

Pozice a význam charakterového designéra při tvorbě animovaných filmů a jeho hlavní metody pro výstavbu vnitřního prostředí postav

BcA. Lucie Doubravová

Diplomová práce
2023



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ateliér Animovaná tvorba

Akademický rok: 2022/2023

ZADÁNÍ DIPLOMOVÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: BcA. Lucie Doubravová
Osobní číslo: K21251
Studijní program: N0211P310004 Teorie a praxe animované tvorby
Forma studia: Prezenční
Téma práce: 1. teoretická část:
Pozice a význam charakterového designera při tvorbě animovaných filmů a hlavní metody výstavby vnitřního prostředí postav

2. praktická část:
Opičí král – charakterový design animované postavy

Zásady pro vypracování

1. teoretická část:

Teoretická textová práce se člení na dvě části: teoretickou část (TČ) a praktickou část (PP). Povinný minimální rozsah TČ je 20 normostran, u PP je to 5 normostran. Zatímco první, teoretická část písemné práce, se zabývá vybraným tématem, které se váže k praktické části DP, druhá, praktická část písemné práce, pojednává o praktickém výstupu diplomového projektu a jde tedy o explikaci k diplomovému projektu.

Cílem teoretické části je pojmout konkrétní téma a prostřednictvím práce s odbornými zdroji a s dalšími texty či díly jej analyzovat a zasadit do kontextu (a případně i do vztahu ke svému diplomovému praktickému výstupu).

Cílem praktické části je popis vývoje a výroby diplomového praktického výstupu, zasvěcení do procesu a obhajoba jeho východisek a výsledného tvaru.

Hodnotí se nejen jazyková úroveň textu (gramatika, stylistika), ale také formulace názorů, práce s informacemi, zacházení se zdroji. Povinný minimální počet odborných zdrojů je 8 článků, 4 knihy, alespoň z poloviny se jedná o cizojazyčnou literaturu.

Odevzdat v elektronické podobě ve formátu PDF na Portál UTB a na NAS FMK; 1 ks kroužkové vazby v tisknuté podobě (stačí černobíle).

2. praktická část:

Praktická diplomová práce má za cíl demonstrovat řemeslné dovednosti absolventa magisterského studia, a tedy obsáhnout jak zvládnutí technologie, tak řemesla animace (pohyb postav, práce s prostorem, stylizace, timing...). V diplomovém projektu student představuje své silné stránky, a tedy si volí techniku, stejně tak akcentuje dílčí profese animovaného filmu (např. charakter design, výtvarník, charakter animátor, scenárista, režisér...). Možné je zhotovit diplomový projekt výhradně jako autorskou záležitost, tedy bez volby jedné konkrétní profese.

Diplomový projekt má povinnou minimální stopáž 90 sekund a povinnou maximální stopáž 300 sekund. Jen ve výjimečných případech a na základě schválení pedagogy ateliéru Animovaná tvorba je možné stopáž překročit. (Do stopáže se započítávají titulky.)

Diplomový projekt může být uceleným narativním dílem, nebo kompaktně seskládanou sadou animačních etud/obrazů/scén. V případě akcentace profesí jako je výtvarník animovaného filmu nebo charakter design / koncept art se klade velký důraz na doprovodné materiály (studie, skicy, výtvarnou přípravu filmu apod.)

Dokončené dílo se odevzdává v předepsané technické kvalitě a jeho součástí jsou i kompletní materiály mapující vývoj (téma, námět, literární scénář, bodový scénář, storyboard, animatik) a podklady k propagaci a distribuci díla (titulková listina, formuláře pro OSA a NFA, plakát, obrázky z filmu).

Odevzdání videosoubor (export: velikost obrazu v bodech 1920 x 1080 FullHD 1080p, poměr stran 16:9, bitrate (kbit/s) 10,000-20,000, počet snímků za sekundu 25, poměr stran obrazového bodu pixel aspect 1:1 square, vstupní formát zvuku WAV, případně MP3, parametry zvuku 48000 kHz, 24Bit, Stereo, kodek H.264).

Součástí jsou: výtvarný návrh plakátu (formát 70x100cm, digitální podoba PDF příprava pro tisk, rozlišení 300 dpi ve formátu PNG nebo JPEG, režim CMYK barva), 5 snímků výtvarných návrhů, 8 snímků filmu (obojí ve stejné velikosti jako video), titulková listina.

Pro přijetí práce je nutné odevzdat vyplněné formuláře pro OSA a NFA a licenční smlouva k audiovizuálnímu dílu.

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

Seznam doporučené literatury:

EKFORD, Ayman. "No!" to the princes, love at the first sight and magic kisses: why animated film "Frozen" became iconic. In: Knife [online]. Nov 21, 2019 [cit. 2020-08-05]. Dostupné z: <https://knife.media/frozen-ideas/>
MERENDA, Elena. What 'The Lion King' teaches us about children's grief. In: The Conversation [online]. Aug 8, 2019 [cit. 2020-08-05]. Dostupné z: <https://theconversation.com/what-the-lion-king-teaches-us-about-childrens-grief121544?fbclid=IwAR2o7YOfkFZY4gnVIJVS4XRNPYs4I9H7E3tLZRWhQQK9GmuFe4 OJ0viYI7E>
NEW YEAR, NEW DECADE: HOW WILL HISTORY REMEMBER THE 2010S? In: History [online]. [cit. 2020-08-05]. Dostupné z: [https://www.history.co.uk/article/new-year\[1\]new-decade-how-will-history-remember-the-2010](https://www.history.co.uk/article/new-year[1]new-decade-how-will-history-remember-the-2010)
Psychologie vnímání tvarů. Interval.cz [online]. Tomáš Gold, 2002 [cit. 2019-10-20]. Dostupné z: <https://www.interval.a/clanky/psychologie-vnimani-tvaru/>
Creating Stylized Characters. Worcester, United Kingdom: 3DTotal Publishing, 2018. ISBN 1909414743.
MCKEE, Robert. Story. London: Harper Collins Publishers, 2011. ISBN 0060391685.

Vedoucí diplomové práce: **Mgr. Lukáš Gregor, Ph.D.**
Ateliér Animovaná tvorba

Datum zadání diplomové práce: **1. prosince 2022**
Termín odevzdání diplomové práce: **19. května 2023**



Mgr. Josef Kocourek, Ph.D.
děkan

Mgr. Lukáš Gregor, Ph.D.
vedoucí ateliéru

Ve Zlíně dne 1. prosince 2022

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 užít 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, považují 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: 5. 5. 2023

Jméno a příjmení studenta: Lucie Doubravová

.....
podpis studenta

ABSTRAKT

Diplomová práce se zabývá náplní, významem a pozicí profese charakterového designera v kontextu tvorby rodinných animovaných filmů. Sleduje a přibližuje klíčové metody postupu práce charakterového designera pro tvorbu kvalitních animovaných postav. Práce dále představuje základní techniky využívané k výstavbě vnitřního prostředí postav jako jsou metoda Inside-Out, backstory a ilustruje na konkrétních příkladech. Ve své druhé části diplomová práce obsahuje autorskou explikaci projektu s názvem *Opičí král*, čímž přibližuje proces jeho tvorby a doplňuje přidružené dílo práce.

Klíčová slova: charakterová designer, animace, animovaný film, postava, animovaná postava, rodinný animovaný film

ABSTRACT

This diploma thesis deals with the content, significance, and position of the profession of character designers in the context of family animated movies. It follows and explains key methods used by character designers for creating quality animated characters. The thesis then introduces core techniques employed for constructing a character's internal environment such as the Inside-out method, backstory, and illustrates it on concrete examples. In its second part, it contains an author's explication of the project entitled *The Monkey King* by which it expounds the process of its creation and complements the affiliated workpiece.

Keywords: character designer, animation, animated movie, character, animated character, family animated movie

Na tomto místě bych chtěla poděkovat vedoucímu práce Mgr. Lukáši Gregorovi, Ph.D. za jeho vedení, podnětné připomínky a komentáře.

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

OBSAH

ÚVOD.....	10
1 Pozice a význam charakterového designéra při tvorbě rodinných animovaných filmů	13
1.1. Rodinný animovaný film jako žánr.....	13
1.2. Význam a cíle práce charakterového designéra při tvorbě animovaných postav.....	13
1.3. Pozice charakterového designéra v hierarchii animované tvorby a význam práce.....	16
1.4. Aspekt vlivu volby stylu animace - kreslenka vs CGI.....	19
1.5. Komerční přesahy významu profese charakterového designéra.....	19
1.6. Osobnostní kvality zkvalitňující práci charakterových designérů při tvorbě animovaných postav.....	22
1.7. Význam cílové skupiny ve vztahu k charakterovému designu.....	23
2 Hlavní techniky charakterových designérů pro výstavbu vnitřního prostředí postav.....	24
2.1. Význam a role fáze research během práce charakterových designérů.....	24
2.2. Význam techniky mood board při tvorbě animovaných postav.....	25
2.3. Význam metody Inside-Out při tvorbě animovaných postav.....	26
2.4. Hlavní rozlišení postav jako nástroje tvorby charakterových designérů.....	27
2.5. Archetyp jako osnova pro tvorbu charakterových designérů	28
2.6. Vnitřní konflikt jako prostředek tvorby motivace postav.....	32
2.7. Backstory jako pojítka a odraz vnitřní komplexity postav.....	33
3 Autorská explikace.....	36
3.1. Autorské seznámení s motivem projektu.....	36
3.2. Postup tvorby se třemi přechody pojetí konceptu.....	38
ZÁVĚR.....	40
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY.....	44
SEZNAM A ZDROJE OBRÁZKŮ.....	49

ÚVOD

Základním principům charakterového designu jsem se věnovala ve své bakalářské práci s názvem Charakterový design - základní principy a postupy. V této diplomové práci navazuji na svá dosavadní zjištění v oblasti a soustředím úžeji na roli a pozici profese charakterového designéra během tvorby animovaných filmů a sleduji hlavní nástroje využívané k výstavbě vnitřního prostředí funkčních animovaných postav. V této diplomové práci pak omezuji výzkum na oblast rodinného animovaného rodinného filmu a tvorby, přičemž však některé odborné materiály pro účely zpracování této práce pochází i z jiných oblastí jako například kreativního psaní, divadelní nauky a podobně, kde se některé z principů zpracovávání příběhů prolínají. Stanovený perimetr zájmu jsem vymezila s ohledem na studovaný obor a také snahu porozumět aplikaci obecných principů charakterového designu v oblasti výstavby vnitřního prostředí postav. Dále se pak zaměřuji na kreslenou a CGI (3D) animaci.

Ústředním tématem této diplomové práce je tedy profese charakterového designéra během práce na rodinném animovaném filmu a její význam, pozice mezi ostatními spolutvárci daného projektu a klíčové metody používané ke ztvárnění interiéru postav. V základní a obecné rovině je postava považována za hybatele dějové linky, nebo přeneseně řečeno „vozidlo“ děje. Na charakterový design lze nahlížet z několika perspektiv, které přibližují později, ovšem opět v základní a obecné rovině ho lze chápat jako prostředek a metody sestavování postav, a to jak jejich vnějšího tak i vnitřního prostředí. Jak jsem také podrobněji sledovala ve své bakalářské práci, nejedná se stroze o snahu vytvořit „krásnou“ a „líbivou“ postavu. Konkrétně, jak také ve zmíněné práci podrobněji specifikuji:

„Práci na tvorbě postav ovlivňuje mnoho aspektů jako je tvar, barva, rozložení proporcí a mnohé další prvky, které vzájemně vytváří, ale i mění celkový dojem z postavy a její schopnost nést dějovou linku daného animovaného snímku. Pro příběh daného filmu je tak charakterový design zcela klíčový, neboť velmi zásadně ovlivňuje divákovu ochotu a schopnost sledovat příběh, kterého jsou právě postavy hlavními nositelkami.“¹

Tato myšlenka je základním kamenem, na kterém budu téma této práce dále rozvíjet, a také základním předpokladem k porozumění tématu práce.

Vzhledem k rozsáhlému spektru typů postav, které se v animované tvorbě užívají a jejichž studium by markantně přesáhlo limit jediné publikace, natož pak diplomové práce, omezila jsem svůj výzkum na zachycení v praxi nejčastěji viditelných, a typicky využívaných archetypů, které se vedle prostředí animované tvorby objevují také v literatuře nebo herectví, a je jim věnovaná samostatná podkapitola této práce.

Považuji dále za nezbytné zmínit, že tato diplomová práce pojednává a vztahu charakterového designéra k rodinnému animovanému celovečernímu rodinnému filmu, jak je praxe ve velkých světoznámých studiích, kde je týmová práce nezbytnou a klíčovou součástí pro vznik kvalitního filmu. Ty právě vznikají jako produkt kolektivní a velmi těsné spolupráce úžeji zaměřených týmů.

¹ DOUBRAVOVÁ, Lucie. Charakterový design - základní principy a postupy. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2021, 54 s. (68 720 znaků). Dostupné také z: <http://hdl.handle.net/10563/46825>. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta multimediálních komunikací, Ateliér Animovaná tvorba. Vedoucí práce Gregor, Lukáš. A dále odkazováno na původní citaci: BALLON, Rachel. 2003 Breathing Life Into Your Characters. How to give your characters emotional & psychological depth. Cincinnati: Writers digest books., ISBN13: 9781582971810

Tato práce se snaží přiblížit pohled na význam a náplň práce charakterového designéra jako klíčového aktéra během tvorby celovečerních animovaných rodinných filmů. Práce dále vysvětluje nedílné vrstvy, které charakterový designér rozkrývá a rovněž pokládá během práce na animovaném filmu, stejně tak se snaží přiblížit důležité aspekty, které vedou k úspěšnosti celovečerního rodinného animovaného filmu a spadají pod kompetence a um charakterových designérů.

Pro zpracování tohoto cíle v teoretické rovině využívám vedle odborných zdrojů také vlastních zkušeností, které jsem nabyla během svého studia na Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně a také z profesionálních workshopů Anomálie pod dohledem a vedením lektorů z předních animačních studií ze Spojených států amerických - jako jsou Robert Lence, Ricky Nierva, Len Simon, Rustham Hasanov, kteří zde předávali velmi cenné praktické a ověřené metody práce. V neposlední řadě a v konkrétně označených pasážích čerpám také z vlastní sebereflexe nad svou animovanou tvorbu a jejím procesem.

Charakterový design postav je obor, který ve mně vzbudil velkou fascinaci, zvědavost a probudil inspiraci během studia. Tuto disciplínu jsem si vybrala z důvodu, že reflektuje mou lásku k lidem a zvědavost k jejich chování a psychologii, kterou pociťuji od útlého dětství. Charakterový design mi umožňuje propojit tyto dva směry v jeden celek a propsat své životní zkušenosti pozorovatele do své tvorby.

Dále je to práce v týmu je pro mě něco fascinujícího, kde se věci netočí pouze kolem mě a podle mě. Velmi mě baví být součástí něčeho, co mě přesahuje. Každý ze spoluhráčů totiž funguje jako samostatná jednotka a je součástí něčeho mnohem většího, než je on sám. Cílem je vytvořit kvalitní projekt, a tak ego autorů musí jít stranou. Zároveň je tu úzká komunikace mezi jednotlivými členy. Každý musí přemýšlet nad tím, jak svou tvorbou ovlivňuje dalšího člena. Efektivní komunikace, ať už v tvorbě či ústní, je nezbytná pro kvalitu projektu i práci v týmu.

V neposlední řadě je to má láska k umění a tvorbě, v níž jsem, díky podpoře mé mamky, měla možnost tvořit a věnovat se jí již od svých dětských let. Ovšem, jak jsem zjistila, talent není vše a tvrdá práce a vytrvalost jednotlivce mnohdy samotný talent předčí. V tom mě utvrdila má zkušenostní práce na bakalářském i diplomovém projektu, ale i samotné studium na UTB ve Zlíně.

Mým cílem byl charakterový design a posunout své schopnosti o level výš. Projekt je tak zaměřený na praktické výstupy, které kopírují výstupy a postup práce v profesionálním studiu pro výrobu celovečerního animovaného filmu.

Důvodů, proč se zabývám celovečerním formátem je právě již výše zmíněná práce v týmu a být součástí něčeho většího než já.

Během studia jsem díky své práci měla možnost účasti na několika workshopech Anomálie. Tato zkušenost a zážitky byly velmi transformativní a modelují mou tvorbu a cíle a záměr této práce.

Také doufám, že tato práce poskytne náhled do zákulisí a praktické rady ohledně této profese.

TEORETICKÁ ČÁST

1. POZICE A VÝZNAM CHARAKTEROVEHO DESIGNERA PŘI TVORBĚ RODINNÝCH ANIMOVANÝCH FILMŮ

1.1. Rodinný animovaný film jako žánr

V této diplomové práci se, jak jsem zmínila v úvodu, zaměřuji na žánr rodinného animovaného filmu a tato podkapitola tedy stručně shrne jeho hlavní rysy.

Rodinný animovaný film jako žánr je z prvotního dojmu charakterizován formou ztvárnění, která je vhodná pro dětské diváky. Někteří autoři však považují tuto zažitou definici jako problematickou², neboť jeho blízké příbuzná kategorie dětských filmů komprimuje pochopení oblasti širší veřejností a podporuje evokaci pocitu „dětinskosti“ z animované tvorby jako takové. I když tyto dvě kategorie se částečně překrývají³, je třeba je chápat odděleně, neboť dětské filmy obsahují motivy specificky cílené na dětské publikum bez primárního předpokladu zaujetí širšího publika. Oproti tomu rodinný film (i ten animovaný) se snaží oslovit i širší veřejnost a svou tvorbu jim záměrně ztraktivňuje.⁴ I když adresovanou skupinou jsou současně i děti, v praxi se v příběhu setkáme i s komponenty, které cílí na dospělé, neboť se předpokládá, že snímek navštěvují děti se svými rodiči či jinými dospělými, nebo dokonce i samostatně dospělými se zájmem o žánr.

Hovorově se často setkáme s přezdíváním žánru jako „dávají Disney“ nebo „jdeme na Disneyovku“, což odkazuje na fenomenální úspěšnost studia, které pochopení žánru veřejností tímto způsobem téměř pohltilo. Nicméně rodinný animovaný film v provedení studia Disney je pouze jednou z mnoha forem jeho zpracování, což je patrné při sledování snímků jiných studií jako Pixar, DreamWorks, BlueSky, Studio Ghibli, Nickelodeon a jiné. Žánr rodinný animovaný film má pod sebou další odnože jako jsou rodinné animované sci-fi (Toy Story, 1995), rodinný animovaný dobrodružný, sci-fi (Wall-I, 2008), rodinný animovaný dobrodružný (Medvědí bratři, 2003), rodinný animovaný dobrodružný, muzikál (Tarzan, 1999), rodinná animovaná komedie (Není král jako král, 2000) a mnohé další.

1.2. Význam a cíle práce charakterového designéra při tvorbě animovaných postav

Pro následné rozvíjení tezí a za účelem pochopení role charakterového designéra se zdá logické připomenout obecnou definici jeho specializace - tedy charakterového designu. Oblast si zakládá na předpokladu, že vizualita a vizuální vjemy jsou důležitou součástí lidské komunikace, které jedince orientují v prostředí, v němž se nachází, a vyvíjí se od útlého dětství na základě získávaných zkušeností.⁵ Animovaná díla pak tohoto předpokladu využívají pro tvorbu vlastních výstupů a komunikování vlastních záměrů a projevů. Základní aspekty pro výstavbu exteriéru postav, s nimiž charakterový design pracuje, jsou přiblíženy v mé bakalářské práci. V této diplomové práci tyto poznatky rozšiřuji ve směru zaměření na vnitřní prostředí postav, které věnuji pozdější podkapitoly.

Během vlastní praxe setkala s profesionálním animátorem Rickym Niervou, který vystudoval prestižní univerzitu CalArts v Kalifornii a pracoval jako charakterový designér

² BROWN, Noel. (2015). Family Films in Global Cinema: The World Beyond Disney.

³ Tamtéž.

⁴ BROWN, Noel a Bruce BABINGTON. Children's Films and Family Films. In: Family Films in Global Cinema: The World Beyond Disney [online]. I.B.Tauris & Co, 2015, s. 250 [cit. 2023-05-09]. ISBN 978 1 78453 008 2. Dostupné z: https://www.academia.edu/7928091/Childrens_Films_and_Family_Films

⁵ DOUBRAVOVÁ, Lucie. Charakterový design - základní principy a postupy. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2021, 54 s. (68 720 znaků). Dostupné také z: <http://hdl.handle.net/10563/46825>. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta multimediálních komunikací, Ateliér Animovaná tvorba. Vedoucí práce Gregor, Lukáš.

Oblečení a vybavení: Volba safari košile, kraťasů a pevné obuvi značí, že postava je cestovatelem a dobrodruhem zároveň a nebojí se těžkého terénu. Společně s jeho pestroutvorbou na cesty můžeme chápat, že postava ví, co dělá.

Detail: Na Russelovi je spousta zajímavých detailů, především však chybějící místo pro odznak na šerpě, který v nás vyvolává otázky, proč chybí. Už takový detail dělá postavu zajímavou a utváří v nás domněnky.

Z pouhého pohledu na postavu můžeme odhadovat, že postava např.: odznak ztratila a bude jej hledat a příběh bude směřovat do minulosti, nebo že všechny odznaky postava již získala až na tento. Pokud zaměříme svou pozornost blíže, všimneme si, že odznak chybí na místě orgánu srdce. Samotný detail tak nejspíš má hluboký metaforický význam pro osobnost postavy.

Postava Carla Frederickse

Volba tvarů: Čtverec a kruh - Postava Carla je převážně čtvercovitá, čtverec značí podstatu solidnosti, stálosti, neměnnosti, nesnadné pohyblivosti. To podporuje postavu Carla, který po smrti své manželky žije v čase minulosti, vzpomínek na ni. Se svým životem nehýbe a ani necítí potřebu. Je založený na tradicích a zvyklostech, které tvar čtverce evokuje.

Kruhový nos postavu změkčuje, dělá ji sympatickou a přibližuje nás k ní. Velikost nosu je natolik dominantní, abychom si ho okamžitě všimli a nezaměnili postavu za páprdu a nesympatickou. Je to zajímavý detail.

Řeč těla: oproti Russelovi je postava shrbená, což evokuje stáří, ale zároveň poraženost. Chybí mu jiskra.

Barva: Jeho šatník postrádá barevnost. Barvy jsou chudé, základní, převažují tmavé a odstíny šedi a hnědé.

Oblečení a doplňky: Z oblečení a doplňků je patrné, že postava si zakládá na tradici a čistotě. Nosí stereotypní seniorský oblek. Jeho berlička pak může být i metaforou pro Carla život od doby, co mu zemřela manželka. Kruhové měkké tenisky se pak doplňují s kruhovitým tvarem nosu, který změkčují charakter postavy. Carl má na svém saku odznak – což z pouhého obrázku postav vedle sebe vyvolává otázku vzájemné spojitosti postav.

Jak příklad dále ukazuje, práce na postavě vyžaduje od charakterových designérů schopnost pochopit a aplikovat principy vizuální komunikace jako jsou významy tvarů, barev, siluet apod., čemuž jsem se jednotlivě a podrobněji věnovala ve své bakalářské práci. Exteriér i vnitřní prostředí postav je velmi komplexní odvětví tvorby charakterových designérů, které se odvíjí od těchto principů, které jsou univerzální a srozumitelné divákům napříč věkovými skupinami a ve většině případů i bez ohledu na další demografické charakteristiky. Výjimkou však mohou být kulturní zvyklosti jednotlivých cílových publik, kdy si animační studio a potažmo především i charakterový designér musí být vědom odlišností a vyvarovat se případným chybám či nedorozumění. Konkrétním příkladem může být například využití bílé barvy, která v evropském prostředí běžně symbolizuje čistotu, nevinnost, nicméně v některých asijských regionech je přiřazována symbolu smrti.⁷ Profese charakterového designéra tak také do podstatné míry vyžaduje vnímavost širšího kontextu práce a publika.

⁷ Colour Culture part II: Colours and Their Different Meanings Around the World. Colours in Your Life [online]. 2016 [cit. 2023-05-09]. Dostupné z: <https://www.bergerpaints.com/imaginecolours/colour-culture/part-ii-colours-and-their-different-meanings-around-the-world>

Jak již bylo zmíněno dříve, primárním záměrem charakterových designérů není vytvoření „líbivých“ postav, i když, jak popíšu později, i s tímto aspektem musí designéři do určité míry kalkulovat. Hlavním a klíčovým záměrem je vytvořit funkční postavu, která bude schopna komunikovat záměry tvůrců směrem k divákovi.⁸

Samozřejmě, že také v oblasti animované tvorby existují odnože oboru, kde je „líbivost“ více upřednostňovaným kritériem, jako například u tvorby reklamních spotů. Nicméně v oblasti animovaného rodinného filmu, z jehož prostředí kontext této práce vychází, je charakterový design rozvíjen do větší hloubky a přesahu téměř do úrovně „filosofie“ postav. Technika dosahování cílů je náročná časově, na úsilí a rovněž svým komplexním charakterem práce.

Obecně lze uvažovat, že kvalitní charakterový design je důležitou součástí samotného potenciálu filmu stát se úspěšným. Úspěšnost filmu můžeme obecně posuzovat také skrze návštěvnost diváků během kinematografického promítání, prodejnosti filmu, oblíbenosti postav a příběhu, anebo hodnocení ze strany diváků a filmových kritiků.⁹ Slovem úspěšný tedy pro tuto práci odkazují na schopnost oslovit širokou veřejnost a prodejnost filmu s ohledem na zisk k nákladům. Schopnosti oslovit a zaujmout širokou veřejnost předchází komplikovaný proces, který vyžaduje komplexní, hluboké znalosti, vytríbené schopnosti a zároveň flexibilní, mnohdy inovativní přístup k práci na charakterovém designu a tvorbě animovaných filmů obecně.

1.3. Pozice charakterového designéra v hierarchii animované tvorby a význam práce

Jak bylo naznačeno v úvodu této diplomové práce, animovaná tvorba je především týmovou tvorbou, která vyžaduje úzkou spolupráci několika konkrétně zaměřených profesí. I když se jejich primární náplně liší, společný cíl od nich vyžaduje vzájemnou komunikaci a kooperaci. Profese charakterového designéra je velmi specifická a zároveň jedna z ústředních v hierarchii animovaných studií. Následující pasáž proto nahlíží na pozici, kterou charakterový designér zaujímá v procesu tvorby animovaných filmů a snaží se o lepší porozumění jeho kompetencím a významu jeho práce.

Obecně je charakterový designér podřízen všem řídicím pozicím, tedy vedoucímu daného filmu, režisérovi, atd. a nadřazen jednotlivým animátorům, kteří zpracovávají koncepty navržené designérem a schválené vedením daného projektu. V praxi záleží na individuálním nastavení pravidel, nicméně charakterový designér se v tomto pojetí pohybuje ve vyšších vrstvách týmů, neboť je tvůrcem podnětů a konceptů, v harmonii s a dle zadání vedení týmu, které následně zpracovávají animátoři. Je tedy zásadním pojítkem nápadu, zadání a produkce samotné. Musí flexibilně a aktivně spolupracovat a zastávat referenční a zároveň tvůrčí funkci.

Charakterový designér své zadání a inspiraci nachází u scenáristy stejně jako u koncept artistů a storyboardistů, společně se však všichni odvíjejí od vedoucího zadání na vrcholu hierarchie. Opačně scenárista, storyboardista, koncept artista, nachází inspiraci a do jisté

⁸ PANCHARIA, Vajra Pancharia a Phani Tetali TETALI. Design Course - Character Design for Animation: Designing Process. D'source: Digital Learning Environment for Design [online]. 2023, 39 [cit. 2023-05-13]. Dostupné z: <https://dsourc.in/sites/default/files/course/character-design-animation/downloads/file/character-design-animation.pdf>

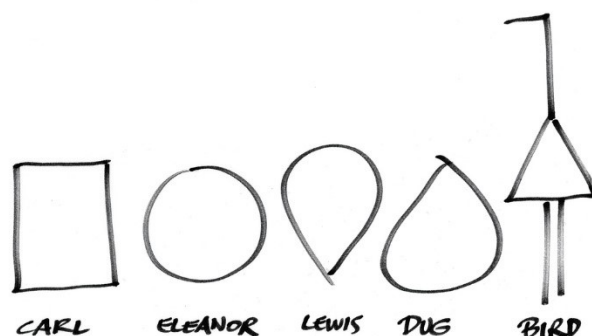
⁹ JOSEPH, Sarah E., "What Makes a Movie Successful : Using Analytics to Study Box Office Hits" (2019). Chancellor's Honors Program Projects. https://trace.tennessee.edu/utk_chanhonproj/2252

míry sledují funkčnost vlastní práce mimo jiné i skrze práci designérů. Jejich vztahy by měly být symbiotické.



Obrázek 2.
Příšerky s.r.o. (2001)

Ricky Nierva a Pete Doctor použili sebevědomé, tučné tahy fixu, aby zřetelně zobrazili objem základních tvarů postav. To samé učil Ricky Nierva na svém workshopu 2019 Character design Lab Anomálii, kde studenty učil nebát se tučné a sebevědomé exprese kresby. Cvičení zahrnovalo držení kreslicího nástroje mezi prsty u nohou.



Obrázek 3. Ricky Nierva, Vzhůru do oblak (2009)

Z hlediska kooperace se scenáristou je důležité podotknout, že během vývoje filmu ve studiu charakterový designér tvoří paralelně s odvětvím scenáristiky, které příběh textově ztvárňuje rozepsáním. Samotný proces tvorby scénáře filmu je zpravidla velmi dynamický a proměnlivý. Dochází během něj k mnohočetným prepisům vlivem nových podnětů a inspirace přicházející a rozvíjené během práce na filmu. Prvotní nápad bývá typicky konstantně rozvíjen, vylepšován a přepracováván. Není výjimkou, že film z různých důvodů během tvorby zcela zanikne. Důvodem může například být i odhalení nefunkčnosti zamýšleného konceptu právě skrze jeho rozpracovávání. I zde charakterový designér uplatní flexibilní přístup.

Podobně úzký vztah je patrný i mezi storyboardistou a charakterovým designérem. Odvětví storyboardingu má za hlavní úkol odehrát a představit příběh „na papíru“ či digitálně, než se vůbec přesune do produkce a začne se vytvářet. Storyboard artisté „ilustrují“ psaný scénář do vizuální podoby pro prezentaci k představě. Jsou to typicky

rychlé skici, které zobrazují příběh v pohybu a interakci postav v něm.¹⁰ V animovaném filmu nemáme většinou prostor na přímé, verbální sdělení, čím postava je, a tak se hlavním jazykem stává její vizuál. Z designu postavy můžeme ledacos vyčíst, i když právě není čas postavu přímo představit. Všechny aspekty designu musí být jasné a úderné. Divák se soustředí na to, jak postava cítí, jak se pohybuje a co zažívá.

Charakterový designér často volí design postav podle rozpoznatelnosti a jednoduchosti základních tvarů. Je to mimo jiné také z důvodu, aby storyboardista neměl potíže v rámci sekund postavu zobrazit a aby postava byla srozumitelná ve všech polohách, kterými ji příběh využívá.

Len Simon animátor, kreslíř, storyboardista, umělec na workshopu Character design Lab Anomálie 2022 prezentoval, jak ve studiu několikrát dostal do situace, kdy postava byla příliš složitá a storyboardisté měli potíže postavu nakreslit, což nejen komplikovalo a prodlužovalo proces jejich práce, ale tedy i z finančního hlediska tvorbu zatěžovalo. Design postavy se tak mnohdy musí vrátit o krok zpět a charakterový designér jej musí přemodelovat, zjednodušit.¹¹

Charakterový designér je tak z velké části zodpovědný za srozumitelnost a čitelnost příběhu, nejen pro diváky, ale i pro spolutvůrce. Ovlivňuje mnoho složek práce s postavou jako velikost, rozlišenost tvarů a podobně, které nejen storyboardisté potřebují znát, aby mohli dělat svou práci.

Význam práce charakterových designérů a postav jako jejich produktů je neoddiskutovatelně podstatný. Nabízí se otázka, zda je důležitější postava nebo příběh. Zodpovězení této otázky není v možnostech jediné publikace či výzkumu, nicméně v kontextu sledované oblasti animované tvorby v této práci zmíním zkušenosti podložené perspektivou profesionálního storyboardisty, scenáristy a umělce Roberta Lence, který působil v animačních studiích po celém světě a podílel se na tvorbě snímků jako *Kráska a zvíře* (1991), *Valiant* (2005) a další. Jeho optikou lze na otázku nahlížet tak, že příběh a postava jsou si rovny a neměl by být jeden upřednostňován a považován za podstatnější než druhý. Měli bychom věnovat stejnou pozornost a péči oběma aspektům při tvorbě animovaného filmu.¹²

Obecným principem je, že by se postava a příběh měli podepírat.¹³ Metody k dosažení jejich symbiózy je jednak schopnost jasné, precizní, konstruktivně kritické vzájemné komunikace mezi tvůrci. Vedle toho je v prostředí animované tvorby a práci ve studiích klíčové dodržování principů vizuality a kvalitní znalost a schopnost jejich aplikace na vytvářené dílo.¹⁴

Ze své vlastní praktické zkušenosti jsem poznala, že postava je tím, čím jakýkoliv příběh začíná a ztělesňuje jej. Vyprávění příběhů doprovází lidstvo od nepaměti. V období pravěku jejich médii byly jeskynní malby, které představovaly rozanimovaný lov kořisti. Člověk sám o sobě je hlavní postava svého zkušenostního života na zemi. Tvoří příběh,

¹⁰ PANCHARIA, Vajra Pancharia a Phani Tetali TETALI. Design Course - Images in sequence for Animation: Storyboard and Animatic Animation. D'source: Digital Learning Environment for Design [online]. 2023, 20 [cit. 2023-05-13]. Dostupné z: <http://www.dsource.in/course/storyboard-and-animatic-animation>

¹¹ Len Simon, workshop Character design Lab Anomálie 2022

¹² Robert Lence, Anomálie 2019, citace zapsaná z přednášek v rámci workshopů Anomálie

¹³ RACHEL, McCollin. Plot vs Character: Which Comes First. Self-Publishing Advice Center [online]. Alliance of Independent Authors, 2019, 6 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://selfpublishingadvice.org/plot-vs-character-which-comes-first/>

¹⁴ SILVER, Stephen. *The Silver Way: Techniques, Tips, and Tutorials for Effective Character Design*. Design Studio Press., part: Introduction, 2017., ISBN13: 9781624650345

překonává překážky, potkává příležitosti, cestuje. Člověk je do značné míry zdroj příběhu – a tudíž i postavou. Podobě v prostředí animované tvorby studia hledají takovou postavu, která nejlépe reprezentuje a umožňuje znázornit zamýšlený příběh nebo zkušenost. Postavou pak diváky provede svou vizí ve snaze předat poselství, zprávu od tvůrce k divákům.

1.4. Aspekt vlivu volby stylu animace - kreslenka vs CGI

V této souvislosti se zdá nezbytné dále zmínit vliv volby metody samotné animace, tedy s ohledem na zaměření této práce na vliv kreslenky oproti CGI (3D) animaci. Jedná se také o vlivný aspekt, neboť designérovi určuje možné rozpětí jeho práce. Stručně proto připomenu hlavní odlišnosti metod kreslenky a CGI.

Kreslenka je charakteristická využíváním jednoduchých tvarů, principů minimalismu s limitací detailů, větší míry stylizace. Projevit se tak může například jako využíváním méně vzorů na oblečení, převážně vylitých barev. Kreslenka pracuje s předpokladem, že se námět rozkresluje v 25 snímcích pro sekundu, tedy design by měl být co nejméně komplikovaný a co nejlépe uchopitelný pro samotné animátory, aniž by snižoval kvalitu návrhu.¹⁵ Animátoři musí být schopni návrh ztvárňovat nejen v daném množství na sekundu snímku, ale také v průběhu celé doby, kdy postava ve snímku hraje, a to prakticky totožně.¹⁶ Designér tak musí kalkulovat i s aspektem, že tým animátorů musí být schopen jeho návrh napodobit a sjednoceně rozpracovat do pohybu. Design tedy musí přizpůsobovat nejen cílové divácké skupině, ale také možnostem spolutvůrců ve studiu, kterým jsou také animátoři. Oproti tomu u typu CGI animace se tento proces zjednodušil, neboť převedením charakterového designu do 3D modelu se zachová koncept jako neměnný.¹⁷ Animátoři pak s ním následně pracují jako s loutkou, kdy nemusí překreslovat jednotlivé změny pohybu.¹⁸ Designér tedy může například zapojit více detailů a postavu více komplikovat, nicméně opět musí počítat s diváckou skupinou, postavu musí uzpůsobit tak, aby doplňovala příběh, nikoli odváděla pozornost či rušila od děje.

1.5. Komerční přesahy významu profese charakterového designéra

Charakterový designér je nezbytným článkem nejen pro samotnou výrobu, ale stává se, i když spíše nepřímo, také vlivnou složkou podpůrných aktivit prodeje daného projektu. V následující podkapitole shrnu klíčové body, kterými charakterový designér ovlivňuje efektivnost snah zviditelnování a výdělečnosti a propagace projektu.

Statickým projevem komerčního přesahu je typicky plakát. Plakáty jsou rozměrově výrazné znázornění vystavované na veřejných místech a snaží se upoutat na daný nabízený

¹⁵ PANCHARIA, Vajra Pancharia a Phani Tetali TETALI. Design Course - Stages in Traditional Hand Drawn Animation: Traditional Hand Drawn Animation. D'source: Digital Learning Environment for Design [online]. 2023, 11 [cit. 2023-05-13]. Dostupné z: <https://dsource.in/sites/default/files/course/stages-traditional-hand-drawn-animation/downloads/file/stages-traditional-hand-drawn-animation.pdf>

¹⁶ NUKIND, PTY LTD. The Evolution Of Animation Techniques: From Hand-Drawn To CGI. Nukind newsroom [online]. 2023 [cit. 2023-05-09]. Dostupné z: <https://prwire.com.au/pr/106775/the-evolution-of-animation-techniques-from-hand-drawn-to-cgi-2>

¹⁷ Tamtéž.

¹⁸ What is CGI Animation and How Does It Work?. Adobe [online]. Adobe, 2022 [cit. 2023-05-13]. Dostupné z: <https://www.adobe.com/uk/creativecloud/animation/discover/cgi-animation.html>

produkt.¹⁹ Dnes jsou již zcela klasickým podpůrným materiálem většiny lidských aktivit, včetně umělecké tvorby. Plakáty animovaných filmů se často umisťují také mimo kinematografické prostory a objevují se tak na billboardech, veřejných prostranstvích, vně či uvnitř vozidel hromadné dopravy apod. Dle studií zabývajících se efektivitou sdělení formou plakátů by však v ideálním případě by se měly plakáty vyvěšovat v klidných lokalitách, kde má jejich příjemce čas sdělení věnovat dostatečnou pozornost, přičemž vhodnost umístění plakátu dle též studií hraje významnější roli nežli design plakátu.²⁰

V kontextu animovaných filmů je hlavní funkce plakátů upoutat překládána do snahy o vzbuzování pocitu až nutkání vidět propagovaný snímek a spustit tak emoční reakci, která utváří vztah mezi nabídkou a jejím recipientem.²¹ Plakát je jedním z produktů významně ovlivňujícím rozhodování potenciálních diváků, zda chtějí dané animované dílo zhlédnout. Zde je důležité podotknout, že plakáty jsou velmi často distribuovány se značným předstihem než snímek samotný, mnohdy ještě v období, kdy probíhá post-produkce projektu. Plakáty předznamenávají existenci díla a vytvářejí u adresátů klíčové emoce pro jejich volbu na dílo myslet a sdílet pocity a myšlenky tvůrců, či dokonce touhu být jeho součástí. Plakáty zároveň předávají důležité informace o díle, které referencují.²² Zpracování plakátu, jeho obsah a volby umístění, to jsou jedny z klíčových aspektů, aby se dílo „prodávalo.“ I když se plakáty vyznačují rozmanitostí z hlediska provedení a využívaných prvků, plakáty používané za účely propagace animovaných snímků prakticky zpravidla využívají postav navržených charakterovými designéry.²³

Plakát však není důležitý *pouze* pro diváky a prodejnost filmu v kinech, ale vůbec pro samotný vznik filmového díla.²⁴ Jak jsem výše uvedla, plakát reprezentuje animovaný film a ovlivňuje divákovu volbu zda na film do kin zajde. Plakát je však klíčový i během prezentace animovaného filmu sponzorům a dalším případným klientům se zájmem o spolupráci. Animovaný celovečerní film je zpravidla velmi finančně nákladný a vyžaduje úzkou a intenzivní spolupráci několika profesních jednotek a týmovou práci skrze spolupráci. Externí finanční podpora je tak nejen pro návrat nákladů, náležité odměny, ale stejně tak i pro motivaci a chuť v mnohdy vyčerpávající práci pokračovat, esenciální. Storyboard artista, kreslíř a spoluautor několika z celosvětově nejúspěšnějších animovaných filmů historie jako je Toy Story (1995), Kráska a zvíře (1991) a Lví král (1994) Robert Lence, tento efekt srozumitelně přiblížil na jednom z workshopů Anomálie v České republice následovně:

„Existuje pravidlo, podle kterého víte, že film bude úspěšný. Pokud se při jeho prezentaci vývojářům rozsvítí oči a vznikne emoční reakce typu nadšení a vášně pro diskuzi, máte v ruce dobrý film.“²⁵

Podobně jako u plakátů se tyto hodnoty projevují také u trailerů, rovněž důležitých součástí k propagaci daného projektu.

¹⁹ Atlantic [online]. Plakát jako fenomén. Atlantic Studio. 6 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.atlantic.cz/plakat-jako-fenomen/>

²⁰ STOCKMANS, Mia. (2009). Effectiveness of promotional film posters. International Journal of Information Technology and Management - IJITM. str.2

²¹ Tamtéž, str. 1.

²² Tamtéž.

²³ BISHOP, Randy. Fundamentals of Character Design. In: 21Draw [online]. Course [cit. 2023-05-09]. Dostupné z: <https://www.21-draw.com/course/fundamentals-of-character-design/>

²⁴ PRINTPRO. The Importance Of Posters In Advertising [online]. Winnipeg: PrintPro, 2023, 2 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.printprowinnipeg.com/the-importance-of-posters-in-advertising.html>

²⁵ Robert Lence, Anomálie 2019, citace zapsaná z přednášek v rámci workshopů Anomálie

Předpokladem pro úspěšnost plakátu a zároveň jeho pojítkem s charakterovým designem je schopnost designérů vytvořit a ztvárnit natolik přesvědčivé a zajímavé postavy s jasnou a srozumitelnou čitelností designu včetně gest tak, že jejich recipient nabyde touhy, či lépe pocitu potřeby, být součástí filmu a tedy se účastnit jeho promítání a ideálně jej přetvořit v konzumenta dalších podpůrných materiálů jako je například také merchending.

I v případě merchendingu je tedy charakterový design klíčovým prvkem pro úspěšnost a ziskovost projektu, opět před i po vydání a uvedení samotného snímku. Postavy diváka nejen provádí samotným snímek a příběhem, ale také se stávají ústředním motivem drtivé většiny podpůrných produktů a materiálů. Samotný plakát se může stát merchendingem, tedy přeloženě a zjednodušeně zbožím.²⁶ Typicky se v současnosti setkáme s velmi širokou a rozmanitou škálou podpůrných produktů, z nichž plakát můžeme považovat za archaický a mnohdy upozadovaný v tomto kontextu. Konkurují mu totiž mnohdy mnohem atraktivnější typy produktů jako samolepky, potištěné textilie, plyšové hračky, hrnečky, figurky a postavičky, nemálo kdy se objevují díky rozšířené kolaboraci například na dresech sportovních týmů, náčiní apod. Důležité je zmínit, že se mnohdy tyto produkty stávají sběratelskými předměty, mnohdy jsou takto přímo záměrně nabízeny a obecně využívají marketingových postupů pro maximalizaci jejich prodejnosti. Jako příklad a zároveň důkaz významu a schopnosti oslovit veřejnost napříč věkové skupiny pomocí merchendingu, avšak na základě i kvalitního charakterového designu, jsou projekty jako Disneyland, potažmo koncept DisneyWorld, využívající zejména emoční roviny a propojení projektu s adresáty.

Je možné odhadovat, že především hlavní postava bývá nejvíce zapojována do komerčních aktivit spojených s propagací projektů. Jak však lze vysledovat například na snímku *Já, padouch* (2010, Illumination Entertainment) popularita filmu může spočívat také na dalších postavách, které svým designem mohou v divákových očích předčit i postavu hlavní. Konkrétně v případě snímku *Já, padouch* (2010) se velké popularitě dostalo především postavám Minionů, kteří jsou znázorněni také na podstatném, ne-li většinovém podílu produkovaného merchendingu. Odráží a zároveň se tak stávají hlavními tahouny snímku k jeho úspěšnosti definované z perspektivy jeho finanční ziskovosti.

„Postava je tím, co si s sebou neseme z kina a následně příběh, který ztělesňuje.“²⁷

- Robert Lence



Obrázek 4. *Já, padouch* (2010)

²⁶ MOVIE MERCHANDISING AND ITS CONSUMER PERCEPTION , International Conference 2018, Integrated Economy and Society: Diversity, Creativity, and Technology. Ádám Horváth, Balázs Gyenge

²⁷ „Postava je tím, co si s sebou neseme z kina a následně příběh, který ztělesňuje.“

Robert Lence – workshop 2022, Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

1.6. Osobnostní kvality zkvalitňující práci charakterových designérů při tvorbě animovaných postav

Charakterový designér by, jak již bylo nastíněno, měl perfektně ovládat principy vizuálního odrazu zkušene lidské zkušenosti z reálného světa a jejich přepisu do animované tvorby. Konkrétně tedy například využívání ostrých linek při tvorbě signalizuje divákovi nebezpečí, nekalost či riziko, a funkčnost této komunikace zprostředkovává osobní zkušenost recipientů (např. ostrý - trn, nůž).

Podobně by měl být schopen rozlišovat a vnímat kulturní a další charakteristiky svého cílového publika, aby dokázal svůj výstup upravit vhodně k záměru daného snímku.

Charakterový designér musí být dále schopný být ve své profesi flexibilní a umět se také emocionálně od jeho dosavadní práce odpojit.

Již zmiňovaný animátor Ricky Nierva na svém workshopu Anomálie v Litomyšli 2019 sdělil, že možnost zániku filmu během preprodukce je ve studiu zcela běžná. Práce je dle jeho zkušeností velmi organická a nikdy garantovaná. Během svého působení ve studiu Pixar se dle jeho slov setkal případy, kdy nastala obdobná zvrátová situace a charakterový designéři nebyli schopni se s danou situací emočně vyrovnat, protože do tvorby investovali měsíce intenzivní práce. Jejich emoční rozpoložení pak negativně ovlivňovalo jejich další výsledky a atmosféru ve studiu.²⁸ Kromě výše zmíněného musí zvládat komunikaci a spolupráci s ostatními tvůrci.

1.7. Význam cílové skupiny ve vztahu k charakterovému designu

„The character can be said to be the soul of the animation.“²⁹

Cílové skupině se dá částečně rozumět jako důležitému referenčnímu bodu, který do jisté míry determinuje limity prostředků, které může charakterový designér využít k vytvoření funkční postavy-médiu daného příběhu. Například design postav, které budou představeny dětskému divákovi, ovlivňuje skutečnost, že děti jsou lépe schopny zpracovat jednoduché a nekomplexní vizuální podněty než detailní či komplexní. Dále jednotlivé změny ve vyjadřování postav musí být výrazné do té míry, aby ji dětský divák zaregistroval dostatečně srozumitelně.³⁰ V praxi se tento aspekt odráží například v hyperbolických pohybech, gestech a expresích obličejů postav.

Zároveň však tímto mnohdy dochází ke zploštění postavy pro diváka z starší věkové kategorie, který ke stimulaci vyžaduje komplexnější vjemy, detaily, nuance apod.³¹ Obecně a zjednodušeně tedy lze říci, že cílová skupina významně ovlivňuje míru stylizace postav, stejně jako tomu činí u prostředí a děje daného animovaného snímku.

²⁸ Ricky Nierva (2019) Anomálie. Litomyšl. parafráze citace vyprávění z praxe v rámci workshopu Anomálie 2019.

²⁹ Zong, Min & Qi, Zongjin & Zong, Ze. (2020). Research on Character Expression Shaping in Animation Movies. 10.2991/assehr.k.200316.035. s. 151

³⁰ TILLMAN, B. 2011. Creative Character Design. Massachusetts: Focal Press. 2011, s. 104-109, ISBN 9780240814964

³¹ DOUBRAVOVÁ, Lucie. *Charakterový design - základní principy a postupy*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2021, 54 s. (68 720 znaků). Dostupné také z: <http://hdl.handle.net/10563/46825>. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta multimediálních komunikací, Ateliér Animovaná tvorba. Vedoucí práce Gregor, Lukáš.

Nicméně principy tvorby, které jsou účinné u dětského diváka však zůstávají téměř obecným principem i nadále. Odůvodnění srozumitelně odráží citace animátora Tonyho Whitea v publikaci *The Animator's Sketchbook* (2016) v kontextu navrhování póz, siluet a pohybu postav:

„...Nestačí pouze vytvářet dobrou pózu. Zkušení umělci a animátoři vědí, že aby maximalizovali vizuální dopad představovaného obrazu, musí být představena tím způsobem, aby divák okamžitě zpozoroval příběh, který se tím snaží komunikovat. Komunikace je právě v animované akci vším...³²“

Musí tedy být jasná, úderná a komunikovat záměry konkrétně v souladu s dějem.

Nahlížení na animovanou tvorbu jako na druh komunikace umožňuje snažší porozumění mechanismům její výstavby, které se do jisté míry vyznačují zapojením intuice. Autoři mnohdy sami „vědí“, jak vytvářenou postavu upravit, aby se jevila například jako přátelská, přístupná či naopak, neboť právě do značné míry vychází z vlastní a univerzální roviny vizuální komunikace a interakce člověka s okolním prostředím. Respektování a aplikace těchto principů pak zvyšuje efektivitu a funkčnost návrhů a umožňuje tvůrcům efektivně komunikovat zamýšlený záměr, respektive příběh a podstatu daného díla.

³² WHITE, Tony. *The Animator's Sketchbook: : How to See, Interpret & Draw Like a Master Animator* [online]. Great Britain: Routledge, 2016 [cit. 2023-04-07]. ISBN 978-1498774017. Dostupné z: <https://tonymation.artstation.com/projects/OyeDNy>

volně přeloženo z: „It might help to share another golden rule with you now. It is not enough to just create a great pose position. Experienced artists and animators all know that to maximize the visual impact of a posed image, it needs to be staged in such a way that the viewer will immediately see the story it's trying to communicate. Communication in animated action especially is everything.“ (s.47)

2. HLAVNÍ TECHNIKY CHARAKTEROVÝCH DESIGNERŮ PRO VÝSTAVBU VNITŘNÍHO PROSTŘEDÍ POSTAV

2.1. Význam a role fáze research během práce charakterových designérů

Fáze tvorby a metoda běžně označovaná jako research, v překladu výzkum nebo bádání, je při práci charakterového designéra velmi podstatným komponentem.

Rozumět jí lze jako hledání motivů, prvků, pravidel, odchylek v reálném prostředí, které může designér použít pro vytvoření funkční postavy. Research umožňuje základní seznámení designérů se zadáním a průzkumem možných postupů práce a vlivů na ni k dosažení zadaných cílů. Je pak jedním z prvních stádií přípravy, která animovanou tvorbu doprovází.³³

Dalším klíčovým účelem je pak seznámení se s podnětem, často v reálném prostředí, aby jej následně designér mohl kvalitně a adekvátně k záměru snímku přenést do animovaného výstupu. Mnoho studií na fázi research klade v produkci nemalý důraz, jako tomu bylo i u ikonických animovaných snímků jako Lví král (Disney, 1994), 101 dalmatinů (Disney, 1996), Spirit: divoký hřebec (Dreamworks, 2002), ale i novodobějších jako Jak vycvičit draka (DreamWorks, 2010), Odvážná Vaiana: Legenda o konci světa (Disney, 2016) a další.

Tato fáze je důležitým odrazovým můstkem také pro ostatní dílčí profese zapojené do výroby filmu, jelikož slouží jednak jako referenční bod, inspirace i podnět k úpravám.

Jako fázi tvorby ji lze imaginárně rozdělit do dvou hlavních rovin. Následující schéma vychází z vlastních zkušenostní observace průběhu aplikace metody research během vlastní tvorby animovaných projektů. O první z nich uvažují jako o fázi „abstraktně reflektivní“, která je typická pro autorovu snahu se myšlenkově zorientovat v konceptu a toto porozumění rozvíjet. Jak detailněji popisují ve své bakalářské práci, je pro fázi research typická také metoda četných otázek, které rozšiřují designérovo pochopení konceptu:

„Otázkami může být: „Je postava kladná/záporná? V jaké náladě je postava? Kolik postav je let? Jaké jsou její přednosti a limity? Jaké má postava oblíbené aktivity?“ Otázk je neomezené množství, nicméně důležité je zejména sledování motivace, kterou postava má nebo ji řídí.“³⁴

Tato metoda pak mimo jiné vede ke vzniku tzv. keywords, které slouží jako přepis hlavních charakteristik dané postavy.³⁵

Druhou rovinou fáze research pak pracovní označují jako rovinu „referenčně výzkumnou“, která se již zabývá srovnáváním abstraktních prvků s jejich konkrétním, reálným projevem v poznané realitě. Studia často studují živá zvířata, jejich pohyb, chování, které pak překládají do řeči animovaného filmu, designu charakterů nevyjímaje. Například během výroby snímku Lví král (1994, Disney) studoval tvůrčí tým živé lvy, které využil jako

³³ MATTESI, Michael, Force: Character Design From Life Drawing, first edition. Focal Press, 2008, Burlington.ISBN 9780240809939

³⁴ DOUBRAVOVÁ, Lucie. *Charakterový design - základní principy a postupy*. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2021, 54 s. (68 720 znaků). Dostupné také z: <http://hdl.handle.net/10563/46825>. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta multimediálních komunikací, Ateliér Animovaná tvorba. Vedoucí práce Gregor, Lukáš. Původní citace: MATTESI, Michael, Force: Character Design From Life Drawing, first edition. Focal Press, 2008, Burlington.ISBN 9780240809939

³⁵ SOLARSKI, Chris,. *Drawing Basics and Video Game Art*, first edition. Watson-Guptill Publications, New York. 2012,ISBN: 9780823098477

referenci pro vlastní práci a zkoumal jejich projev v časoprostoru. Podobně tak činila i jiná studia, příkladně DreamWorks pro snímek Spirit:divoký hřebec (2002) studiem koní, ale také při tvorbě postav s lidskou podobou jako Disney využíval rotoskopii za pomoci živé reference pohybující se osoby pro snímky Sněhurka a sedm trpaslíků (1937), Popelka (1950), Šípková Růženka (1959) a mnohé další. Dnes je tato metoda exponenciálně rozvinuta a užívá se k vytváření efektů v akčních filmech pomocí 3D, počítačové animace, kdy však technika zpracování prošla rovněž komplexním rozvojem.

Již v této, jedné z prvotních fází designu, se setkáváme se zmiňovanou nutností schopnosti kvalitní a konstruktivní kooperace, jelikož i scénář a storyboard slouží často jako referenční body pro charakterové designéry zejména z hlediska získávání inspirace a práce s ní.³⁶

Research také odkazuje na obecnou přípravu ke zpracování konceptů a návrhů. Robert Lence v tomto kontextu studenty motivoval výrokem: „*Do your homework*“³⁷, čímž odkazuje na nutnost podrobného zapojení research. Dále také radil studentům, aby inspiraci hledali také mimo online prostředí a zapojili i tradiční média jako knihy, filmy, fotografie, či vlastní zkušenosti – Zdůvodnil to prostřednictvím představení zkušenosti práce se studenty, kteří automaticky hledají v nejsnazším zdroji, kterým je dnes internet a stránky například platforma Pinterest a pak se nápady a designy postav sobě velmi znatelně podobají.³⁸

2.2. Význam techniky mood board při tvorbě animovaných postav

I když přesný postup produkce filmu se vyznačuje také jistou mírou individuality ve volbě a souslednosti použitých postupů k dosažení poutavých a kvalitních výstupů, tzv. mood board neboli ve volném překladu „náladová tabule“ nebo „deska“ je typicky zapojována téměř zpravidla a signifikantně pomáhá ke zkvalitnění výstupů práce. Mood board, někdy označovaný také jako *kolekce vizuální galerie referencí* v oblasti animace umožňuje jednak lépe a konkrétněji definovat styl a koncept a jednak je jeho hlavním přínosem schopnost umožnit nejen designérovi zorientovat se v „atmosféře“ snímku.³⁹ Jedná se o shromažďování a seskupování prvků jako fotografie, barevné škály, přepisy myšlenek ve slova, a další formy nápadů a inspirace. Přesný postup tvorby mood boardů je velmi individuální, ovšem v univerzální rovině umožňuje vizuálně znázornit koncept, dojmy a pocity daného projektu předtím, než se rozvine jeho produkce.⁴⁰ Výhodou je, že nad takto vzniklým konceptem se prostřednictvím komunikace s ostatními spoluvůrci filmu lze vzájemně korigovat k zamýšlenému cíli a stejně tak se vzájemně inspirovat. Dokáže také komunikaci významně urychlit, stejně jako zkvalitnit orientaci v již porozuměném, domluveném nebo rozpracovaném. Konkrétně pak v kontextu charakterového designu je mood board jedním z počátečních výstupů, který komunikuje nápad designéra k ostatním spoluvůrcům a vedení projektu.

³⁶ [online].Character Design Preparation Dostupné z: <https://learn.toonboom.com/modules/character-design/topic/character-design-preparation>

³⁷ Robert Lence, workshop Storytelling Univerzita Tomáše Bati, 2022

³⁸ Robert Lence, workshop Storytelling Univerzita Tomáše Bati, 2022

³⁹ ENGLÄNDER, Ferdinand. Define your art with Mood Boards. Animator Island [online]. 2014, 10 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.animatorisland.com/define-your-art-with-mood-boards/>

⁴⁰ MOVSISYAN, Aram. What is a Moodboard?: - How You Can Use it in Animation Production. Yans [online]. Yans Media, 10 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.yansmedia.com/blog/what-is-moodboard>

Je však důležité rozlišovat mood board od storyboardu, jelikož se jedná o dvě zcela odlišné, i když úzce spojené jednotky animované tvorby. Mood board je brzká vizuální exprese nápadu či konceptu, zatímco storyboard je lineárním rozvinutím dané dějové linky.⁴¹ Mood board zpravidla není striktně logický, nýbrž často využívá pocitových odkazů a asociací na barvy, tvary, textury apod. Formát mood boardů často nabývá podoby nejprve koláží, které akumulují inspirující podněty v jednom uskupení a následně se postupnou selekcí konkretizují, zmonolitňují často dle kategorií jako je opět tvar, textura, barva apod.⁴² Přeneseně a zjednodušeně se tedy jedná o koláž reprezentující inspiraci, asociace a nápady k dané postavě, případně dalším dílčím složkám filmu. Hlavní předností je nicméně schopnost nastínit atmosféru, náladu a pocit zamýšlený k následnému ztvárnění formou animace.

Zdroje jednotlivých komponentů mood boardů mohou pocházet z rozmanitých zdrojů a jejich forma a původ není rovněž nijak zvlášť omezena. Autor může inspiraci vyhledávat online nebo dále maleb, fotografií, přírodních objektů jako kamenů, produktů běžné lidské spotřeby či psaného díla.⁴³ Cílem je seskupit takové prvky, které co nejlépe vyjadřují „pocit“ shodný s nápadem autora nebo záměrem projektu.

Mood boardy se tedy řadí do velmi brzkých částí počátečních metod práce převodu pocitové abstrakce v konkrétnější celky a následně běžně přecházejí do formy style-frame, které vzniklé koncepty kódují do konkrétnějších předloh na základě diskuse a hodnocení mood boardů.⁴⁴

„A mood board is a collage of pictures (photos, paintings, stills from films, movies, games, illustrations from books etc.) that are examples of how you want your project (or an aspect of it) to look and feel.“⁴⁵

2.3. Význam metody Inside-Out při tvorbě animovaných postav

Principům této technologie jsem věnovala samostatnou kapitolu ve své bakalářské práci, nicméně pro účely popisu jejího role a významu považuji za nezbytné alespoň stručně připomenout její základy.

Metoda Inside-out je také jednou z brzkých stádií poznávání a snahy o porozumění podnětů vedoucí k designu postav. Tato metoda si zakládá na poznávání a objevování charakteru, jak název ve volném překladu *zevnitř-ven* napovídá, vnitřního prostředí a jeho externí manifestaci. Rozkrývá například zájmy, preference a obavy postav, které umožňují autorovi se s postavou jednak lépe seznámit, rozvíjet ji a také testovat funkčnost dalších konkrétních návrhů a rozpracování. Pochopení těchto vrstev se pak stává nejen užitečné pro zbylé zainteresované profese v projektu. Metoda umožňuje vznik „profilu“ postavy, který jednak orientuje spolutvůrce projektu v navazující produkci, znovu se stává referenčním a kontrolním bodem, případně i odrazem možných slabin vzniklých v procesu tvorby. Představuje tedy také jakousi osnovu korigující další kroky. Klíčovými otázkami pro detekci a zodpovězení pro charakterového designéra v této fázi jsou zejména otázky

⁴¹ MOVSISYAN, Aram. What is a Moodboard?: - How You Can Use it in Animation Production. Yans [online]. Yans Media, 10 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.yansmedia.com/blog/what-is-moodboard>

⁴² What is a Mood Board?. The Animation Technical Resource [online]. UWE City Campus, 2 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://animation.bowershton.org/mood-boards.html>

⁴³ SASSARA, Chelsea. What Are Mood Boards, Style Frames, and Storyboards? [online]. VMG Studios, 2020, 11 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://blog.vmgstudios.com/animation-mood-boards-style-frames-storyboards>

⁴⁴ Tamtéž.

⁴⁵ ENGLÄNDER, Ferdinand. Define your art with Mood Boards. Animator Island [online]. 2014, 10 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.animatorisland.com/define-your-art-with-mood-boards/>

typu: *Jaká je role postavy? Základní typy postav - Jak se postava v příběhu ocitla? Jakou v ní má roli?*

Již zde designér zohledňuje i další roviny vytvářeného návrhu, jako například zda li se jedná o postavu hlavní či vedlejší, neboť tyto a další záležitosti design ovlivňují souběžně již během prvních tahů designérů.

2.4. Hlavní rozlišení postav jako nástroj tvorby charakterových designérů

Postava odkazuje na osoby, zvířata či objekty, o kterých daný příběh vypráví.⁴⁶ Během ztvárnění daného příběhu se nejčastěji pracuje s vícero než jednou postavou. Volba typu postavy se odvíjí od mnoha aspektů, mezi nimiž žánru, cílového publika apod. V rodinných animovaných filmech se setkáváme s postavami imaginárními, zvířaty, ale neméně i lidskými postavami a je to právě jejich design, který jim dodává charakter. Tento žánr povoluje spoje s realitou a dovoluje tvůrcům vytvářet „kouzelné“ postavy a jejich činy. Příkladem jsou zvířata mluvící lidskou řečí, která ve známém reálném světě neexistují, nicméně divák tuto fikci přijímá jako novou dočasnou realitu minimálně po dobu sledování snímku.

Vnější charakterový design souvisí s vnitřním prostředím postavy a jak zmiňují v navazujících podkapitolách této práce, je také do značné míry jeho odrazem.

V základním pohledu lze obecně rozlišit dva základní typy postav, kterými jsou protagonist a antagonist. Pojmeme protagonist označuje mnohdy hlavní postavu děje, i když není to pravidlem. Důležité je, že protagonist ztělesňuje „dobro a cíle“ daného příběhu a nejčastěji skrze konflikt ho rozvíjí. Oproti tomu antagonist stojí v opozici k prvnímu typu a snaží se zabránit protagonistovi v konání svých cílů a bývá označován za „zlo“.⁴⁷ Nelze přesně definovat pravidla pro způsob jejich designu, nicméně toto rozlišení umožňuje charakterovým designérům lépe směřovat své přemýšlení o prvcích, které k návrhu využije, aby roli postavy v příběhu ztvárnili co nejkvalitněji z hlediska její funkčnosti. Nicméně škála možností a prostor pro představivost je obrovský, a tak se z hlediska vnitřní výstavby a nástrojů k pochopení postav tvůrci mnohdy uchylují k využití tzv. archetypů, které tento proces pomáhají organizovat a jsou představeny v navazující podkapitole.

V této souvislosti zmíním ještě rozdělení na tzv. Round vs flat characters, což je označení, které se používá také jako jakási osnova pro tvorbu či zpětnou analýzu práce.⁴⁸ Typ round značí postavu, která během děje prochází vnitřním vývojem po stránce emoční, intelektuální nebo osobnostní. Nemusí při tom však zcela měnit svůj počáteční charakter, jak bude dokresleno vzápětí.

Oproti tomu typ flat postrádá hlubší rozměr interiéru, tedy zdá se být, jak název napovídá, plochá či fixovaná na jednu charakteristiku - (např. zlý za každé situace jen z podstaty konání zla) a mnohdy není vázána s backstory.⁴⁹

V přímé návaznosti se setkáváme také s dalším vymezením, a to s postavou dynamickou a statickou. Toto rozlišení odkazuje na tendence a schopnosti postavy v průběhu děje měnit, lépe řečeno vyvíjet svůj počáteční charakter. Zejména tak činí pod vlivem nových

⁴⁶ LITERARY TERMS. Character: Definitions and Examples [online]. Literary Terms, 2023 [cit. 2023-05-10]. Dostupné z: <https://literaryterms.net/character/>

⁴⁷ BACON, F. Literary Elements Characterization. : Advancement of Learning [online]. 3 [cit. 2023-05-10]. Dostupné z: <https://ofpanthers.com/wp-content/uploads/2017/03/Characterization.pdf>

⁴⁸ PARKER, Kela. Round vs. Flat Character: The Essential Differences Explained. StudioBinder: Scriptwriting [online]. 2020, 7 [cit. 2023-05-10]. Dostupné z: <https://www.studiobinder.com/blog/round-vs-flat-character/>

⁴⁹ PARKER, Kela. Round vs. Flat Character: The Essential Differences Explained. StudioBinder: Scriptwriting [online]. 2020, 7 [cit. 2023-05-10]. Dostupné z: <https://www.studiobinder.com/blog/round-vs-flat-character/>

poznatků pomocí dobrodružství či zkušeností.⁵⁰ Příkladem dynamické postavy může uvést Zvíře z Krásky a zvíře (1991), Marlina z Hledá se Nemo (2003) a jako statickou postavu například Olaf z Ledového království (2013) nebo Kapitána Hooka z Petra Pana (1953).

2.5. Archetyp jako osnova pro tvorbu charakterových designérů

Archetyp je pojem odkazující na fixaci určitého vzoru v určité formě. Konkrétně znamená příklad typických rysů, povah, prvků dané osoby, věci či idey.⁵¹ Pojem je užíván v mnoha odvětví jako psychologie, filozofie a stejně tak je užíván v souvislosti s uměleckou tvorbou, včetně animované. Pro charakterový design pak mají archetypy významnou funkci, neboť představují seskupení určitých charakteristik v jednom celku a tím mohou jednak urychlit orientaci designérů ve vytvářeném konceptu, komunikovat s ostatními spoluvůrci pomocí nich, kdy archetypy jsou díky své funkci fixace typických charakteristik srozumitelné pro široké okolí i odlišně smýšlejících jedinců.⁵² Zároveň umožňují designérům s vybraným archetypem pracovat jako s osnovou, kterou ztvárňují, či dále tvarují a rozvíjejí. S tímto procesem se setkáváme také v literární tvorbě, která archetypy rozvíjí primárně formou psaného slova.

V prostředí animované tvorby můžeme vysledovat několik základních archetypů, které v této kapitole souhrnně představím skrze koncept profesionálního charakterového designéra Randyho Bishopa, který spolupracoval na mnoha projektech pro společnosti Netflix, Disney nebo DreamWorks a který ve svém workshopu Fundamentals of Character Design vymezil dvanáct základních archetypů.

První z nich je tzv. Everyday/Regular guy - neboli „každodenní/běžný jedinec“. Typický se tento typ dosazuje na pozici hlavních postav a vyznačuje se tím, že stojí nohama na zemi a je organicky spojena se svým okolím, přičemž není ničím patrně unikátní nebo jedinečná.⁵³

Druhým užívaným archetypem je tzv. Underdog či vyvrhel, psanec a outsider. Typ je charakteristický tím, že divákovi vzbuzuje dojem, že se s ním může snadno ztotožnit skrze schopnost vcítit se do jeho situace. Využívá pocitu u diváků, že se každý do jisté míry snaží být součástí společenství, ve kterém žije.⁵⁴ V kontextu charakterového designu nemusí být tento archetyp vystaven na nijak zvlášť dramatickém příběhu, stačí, aby se například odlišoval svým fyzickým vzhledem, například velkým nosem, odstátými ušima, zkrátka prvky, které jsou ve společnosti stereotypně pokládány za „jiné“ či nestandardní. Postava v archetypu underdog pak samozřejmě může vyčnívat z davu také svými názory, motivacemi, příběhem apod. Příkladem tohoto archetypu je postava Škyťáka ze snímku Jak vycvičit draka (2010).

⁵⁰ PARKER, Kela. Round vs. Flat Character: The Essential Differences Explained. StudioBinder: Scriptwriting [online]. 2020, 7 [cit. 2023-05-10]. Dostupné z: <https://www.studiobinder.com/blog/round-vs-flat-character/>

⁵¹ Archetype: Definition of Archetype. Literary Devices: Definition and Examples of Literary Terms [online]. Literary Devices, 2023, 9 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: https://literarydevices.net/archetype/?utm_content=cmp-true

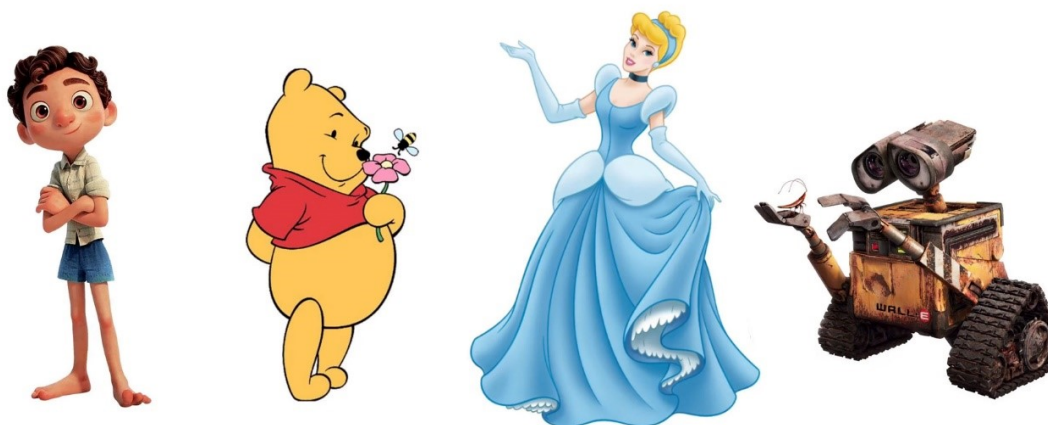
⁵² What is an Archetype? Definition, Examples of Archetypes in Literature. WritingExplained [online]. The Writer's Dictionary: WritingExplained, 2023, 4 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://writingexplained.org/grammar-dictionary/archetype>

⁵³ BISHOP, Randy. Fundamentals of Character Design. In: 21Draw [online]. Course. Part Character Archetypes. [cit. 2023-05-09]. Dostupné z: <https://www.21-draw.com/course/fundamentals-of-character-design/>

⁵⁴ Tamtéž.

Dalším archetypem často ztvárňovaným v rodinných animovaných filmech je archetyp „Innocent“ nebo „Child“, v překladu nevinný nebo dítě. Tento archetyp v sobě drží vlastnosti jako je jistá naivita, nezralost mysli oproti emocím a v designu se projevuje dětským zjevem, oblými tvary nebo proporcemi. Jak uvádí Bishop ve svém workshopu věnovaném právě archetypům, v animovaných filmech má mnoho postav, typicky princezen dětsky vzhlížející tvář. Dodává jim to mladiství vzhled, ale také umocňuje dojem roztomilosti, křehkosti a snadněji si tím získají publikum.⁵⁵

Sdruženým archetypem je typ tzv. „Innocent“ nebo v překladu nevinný, který je typický tím, že s antagonistou či „zlem“ v příběhu bojují vlastní čistotou povahy, dobrosrdečností. Příkladem je postava Wall-eho, Medvídko Pú, Popelky.



Obrázek 5. postavy Luca, Medvídek Pú, Popelka, Wall-I

Jako čtvrtý archetyp představuje Bishop archetyp hrdiny. Charakterizuje ho zejména ochotou obětovat svůj život či své prostředky nebo úsilí k dosažení cílů výhodných pro skupinu, jiné, slabší apod. Velmi často se tento archetyp vyvíjí v ději a málokdy je ihned od první minuty „připraven k boji“.⁵⁶ Na příkladu Anny z Ledového království či Legenda o Mulan si můžeme povšimnout, že obě postavy se na dobrodružství s využitím svých hrdinských kvalit dostávají až v průběhu, po zápletku a poznáváme tak lépe jejich motivaci. Archetyp hrdiny je dále charakterizován silným smyslem pro spravedlnost a snahu konat dobro.⁵⁷

Zdánlivě podobný je i pátý archetyp, a to archetyp bojovníka. Ten typicky zachycuje kvality statečnosti, vytrvalosti a určitých jedinečných schopností. Oproti předchozímu archetypu se s ním mnohem častěji setkáme u videoher nebo dalších filmových žánrech. Pro jeho dobré ztvárnění je zejména důležitý design jeho zbraní, ztvárnění mise a typicky bývá znázorňován jako fyzicky velmi zdatný, až heroicky vzhlížející.⁵⁸ Má tím budít

⁵⁵ BISHOP, Randy. Fundamentals of Character Design. In: 21Draw [online]. Course. Part Character Archetypes. [cit. 2023-05-09]. Dostupné z: <https://www.21-draw.com/course/fundamentals-of-character-design/>

⁵⁶ Tamtéž.

⁵⁷ Tamtéž.

⁵⁸ Tamtéž.

dojem síly a schopnosti porazit „co se mu do cesty připlete“. Jedná se zejména o tzv. superhrdiny.

Šestý archetyp představeným Bishopem je tzv. Believer a Dreamer, tedy přeloženě „snílek“, jehož smýšlení oponuje zažitým představám, společenským normám nebo se snaží o „vylepšení nuzného“. Typicky by měl tento archetyp svým unikátním smýšlením nejprve narušit zažité konvence a následně situaci v dané společnosti či skupině vylepšit prosazením své vize.⁵⁹ Jako příklad je Hop ze Zootropolis: Město zvířat. Zejména pomocí barev jako oranžová a žlutá designér nabuzuje pocit důvěryhodnosti, odlišnosti a také zájmu.



Obrázek 6. postava Petr Pan, Ash Pokémon, Russel, Hop

Logik představuje sedmý archetyp, který je typický pro svou zálibu zkoumat, objevovat, bádát, experimentovat a plánovat schémata k odstranění nesnází, kterým čelí.⁶⁰ Stereotypně jim v designu náleží prvky jako brýle, laboratorní plášť a zhlédiska tvaru čtvercové a minimalistické tvary, aby je divák snadno identifikoval.

Osmý archetypem je dobrodruh, jehož motivací jsou nové objevy, dobrodružství, cesty a učení se nebo rozrývání nového poznání. Charakterový design pro ně zapojuje typicky batoh, mapu, vycházkové hole, zápisník, nebo je zobrazuje pomocí profesí jako astronaut, mořeplavec, pilot apod.⁶¹

Devátým představeným archetypem je archetyp vůdce, jako jsou Alex ve snímku Madagaskar, Woody z Toy Story: Příběh hraček nebo ježek Sonic. Tento archetyp je sebevědomý, autoritativní, schopný vést ostatní.⁶² Typické jsou pro něj barvy červená, modrá a poměrně ostře lomené linie, které symbolizují rozhodnost, sebevědomí.

⁵⁹ BISHOP, Randy. Fundamentals of Character Design. In: 21Draw [online]. Course. Part Character Archetypes. [cit. 2023-05-09]. Dostupné z: <https://www.21-draw.com/course/fundamentals-of-character-design/>

⁶⁰ Tamtéž.

⁶¹ Tamtéž.

⁶² Tamtéž.

Desátým archetypem je detektiv, který se pohybuje na pomezí mezi logikem, neboť také vychází z informací. Oproti příbuznému archetypu však detektiv z informací primárně vychází, navazuje na ně.⁶³ V designu se detektiv znázorňuje zejména pomocí oblečení - bývá jim kabát, lupá, klobouk, fajfka, brýle, odznáček apod. Často je pak zapojena barva hnědá.

Dalším archetypem je Outcast, neboli vyvrhel. Příkladem je Hrbáč ze snímku Zvoník u Matky Boží nebo také Shrek. Tento archetyp využívá zkušenosti diváků s pocitem „nezapadnutí“. Mnohdy je tento pocit přetvářen do designu skrze disproporční tvary, odlišné barvy, způsob pohybu a další disproporce, které instantně signalizují, že postava je „jiná“.⁶⁴ Podobá se typu „Underdog“, ale tuto rovinu dále prohlubuje.

Posledním představeným archetypem je tzv. Outlaw, neboli psanec/stojící mimo zákon. Tento archetyp je v rodinných animovaných filmech ztvárněn například v postavě Kocoura - Kocour v botách, Evžen - Na vlásku, Maui - Viana: Legenda o konci světa. Tyto postavy berou zákony, ať už psané či tradiční do své režie a vydávají se za vlastními cíli. Postavy bývají charismatické, živé, nicméně měly by u publika vzbuzovat pocit částečné nedůvěry a nepředvídatelnosti.⁶⁵

Vedle těchto archetypů vymezených Bishopem pak ještě zmíním typ „Lover“ neboli milovníka, který je pohlcen předmětem svého zájmu, kterému je bytostně oddán. Například Marlyn ve snímku Hledá se Nemo v ději následuje jediný cíl, Scrat z Doby ledové až obsesivně pronásleduje žalud, Disneyovští princové také typicky cílí na získání princezny srdce. Archetyp milovníka bývá věrný, často inteligentní s vedením intuice a bývá znázorňován v růžových, červených odstínech.⁶⁶



Obrázek 7. postavy Hercules, Pepek námořník, Marlin, Scrat, Bubbles

⁶³ BISHOP, Randy. Fundamentals of Character Design. In: 21Draw [online]. Course. Part Character Archetypes. [cit. 2023-05-09]. Dostupné z: <https://www.21-draw.com/course/fundamentals-of-character-design/>

⁶⁴ Tamtéž.

⁶⁵ Tamtéž.

⁶⁶ 12 Protagonist Archetypes: (How to use them in character design). In: Youtube [online]. Character Design 360, 2022 [cit. 2023-05-09]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=-TwSZcLEF_4

2.6. Vnitřní konflikt jako prostředek tvorby motivace postav

Podobně jako v dalších odvětvích tvorby, které pracují s příběhem, se také v postavách animovaného filmu promítá dějová linka nejen v designu jejich exteriéru, ale také v jejich vnitřním prostředí. Tímto označením odkazují vedle samotné osobnosti také na psychologickou rovinu tvořených postav spjatých s dějem - tudíž jejich touhy, odpor, apod. Souhrnně se setkáme s označením „vnitřní motivace“⁶⁷, která je vnitřním hybatelem vytvářených postav projeveným v ději.

Běžně je v souvislosti s vnitřní motivací vymezeno pět kategorií jeho hlavních spouštěčů. Řadí se mezi ně touha, potřeba, povinnost, strach a očekávání.⁶⁸ Podstatné je, že hlavním ohniskem vnitřní motivace je konflikt, který je tak zároveň katalyzátor činů postav.⁶⁹

Konflikt dále rozdělujeme na vnitřní a vnější. Vnitřní konflikt odkazuje na situaci, kdy postava zažívá změnu vnitřního rozpoložení, nejčastěji tenzi, které ji vedou k nějaké akci. Oproti „běžnému“ vnějšímu konfliktu, který konfrontuje postavy s vnějším podnětem (ať už přírodou, nepřítelem, zlem v podobě např. draka apod.), u vnitřního konfliktu vychází tato konfrontace často také z postavy samotné - tudíž ho lze chápat i jako postava vs. postava samotná.⁷⁰ To však nevylučuje, že primárním podnětem nemůže být také externí prostředí. Například v literatuře se běžně setkáme s motivem vztahů, práce, náboženských nebo morálních hodnot apod., které tvoří pnutí uvnitř postavy a nelze je či omezeně přímo konfrontovat⁷¹ jako například nepřítele mečem. V případě postavy vs. postavy samotné se může jednat například o otázky etnicity či existence. Vnitřní konflikt se intenzivněji projevuje emocionálně skrze například strach, nervozitu, pochybnosti, zmatení apod., které nutí postavu konat, nebo jí přináší utrpení.⁷²

Vnitřní konflikt je pak jádrem příběhů a potažmo bývá zachycen v ději také animovaných snímků. Napříč odvětvími jako je kreativní psaní, scenáristka, dramatická tvorba je vnitřní konflikt užíván prakticky zpravidla a pracuje se s jeho proměnami.

Vnitřní i vnější konflikt však běžně v příbězích existují společně a dodávají tak hloubku, vrstvy a zajímavost vytvářenému dílu.

V kontextu charakterového designu je vnitřní konflikt indikovaný v dějové lince vodítkem k pochopení vnitřní motivace postavy a tudíž i k možnosti se s ní seznámit. Díky tomu pak může designér jednak přizpůsobit její exteriér, nejvíce však pomáhá designérům pochopit a navrhnout její projev. Pomáhá také vývoji detailů⁷³, jako například odřená kolena, která naznačují například dobrodružnost ve stereotypním životě.

⁶⁷ WEILAND, K.M. Creating Your Character's Inner Conflict: Want vs. Need [online]. 2019 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.helpingwritersbecomeauthors.com/your-characters-inner-conflict-want-vs-want/>

⁶⁸ Conflict 101: Internal Conflict - article [online]. Author Learning Center, 3 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.authorlearningcenter.com/writing/fiction/w/creating-conflict/2912/conflict-101-internal-conflict---article>

⁶⁹ MASTERCLASS. Sharpen Your Writing Skills: Internal vs. External Conflict and 3 Tips For Adding Conflict to Your Writing [online]. 2021, 9 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.masterclass.com/articles/sharpen-your-writing-skills-internal-vs-external-conflict>

⁷⁰ INDEEDEDITORIALTEAM. 7 Types of Internal Conflict in Literature: (Plus How To Use Them) [online]. 2022, 5 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/types-of-internal-conflict>

⁷¹ MASTERCLASS. Sharpen Your Writing Skills: Internal vs. External Conflict and 3 Tips For Adding Conflict to Your Writing [online]. 2021, 9 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.masterclass.com/articles/sharpen-your-writing-skills-internal-vs-external-conflict>

⁷² INDEEDEDITORIALTEAM. 7 Types of Internal Conflict in Literature: (Plus How To Use Them) [online]. 2022, 5 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/types-of-internal-conflict>

⁷³ BEIMAN, Nancy. Prepare to Board! Creating Story and Characters for Animated Features and Shorts, Second Edition: 2nd Edition (2nd ed.). Focal Press.2012 , ISBN: 978-0240818788

Zde se však zdá klíčové podotknout, že motivace se při tvorbě animovaných snímků a potažmo v práci charakterového designéra objevuje ještě v další neméně podstatné poloze. Vlastní vnitřní motivaci totiž rovněž charakterový designér využívá také přímo sám na sobě, respektive při svém vlastním vedení záměrů a nápadů během tvorby. Pokud například postava jako ve snímku *Tom pianista* má být muzikant v těle kocoura, pracuje charakterový designér s motivací umožnit postavě lépe prožívat její vlastní motivaci hudebně se vyjadřovat. V designu se tento element projevuje zapojením artikulovaných až akcentovaných prstů na postavě, které v realitě spíše splývají, podobně jako jsou zachyceny například v podobný okamžik ve snímku *Aristokočky* (1970). Tento příklad názorně vykresluje, jak rozmanitě se motivace postav (a samozřejmě scénáře atd.) propisuje do jejího návrhu. V případě *Aristokoček* se hra na píano stala zcela vedlejším, snad až pouze efektově líbivým okamžikem, jehož výpovědní hodnota je v porovnání se snímkem *Tom pianista* daleko jemnější.

2.7. Backstory jako pojítka a odraz vnitřní komplexity postav

Backstory, neboli minulost či příběh z pozadí odkazuje na historii, zažité zkušenosti nebo původní příběh či počátek příběhu dané postavy. V animovaných snímcích s ním bývá stejně jako v dalších uměleckých odvětvích nakládáno rozmanitě. Lze ho například použít v záplectce, kdy daná postava postupně rozplétá souvislosti projevené ve znázorňované přítomnosti. Tento motiv je patrný například u *Lvího krále* (1994), kdy postava Simby nejprve prchá a následně se konfrontuje se svou minulostí. Dále může backstory sloužit jako indicie ke způsobu projevu znázorněného charakteru, jako to lze sledovat na postavě Scara, jehož jizva naznačuje temnější minulost. Backstory v obou případech zároveň pomáhá divákovi porozumět sledované postavě, neboť umožňuje propojení komplexnosti jejich povahových rysů a motivací.⁷⁴ Pro charakterové designéry je bez ohledu na konkrétní využití nebo zapojení backstory ve snímku, jeho pochopení velmi důležité, neboť designéra informuje o prvcích, které může či by v některých případech měl nebo naopak neměl při práci na postavě využít, aby tak podpořil schopnost postavy komunikovat konkrétní vyobrazovaný snímek.

Backstory dokáže dějovou linku dynamizovat nebo prohloubit. Charakterový designér může například určité části backstory také strategicky ukrýt zcela či dočasně, aby tak moment překvapení či zvratu děje pomohl umocnit. Na příkladu snímku *Zootropolis: Město zvířat* (2016) se setkáváme s postavou ovce Bellwether, která designem po většinu filmu budí skrze oblé tvary, bílou barvu a také vystupování dojem kladné postavy. Nicméně jak se později ve snímku ukáže, její cíle byly zcela opačné, čímž tvůrci podpořili bod dějového zvratu. Ten byl skrze design postavy umocněn ve vizuální rovině. V případě, že by postava Bellwether od počátku byla znázorňována v ostrých linkách či například detailem jizvy či natrženého ucha signalizovala nějaký temnější bod ve své minulosti, lze odhadovat, že by tvůrci dosáhli mnohem jemnějšího efektu překvapení, neboť by diváka navedli k očekávání nějakého byt' abstraktního vysvětlení. V situacích, kdy tvůrci využijí dramatického „otočení rubu na líc“ jako v případě Bellwether, u níž motivaci maskuje její „milý“ design, moment překvapení je umocněn právě neočekávaností i skrze odhalení backstory.

⁷⁴ MASTERCLASS. How to Write Compelling Character Backstories: Step-by-Step Guide [online]. 2021, 4 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.masterclass.com/articles/how-to-write-compelling-character-backstories>

Ve snímku Robinsonovi (2007) podobně backstory divákovi u postavy Buřinkáře vysvětluje jeho motivace v zachycované současnosti a přibližuje důvody, které u postavy vyvolaly pocit touhy po pomstě.

Ve snímku Medvědí bratři (2003) je backstory využito v kontextu přiznání pravdy, které ovlivňuje vztah zachycených postav medvídky Kody a člověka proměněného v medvěda Kenaie. Zapracování backstory v tomto případě prohlubuje emocionalitu snímku, neboť pracuje s motivem zabití matky medvídky Kody, jehož život tím byl zásadně ovlivněn.

Ještě klíčovější roli hraje backstory ve snímku Shrek (2001, DreamWorks), kde postava Fiony je podmíněna minulými skutečnostmi, které se promítají jednak do její povahy a projevu a jednak také přímo do druhé polohy její podoby - zlobryně místo princezny.

Ve snímku Popelka (1950) slouží backstory jako prohloubení Popelčiny postavy o emotivní minulost, která divákovi vysvětluje její potíže ve znázorněvané současnosti. Samozřejmě její backstory je zachycen také v promluvěch, v jejím designu se odráží v oblečení a reakcích na podněty jako vzpomínky, křik apod.

Jak je na anotovaných příkladech patrné, s prvkem backstory lze pracovat velmi flexibilně a dá se říci, že je tak variabilní jako sama lidská představitost. V kontextu animované tvorby pak charakterový designér přetváří tyto prvky do vizuálních projevů podle zamýšleného scénáře a také s ohledem například na načasování zamýšleného efektu ve snímku.

Backstory tedy především v preprodukcí umožňuje designérovi seznámit se s postavou k základnímu návrhu a jednak dále strategicky design upravit tak, aby podpořil zamýšlený efekt v dějové lince.

Jak je patrné na několika zmíněných příkladech, způsob využití backstory je individuální a závisí jednak na zamýšleném ději a jednak může dějem přímo sám o sobě posouvat například nastolením formy zvratu, vysvětlení, odhalení apod.

PRAKTICKÁ ČÁST

3. AUTORSKÁ EXPLIKACE

3.1. Autorské seznámení s motivem projektu

Projektu Opičí král prezentovanému v této práci předcházela jiná z mých dlouho připravovaných autorských projektů. Zaměření původního konceptu bylo velmi podobné, a to zejména z hlediska charakterového designu postav. Jeho jádrem bylo vytvořit příběh a odvyprávět ho pomocí animatiku, který by doprovázel výstup práce na charakterovém designu postav v příběhu. Současně vlivem koncipováním této diplomové práce se pohybuji v ose práce v animačním studiu a z tohoto důvodu jsem projekt vyvíjela s ohledem na danou předlohu, v mém případě literární předlohu Opičího krále.

V průběhu tříměsíčního ztvárňování tohoto autorského projektu jsem však dospěla k uvědomění faktu, že se projekt stal zrcadlem mého emočního rozpoložení a i když byl technikou veden funkčně, výsledkem by kromě samotného projektu byl i emočně vyčerpaný a zmatený autor. Věděla jsem tedy, že musím svou práci vést jiným směrem, což mi potvrdil i nový přísun čerstvé inspirace a motivace. Rozhodla jsem se tedy, že se zaměřím konkrétněji na oblast charakterového designu, kterou mám ráda a skrze ni otestuji své zkušenosti získané jednak studiem animace na UTB, tak i skrze workshopy jako Anomálie a také samostudiem na vlastní postavě.

Tento nově stanovený úkol jsem nejprve vnímala s obavami, neboť narušil původní plán tvorby, nicméně nakonec jsem se rozhodla vydat se tímto směrem a přijala ho jako výzvu. Tento mezičas jsem využila k intenzivní sebereflexi a zkoumáním okolí pro nové podněty a inspiraci, které jsem si nejprve zapisovala a následně rozkreslovala. Žádný z těchto podnětů však nezbudil můj zájem natolik, abych ho dále realizovala. Po předchozím emočním zauzlení z prvního projektu jsem hledala podnět, který by mou inspiraci rozezněl natolik, abych s nápadem citelně souzněla.

S takovým motivem jsem se setkala na lekcích anglického jazyka, kdy jsem s lektorkou probírala proměnlivost psychologického rozpoložení v různých obdobích života a svěřila jsem se jí, že jako závěrečný praktický projekt mého studia bych si přála najít motiv, který by ve mně probudil cosi magického, ale zároveň mi poskytne prostor pro aplikaci všech poznatků a zkušeností v oblasti. V té souvislosti mi lektorka ukazovala některé své knížky s krásnými ilustracemi, až se náhle odmlčela a po chvíli zamyšleně odešla do patra domu. Po chvíli se vrátila a přinesla příběh o Opičím králi. Tento příběh jsem do toho okamžiku neznala, ale cosi mi uvnitř říkalo, že je to to pravé.

Po rozhodnutí se motivem Opičího krále zabývat jsem se zaměřila na výzkumnou fázi, tedy jak blíže popisují v teoretické části této práce, tzv. research. Hledala jsem jednak další inspiraci a jednak koncept studovala i v logické rovině, abych motivu co nejlépe porozuměla a seznámila se s ním. Načítala jsem články a studie o významu, historii, vlivu, kontextu příběhu o Opičím králi. Díky této fázi jsem se seznámila s postavou i příběhem a pomocí těchto poznatků mohla lépe navádět svou další inspiraci.

Jak jsem skrze metodu research poznala, jedná se o mytologickou postavu boha, který je napůl člověkem a z druhé poloviny opicí.

Následně jsem zhlédla filmové adaptace díla, a to jak hrané, tak animované. Samozřejmostí byla i samotná četba literární předlohy Monkey King, abych navnímalala esenci, kterou postava ztvárňuje. Sledovala jsem při tom nejen chování postavy a celkový příběh, ale také slova, která text tvoří. Pokoušela jsem se dílo hloubkově reflektovat a analyzovat, abych se dostala do „mysli“ postavy Opičího krále. Zde jsem k prohlubování

Opičák vnitřní charakter:

Jak jsem již zmínila dříve, postava Opičího krále je velmi komplexní a během příběhu se navíc vyvíjí. V předloze je opičák zprvu velmi milý, miluje přírodu a svůj harém opic, o které se s láskou stará a udělal by pro ně cokoli na světě. Je to spirituální bytost, která je velmi inteligentní a vyniká nad ostatními svou schopností učit se. Je to bůh stvořený z paprsku Slunce a Měsíce, a představuje nadpřirozenou bytost. Během příběhu uběhne několik set let a postava nezestárne – tento fakt ovlivnil můj ztvárněný design tím, že jsem jejímu vzhledu dodala dětský ráz.

V literární předloze také stojí, že si Opičího krále ostatní pletou s člověkem. Nejprve jsem nevěděla, jak s tímto aspektem naložit, ale zároveň jsem si byla vědoma, že postava by měla být realistická s prvky charakterizující opice jakožto zvíře.

Velmi zásadním bodem návrhů byla myšlenka „dvojitá tvář“, kterou během práce používám. Jelikož postava v průběhu příběhu výrazně mění své chování, rozhodla jsem se to propsat i do jejího designu. První tvář, tzv. hodná postava, která je do cca půlky příběhu představuje část, kdy je Opičák velmi milý, pozorný, rozjímající a starostlivý. Současně se však během cesty Opičákovi vymstí jeho mazanost a chytrost, neboť rozzlobí vládce moře a ten proti němu poštvá bohy.

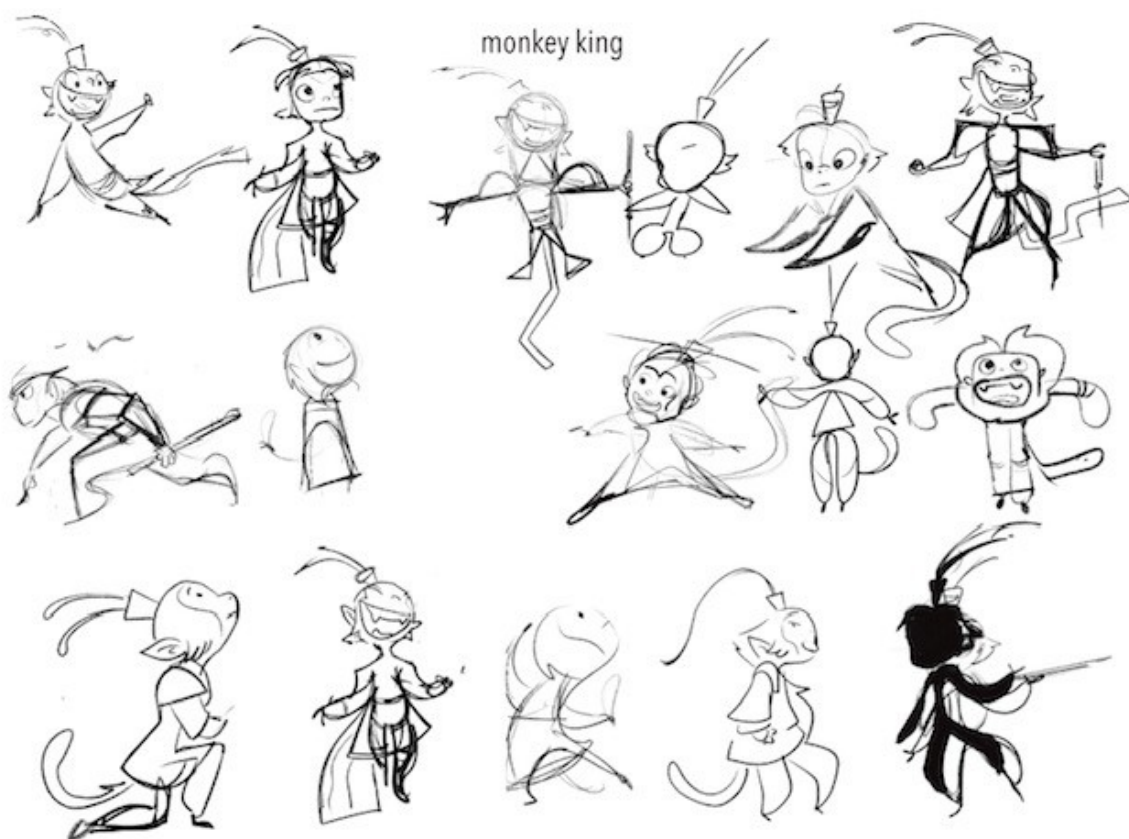
Svou druhou tvář pak postava odhaluje tím, že koná zlé činy. Nicméně je důležité podotknout, že zlo Opičák koná ne proto, že by byl zlý, ale jako bezmocnou reakci na podmínky, které mu jsou předloženy, pokud nevykoná to, co se po něm chce. Poštvaní bohové mu například hrozí, že pokud nepřijde do nebe, izolují ho nebo zabijí jeho rodinu opic. Naakumulovaná agrese mu pak zamlží zrak a stává se skutečným monstrem, které ničí vše kolem sebe. Jeho pravá podstata přesto zůstává dobrá. Tento prvek ovlivňuje můj design ve smyslu zapojení více kulatých tvarů a linek, které tím činí pohled na postavu jako postavu vlídnou.

Tématem druhé tváře byla zejména nespoutanost, rebelie, neukotvenost. V designu jsem docílení tohoto dojmu pomohla rozevlátými vlasy, velkýma očima, lehkým úšklebem a zuby.

Hledání tvarů:

Šlo převážně o exploraci tvarů, pohybu, siluety a různých stylů. S ohledem na poznatky nevnímané skrze fáze mood board a research pro mě zásadním byla snaha zachovat malou velikost postavy, která by dobře odrážela její roztomilost, dynamiku a hravost a také byla akcentována v literární předloze. Použila jsem k tomu tvary kruhu a trojúhelníku. Kruh symbolizuje roztomilost, vlídnost, dynamiku. Trojúhelník naopak představuje nestabilitu, nebezpečnost, a rovněž další polohu dynamiky.

V tomto komplexním procesu tvorby vznikl značný počet navržených konceptů postav, z nichž jsem vybrala jeden a začala jej rozvíjet a dále rozkrývat. Konečnému výsledku postavy předcházejí tři verze.



Obrázek 9: Tvary, velikost, styl - první formace postavy

3. 2. Postup tvorby se třemi přechody pojetí konceptu

Pojetí první – Magičnost a pohádkovost

Mé první ztvárnění postavy mělo připomínat éterickou bytost. Ducha, který v sobě ale skrývá něco nevypočitatelného. Něco, co nás nenechá klidnými.

Postava se mi v tomto provedení zamlouvala, nicméně jsem skrze rozkreslování a práci s designem zjistila, že by nebyla schopna vyvinout dostatek fyzické síly, které používá vedle kouzel. Design se jevil jako nefunkční, neboť působil příliš křehce, až labilně.



Obrázek 10. ukázka návrhů prvního pojetí

Pojetí druhé – Rebel a fyzická síla.

Postupným testováním designu jsem přidávala na objemu hmoty, zapojila více trojúhelníků a dále prvky jako rozevláté vlasy. Také jsem si pomohla zúženými zorničkami pro navození pocitu nevypočítavosti. Velmi jsem se zaměřovala na obličej, u kterého jsem tyto rysy akcentovala.

Postava časem vzbuzovala nepříjemný, až hrůzu nahánějící pocit, a to i u mých nezávislých konzultantů designu. Mým záměrem bylo vyvolat pocit něčeho tajemného při pohledu na postavu, kdy divák neví, čeho je postava schopná, ale v původním návrhu jsem zašla až příliš daleko. Zároveň jsem zjistila, že postava příliš složitá na následnou animaci pro jednu osobu.



Obrázek 11 a 12. ukázka návrhů druhého pojetí

Pojetí třetí

Vývoj postavy byl časově náročný a jelikož jsem již mnoho času vyplnila zrušením předchozího projektu, musela jsem svá další rozhodnutí na tomto projektu přizpůsobit.

Musela jsem proto promýšlení a další studium designu urychlit, abych zvládla kvalitně splnit další povinnou část práce - 90ti vteřinovou animaci.

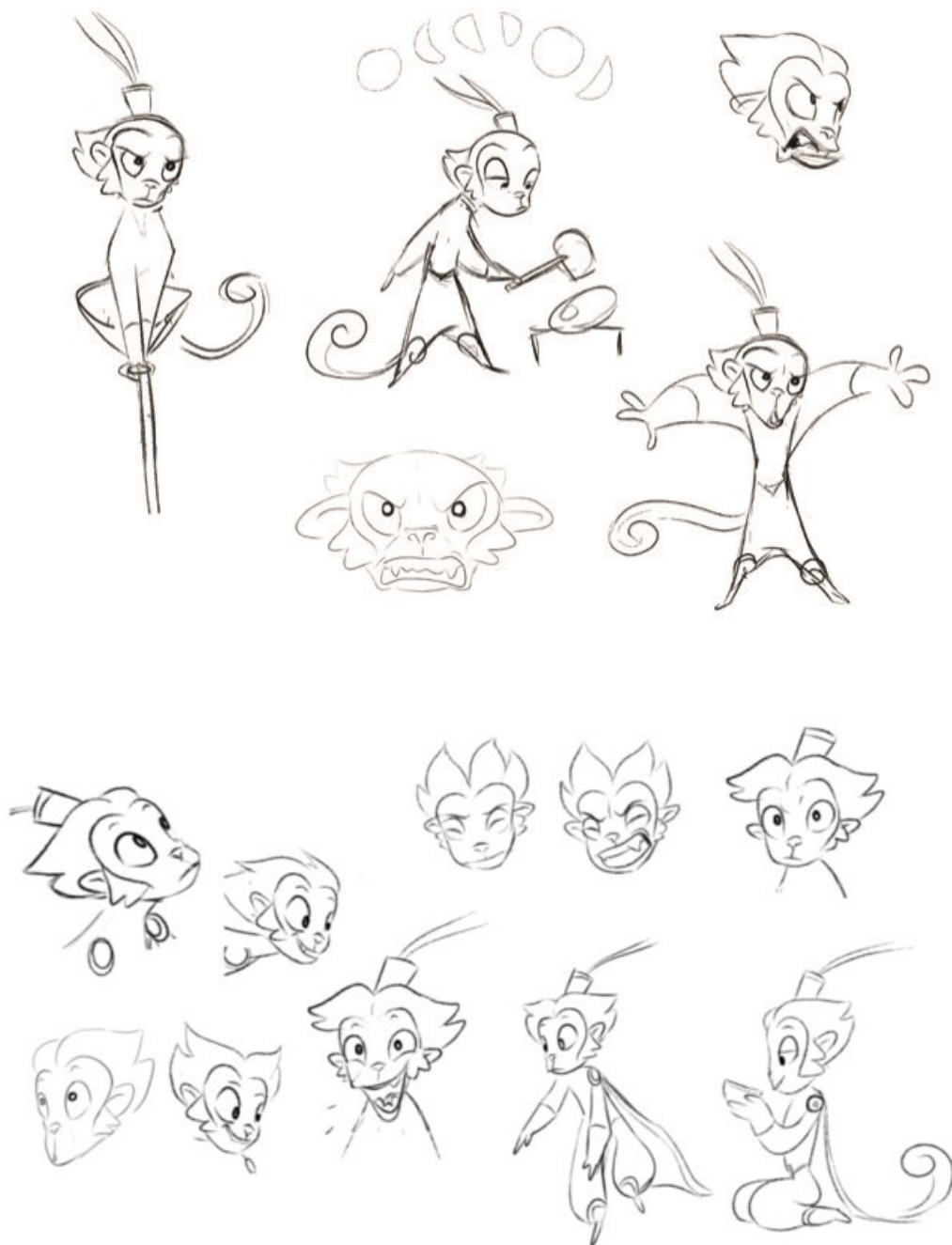
Složitost navrhnuté postavy mě postavila před výzvu. Z hlediska pořadí návrhů postavy její třetí a finální pojetí vzniklo kombinací jejího prvního a druhého designu, což mě subjektivně zcela neuspokojilo, nicméně tím mi umožnilo zažívat novou zkušenost práce s designem, který přesně nenaplňoval má vlastní očekávání a přesto se snažit dotáhnout jeho ztvárnění k funkčnímu produktu.

Jeho tzv. druhou tvář jsem se nakonec rozhodla otočit a zobrazit Opičáka v jeho ryzí a opravdové esenci v tzv. první tváři, která představuje opravdového Opičáka, tedy je nespoutaného inteligentního rebelu.

Vzniklá postava symbolizuje volnost, hravost, nevinnost, nespoutanost, magičnost, inteligenci, zvědavost a rebelství. Klíčovou myšlenkou byla jeho neposkvrněná duše, která zůstává svá a autentická od samotného dětství, dokud jí nezačnou druzí kázat, nebo na sebe nepřenesou určité strachy, v nichž se sama ohraničuje.

K tomu mi opět dobře posloužily rozevláté vlasy, velké oči a ústa, kulaté a trojúhelníkové, špičaté tvary a rovněž zachování určité míry dětskosti - velké oči, malá ústa, vysoké obočí.

Naopak jeho druhou tvář, kdy se postava stává zlou, jsem omezila a mým záměrem se stala spíše ztuhlost, neflexibilita a utáhnutí designu. Vlasy jsou proto stažené dozadu a zapojila jsem špičatější rysy v obličejí. Postava také působí starší.



Obrázek 13. a 14. ukázka návrhů třetího pojetí

ZÁVĚR

Tato diplomová práce se v teoretické části zabývala profesí charakterových designérů při tvorbě rodinného animovaného filmu a sledovala hlavní metody výstavby vnitřního prostředí postav. Nejprve zkoumala pozici designérů v hierarchii animovaných studií a kompetence, které jí náleží. Připomněla hlavní náplň profese, stejně jako vyzdvihla nutnost komunikace a kvalitní spolupráce s ostatními tvůrčími složkami v animačních studiích. Práce nahlédla na význam postav jako produktů tvorby charakterových designérů nejen na příběh a tedy snímek samotný, ale připomněla také hlavní komerční přesahy. Charakterový design je nedílnou složkou práce na animovaných filmech, zejména rodinných, na něž se tato práce zaměřovala a význam pozice charakterového designéra je stejně tak komplexní, jako proces samotné tvorby.

Práce se dále zaměřila na představení hlavních metod výstavby vnitřního prostředí postav, kde se detekovala význam metody research, mood board, backstory a Inside-Out. Dále také nahlédla na význam využívání archetypů a obecné typologie postav jakožto pomyslné osnovy pro korigování kreativního procesu tvorby designérů.

V praktické části práce poté obsahuje autorskou explikaci ztvárněného projektu Opičího krále a popisuje jednak okolnosti jeho vzniku a dále představuje jednotlivé volené prvky pro design postavy, které vysvětluje.

Touto prací jsem si odzkoušela simulaci a komplexnost práce ve studiu. Zjistila, jsem, že dokáži, co jsem si zprvu nemyslela, že zvládnu. Stále vnímám prostor pro zlepšování v oblasti charakterového designu, což mě motivuje v jeho objevování pokračovat.

Během tvorby mě provázely obavy, abych postavě dodala dostatečnou konzistenci a zároveň z ní bylo vidět řemeslo. Díky práci jsem se také naučila uskutečnit rozhodnutí v krátkém čase, stát si za ním během tvorby a rozvíjet je dál.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

BACON, F. Literary Elements Characterization. : Advancement of Learning [online]. 3 [cit. 2023-05-10]. Dostupné z: <https://ofpanthers.com/wp-content/uploads/2017/03/Characterization.pdf>

BALLON, Rachel. 2003 Breathing Life Into Your Characters. How to give your characters emotional & psychological depth. Cincinnati: Writers digest books., ISBN13: 9781582971810

BEIMAN, Nancy. Prepare to Board! Creating Story and Characters for Animated Features and Shorts, Second Edition: 2nd Edition (2nd ed.). Focal Press.2012 , ISBN: 978-0240818788

BISHOP, Randy. Fundamentals of Character Design. In: 21Draw [online]. Course [cit. 2023-05-09]. Dostupné z: <https://www.21-draw.com/course/fundamentals-of-character-design/>

BISHOP, Randy. Fundamentals of Character Design. In: 21Draw [online]. Course. Part Character Archetypes. [cit. 2023-05-09]. Dostupné z: <https://www.21-draw.com/course/fundamentals-of-character-design/>

BROWN, Noel a Bruce BABINGTON. Children's Films and Family Films. In: Family Films in Global Cinema: The World Beyond Disney [online]. I.B.Tauris & Co, 2015, s. 250 [cit. 2023-05-09]. ISBN 978 1 78453 008 2. Dostupné z: https://www.academia.edu/7928091/Childrens_Films_and_Family_Films

BROWN, Noel. (2015). Family Films in Global Cinema: The World Beyond Disney.

DOUBRAVOVÁ, Lucie. Charakterový design - základní principy a postupy. Zlín: Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, 2021, 54 s. (68 720 znaků). Dostupné také z: <http://hdl.handle.net/10563/46825>. Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně. Fakulta multimediálních komunikací, Ateliér Animovaná tvorba. Vedoucí práce Gregor, Lukáš.

ENGLÄNDER, Ferdinand. Define your art with Mood Boards. Animator Island [online]. 2014, 10 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.animatorisland.com/define-your-art-with-mood-boards/>

JOSEPH, Sarah E., "What Makes a Movie Successful : Using Analytics to Study Box Office Hits" (2019). Chancellor's Honors Program Projects. https://trace.tennessee.edu/utk_chanhonoproj/2252

MATTESI, Michael, Force: Character Design From Life Drawing, first edition. Focal Press, 2008, Burlington.ISBN 9780240809939

MOVSISYAN, Aram. What is a Moodboard?: - How You Can Use it in Animation Production. Yans [online]. Yans Media, 10 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.yansmedia.com/blog/what-is-moodboard>

NUKIND, PTY LTD. The Evolution Of Animation Techniques: From Hand-Drawn To CGI. Nukind newsroom [online]. 2023 [cit. 2023-05-09]. Dostupné z: <https://prwire.com.au/pr/106775/the-evolution-of-animation-techniques-from-hand-drawn-to-cgi-2>

PANCHARIA, Vajra Pancharia a Phani Tetali TETALI. Design Course - Character Design for Animation: Designing Process. D'source: Digital Learning Environment for Design [online]. 2023, 39 [cit. 2023-05-13]. Dostupné z: <https://dsource.in/sites/default/files/course/character-design-animation/downloads/file/character-design-animation.pdf>

PANCHARIA, Vajra Pancharia a Phani Tetali TETALI. Design Course - Images in sequence for Animation: Storyboard and Animatic Animation. D'source: Digital Learning Environment for

Design [online]. 2023, 20 [cit. 2023-05-13]. Dostupné z: <http://www.dsource.in/course/storyboard-and-ani-matic-animation>

PANCHARIA, Vajra Pancharia a Phani Tetali TETALI. Design Course - Stages in Traditional Hand Drawn Animation: Traditional Hand Drawn Animation. D'source: Digital Learning Environment for Design [online]. 2023, 11 [cit. 2023-05-13]. Dostupné z: <https://dsource.in/sites/default/files/course/stages-traditional-hand-drawn-animation/downloads/file/stages-traditional-hand-drawn-animation.pdf>

PARKER, Kela. Round vs. Flat Character: The Essential Differences Explained. StudioBinder: Scriptwriting [online]. 2020, 7 [cit. 2023-05-10]. Dostupné z: <https://www.studiobinder.com/blog/round-vs-flat-character/>

RACHEL, McCollin. Plot vs Character: Which Comes First. Self-Publishing Advice Center [online]. Alliance of Independent Authors, 2019, 6 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://selfpublishingadvice.org/plot-vs-character-which-comes-first/>

SASSARA, Chelsea. What Are Mood Boards, Style Frames, and Storyboards? [online]. VMG Studios, 2020, 11 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://blog.vmgstudios.com/animation-mood-boards-style-frames-storyboards>

SILVER, Stephen. *The Silver Way: Techniques, Tips, and Tutorials for Effective Character Design*. Design Studio Press., part: Introduction, 2017., ISBN13: 9781624650345

SOLARSKI, Chris,. *Drawing Basics and Video Game Art*, first edition. Watson-Guption Publications, New York. 2012,ISBN: 9780823098477

STOKMANS, Mia. (2009). Effectiveness of promotional film posters. International Journal of Information Technology and Management - IJITM.

TILLMAN, B. 2011. Creative Character Design. Massachusetts: Focal Press. 2011, s. 104-109, ISBN 9780240814964

WEILAND, K.M. Creating Your Character's Inner Conflict: Want vs. Need [online]. 2019 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.helpingwritersbecomeauthors.com/your-characters-inner-conflict-want-vs-want/>

WHITE, Tony. The Animator's Sketchbook: : How to See, Interpret & Draw Like a Master Animator [online]. Great Britain: Routledge, 2016 [cit. 2023-04-07]. ISBN 978-1498774017. Dostupné z: <https://tonymation.artstation.com/projects/OyeDNy>

Zong, Min & Qi, Zongjin & Zong, Ze. (2020). Research on Character Expression Shaping in Animation Movies. 10.2991/assehr.k.200316.035. s. 151

Elektronické a ostatní zdroje

Atlantic [online]. Plakát jako fenomén. Atlantic Studio. 6 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.atlantic.cz/plakat-jako-fenomen/>

Archetype: Definition of Archetype. Literary Devices: Definition and Examples of Literary Terms [online]. Literary Devices, 2023, 9 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: https://literarydevices.net/archetype/?utm_content=cmp-true

Colour Culture part II: Colours and Their Different Meanings Around the World. Colours in Your Life [online]. 2016 [cit. 2023-05-09]. Dostupné z:

<https://www.bergerpaints.com/imaginescolours/colour-culture/part-ii-colours-and-their-different-meanings-around-the-world>

Conflict 101: Internal Conflict - article [online]. Author Learning Center, 3 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.authorlearningcenter.com/writing/fiction/w/creating-conflict/2912/conflict-101-internal-conflict---article>

[online]. Character Design Preparation Dostupné z: <https://learn.toonboom.com/modules/character-design/topic/character-design-preparation>

INDEEDEDITORIALTEAM. 7 Types of Internal Conflict in Literature: (Plus How To Use Them) [online]. 2022, 5 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/types-of-internal-conflict>

LITERARY TERMS. Character: Definitions and Examples [online]. Literary Terms, 2023 [cit. 2023-05-10]. Dostupné z: <https://literaryterms.net/character/>

MOVIE MERCHANDISING AND ITS CONSUMER PERCEPTION , International Conference 2018, Integrated Economy and Society: Diversity, Creativity, and Technology. Ádám Horváth, Balázs Gyenge

MASTERCLASS. Sharpen Your Writing Skills: Internal vs. External Conflict and 3 Tips For Adding Conflict to Your Writing [online]. 2021, 9 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.masterclass.com/articles/sharpen-your-writing-skills-internal-vs-external-conflict>

MASTERCLASS. Sharpen Your Writing Skills: Internal vs. External Conflict and 3 Tips For Adding Conflict to Your Writing [online]. 2021, 9 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.masterclass.com/articles/sharpen-your-writing-skills-internal-vs-external-conflict>

MASTERCLASS. How to Write Compelling Character Backstories: Step-by-Step Guide [online]. 2021, 4 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.masterclass.com/articles/how-to-write-compelling-character-backstories>

PRINTPRO. The Importance Of Posters In Advertising [online]. Winnipeg: PrintPro, 2023, 2 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://www.printprowinnipeg.com/the-importance-of-posters-in-advertising.html>

What is CGI Animation and How Does It Work?. Adobe [online]. Adobe, 2022 [cit. 2023-05-13]. Dostupné z: <https://www.adobe.com/uk/creativecloud/animation/discover/cgi-animation.html>

What is a Mood Board?. The Animation Technical Resource [online]. UWE City Campus, 2 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://animation.bowerashton.org/mood-boards.html>

What is an Archetype? Definition, Examples of Archetypes in Literature. WritingExplained [online]. The Writer's Dictionary: WritingExplained, 2023, 4 [cit. 2023-05-08]. Dostupné z: <https://writingexplained.org/grammar-dictionary/archetype>

12 Protagonist Archetypes: (How to use them in character design). In: Youtube [online]. Character Design 360, 2022 [cit. 2023-05-09]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=-TwSZcLEF_4

Citace z workshopů

Len Simon, workshop Character design Lab Anomálie, 2022

Robert Lence, Anomálie 2019, citace zapsaná z přednášek v rámci workshopů Anomálie

Robert Lence – workshop 2022, citace zapsaná z přednášek v rámci workshopů Storytelling Univerzita Tomáše Bati, 2022

Robert Lence, workshop Storytelling Univerzita Tomáše Bati, 2022

Ricky Nierva (2019) Anomálie. Litomyšl. citace zapsaná z přednášek v rámci workshopů Anomálie

SEZNAM OBRÁZKŮ

Obrázek 1. (str.14)

Příklad: Interpretace designu postava Russela a Carla z filmu Vzhůru do oblak (2009)

- zdroj: [https://hero.fandom.com/wiki/Russell_\(Up\)](https://hero.fandom.com/wiki/Russell_(Up))
- zdroj: https://pixar.fandom.com/wiki/Carl_Fredricksen
- zdroj: <https://www.nytimes.com/2009/05/17/movies/17murph.html>

Obrázek 2. (str.17)

Příšerky s.r.o. (2001)

- zdroj: <https://ew.com/article/2016/11/02/monsters-inc-anniversary-pete-docter/>

Obrázek 3. (str.17)

Ricky Nierva, Vzhůru do oblak (2009)

- zdroj: <https://www.pixar.com/feature-films/up>

Obrázek 4. (str.21)

Já, padouch (2010)

- zdroj: <https://film.moviezone.cz/ja-padouch-3/recenze>

Obrázek 5. (str.29)

postavy Luca, Medvídek Pú, Popelka, Wall-I

- zdroj: <https://carboncostume.com/luca-paguro/>
- zdroj: <https://www.alamy.com/stock-photo/winnie-the-pooh.html?cutout=1&sortBy=relevant>
- zdroj: <http://www.balloonandpartyideas.co.uk/partywear/party-decorations/cutoutsstand-ups/disney-cartoon-lifesize-cardboard-cutoutsstandups/disney-cinderella-lifesize-cardboard-cutoutstand-up>
- zdroj: https://www.esa.int/Education/Teachers_Corner/Explore_Space_with_Disney_Pixar_s_WALL-E_and_Friends

Obrázek 6. (str.30)

postava Petr Pan, Ash Pokémon, Russel, Hop

- zdroj: <https://www.ebay.co.uk/itm/200751851176>
- zdroj: <https://cz.pinterest.com/pin/353462270725800657/>
- zdroj: [https://hero.fandom.com/wiki/Russell_\(Up\)](https://hero.fandom.com/wiki/Russell_(Up))
- zdroj: https://zootopia.fandom.com/wiki/Judy_Hopps

Obrázek 7. (str.31)

postavy Hercules, Pepek námořník, Marlin, Scrat, Bubbles

- zdroj: <https://disneyprincess.fandom.com/wiki/Hercules>
- zdroj: <https://dabingforum.cz/viewtopic.php?f=2&t=15425>
- zdroj: <https://www.pinterest.de/pin/87749892720266952/>
- zdroj: <https://hero.fandom.com/wiki/Scrat>
- zdroj: [https://hero.fandom.com/wiki/Bubbles_\(The_Powerpuff_Girls\)](https://hero.fandom.com/wiki/Bubbles_(The_Powerpuff_Girls))

Obrázek 8. (str.37)

Mood board projektu Opičí král - kolekce

- zdroj: <https://play.google.com/store/apps/details?id=com.senghongcamapps.KingMonkeyAdventure&hl=cs>
- zdroj: https://legomonkiekid.fandom.com/wiki/Monkey_King
- zdroj: <https://www.deviantart.com/funzee/art/Sun-Wukong-the-Monkey-King-343144529>
- zdroj: <https://www.postavy.cz/opici-kral/>
- zdroj: https://shadowfight.fandom.com/wiki/Monkey_King

Obrázek 9: Tvary, velikost, styl - první formace postavy- autorská tvorba, Lucie Doubravová, str. 39

Obrázek 10. ukázka návrhů prvního pojetí - autorská tvorba, Lucie Doubravová, str. 40

Obrázek 11 a 12. ukázka návrhů druhého pojetí - autorská tvorba, Lucie Doubravová, str. 41

Obrázek 13 a 14. ukázka návrhů třetího pojetí - autorská tvorba, Lucie Doubravová, str.42