. Meta blogy boli blogy o blogovaní. Okrem textových príspevkov pribúdali prvé podcasty a video blogy, najskôr nazývané „vogy“³⁸.

„... *Vog nie je živé vysielanie (nejde o opätovné „objavenie“ televízie). Vog využíva výkonné video alebo/a audio. Vog je osobný. Vog používa dostupnú technológiu. ... Vog je Dziga*

³⁵ JOHNSON, Alexandra. *A Brief History of Diaries: From Pepys to Blogs*. London, United Kingdom: Hesperus Press, 2011, s. 90. ISBN 9781843919704.

³⁶ Tamtiež.

³⁷ JOHNSON, Alexandra. *A Brief History of Diaries: From Pepys to Blogs*. London, United Kingdom: Hesperus Press, 2011, s. 12. ISBN 9781843919704.

³⁸ COIRO, Julie, Michele KNOBEL, Donald J. LEU a Colin LANKSHEAR. *Handbook of Research on New Literacies*. New York: Routledge, 2008. ISBN 0805856528.

Vertov s Macom a modemom. Vog je video blog, kde video na blogu musí byť viac než video na blogu.“ (Manifest of Vog, Miles 2000)³⁹

Dnešné blogy sa od tých spred desiatich rokov značne posunuli vpred. Ako uvádza blogerka a autorka knihy *Blog za milión* (2014) Natasha Courtenay-Smith, dnešní blogeri neblogujú z vášne, aby prejavili svoj názor⁴⁰, ale bojujú o pozornosť. Keď iba na Wordpresse denne vznikne 50 000⁴¹ nových blogov, je presadenie sa v blogosfére náročnejšie ako kedykoľvek predtým. Dnešné písanie blogov je úplne iné ako to, ktoré písali Jorn Bagger alebo Justin Hall. „Nevytvárate komunitu okolo svojho názoru. Budujete značku, vytvárate si autoritu, zlepšujete postavenie,“⁴² tvrdí Courtenay-Smith. Na prelome 90. rokov a začiatku milénia ľudia blogovali, pretože to bolo niečo nové, a pritom jednoduché, ako vyjadriť svoj názor, vašnosť alebo záľubu a kliknutím ho zverejniť. Ale z dnešného podnikateľského hľadiska by sa podľa názoru autorky N. Courtenay-Smith táto stratégia pravdepodobne už neosvedčila. Z blogovania sa stal biznis. Je to cesta, ako predať seba, svoje názory, produkty.

2.2.1.1 Autor

Blogeri sa sami delia do rôznych kategorických označení, ako napríklad módní blogeri, food blogeri, politickí blogeri, blogujúce mamičky alebo vojnoví blogeri („war bloggers“ – označovaní blogeri, ktorí písali o 9/11)⁴³. Okrem recenzií na konkrétny typ produktov sa čitatelia môžu dostať aj k plnohodnotným informáciám ako v spravodajstve. Aký je teda rozdiel medzi blogermi a novinármi? Natasha Courtenay-Smith to vysvetľuje jednoducho: novinári informujú, blogeri komunikujú⁴⁴. Rozdiely vysvetľuje aj ďalej: novinár má síce rovnako ako bloger svoj osobitý štýl písania, ale je oddaný periodiku, pre ktoré píše, a jeho

³⁹ Preklad autora. Z originálu „... A vog is not streaming video (this is not the reinvention of television). A vog uses performative video and/or audio. A vog is personal. A vog uses available technology... A vog is dziga vertov with mac and modem. A vog is a video blog where video in a blog must be more than video in a blog.“ (Miles 2000). COIRO, Julie, Michele KNOBEL, Donald J. LEU a Colin LANKSHEAR. *Handbook of Research on New Literacies*. New York: Routledge, 2008. ISBN 0805856528.

⁴⁰ COURTENAY-SMITH, Natasha. *Blog za milión*. Bratislava: Ikar, 2017, s. 10 – 11. ISBN 978-80-551-5453-4.

⁴¹ COURTENAY-SMITH, Natasha. *Blog za milión*. Bratislava: Ikar, 2017, s. 16. ISBN 978-80-551-5453-4.

⁴² COURTENAY-SMITH, Natasha. *Blog za milión*. Bratislava: Ikar, 2017, s. 18 – 25. ISBN 978-80-551-5453-4.

⁴³ FOOTOFERRET. A Brief History Of ZeFrank [video]. In: *Youtube* [online]. Publikované 7. 4. 2013 [vid 2019-03-06]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=asCdrGgpEQs>

⁴⁴ COURTENAY-SMITH, Natasha. *Blog za milión*. Bratislava: Ikar, 2017, s. 39 – 42. ISBN 978-80-551-5453-4.

hodnotám a zväčša píše na rôzne témy. Rovnako pri blogerovi čitatelia čítajú konkrétneho blogera pre jeho štýl písania. On však nachádza stále nové príspevky na tému svojho zamerania.

V neposlednom rade sú blogeri influencermi. Oxfordský slovník vysvetľuje slovo „influencer“⁴⁵ z marketingového hľadiska ako niekoho, kto dokáže ovplyvniť masu propagáciou alebo odporúčaním na sociálnych médiách. Influenceri sú priatelia výrobcov⁴⁶, preto v poslednej dobe môžeme sledovať v reklamách skôr osobnosti zo sveta online než hollywoodske hviezdy. Dôvodom, prečo si značky a výrobcovia v posledných rokoch vyberajú viac influencerov než slávne osobnosti, je, že väčšina z nich je mimo svojho odboru neznáma. To môže byť pre výrobcu (značku) výhodou. Môže vytvoriť viacero kampaní s viacerými influencermi, a tak cieľiť na väčšie publikum⁴⁷. Z podnikateľského hľadiska je to pre obe strany výhodný model, ako píše vyššie spomenutá autorka. Zvlášť to platí v dobe, keď sa spotrebitelia viac spoliehajú na recenzie influencerov, teda ľudí známych hlavne v online svete, než značky a výrobcov.

2.2.1.2 Čitatelia

Sú jednou z hlavných zložiek blogového priemyslu. Konzumujú obsah a dotvárajú ho svojimi komentármi, inšpirujú k ďalším témam. Čo je podstatné, zvyšujú návštevnosť. Čitatelia vytvárajú časť príjmov úspešného blogera, ktorého zisk pramení nielen z reklamy. Čím je blog čítanejší, má veľkú mieru návštevnosti, tým je zaujímavejší pre výrobcov a značky.

Na otázku, kto číta blogy, môžeme odpovedať, že skoro všetci. Blogy sa stali takou súčasťou našich životov a konzumovania obsahu, že bežný čitateľ – konzument častokrát nevie v spravodajstve rozlíšiť, čo je správa a čo je komentár.

Čitatelia sa zhľukujú okolo svojho obľúbeného blogera prispievajúceho na tému, ktorá ich zaujíma, a vnímajú ho ako autoritu alebo obdivujú jeho jedinečný štýl písania. Každý bloger

⁴⁵ „A person with the ability to influence potential buyers of a product or service by promoting or recommending the items on social media.” Influencer. In: *English Oxford Living Dictionaries* [online]. USA: Oxford University Press, 2019 [cit. 2019-03-12]. Dostupné z: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/influencer>

⁴⁶ COURTENAY-SMITH, Natasha. *Blog za milión*. Bratislava: Ikar, 2017, s. 42 – 43. ISBN 978-80-551-5453-4.

⁴⁷ Tamtiež.

vytvára komunitu⁴⁸ svojich čitateľov, teda tých, ktorí komunikujú, reagujú na príspevky a dopĺňajú tým obsah. Natasha Courtenay-Smith definuje ešte jednu skupinu čitateľov blogov, a to sú kmene. Teda skalní fanúšikovia, ktorí žijú publikovaným obsahom a dajú sa najviac ovplyvniť blogerom.

2.2.1.3 *Obsah*

Existuje veľa príručiek a návodov, ktoré radia, ako by mal vyzerat' úspešný blogový príspevok. Koľko by mal mať znakov, paragrafov, ako vystavat' obsah, kedy použiť obrázkov a kedy urobiť pauzu... Veľký dôraz sa kladie hlavne na prehľadnosť textu a štruktúru, ktorá je odlišná ako v tlači. Čítanie je totiž ovplyvnené viacerými faktormi, ako je druh média (obrazovka telefónu či tabletu), pohyb a prostredie⁴⁹. Z toho dôvodu zaváži aj rozsah obsahu; čitatelia sú totiž ochotní venovať mu len pár minút denne zo svojho času.

Pretože publikum je netrpezlivé, používajú sa v blogovaní prístupy, ktoré by inde nenašli uplatnenie. Okrem tzv. virálneho obsahu sú veľmi obľúbené zoznamy – „listicle”. Majú najväčšie úspechy, pretože sú prehľadné, rýchlo a ľahko sa čítajú. Najväčšími zástancami takýchto príspevkov sú napríklad stránky BuzzFeed alebo HuffingtonPost⁵⁰. Medzi ďalšie prístupy, ktoré našli uplatnenie v blogovaní, patrí konverzačný štýl písania a moderná gramatika⁵¹. Rozdiel pri „blogovom” písaní je nielen v štruktúrovaní textu, ale aj v samotnej stylistike. Blog potrebuje „clickbait” – čiže vysokú mieru kliknutia, preto používa častejšie rovnaké slová, kratšie vety a dráždivejšie titulky či vyhlásenia. Z formálneho hľadiska sa pri písaní blogov používajú úplne iné princípy ako kdekoľvek inde.

Líšia sa aj po obsahovej stránke. Marketingový technolog Chris Garrett⁵² ich rozdelil na príspevky s bežným, každodenným obsahom – teda štandardný obsah, a príspevky, na ktoré potrebujeme viac času, takzvané vlajkové lode, ktorými je reprezentatívny obsah. Treťou

⁴⁸ COURTENAY-SMITH, Natasha. *Blog za milión*. Bratislava: Ikar, 2017, s. 74. ISBN 978-80-551-5453-4.

⁴⁹ COURTENAY-SMITH, Natasha. *Blog za milión*. Bratislava: Ikar, 2017, s. 183, 192. ISBN 978-80-551-5453-4.

⁵⁰ COURTENAY-SMITH, Natasha. *Blog za milión*. Bratislava: Ikar, 2017, s. 192 – 196. ISBN 978-80-551-5453-4.

⁵¹ Tamtiež.

⁵² COURTENAY-SMITH, Natasha. *Blog za milión*. Bratislava: Ikar, 2017, s. 184 – 185. ISBN 978-80-551-5453-4.

skupinou je obsah tvoriaci pilier celého blogu – teda príspevky, ktoré sú aktuálne, relevantné a solídne. Väčšinou ide o príspevky v štýle návodov, rád a tipov.

2.3 Blogy v. Sociálne siete

Je veľa názorov o tom, ako sociálne siete, hlavne príchod Instagramu, vytlačili z trhu blogy a samostatné blogové stránky. Názory sú rôzne, veľa blogerov sa presunulo na sociálne siete, ale tým, ktorí nechcú byť obmedzení počtom znakov v príspevku alebo majú povedať viac než dovoľuje „tweet“, vyhovujú vlastné blogové stránky. Dalo by sa povedať, že ak by ste chceli byť v blogosfére naozaj úspešnými, mal by ísť váš blog ruka v ruke so sociálnymi sieťami⁵³. Hovorí o tom aj stály rozmach a obľúbenosť služby Wordpress, ktorá začala ako platforma pre blogerov. Wordpress bol medzi prvými, ktorý priblížil blogovanie širokej verejnosti, aby ste nemuseli mať technické zázemie na publikovanie príspevku⁵⁴. Sociálne siete by mali byť výhodou pre blogy na oslovenie nového, širšieho publika ktoré sa združuje na rôznych platformách. Z tohto predpokladu sa odvíja aj jej správny výber.

2.3.1 Blogové platformy

V začiatkoch blogovania bolo pridávanie príspevkov náročné. Každý príspevok sa musel „uploadovať“ manuálne a pravidelne kontrolovať, či nepribudol komentár. Postupne bolo treba pridávať príspevky častejšie, rýchlejšie, jednoduchšie. Na trh prišli prvé blogové platformy ako Type Pad, Live Journal či Blogger⁵⁵, ktoré ponúkali blogovací priestor. Ako



Obrázok 3 Medium About (Medium 2012)

⁵³ COURTENAY-SMITH, Natasha. *Blog za milión*. Bratislava: Ikar, 2017, s. 230 – 237. ISBN 978-80-551-5453-4.

⁵⁴ HALL, Justin. overshare: the links.net story [video]. In: *Youtube* [online]. Publikované 10. 8. 2015[vid 2019-02-14]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=AxD4mqFtySQ>

⁵⁵ BYRON, DL a Steve BROBACK. *Blogy: publikuj a prosperuj; blogování pro váš business*: Praha: Grada, 2008, s. 87-88. ISBN 978-80-247-2064-7.

prvé použili grafické používateľské rozhranie, aby bolo publikovanie článkov jednoduchšie a zriadenie vlastného blogu rýchlejšie a intuitívnejšie. Písať blog už neznamenal otvoriť si príkazový riadok a vložiť kód. Systémy mali jednoduché užívateľské rozhranie, v ktorom stačilo napísať text ako v textovom editore a kliknutím ho zverejniť. V nich sa objavila prvá verzia RSS (Really Simple Syndication), teda automatické rozosielanie obsahu.⁵⁶ To čitateľom dovolilo držať krok s novými príspevkami ich obľúbených blogerov. Dnes patrí medzi najpopulárnejšie platformy Wordpress, ktorý poháňa 30 % všetkých stránok na internete⁵⁷. Pri výbere platformy pre blog sa zohľadňuje jej jednoduchosť pri nastavení a možné rozšírenia pri raste blogu. Okrem Wordpressu sú obľúbené platformy Wix, Blogger alebo Medium (Obr. 4). Spomenuté platformy slúžia na klasické blogovanie, teda písanie väčších celkov. Od nich sa odlišuje platforma Tumblr, ktorá je založená skôr na mikrobloggerovaní, teda podobne ako pri sociálnych sieťach skôr na menšie textové celky. Zároveň má aj niektoré prvky sociálnych sietí, ako sú nástroje na sledovanie ďalších blogov, reblogovanie a pod.

⁵⁶ BYRON, DL a Steve BROBACK. *Blogy: publikuj a prosperuj: blogování pro váš business*: Praha: Grada, 2008, s. 14. ISBN 978-80-247-2064-7.

⁵⁷ *W3Techs* [online]. Q-Success, 2009 [cit. 2019-03-28]. Dostupné z: <https://w3techs.com>

3 STORYTELLING

Existuje domienka, že korene storytellingu siahajú až do staršieho obdobia štvrtohôr, keď sa vyvinuli z nutnosti ako nástroj na prežitie.⁵⁸ Vtedy sprostredkovali informácie hlavne o prostredí, jeho zmene, správaní zvierat či možnosti potravy. Odvtedy prešiel storytelling viacerými zmenami, ktoré sa týkali nielen jeho obsahu, ale aj formy, v akej sa príbehy podávali. Z analógového storytellingu sa stal digitálny s hlavným prvkom interaktivity. Obľúbenou vedeckou teóriou je, že prvok interaktivity samotnej nie je v storytellingu novou pridanou hodnotou digitálnych médií. Interaktívnym rozprávaním boli už príbehy pri prehistorickom ohnisku – rozprávač mal jasnú predstavu o príbehu, ale nie pevnú osnovu, príbeh menil podľa reakcií publika.⁵⁹

3.1 Nové médiá

Na konci 80. rokov⁶⁰ minulého storočia sa svet médií a komunikácií začal úplne meniť. S novou mediálnou revolúciou⁶¹ sa všetky doteraz známe médiá (fotka, text, video) začali označovať ako „staré médiá“ a nahradzovali ich „nové“ médiá. Slovo „nový“ v názve nových médií evokoval niečo lepšie⁶², avšak väčšina nových médií bola prepracovaním starých do digitálnej podoby. Túto revolúciu spustil moderný digitálny počítač, ktorý sa vyvíjal popri ostatných mediálnych technológiách v rôznych formátoch, až kým sa spojili do jedného. Stále išlo o text, len v digitálnej podobe. Stále to bola fotografia, len sme si ju prezerali v okne prehliadača. Nové médiá nám môžu sprostredkovať nové zážitky, nové reprezentácie sveta. S príchodom nových médií vznikla nová forma zábavy. Autorka Carolyn Handler Miller⁶³ definuje digitálny storytelling ako naratívnu zábavu, ktorá sa

⁵⁸ MILLER, Carolyn Handler. *Digital storytelling: a creator's guide to interactive entertainment*. Vyd. 3. New York; London: Focal Press, Taylor & Francis Group, 2014, s. 3 – 7. ISBN 978-0-415-83694-4.

⁵⁹ MILLER, Carolyn Handler. *Digital storytelling: a creator's guide to interactive entertainment*. Vyd. 3. New York; London: Focal Press, Taylor & Francis Group, 2014, s. 3 – 7. ISBN 978-0-415-83694-4.

⁶⁰ LISTER, Martin, Jon DOVEY, Seth GIDDINGS, Iain GRANT a Kieran KELLY. *New Media: a critical introduction*. Vyd. 2. Oxon, United Kingdom: Routledge, 2009, s. 10. ISBN 978-0-415-43160-6.

⁶¹ MANOVICH, Lev. *Jazyk nových médií*. Praha : Univerzita Karlova: Karolinum, 2018. ISBN 978-80-246-2961-2.

⁶² LISTER, Martin, Jon DOVEY, Seth GIDDINGS, Iain GRANT a Kieran KELLY. *New Media: a critical introduction*. Vyd. 2. Oxon, United Kingdom: Routledge, 2009, s. 11. ISBN 978-0-415-43160-6.

⁶³ MILLER, Carolyn Handler. *Digital storytelling: a creator's guide to interactive entertainment*. Vyd. 3. New York; London: Focal Press, Taylor & Francis Group, 2014, s. 3 – 7. ISBN 978-0-415-83694-4.

dostáva k publiku formou digitálnych technológií. Je to široké odvetvie, ktoré prišlo len nedávno a tvorí obsah pre rozličné oblasti médií – od obsahu pre internet, mobilné hry a aplikácie atď.

Nové médiá priniesli so sebou niekoľko zmien a jednou z nich bola aj pozícia diváka a obsah. Rovnako pri starších médiách, ako divadlo alebo televízia, kde je divák iba pasívnym konzumentom, na rozdiel od obsahu na internete, na ktorého tvorbe sa podieľa. To je jeden zo základných rozdielov medzi klasickým a digitálnym storytellingom – používateľ sa podieľa na príbehu, môže ho ovplyvňovať, ovládať. Digitálne technológie ovplyvnili aj obsah, dávajú nám oveľa viac možností, ako prijímať informácie a formy zábavy. Týchto zmien bolo niekoľko; spolu sa charakterizujú ako definujúce vlastnosti alebo základné kvality nových médií. Označujú sa tak zmeny, ktoré sa v širokej škále udiali v mediálnej produkcii a používaní. Sú to hlavne digitálne, interaktívne, hypertextové, virtuálne, sieťové a simulované vlastnosti.

Technológie nám vo všetkých smeroch uľahčujú život, ale taktiež kladú na naše vnímanie vyššie požiadavky. Skupina výskumníkov, pedagógov a vizionárov (The New London Group 1994⁶⁴) zaviedla pojem takzvanej „multiliteracy” – v preklade mnogogramotnosti, ktorá zahŕňa okrem bežnej znalosti čítania a písania aj ďalšie zručnosti. Rozdeľujú ich na:⁶⁵

- technologická gramotnosť – schopnosť primerane používať počítač,
- vizuálna gramotnosť – rozpoznávanie znakov, symbolov,
- mediálna gramotnosť – schopnosť rozpoznať a vytvoriť správu graficky, písomne alebo v pohyblivých obrázkoch (tzv. gifoch),
- a informačnú gramotnosť – schopnosť nájsť a analyzovať informáciu.

⁶⁴ The New London Group. (1996). A pedagogy of multiliteracies: Designing social futures. *Harvard educational review*, 66(1), s. 60 – 93.

⁶⁵ SYLVESTER, R., & GREENIDGE, W. (2009, December). Digital Storytelling: Extending the Potential for Struggling Writers. *The Reading Teacher*, 63(4), 284 – 295.

3.1.1 Digitálny storytelling

Digitalizácia je zásadným prvkom nových médií. Aby médium bolo digitálne, musia byť všetky jeho prvky zdigitalizované. Vďaka novým technológiám máme výhodu, že sme schopní prerozprávať príbehy aj v iných rovinách, ako je hovorené slovo. Podávame ho pomocou obrázkov, videí, zvukov, a približujeme tak poslucháčovi náš zážitok. Rozprávanie príbehov pomocou digitálnych technológií označujeme ako digitálny storytelling.

Digitálny storytelling má mnoho foriem. Môže byť čisto zvukový, v sprievode zvukových efektov, nahrávok z terénu alebo hudby. Čo ho naozaj definuje, je *interaktivita* – teda schopnosť používateľa ovládať, mať vplyv na vývoj príbehu. Tým, že používateľovi dovolili vplývať na príbeh, sa narúša jeho *linearita*, takže udalosti už nemajú pevné poradie, ale také, aké určí používateľ. Tým digitálny storytelling *manipuluje s časom a priestorom* na úkor toho, že dovoľuje používateľovi nájsť si vlastnú cestu spomedzi možností – to ho robí *ovládateľným*. Digitálny storytelling spojuje viacero médií, aby docielil požadovaný výsledok. Napríklad online hry, kde vývoj príbehu závisí od úkonov hráča, zároveň ho presúva v čase aj priestore, ale dovoľuje mu manipulovať s príbehom. Takéto príbehy ponúkajú kolektívny zážitok.

V Spojených štátoch amerických sa šíreniu a tvorbe podobných príbehov venuje Centrum pre digitálny storytelling⁶⁶. Založili ho Dana Atchley⁶⁷ a Joe Lambert na Univerzite v Berkeley ako komunitné spoločenské miesto. Vytvárajú digitálne príbehy, pretože, ako sami hovoria, „každý máme príbeh na vyrozprávanie“⁶⁸. Joe Lambert a Dana Atchley sprostredkujú príbehy obyčajných ľudí a sami ich učia, ako svoje príbehy a životné skúsenosti podať ďalej pomocou digitálnych technológií. Zastávajú názor, že vedieť digitálny storytelling, respektíve vedieť podať príbeh alebo informáciu správne a pomocou technológií je dôležité, pretože hovorí digitálnym jazykom ako väčšina mladých ľudí, ktorých označujú ako „digital natives“⁶⁹.

⁶⁶ Centre for Digital Storytelling [online]. Berkeley, USA: Centre for Digital Storytelling, 1993 [cit. 2019-04-28]. Dostupné z: <https://www.storycenter.org>

⁶⁷ Our Story. Storycenter: Listen deeply...Tell stories [online]. [cit. 2019-03-26]. Dostupné z: <https://www.storycenter.org/press>

⁶⁸ Tamtiež.

⁶⁹ „a person who is very familiar with digital technology, computers, etc. because they have grown up with them”, Digital native. In: Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus [online]. USA:

Príbehy typu digitálneho storytellingu sú priamo určené pre digitálne technológie, v nijakej inej forme by nefungovali. Ale aj tu nám ponúkajú rozšírené možnosti a nové žánre, miešajú viac médií dohromady. Niektoré z nich vznikli priamo pre stránky, teda príbehy, ktoré prežívame prostredníctvom internetových prehliadačov. Príkladom sú krátke webové seriály, neexistujúce alebo falošné blogy alebo tzv. webcam dramas⁷⁰. Organické príbehy, keď zažívame príbeh prostredníctvom niečej webovej kamery. Tento žánr je jedinečný ako médium a funguje iba na digitálnych technológiách. Webcam dramas je intímna forma denníkov, kde postavy rozprávajú na kameru svojho počítaču o tom, čo sa práve deje v ich živote. Úspešným príkladom bola séria Rachel's room (2011), ktorá rozprávala príbeh 16-ročného dievčaťa, ktoré urobí radikálne rozhodnutie a otvorí sa cudzincom nainštalovaním si webových kamier do detskej izby. Divák spoznáva, kým Rachel naozaj je prostredníctvom jej webovej kamery a online denníka. Rachelin život sa odhaľuje vo video epizódach (Obr. 5), online denníku a chatovacích stretnutiach, kde fanúšikov vyzývajú na interakciu s hlavnou protagonistkou prostredníctvom chatu. Producentka Arika Lisanne Mittman, ktorá tento seriál stvorila, dokonale zmiešala realitu s fikciou. Veľa divákov uverilo, že je Rachel reálne dievča, nie vymyslená postava.



Obrázok 4 Rachel's Room (Miller 2014)

3.1.2 Interaktivita

Interaktivita je hlavným znakom nových médií, pretože pretvára ich tradičný význam. Bez interaktivity by digitálne médiá boli iba kópiou tých starých v digitálnom prostredí, bez pridaného rozmeru. Vplyv na diváka by bol rovnaký, konzumoval by obsah rovnako pasívne ako predtým.

Je to vlastnosť digitálnych médií, ktorá ich odlišuje od ostatných „starých“ médií, ako je kniha, film, televízia. Diváka stavia do pozície, v ktorej sa zapája do diania, dáva mu možnosť ovplyvňovať dej, preskúmať obsah alebo manipulovať objektmi. Z diváka sa stáva používateľ. To ovplyvnilo tvorbu obsahu natoľko, že používateľ očakáva, že dostane na výber. Táto pridaná hodnota digitálnych médií ovplyvňuje linearitu obsahu natoľko, že vytvára chaos. Linearita obsahu sa rozpadá, pointa príbehu nie je taká zreteľná. Miller to vysvetľuje na príklade biblického príbehu Adama a Evy⁷¹. Ak vezmeme príbeh lineárne, máme Adama a Evu, príde had, ponúkne Eve jablko a obidvoch vyženú z Rajskej záhrady. V interaktívnosti príbehu môžeme dostať na výber z ovocia – ak Eva odtrhne granátové jablko, otehotnie, ak višne, príberie, a ak jablko, dej sa vyvinie ďalej. Rovnako môžeme dostať na výber v prípade hada a Adama. Len týchto pár obmedzených možností nám vytvára obrovské množstvo zmien v príbehu a jeho alternatívy⁷². K tomu je možné pripojiť ďalšie interaktívne prvky, napríklad preskúmať celú Rajskú záhradu, manipulovať s objektmi ako sú kamene, stromy...

Rozprávač má na výber z niekoľkých ciest interaktivity, podobne ako na internete alebo vo videohrách. Miller zhrňuje možné formy interaktivity do šiestich bodov.

- Interaktivita, ktorá zahŕňa stimul a reakciu – stimul vytvára program, reakciu diváka. Napríklad zmena farby písma alebo obrázka po nabehnutí kurzorom na obrázok.
- Navigácia – autor sa pohybuje svojvoľne a sám si vyberie, čo chce robiť.
- Interaktivita formou kontroly nad objektmi – najviac zaužívané hlavne vo videohrách, napríklad vo výbere zbrane, otváranie zásuviek atď.

⁷¹ MILLER, Carolyn Handler. *Digital storytelling: a creator's guide to interactive entertainment*. Vyd. 3. New York; London: Focal Press, Taylor & Francis Group, 2014. ISBN 978-0-415-83694-4.

⁷² MILLER, Carolyn Handler. *Digital storytelling: a creator's guide to interactive entertainment*. Vyd. 3. New York; London: Focal Press, Taylor & Francis Group, 2014, s. 150. ISBN 978-0-415-83694-4.

- Komunikácia, ktorá prebieha medzi hráčmi, alebo formou program – hráč, keď užívateľ komunikuje s programom (avatarom v hre, chatbotom).
- Výmena informácií – napríklad medzi hráčmi v online hrách.
- Prínos pre používateľa, niečo, čo obohatí jeho zážitok – zbieranie virtuálnych objektov ako sú mince alebo magické meče, ktoré mu rozšíria možnosti v hre. Ale môžu to byť aj objekty vo forme tovaru, napríklad bulletiny, tričká...

3.1.3 Hypertext

Text má v nových médiách jedinečné postavenie. Nielenže bol ako prvý zdigitalizovaný, ale aj sám vytvára nové médiá – podieľa sa na ich tvorbe aj na sprostredkovaní komunikácie medzi používateľom a počítačom. Hyperodkazy vznikli na štruktúrovanie a organizáciu množstva informácií, dát. Môžeme ich prirovnať k analógovým poznámkam pod čiarou. Vďaka hyperodkazom sa text stáva tekutým a nelineárnym, čo podľa autora Leva Manovicha dokazuje úpadok rétoriky v spoločnosti⁷³. Prirovnáva čitateľa k blúdiacemu Robinsonovi, ktorý nachádza rôzne objekty a zanecháva po sebe stopy, ale účel objektov mu ostáva neznámy.

Hypertext je súčasťou interaktivity – ponúka používateľovi rozšírené možnosti, môže odkazovať na web, text, obrázok alebo iné multimédiá. Na začiatku 90. rokov boli hyperodkazy extrémne populárne najmä v oblasti literárnej fikcie kde skoro vytvárali hnutie. Napriek tomu, že multilinearitu hyperodkazov môžeme chápať ako negatívnu vlastnosť ktorá sa podieľa na úpadku rétoriky spoločnosti, logika v jeho tvorbe by mala byť nášmu chápaniu bližšia (prirodzenejšia) ako lineárne dávkovanie informácií. V 40. rokoch minulého storočia vedecký expert Vannevar Bush konceptovalizoval stroj Memex⁷⁴, ktorý katalogizoval informácie a pojmy podobne ako naša myseľ – podľa asociácií.

⁷³ MANOVICH, Lev. *Jazyk nových médií*. Praha : Univerzita Karlova: Karolinum, 2018. ISBN 978-80-246-2961-2.

⁷⁴ LISTER, Martin, Jon DOVEY, Seth GIDDINGS, Iain GRANT a Kieran KELLY. *New Media: a critical introduction*. Vyd. 2. Oxon, United Kingdom: Routledge, 2009. ISBN 978-0-415-43160-6

II. PRAKTICKÁ ČÁST

4 PRAKTICKÁ ANALÝZA

Vpraktickej analýze som sa zaoberala témou obsahu projektu – upcyclingovaním.

4.1 Upcycling

Na módný priemysel sa v poslednej dobe upriamilo oveľa viac pozornosti ako kedykoľvek predtým. Stále rastúce znečistenie planéty a nedodržiavanie ľudských práv priviedli spoločnosť k pátraniu po pôvode a etickosti svojho majetku. Vzniklo niekoľko hnutí s cieľom zabrániť alebo spomaliť rýchlosť módného priemyslu, ako napríklad celosvetová spoločnosť Fashion Revolution alebo slovenský Inštitút pre rozvoj udržateľnej módy. Tí sa zaoberajú vzdelávaním a šírením udržateľnej módy, privádzajú ľudí k premýšľaniu pred inštinktívnym nakupovaním. Jednou z ciest udržateľnosti je upcycling oblečenia. Z anglického prekladu znovuvyužitie materiálov sa v posledných rokoch dostalo do popredia nielen v médiách, ale aj v spoločnosti. Upcycling (Obr. 4) vo všeobecnosti znamená techniku vylepšenia alebo pridania hodnoty materiálu či produktu, ktorý by inak skončil ako odpad⁷⁵. Postup spracovania sa líši od recyklácie; namiesto rozloženia na základné komponenty a zníženia hodnoty sa materiál alebo produktu pozdvihne na hodnote a predĺži jeho životnosť.



Obrázok 5 Bagbet (Alžbeta Irhová 2017)

⁷⁵ GWILT, Alison. *A practical guide to sustainable fashion*. London ; New York: Fairchild Books, an imprint of Bloomsbury Publishing, 2014, s. 146. ISBN 978-2-940496-14-3.

Upcycling sa pre jednoduchosť svojej myšlienky stal veľmi obľúbeným, vzniklo niekoľko obchodov s upcyclingovaným oblečením. Napríklad značka NOSENE, ktorá funguje ako netradičný second hand – „pekné a voňavé veci prezentované vkusne a so štýlom“⁷⁶. Zároveň značka pomáha svojim predajom týraným ženám a pracuje aj s upcyclingom nepredajných vecí. Alebo značka BAGBET, ktorej kolekcie sú založené na využívaní zvyškového odpadu⁷⁷. Obidve značky pracujú s nechceným materiálom, ktorý je však stále v dobrom stave. Nedávno vznikla v Prahe prvá predajňa textilu a galantérie, ktorá je zameraná na nevyužité skladové zásoby firiem, tovární, štúdií a dizajnérov. Textile Mountain⁷⁸ (Obr. 5) sa podobne ako predchádzajúce značky zaoberá zbytočným plytvaním a výrobou textilu. Preto sa snaží čo najviac využiť zvyškové textílie, v tomto prípade ich ďalším predajom.

4.2 Upcycling ako spoločenská téma

Z upcyclingu sa stal trend, ktorý má zázemie nielen v módnych kruhoch. Pri svojej rešerši som objavila veľa amatérskych krajčirok, ktoré sa ním zaoberajú. Z môjho pohľadu to berú ako trend, možno súčasť ich zárobkovej činnosti, no podávajú aj obraz o jednoduchosť v zavedení tohto trendu. Inými slovami, ukazujú a šíria ďalej ako sa prispôsobiť a ušit' alebo prešit' si vlastné oblečenie.

Dokumentovanie prešívania a opravy oblečenia nie je nové, ani jedinečné. Sociálne siete a YouTube menovite obsahujú nemálo šikovných domácich krajčirok, ktoré sa podobne ako ja rozhodli zdokumentovať svoje projekty. Jednou z najznámejších, ktoré som poznala, je „youtuberka“ Coolirpa, ktorej kanál je plný tzv. DIY módy a video návodov o upcyclingovaní starého oblečenia. Okrem videí o rýchlych opravách alebo oprave bez šitia má najväčšiu popularitu vďaka videám z kategórie Úsporné premeny (Thrifty transformations). V tých ukazuje jednoduchosť prešívania a úpravy vlastného oblečenia či už nákupom zo second handových obchodov alebo blších trhov. Na rozdiel od blogerky Coolirpy (Obr. 7), ktorá väčšinu materiálu nakupuje v second handoch, ďalšia blogerka Nava Rose (Obr. 8) pracuje hlavne so svojim šatníkom, prípadne s oblečením po bratovi

⁷⁶ NOSENE [online]. Bratislava: Nosene, 2015 [cit. 2019-04-20]. Dostupné na: <https://nosene.sk/>

⁷⁷ BAGBET [online]. Bratislava: Bagbet, 2018 [cit. 2019-04-20]. Dostupné na: <http://www.bagbet.sk/en/>

⁷⁸ Textile Mountain [online]. Česká Republika, 2019 [cit. 2019-04-20]. Dostupné na: https://www.facebook.com/pg/textile.mountain/about/?ref=page_internal

alebo otcovi, ktoré upravuje na seba. Má odvážnejší štýl obliekania a je viac samoukom než predchádzajúca blogerka. Ešte by som rada spomenula blogerku JENeration DIY, ktorá sa podobne ako predchádzajúce zaoberá rôznymi po domácky vyrobenými záležitosťami. Jej video návody úprav obsahujú oveľa viac chýb a iba základné potreby na šitie – šijací stroj a nožnice. Na rozdiel od ostatných blogeriek nemá žiadne špeciálne náradie ani zručnosti, a preto veľakrát vo svojich dizajnoch improvizuje.



Obrázok 6 Coolirpa (Youtube 2018)



Obrázok 7 Nava Rose (Youtube 2017)

5 INŠPIRÁCIE

Za inšpiráciu som si vzala príklady, ktoré sa zaoberajú rozprávaním príbehu pomocou digitálneho storytellingu. Používajú k tomu niekoľko od seba rozličných techník. Príkladov na možnosti digitálneho storytellingu som našla nespočetne viac, ale vybrala som si konkrétne tieto, pretože každá ukážka zastupuje inú skupinu. Väčšina vznikla pre internetové prehliadače na desktopovom zariadení, niektoré fungovali aj na tablete.



Obrázok 8 *The Boat* (2015) screenshot

5.1 The Boat

The Boat⁷⁹ (Obr. 9) je interaktívnou interpretáciou grafického románu založeného na poviedke autora Nam Le. Ilustrátor Matt Huynh ju spracoval do formy motion komiksu alebo webcomicsu (séria komiksov vydaných online), ktorý vyšiel v produkcii austrálskej stanice SBS. Projekt vyšiel k 40. výročiu pádu mesta Saigon. Rozpráva príbeh vietnamských utečencov na lodi do Austrálie po páde Saigonu v roku 1975. Hlavnou postavou príbehu je mladá Mai, ktorú rodičia poslali na loď samú. Na ceste do utečeneckého tábora, spoznáva rôznych ľudí a ich príbehy. Projekt je zaujímavý nielen vizuálnym prevedením, Huynh používa rukopis štetca a čierneho atramentu, ktorým dopĺňa atmosféru na lodi. Scrollovaním príbehu sa používateľ pohybuje ako v knihe. Môže sa vrátiť, spomaliť alebo preskočiť o kapitolu ďalej. Môže interagovať s obrázkami, kliknúť na ne a ponoriť sa do „pamäti“ postavy⁸⁰. Tým sa vytvára akási sieť príbehov, v ktorých môže používateľ odbáčať z hlavnej

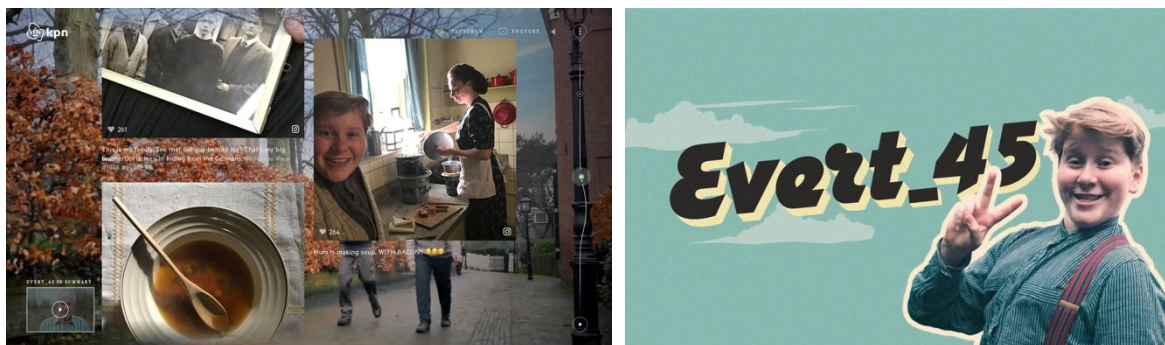
⁷⁹ *The Boat* [online]. Australia: SBS, 2015 [cit. 2019-04-19]. Dostupné na: <http://www.sbs.com.au/theboat/>

⁸⁰ MEARES, Joel. SBS's interactive graphic novel *The Boat* brings Vietnamese refugee experience to life. *The Sydney Morning Herald* [online]. April 28, 2015 [cit. 2019-04-19]. Dostupné na:

príbehovej línie a vracat' sa k nej naspäť. Počas celého zážitku ho sprevádzajú audiovizuálne efekty ako zvuky búrky, rinčanie plechov a podobne. Dielo spája niekoľko vizuálnych foriem, obraz, animácia, text aj zvuk. So všetkými prvkami pracuje autor jemne, nevytvára zvukový a vizuálny zmätok, ale efektne dopĺňa príbeh a vyvoláva v čitateľovi konkrétne emócie.

5.2 Evert_45

Podobným príkladom je Príbeh Everta_45⁸¹ (The story of Evert_45) (Obr. 10), ktorý vznikol ako kampaň k holandskému výročiu obetí druhej svetovej vojny, známy ako Dutch Remembrance Day. Stredom kampane je 13-ročný chlapec Evert, ktorý vloguje na YouTube a pridáva príspevky zo svojho života na Instagram, akoby žil v apríli a máji roku 1945. Vo svojich príspevkoch sa vydáva na nebezpečnú cestu nájsť svojho staršieho brata. Kampaň bola natoľko úspešná, že holandská telekomunikačná spoločnosť KPN, ktorá kampaň zadala, vytvorila webovú stránku zrkadliacu všetky Evertove príspevky. Vznikol tak jedinečný archív, „one page“ stránka, na ktorej sa dozvedáte o Evertovom putovaní z jeho vlastných príspevkov. Na rozdiel od The Boat čitateľ stále zostáva na hlavnej stránke, s hlavnou linkou Evertovho príbehu. Stránka obsahuje aj mapu kapitol, ktoré sú znázornené ako Evertova trasa a miesta vlogov.



Obrázok 9 Evert_45 (2017) screenshot

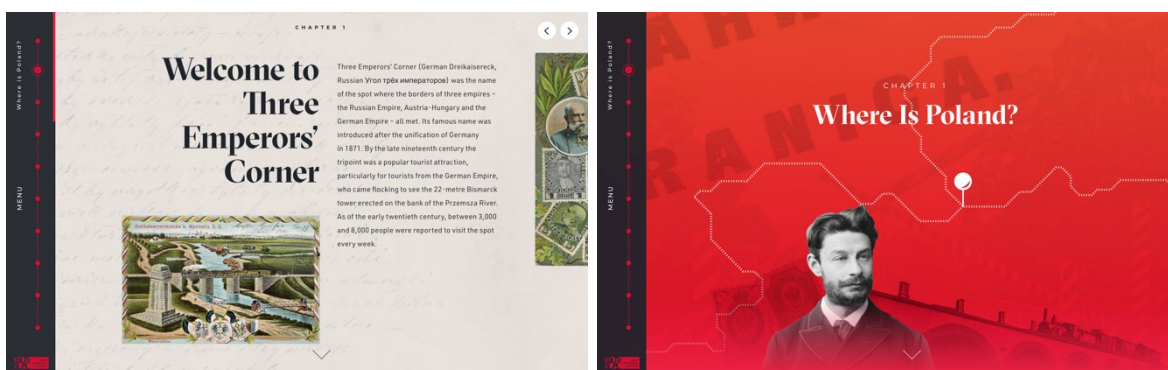
<https://www.smh.com.au/entertainment/books/sbss-interactive-graphic-novel-the-boat-brings-vietnamese-refugee-experience-to-life-20150428-1muwo7.html>

⁸¹ *The story of Evert_45* [online]. Holandsko: KPN, 2017 [cit. 2019-04-20]. Dostupné na: <https://www.evert45.com>

5.3 Where is Poland?

Zložitejším konceptom je stránka Kde je Poľsko?⁸² (Where is Poland?), ktorá vysvetľuje históriu Poľska z pohľadu cudzinca – dánskeho spisovateľa Georga Brandesa. V deviatich kapitolách čitateľ putuje po Brandesových stopách v roku 1885, keď sa vybral hľadať krajinu, ktorá zmizla z máp. Napriek tomu, že Poľsko bolo rozdelené, poľská kultúra prežívala.

V príbehu spoznávame Poľsko prostredníctvom archívnych záznamov, tak ako ho spoznával Brandes. Celkový príbeh nielen dopĺňajú, ale aj spoluvytvárajú dobové fotografie (Obr. 11), pohľadnice, videá a zvuky. Hlavná dejová sa delí do deviatich kapitol, ktoré sú v chronologickom poradí a fungujú rovnako dobre samostatne ako spolu. Čitateľ sa skrolovaním posúva v príbehu ako po webovej stránke s malými odbočkami, ako sú Brandesove komentáre z jeho denníka, ktoré sa objavujú ako click to action button. Okrem vertikálneho skrolovania je spracované aj horizontálne, ktoré autori používajú na rozšírenie galérie alebo doplnenie vedľajších informácií. Zahrnuté sú aj interaktívne prvky ako mini hry a aplikácie.

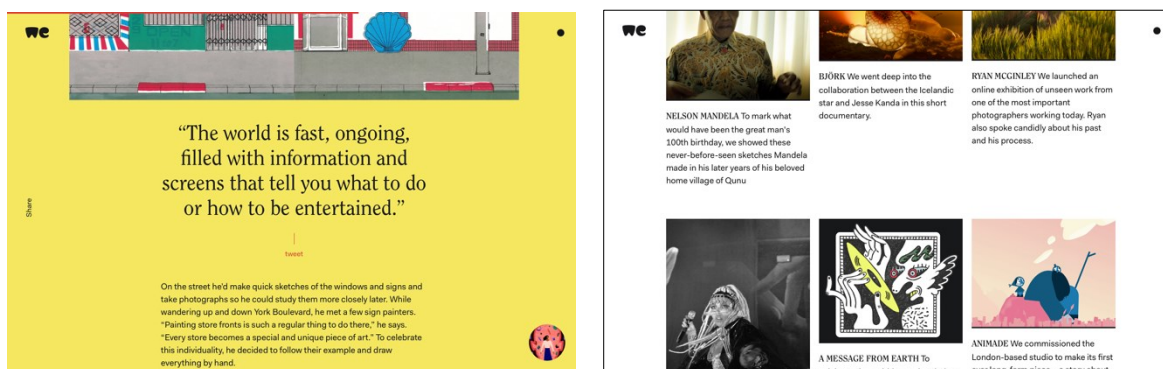


Obrázok 10 Where is Poland (2019) screenshot

⁸² *Where is Poland* [online]. Culture.pl, 2019 [cit. 2019-04-20]. Dostupné zna: <https://whereispoland.com>

5.4 WePresent

Za zmienku stojí stránka Wepresent⁸³ (Obr. 12) od služby Wetransfer⁸⁴, ktorá prezentuje práce rôznych umelcov z celého sveta a ich kreatívny proces. Každý autor rozpráva príbeh o konkrétnom projekte, spolupráci alebo zo života, čo ovplyvnilo jeho tvorbu. Tieto príbehy sú spracované do samostatných príspevkov, ktoré obsahujú text, rozhovor s autorom, obrázky prác alebo myšlienkových procesov. Niektoré sú hotové projekty, iné iba myšlienkové pochody. Wepresent obsahuje celú škálu odvetví cez film, fotku, hudbu, ilustrácie... Sami prezentujú túto platformu ako „*máme záujem o podivné a nádherné spôsoby, ktorými kreatívne myslia pracujú a formujú tým svet okolo nás*“.⁸⁵



Obrázok 11 WePresent (WeTransfer 2018) screenshot

⁸³ WePresent [online]. WeTransfer, 2018 [cit. 2019-04-25]. Dostupné z: <https://wepresent.wetransfer.com>

⁸⁴ WeTransfer [online]. Amsterdam: WeTransfer, 2009 [cit. 2019-04-25]. Dostupné z: <https://wetransfer.com>

⁸⁵ WeTransfer [online]. Amsterdam: WeTransfer, 2009 [cit. 2019-04-25]. Dostupné z: <https://wetransfer.com/about>

III. PROJEKTOVÁ ČÁST

6 CIELE PROJEKTU

Mojím hlavným zámerom bolo vytvoriť projekt v reálnom svete s reálnymi materiálmi a ten čo najviac priblížiť a sprostredkovať ďalej pomocou digitálnych médií. V diplomovej práci chcem poukázať na môj upcycling oblečenia a sprostredkovať svoje zážitky a myšlienky použitím webových nástrojov a vlastných koláží.

Vytvorenie vlastných webových stránok dnes už zvládne každý. Nie je potrebné písať žiadny kód, na výber je niekoľko služieb, užívateľské prostredie je jednoduché. Obsah vzniká podľa predom danej šablóny. Preto som sa rozhodla nevyužiť žiadnu z podobných služieb, ale vytvoriť si stránky sama. Či je to denník alebo blog, je to niečo osobné a jedinečné. Tak ako sama tvorím obsah a vytváram svoj príbeh, tak by ani vizuál nemal byť oklieštený podľa predom danej šablóny.

Výstupom je web, interaktívny denník s mojimi reflexiami k téme, prekážkami a vlastným upcyclingovaným výstupom. Cez učenie sa šiť, spoznávanie látok, prvé opravy, až po nové strihy a návrhy. To, čo som sa naučila na ateliéri odevu praxou alebo “pokus-omylom” dokumentujem v online denníku, ktorý rozpráva príbeh šiat. Inšpirovať sa môžu ženy alebo mladé dievčatá, ktoré sa zaujímajú o upcycling, či vlastnú výrobu šiat. Tak ako to kedysi zvykli robiť naše babičky.

Projekt bol pôvodne cielený na desktopové zariadenia, avšak nakoniec som ho uspôsobila na mobilné zariadenia – konkrétne tablet. Chcela som viac zapojiť používateľa do objavovania obsahu, pracovať s otáčaním tabletu pri skrolovaní stránok. Nie iba pasívne skrolovať obsahom.

6.1 Obsah

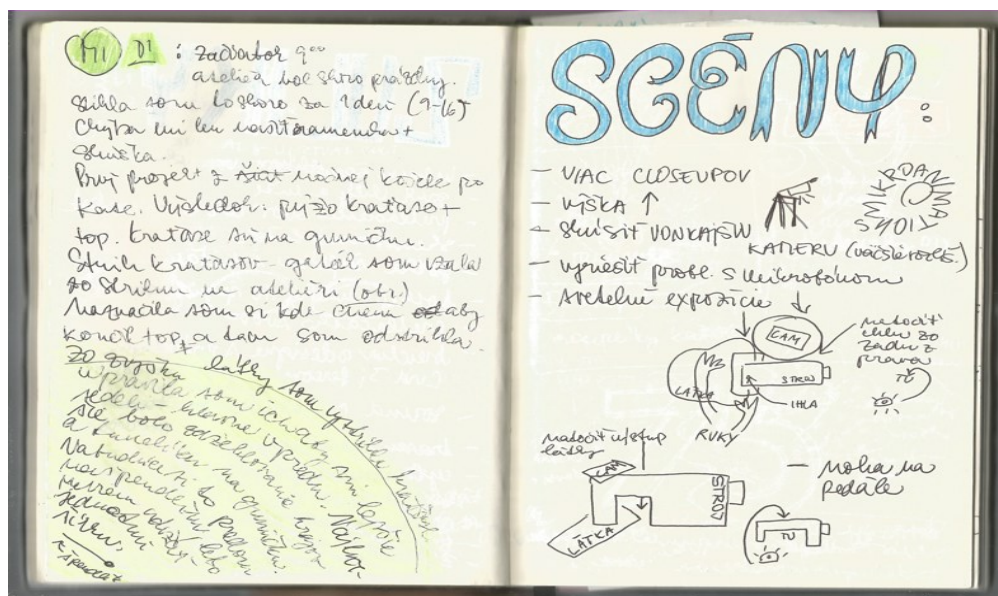
„Tvoje prsty dali digitálnemu svetu meno a sú najstarším gadgetom.“⁸⁶ Prácou za počítačom trávim veľa času, a preto ma vždy bavili projekty, v ktorých som mohla zapojiť ruky a hlavu inak ako klikaním do klávesnice a sledovaním pixelov na monitore. Ako píše autor Austin

⁸⁶ KLEON, Austin. *Krad' jako umělec : 10 věcí, které ti nikdo neřekl o kreativitě*. Brno: Jan Melvil, 2012 s 61. ISBN 978-80-87270-36-3.

Kleon v knihe *Krad' jako umělec*⁸⁷, počítače nám sú v mnohom nápomocné a uľahčujú nám prácu, ale zároveň nás okrádajú o radosť z práce na niečom skutočnom.

Tvorba obsahu zabrala dlhší čas, ktorý som strávila na swapoch, blších trhoch, u kamarátok v skrini. Zozbierala som niekoľko druhov oblečenia, vymyslela som návrhy, upravila ich podľa zručností ktoré som sa naučila. Zozbieraný materiál som následne previedla do digitálnej podoby, kde som ho znova spracovávala. Čas strávený mimo počítača v ateliéri odevného dizajnu som nevnímala ako čas strávený prácou, ale hraním sa.

Obsah webu tvoria audiovizuálne materiály, zozbierané počas 2 mesiacov. Sú rozdelené podľa projektov chronologicky, od jednoduchších úprav po zložitejšie. Počas celej úpravy odevov bol postup dokumentovaný dvoma kamerami, zvukovým záznamom a osobnými poznámkami v priebehu procesu a písomným zhodnotením po každom dni (Obr. 13). Obsah tak vznikal postupne.



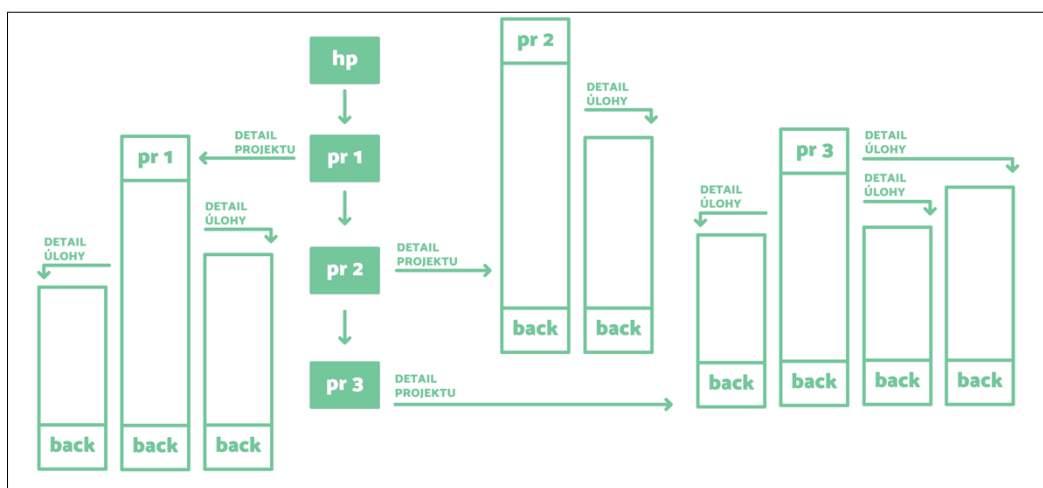
Obrázok 12 Zapisovanie si postrehov a postupov z procesu

⁸⁷ KLEON, Austin. *Krad' jako umělec : 10 věcí, které ti nikdo neřekl o kreativitě*. Brno: Jan Melvil, 2012. ISBN 978-80-87270-36-3.

7 ŠTRUKTÚRA

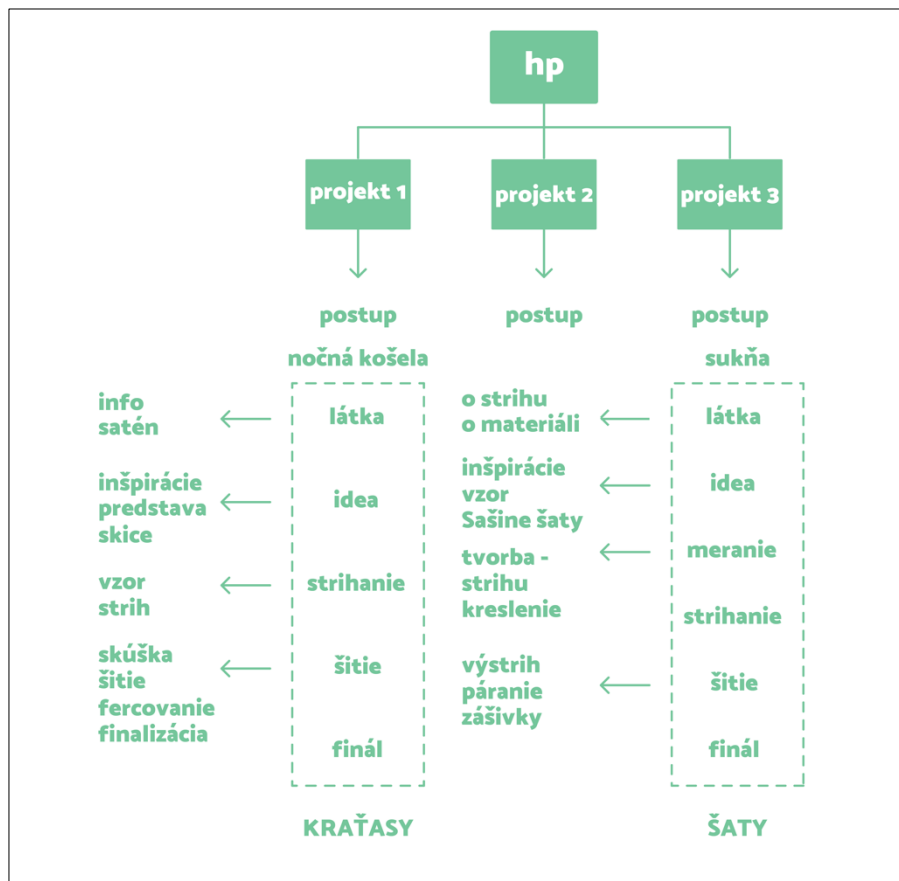
Štruktúru webu som chcela priblížiť tomu, ako rozprávam príbehy. Veľa krát je to spleť rôznych vedľajších príbehov a odbočiek, ktoré sú podľa môjho názoru dôležité, ale nie pre každého. Preto som pri skladaní obsahu rozmýšľala, ktoré informácie v akej šírke zahrnúť. Chcela som zapojiť aj používateľa, aby si sám vybral, ktorú časť si chce v akej miere pozrieť.

Štruktúra obsahu mala najprv pracovať s horizontálnym a vertikálnym skrolovaním, používateľ by sa posúval rôzne po horizontálnej a striedavo po vertikálnej ose webu a dostával sa tak ďalej v príbehu. Takáto štruktúra bola príliš chaotická, hlavne v prípade viacstupňového zanorenia. V prvých návrhoch som chcela zapojiť odkazovanie na princípe hyperodkazov, kedy by vznikla akási spleť príbehov, prelinkovaných medzi sebou. Používateľ by prechádzal akýmsi labyrintom príbehov. Uvažovala som nad štruktúrou webu ako strihu, kedy by sa používateľ pohyboval po rôznych líniách, ktoré by tvorili strih konkrétneho projektu. Nevýhodou obidvoch prvých návrhov bola chaotickosť štruktúry. Aj pri malom množstve možností vznikalo pre používateľa príliš veľa možných ciest. V konečnom dôsledku by sa bol stratil, príbeh by nebol dostatočne jasný.



Obrázok 13 Tvorba wireframu

Finálna verzia pracuje so štyrmi samostatne lineárnymi príbehmi (Obr. 14), ku ktorým sa používateľ dostáva postupne, po prejdení predchádzajúcej „kapitoly“. V rámci kapitoly môžete preskakovať na ktorúkoľvek časť, listovať v nej. Na rozdiel od klasických blogových príspevkov je chronológia obsahu opačná. Príbeh začína prvým projektom, od počiatkových úprav až po finálne úpravy na konci. Pri každom projekte som si zadala menšie ciele, ktoré som chcela dosiahnuť.



Obrázok 14 Tvorba štruktúry a obsahu webových stránok

8 DESIGN

Hlavnú vrstvu celého designu tvoria videá a fotky z procesu. Atmosféra príbehu je prenášaná a dotváraná animáciami a zvukovými efektami ako je zvuk šijacieho stroja, strihanie krajčírskych nožníc. S vizuálnym štýlom som dlho bojovala. Veľa som experimentovala so skenerom (Obr. 16), s vyšíváním textov a s kolážami fotiek a videí. Pri rôznorodosti médií bolo ťažké nájsť správnu vizuálnu cestu, aby nevznikal vizuálny chaos, ale aby všetky prvky do seba správne zapadli.



Obrázok 15 Experimenty s vizuálom

8.1 Názov projektu

Pracovné názvy bývajú krátke, výstižné, neraz sa z nich stávajú aj oficiálne názvy projektov. To však nebol môj prípad. Pracovný názov „Moja cesta za upcyclingom – inšpiratívny denník“ bolo treba zjednodušiť, ale aby názov stále ostal výstižný a správa jasná. Inšpiráciu som hľadala spomedzi existujúcich značiek a blogov, ktoré sa venujú podobnej téme. Názov mal odkazovať na upcycling oblečenia, ale zároveň konkrétne na projekt.

Po dlhom hľadaní a rešerši som si ujasnila pár základných pojmov, ktoré mali všetky spoločné. Väčšina názvov bola v spojení s anglickými výrazmi ako „remade“, „repurposed“, „restore“, „recycle“, „reloved“, „refashioned“... Všetky anglické výrazy odkazujú na znovu nájdenie alebo obnovu. Finálna verzia projektu odkazuje na spojenie môjho krstného mena Barbora s predponou „re“ ktorá v anglickej gramatike odkazuje na obnovu, alebo opakovanie. Tak vznikol dvojzmyselný názov *rebarbora*.

K projektu som vytvorila logotyp (Obr. 17), ktorý slúži na prepojenie fyzických odevov s webovou stránkou. Chcela som docieľiť lepšie prepojenie medzi existujúcimi odevmi a ich príbehom na stránkach. Pomocou konfekčnej visačky alebo štítku sa používateľ, prípadný

záujemca bude môcť pozrieť na proces výroby odevu. Zvolila som technológiu NFC (Near Field Communication). Táto technológia pracuje na elektromagnetickom vlnení a je vhodná aj na použitie v odevnom priemysle. Špeciálne NFC tagy odolávajú vysokým teplotám aj mechanickému praniu.

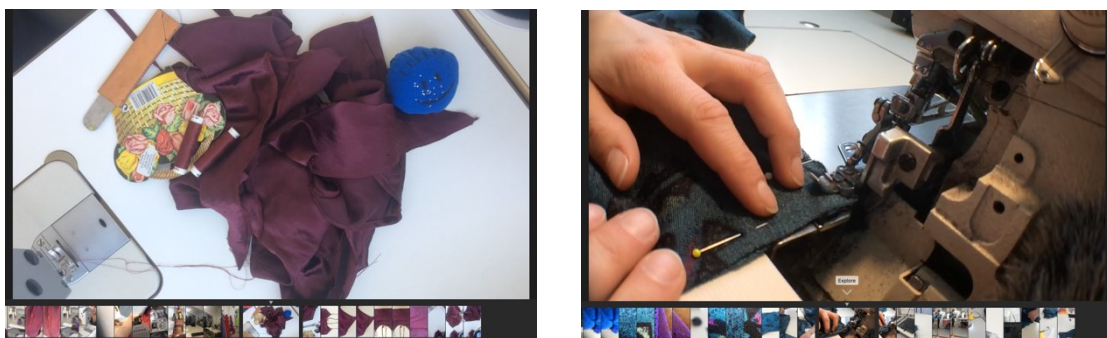


Obrázok 16 Prvé návrhy logotypu

8.2 Grafika

Pri tvorbe projektu som sa stretla s prekvapením a nepochopením myšlienky prečo som sa rozhodla zdokumentovať proces aj s omylmi a chybami. V tejto oblasti som laik a to ma inšpirovalo k rozhodnutiu ponechať obrazové materiály v „najsurovejšej“ možnej podobe. Nechala som forme pridávať väčšiu váhu ako má obsah. Nevyhľadávala som dokonalé kompozície a skrášľovacie filtre.

Počas procesu tvorby som nahromadila príliš veľa obrazového materiálu, s ktorým som sa musela „popasovať“ a spracovať ho. Zároveň som ale musela vizuálny obsah zjednotiť a predísť chaotickému obsahu a rozptýleniu používateľa. Rozhodla som sa preto pracovať s jeho dynamickosťou, využívať obrazové skratky, animácie, zvuky, gify. Pri nahrávaní video záznamov som experimentovala s vytváraním rôznych scén, záberov (Obr. 18) a používala viacero objektívov. Grafika je vytvorená s odkazom na vizuálne denníky, vznikajú rôzne zvukovo - obrazové koláže.



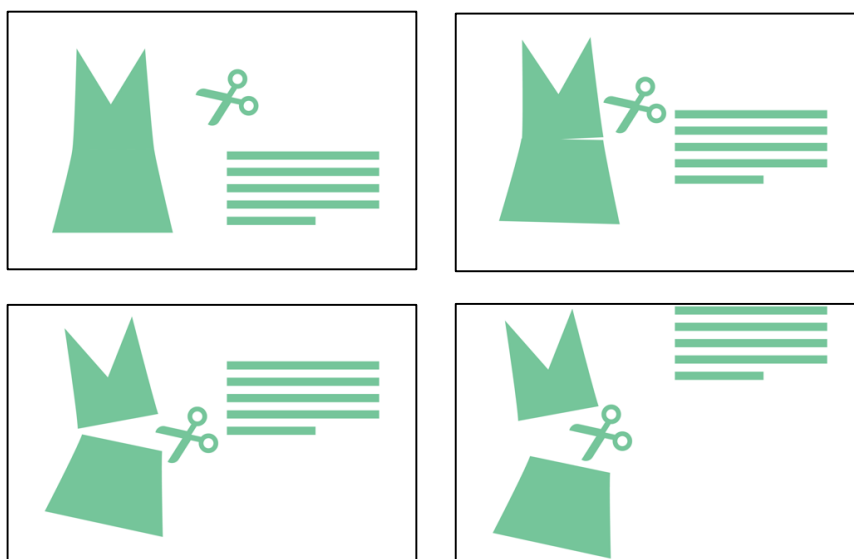
Obrázok 17 Videá z procesu

9 ZÁKLADNÉ PRINCÍPY

Na rozdiel od statických (klasických) médií sú digitálne médiá sú vhodným prostriedkom na využitie pohybu v obraze. Animácia je ideálnym nástrojom ako sprostredkovať informáciu rýchlo a efektívne, neraz sa uprednostňuje pred písaným textom. Hlavným typom interakcie v projekte je práca s horizontálnym a vertikálnym skrolovaním. S animáciou, interkaciou a zvukom pracujem ako s podpornými prvkami k hlavnej príbehovej linke.

9.1 Parallax

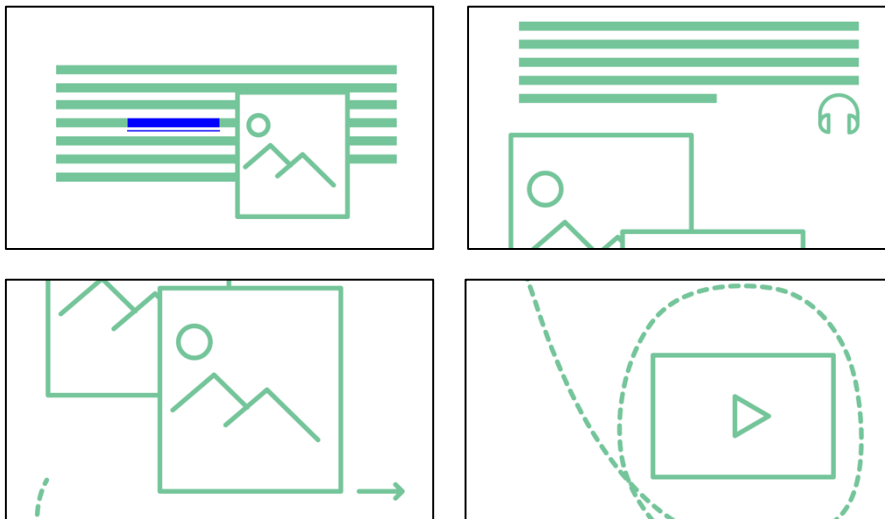
Parallax je zotrávajúci a veľmi obľúbený trend vo webovom designe. Je to univerzálny prvok na prezentáciu produktu, rozprávanie príbehu – používateľ skroluje príbehom vlastným tempom, má k dispozícii vrstvy príbehu ktoré naňho rôzne reagujú. V parallaxe je animácia rozdelená na vrstvy, ktoré reagujú na používateľa rôznym tempom pohybu, čím vytvárajú hĺbku, odkrývajú a vytvárajú ďalšie príbehy (Obr. 19).



Obrázok 18 Wireframe parallaxovej animácie strihania látky

9.2 Animácie

Animácie sú hlboko zakorenené ako doplnok webových stránok. Pôvodne mali dekoračnú a zábavnú funkciu, neskôr sa používali na pritiahnutie pozornosti alebo na zlepšenie používania a zážitku pre používateľa. Nemali by však používateľa odpútať od pozornosti, rozptyľovať, alebo spôsobovať zmatek. Animácie na webe by mali slúžiť k dosiahnutiu cieľu, nie ako cieľ samotný.



Obrázok 19 Wireframe projektu

V projekte pracujem s vektorovými mikro animáciami, ktoré dopĺňajú textový alebo vizuálny obsah príbehu. Nemajú hlavnú funkciu, nepracujú ako samostatné prvky ale majú podpornú funkciu. Krátke Gify a video loopy využívam ako rozšírený obsah ku konkrétnym kapitolám.



Obrázok 20 Ukážka animácie (GIF)

9.3 Zvuk

Zvuk je malou ale důležitou součástíou která dotvára celkový dojem. Dalo by sa povedať že vo webovom designe zažíva renesanciu, kedy sa znovu dostal do používania na inak tichých stránkach. Na webových stránkach sa používa ako voliteľný prvok, nemal by odpútať používateľa od obsahu. Jeho hlavná funkcia je v podpore interkativity, kedy dotvára celkový dojem a symboliku animácií a postupu. V projekte používam smerový mikrofón (Obr. 22) na nahrávanie vedľajších zvukov a atmosféry.



Obrázok 21 Príprava scény

ZÁVĚR

Digitálne médiá nám prinášajú nové formy komunikácie a prezentácie nás samotných. Na internete si vytvárame svojich vlastných avatarov, naše umelé interpretácie, niečo medzi tým, kým sme a kým by sme chceli byť. Michel Foucault založil termín „technology of the self“ ako výraz pre metódy, ktorými sa ľudia transformujú, aby dosiahli určitý stav šťastia, čistoty, dokonalosti.

Cieľom mojej diplomovej práce bolo predstaviť možnosti, ktoré ponúkajú digitálne médiá na poli komunikácie a prezentácie svojich myšlienok. V teoretickej časti som sa zaoberala písaním prvej osoby, ktoré sa s prichádzajúcimi technológiami menilo a pretváralo do iných foriem. Potreba zaznamenávať si a vytvárať príbehy v nás pretrváva, mení sa len forma, ktorou si zapisujeme. Od denníkov, cez blogy až po multimediálne prezentácie. Toto skúmanie bolo pre mňa dôležité a prínosné, aby som vedela svoje myšlienky lepšie usporiadať do naratívnej formy.

V diplomovej práci som chcela ukázať na nedokonalosť na omyly, s ktorými sa denne stretávame, ale nechceme sa o ne deliť s okolím. Chybu berieme ako zlyhanie, nie ako niečo z čoho sa môžeme poučiť. Výsledkom je projekt, interaktívna stránka ktorá podáva príbeh môjho bádania a procesu pri pretváraní starých kusov odevu.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- BAGBET [online]. Bratislava: Bagbet, 2018 [cit. 2019-04-20]. Dostupné na:
<http://www.bagbet.sk/en/>
- BARGER, Jorn. Weblog resources FAQ. In: Robot Wisdom [online]. USA: Jorn Barger, 1999, September 1999 [cit. 2019-02-12]. Dostupné na:
<http://web.archive.org/web/20000817093828/http://www.robotwisdom.com/weblogs/>
- Büll, R., 1977, 16.1. 2019. Wachs als Beschreib- und Siegelstoff. Wachstafeln und ihre Verwendung. In: Das große Buch vom Wachs. Vol. 2, s. 785 – 894
- BUZÁSSYOVÁ, Klára, a kolektív. Slovník súčasného slovenského jazyka. A – G. Bratislava: Veda, SAV, 2006. ISBN 978-80-224-0932-4.
- BYRON, DL a Steve BROBACK. Blogy: Publikuj a prosperuj: Blogování pro váš business. Praha: Grada, 2008, s. 1. ISBN 978-80-247-2064-7.
- Cambridge Advanced Learner's Dictionary & Thesaurus [online]. USA: Cambridge University Press, 2019 [cit. 2019-03-12]. Dostupné z:
<https://dictionary.cambridge.org/dictionary/english/digital-native>
- Cecil Beaton's Visual Diaries. In: Nowness [online]. November 6, 2010 [cit. 2019-03-28]. Dostupné na: <https://www.nowness.com/story/cecil-beatons-visual-diaries>
- CENTRE FOR DIGITAL STORYTELLING [online]. Berkeley, USA: Centre for Digital Storytelling, 1993 [cit. 2019-04-28]. Dostupné z: <https://www.storycenter.org>
- COIRO, Julie, Michele KNOBEL, Donald J. LEU a Colin LANKSHEAR. Handbook of Research on New Literacies. New York: Routledge, 2008. ISBN 0805856528.
- COURTENAY-SMITH, Natasha. Blog za milión. Bratislava: Ikar, 2017, s. 10 – 11. ISBN 978-80-551-5453-4.
- DAY ONE [online]. Bloom Built, 2011 [cit. 2019-04-25]. Dostupné z:
https://dayoneapp.com/?utm_source=zapier.com&utm_medium=referral&utm_campaign=zapier
- DIARIUM [online]. Germany: T. Partl [cit. 2019-04-25]. Dostupné z: <https://timopartl.com>
- English Oxford Living Dictionaries [online]. USA: Oxford University Press, 2019 [cit. 2019-03-12]. Dostupné z: <https://en.oxforddictionaries.com/definition/influencer>
- FOOTOFAFERRET. A Brief History Of ZeFrank [video]. In: Youtube [online]. Publikované 7. 4. 2013 [vid 2019-03-06]. Dostupné z:
<https://www.youtube.com/watch?v=asCdrGgpEQs>
- GWILT, Alison. A practical guide to sustainable fashion. London; New York: Fairchild Books, an imprint of Bloomsbury Publishing, 2014, s. 146. ISBN 978-2-940496-14-3.

- HALL, Justin. overshare: the links.net story [video]. In: Youtube [online]. Publikované 10. 8. 2015[vid 2019-02-14]. Dostupné z:
<https://www.youtube.com/watch?v=AxD4mqFtySQ>
- HEEHS, Peter. Writing the Self: Diaries, Memoirs, and the History of the Self. London, United Kingdom: Bloomsbury Academic, 2011, s. 231-232. ISBN 9781441168283.
- JOHNSON, Alexandra. A Brief History of Diaries: From Pepys to Blogs. London, United Kingdom: Hesperus Press, 2011, s. 13. ISBN 9781843919704
- KAČALA, J., M. PISÁRČIKOVÁ a M. POVAŽAJ. Krátky slovník slovenského jazyka. 4. dopl. a upr. vyd. Bratislava: Veda, 2003. ISBN 80-224-0750-X.
- KLEON, Austin. Krad' jako umělec: 10 věcí, které ti nikdo neřekl o kreativitě. Brno: Jan Melvil, 2012 s 61. ISBN 978-80-87270-36-3.
- LEE, Hermione. The outsider [Recenzia knihy Journal of Katherine Mansfield edited by John Middleton Murry]. In: The Guardian [online]. 2 Dec 2006 [cit. 2019-02-26]. Dostupné z:
<https://www.theguardian.com/books/2006/dec/02/featuresreviews.guardianreview3>
- LISTER, Martin, Jon DOVEY, Seth GIDDINGS, Iain GRANT a Kieran KELLY. New Media: a critical introduction. Vyd. 2. Oxon, United Kingdom: Routledge, 2009, s. 10. ISBN 978-0-415-43160-6.
- MANOVICH, Lev. Jazyk nových médií. Praha: Univerzita Karlova: Karolinum, 2018. ISBN 978-80-246-2961-2.
- MEARES, Joel. SBS's interactive graphic novel The Boat brings Vietnamese refugee experience to life. The Sydney Morning Herald [online]. April 28, 2015 [cit. 2019-04-19]. Dostupné na: <https://www.smh.com.au/entertainment/books/sbss-interactive-graphic-novel-the-boat-brings-vietnamese-refugee-experience-to-life-20150428-1muwo7.html>
- MILLER, Carolyn Handler. Digital storytelling: a creator's guide to interactive entertainment. Vyd. 3. New York; London: Focal Press, Taylor & Francis Group, 2014, s. 3 – 7. ISBN 978-0-415-83694-4.
- NOSENE [online]. Bratislava: Nosene, 2015 [cit. 2019-04-20]. Dostupné na:
<https://nosene.sk/>
- STORYCENTER: Listen deeply...Tell stories [online]. [cit. 2019-03-26]. Dostupné z:
<https://www.storycenter.org/press>
- SHAKESPEARE, William. The Tragedy of Hamlet, Prince of Denmark. In: The Complete Works of William Shakespeare [online]. [cit. 2019-01-16]. Dostupné z:
<http://shakespeare.mit.edu/hamlet/full.html>

- Sheffield David, Duncan Elaine, Thomson Karen, Johal S. Sarbjit: Written Emotional Expression and Well-Being, štúdia publikovaná v The Australasian Journal of Disaster and Trauma Studies, ISSN: 1174-4707, Volume 2002-1
- SNYDER, Susan. Beyond Words: 200 Years of Illustrated Diaries [Recenzia knihy Beyond Words: 200 Years of Illustrated Diaries]. In: Heyday Books [online]. [cit. 2019-03-27]. Dostupné z: <https://heydaybooks.com/book/beyond-words/>
- STALLYBRASS, Peter, Roger CHARTIER, J. Franklin MOWERY a Heather WOLFE. Hamlet's Tables and the Technologies of Writing in Renaissance England. Shakespeare Quarterly [online]. 2004, 380 – 382 [cit. 2019-02-06]. Dostupné z: https://www.jstor.org/stable/3844198?seq=1#metadata_info_tab_contents
- StoryCorps: Stories from people of all backgrounds and beliefs [online]. USA: StoryCorps, 2003 [cit. 2019-04-21]. Dostupné z: <https://storycorps.org>
- SYLVESTER, R., & GREENIDGE, W. (2009, December). Digital Storytelling: Extending the Potential for Struggling Writers. The Reading Teacher, 63(4), 284 – 295.
- ŠINDELÁŘ, Jan. Blog: vytváříme a vedeme internetový deník: Co je to blog?. Brno: Computer Press, 2006, s. 7. ISBN 8025109275.
- TED. Everyone around you has a story the world needs to hear [video]. In: TED [online]. Publikované Marec 2015 [vid 2019-04-21]. Dostupné z: https://www.ted.com/talks/dave_isay_everyone_around_you_has_a_story_the_world_needs_to_hear?language=en
- TEXTILE MOUNTAIN [online]. Česká Republika, 2019 [cit. 2019-04-20]. Dostupné na: https://www.facebook.com/pg/textile.mountain/about/?ref=page_internal
- THE BOAT [online]. Australia: SBS, 2015 [cit. 2019-04-19]. Dostupné na: <http://www.sbs.com.au/theboat/>
- The New London Group. (1996). A pedagogy of multiliteracies: Designing social futures. Harvard educational review, 66(1), s. 60 – 93.
- THE STORY OF EVERT_45 [online]. Holandsko: KPN, 2017 [cit. 2019-04-20]. Dostupné na: <https://www.evert45.com>
- VASILKO, Tomáš. Dejepisár skúma osudy Slovákov v 1. svetovej: Nevieme si predstaviť, čím si prešli, na konci vojny vážili 50 kí. Denník N [online]. 2018, 9. 11. 2018, s. 14-15 [cit. 2018-11-16]. Dostupné z: <https://dennikn.sk/1288699/dejepisar-skuma-osudy-slovakov-v-prvej-svetovej-nevieme-si-ani-predstavit-cim-si-presli-na-konci-vojny-vazili-50-kil/>
- Ved. redakcie JAROŠOVÁ, Alexandra. Slovník súčasného slovenského jazyka. M-N. Bratislava: Veda, vydavateľstvo SAV, 2006. ISBN 978-80-224-1485-2.
- W3Techs [online]. Q-Success, 2009 [cit. 2019-03-28]. Dostupné z: <https://w3techs.com>

- Wax Tablet & Stylus, Ancient Rome, Replica. Object Lessons [online]. London [cit. 2019-02-06]. Dostupné z: <https://www.objectlessons.org/childhood-and-games-romans/wax-tablet--stylus-ancient-rome-replica/s65/a1053/>
- WEPRESENT [online]. WeTransfer, 2018 [cit. 2019-04-25]. Dostupné z: <https://wepresent.wetransfer.com>
- WETRANSFER [online]. Amsterdam: WeTransfer, 2009 [cit. 2019-04-25]. Dostupné z: <https://wetransfer.com>
- WHERE IS POLAND [online]. Culture.pl, 2019 [cit. 2019-04-20]. Dostupné zna: <https://whereispoland.com>
- Writing a daily diary can literally change your brain. In: World Economic Forum [online]. 12 Jan 2018 [cit. 2018-10-28]. Dostupné z: <https://www.weforum.org/agenda/2018/01/writing-a-daily-diary-can-literally-change-your-brain>
- Writing Can Help Injuries Heal Faster: Expressive writing may lead to faster recovery from injury. Scientific American [online]. 1. November, 2013 [cit. 2019-01-19]. DOI: 10.1038/scientificamericanmind1113-17b. Dostupné z: <https://www.scientificamerican.com/article/writing-can-help-injuries-heal-faster/>

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázok 1 Z denníka Fridy Kahlo (Telegraph, 2014)	16
Obrázok 2 Aplikácia DayOne (DayOne App, 2018)	17
Obrázok 3 Stránka Justina Halla (1997)	Chyba! Záložka nie je definovaná.
Obrázok 4 Medium About (Medium 2012)	24
Obrázok 5 Rachel's Room (Miller 2014)	29
Obrázok 6 Bagbet (Alžbeta Irhová 2017)	33
Obrázok 7 Coolirpa (Youtube 2018)	35
Obrázok 8 Nava Rose (Youtube 2017)	35
Obrázok 9 The Boat (2015) screenshot	36
Obrázok 10 Evert_45 (2017) screenshot	37
Obrázok 11 Where is Poland (2019) screenshot	38
Obrázok 12 WePresent (WeTransfer 2018) screenshot	39
Obrázok 13 Zapisovanie si postrehov a postupov z procesu	42
Obrázok 14 Tvorba wireframu	43
Obrázok 15 Tvorba štruktúry a obsahu webových stránok	44
Obrázok 16 Experimenty s vizuálom	45
Obrázok 17 Prvé návrhy logotypu	46
Obrázok 18 Videá z procesu	46
Obrázok 19 Wireframe parallaxovej animácie strihania látky	47
Obrázok 20 Wireframe projektu	48
Obrázok 21 Ukážka animácie (GIF)	48
Obrázok 22 Príprava scény	49