

Střih a tvorba teaserů pro digitální hry

Tomáš Bucher

Bakalářská práce
2022/2023

 Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací
Ateliér Audiovize

Akademický rok: 2022/2023

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: Tomáš Bucher
Osobní číslo: K20244
Studijní program: B0211P310005 Teorie a praxe audiovizuální tvorby
Specializace: Střihová skladba
Forma studia: Prezenční
Téma práce:
1. Teoretická část: Střih a tvorba teaserů pro digitální hry
2. Praktická část: Střihová skladba audiovizuálního díla (vyrobeného v systému řízené výroby FMK) v minimální délce 12 minut, ve výstupní kvalitě uvedené ve Výrobní knize AAV.

Zásady pro vypracování

1. Teoretická část:

Rozsah práce: minimálně 15 normostran textu bez započítání obsahu, rejstříku a obrazových příloh.

Formální podoba: Jednotná formální úprava teoretické části práce, její uložení a zpřístupnění se řídí aktuální verzí příslušné směrnice rektora. Student odevzdává 1 ks fyzické (tištěné) práce v pevné vazbě. Tištěná verze práce obsahuje originální „Zadání DP/BP“ včetně příslušných podpisů a studentem podepsané Prohlášení o původnosti práce. Práce v elektronické podobě obsahuje nascanované „Zadání DP/BP“ se všemi formálními náležitostmi a také nepodepsané Prohlášení studenta o původnosti práce. Plný text elektronické verze ve formátu PDF/A a případné přílohy (zkomprimované do jednoho zip souboru) student odevzdá nahráním do IS/STAG a do příslušné složky na NAS-AAV (viz níže).

Pokyny k vypracování: prostudujte a analyzujte dostupné materiály z profesního hlediska a formulujte závěry a získané vědomosti do podoby akademického/odborného textu.

2. Praktická část:

Přípustné varianty praktické části:

1) Stříhová skladba audiovizuálního díla (vyrobeného v systému řízené výroby FMK) v minimální délce 12 minut, ve výstupní kvalitě uvedené ve Výrobní knize AAV.

2) Stříhová skladba souboru audiovizuálních děl oficiálně schváleného před odevzdáním Výrobní komisí ateliéru Audiovizuální tvorba, ve výstupní kvalitě uvedené ve Výrobní knize AAV.

3) Projektová část (realizovaná prostřednictvím metody výzkumu uměním) stříhového charakteru úzce související s teoretickou částí práce. Varianta musí být schválena před odevzdáním Výrobní komisí ateliéru Audiovizuální tvorba.

Další požadované materiály praktické části:

a) Upoutávka, teaser či trailer na předložené audiovizuální dílo (var. 1 a 2).

b) Písemná explikace z pohledu dané specializace. Minimální rozsah 2 normostrany (var. 1, 2, 3).

c) Anotace (var. 1, 2, 3).

d) Technický scénář (var. 1).

e) Štábová listina (var. 1, 2, 3).

V případě, že je dílo autorským počinem nebo není součástí praktické části SZZ studenta produkce, je nutné dodržet doložení požadovaných materiálů a-h dle zadání specializace Produkce. Tato data odevzdává za projekt vždy jeden člověk. Nezbytná je konzultace s vedením AAV.

Všechny odevzdávané materiály musí splňovat vnitřní technické normy dle Výrobní knihy AAV pro odevzdávání prací a musí být řádně popsány (jméno, název, logo fakulty, formát, rozlišení). Součástí závěrečné práce je vytištěný a podepsaný formulář „Údaje o bakalářské práci studenta“.

Uložení na NAS:

Ve složce na NAS-AAV, označené „Bakalářská / Magisterská práce“ uložte:

1) Teoretickou práci ve formátu PDF/A a případné přílohy (zkomprimované do jednoho zip souboru) dle specifikací výše.

2) Vytvořte podsložku Praktická práce, která bude obsahovat materiály částí a- h. Řádně nazvaný film/absolventské dílo odevzdávejte ve formátech splňujících vnitřní technické normy AAV pro odevzdávání prací. 3) Vytvořte podsložku s názvem Katalog, která bude obsahovat „Podklady pro katalog FMK UTB ve Zlíně“: 10 kusů obrazové dokumentace praktické části závěrečné práce pro využití v publikacích FMK. Formát pro bitmapové podklady: JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250 mm delší strana. Formáty pro vektory: AI, EPS, PDF. Loga a texty v křivkách. V samostatném textovém souboru uveďte jméno a příjmení, login do portálu UTB, obor (ateliér), typ práce, přesný název práce v češtině i v angličtině, rok obhajoby, osobní e-mail, osobní web, telefon. Přiložte svou osobní fotografii v tiskovém rozlišení.

Rozsah bakalářské práce: viz Zásady pro vypracování
Forma zpracování bakalářské práce: tištěná/elektronická
Jazyk zpracování: Slovenština

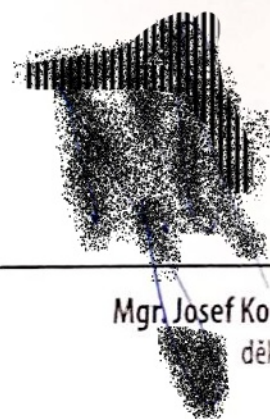
Seznam doporučené literatury:

- JIRKOVSKÝ, Jan. 2011. *Game Industry: Vývoj počítačových her a kapitoly z herního průmyslu*. Praha : D.A.M.O, 2011. ISBN 978-80-904387-1-2.
- JOHNSTON, Keith M. 2009. *Coming Soon: Film Trailers and the Selling of Hollywood Technology*. Jefferson, N.C : McFarland & Co Inc, 2009. ISBN 0786444320.
- BENDOVÁ, Helena. *Co je nového v počítačových hrách*. Praha: Nová beseda, 2019. ISBN 978-80-906-7519-3.
- BASLER, Jaromír a Michal MRÁZEK. *Počítačové hry a jejich místo v životě člověka*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2018. ISBN 978-80-244-5404-7.
- KOKEŠ, Radomír D. *Rozbor filmu*. Brno: Filozofická fakulta Masarykovy univerzity, 2015. ISBN 9788021077560.
- LABÍK, Ludovít. *Dramaturgia strihovej skladby: horizontálna a vertikálna štruktúra filmového príbehu*. Zlín: VeRBuM, 2013. ISBN 978-80-87500-30-9.

Vedoucí teoretické části: doc. MgA. Libor Nemeškal, Ph.D.
Ateliér Audiovize

Vedoucí praktické části: doc. MgA. Libor Nemeškal, Ph.D.
Ateliér Audiovize

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



Mgr. Josef Kocourek, Ph.D.
děkan



MgA. Irena Kocí, Ph.D.
vedoucí ateliéru

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ / DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 odst. 2 a 3 mohu 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, považuji se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji, že:

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

Ve Zlíně dne: 19. 05. 2023

Jméno a příjmení studenta: Tomáš Bucher

.....
podpis studenta

ABSTRATK

Bakalárska práca sa všeobecne zaoberá témou teaserov pre digitálne videohry a okrajovo sa dotýka témy videoherných trailerov. V teoretickej časti sa práca zaoberá ich špecifikáciám, kategóriám a otázkami, ktoré je potrebné si kláť pri ich tvorbe. V analytickej časti sa presúva k analýze, rozboru a porovnaniu piatich vybraných teaserov medzi sebou. A na základe výsledkov z analýz, ich zaraďuje do príslušných kategórií, ktoré sú načrtnuté v teoretickej časti práce.

Kľúčové slova: Teaser, Trailer, Digitálna videohra, Rozdelenie kategórií, Tvorba a strih teaseru

ABSTRACT

TEXT ABSTRAKTU VE SVĚTOVÉM JAZYCE (ANGLIČTINĚ)

The bachelor's thesis generally focuses on the topic of teasers for digital video games and touches upon the topic of video game trailers to a lesser extent. The theoretical part of the thesis deals with their specifications, categories, and questions that need to be considered in their creation. The analytical part shifts towards the analysis, examination, and comparison of five selected teasers among themselves. Based on the results of the analysis, they are categorized according to the categories outlined in the theoretical part of the thesis.

Keywords: Teaser, Trailer, Digital video game, Categorization, Teaser creation and editing

PREHLÁSENIE

Prehlasujem, že odovzdaná verzia bakalárskej/diplomovej práce a verzia elektronická nahraná do IS/STAG sú totožné.

Rád by som sa poďakoval vedúcemu mojej práce doc. MgA Liborovi Nemeškalovi PhD., predovšetkým za jeho trpezlivosť, ochotu mi s prácou pomáhať, a za cenné rady, ktoré mi pri písaní tejto práce pomohli.

OBSAH

ÚVOD	9
I TEORETICKÁ ČASŤ	10
1 ŠPECIFIKÁCIE TRAILERU A TEASERU	11
1.1 VIDEOHERNÝ TRAILER	12
1.2 VIDEOHERNÝ TEASER.....	16
2 DRUHY HERNÝCH TEASEROV	19
2.1 VONKAJŠIE PRVKY	19
2.2 VNÚTORNÉ PRVKY, KATEGÓRIE	20
3 STRIH A TVORBA VIDEOHERNÝCH TEASEROV	22
3.1 POZNAJ SVOJU HRU.....	22
3.2 TECHNICKÉ PROBLÉMY	24
II ANALYTICKÁ ČASŤ	26
4 METODIKA	27
5 ANALÝZA HERNÝCH TEASEROV	28
5.1 AMNESIA: REBIRTH TEASER: „I AM TASI“.....	28
5.1.1 Audiovizuálne spracovanie	29
5.1.2 Strihová skladba	29
5.1.3 Záver	30
5.2 THE EVIL WITHIN E3 TEASER TRAILER	30
5.2.1 Audiovizuálne spracovanie	30
5.2.2 Strihová skladba	31
5.2.3 Záver	32
5.3 UNTIL DAWN TEASER TRAILER.....	32
5.3.1 Audiovizuálne spracovanie	33
5.3.2 Strihová skladba	33
5.3.3 Záver	34
5.4 THE OUTLAST TRIALS – OFFICIAL TEASER TRAILER.....	34
5.4.1 Audiovizuálne spracovanie	35
5.4.2 Strihová skladba	35
5.4.3 Záver	35
5.5 ZÁVER ANALÝZ.....	36
ZÁVER	37
ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV	38
ZOZNAM POUŽITÝCH TABULIEK	40
ZOZNAM POUŽITÝCH OBRÁZKOV	42

ÚVOD

Táto bakalárska práca sa zaoberá predovšetkým témou videoherných teaserov, ich kategóriami a tvorbou. Podobná téma bola v tejto súvislosti spracovaná už viackrát, či už formou článkov, prednášok, knižných publikácií, ale väčšina z nich sa zaoberala prevažne videoherným trailerom. Jedným z dôvodov prečo som si túto tému zvolil, bolo detailnejšie preskúmanie témy teaserov, ktorá nie je až tak spracovaná. Netreba zabúdať na to, že teaser vychádza prevažne z traileru, preto aj jemu sú v tejto práci venované viaceré segmenty. Videoherný obchod sa rok čo rok zväčšuje, prichádzajú tisíce nových hier a ďalšie tisíce nových hráčov. Ich rozhodnutie pre výber konkrétnej videohry dokáže silno ovplyvniť marketing jednotlivých hier. Teaser a trailer tak zohrávajú nemalú súčasť pri ich propagovaní, a odôvodnene sa im kvôli tomu venuje pozornosť.

V úvode práce rozoberám rozdielnosť a podobnosť medzi trailerom a teaserom. Po základnom predstavení traileru sa následne detailnejšie zameriam na teaser, jeho rozdelenie do kategórií, proces ktorý sa skrýva za tvorbou teaserov, a akým problémom sa vyhnúť.

V analytickej časti prejdem k rozobratiu štyroch rozličných teaserov. Ich výber som uskutočnil z survival hororových hier, ktoré boli vydané v rozmedzí desiatich rokov a to 2010- 2020. Analýza by tak mala ukázať jednotlivé rozdiely v strihu, zvuku, hudbe, vizuálnom prevedení, a formáte, aj keď sa u všetkých teaseroch jedná o ten istý žáner hry. V tejto práci si tak budem pokladať otázky ako: Čo definujeme ako teaser? V čom sa odlišuje od traileru? Aké je jeho využitie v priemysle? Aké verzie teaseru existujú? Z čoho teaser pozostáva? Na čo si dať pozor pri jeho strihu? Odpovede na tieto a mnoho ďalších otázok sa vám pokúsím v nasledujúcej práci ponúknuť.

I. TEORETICKÁ ČASŤ

1 ŠPECIFIKÁCIE TRAILERU A TEASERU

Pri spomenutí pojmu trailer alebo teaser si ho väčšina ľudí spojí s filmovou, alebo televíznou tvorbou, predovšetkým tí, ktorí nemajú s videohrami veľkú skúsenosť. Nie je sa čomu čudovať, keďže predovšetkým ranná filmová tvorba má na svedomí vznik týchto audiovizuálnych útvarov, vytvorených predovšetkým za cieľom propagácie filmovej tvorby. Od kedy sa ale prvý krát trailer objavil po premietnutí filmu v roku 1912¹, prešlo mnoho rokov, vzniklo veľké množstvo nových médií a aj samotný trailer prešiel určitým vývojom. Už sa nespájal čisto s filmovou tvorbou, ale mohol byť použitý napríklad ako upútavka pre nový hudobný videoklip, nadchádzajúcu udalosť rozličného typu, youtube video, a koniec koncov aj videohry. Môžeme konštatovať, že existuje množstvo verzií, foriem, a variácií traileru, každý s inou dĺžkou a štruktúrou, a tak je teda ťažké nájsť jednotnú definíciu, ktorá by sa vedela uplatniť na každý jeden typ traileru. Vieme však do určitej miery opísať jednotlivé druhy traileru, ako napríklad Carmen Daniela Maier² opisuje filmový trailer ako „krátku, zvyčajne dvoj- až trojminútovú audiovizuálnu ukážku z filmu, ktorá slúži na vzbudenie diváckej zvedavosti a následné pozretie filmu, ktorý trailer propaguje.“

Pri teaseroch³, aj keď sú o niekoľko rokov mladšie ako trailer samotný, vieme nájsť podobné problémy z ich zadefinovaním. Prvé teasery, na rozdiel od trailerov, sa začali objavovať až v 60. rokoch a ich vznik vieme pripísať popularite vtedajších krátkych televíznych spotov. Teaser bol kratší, „jednoduchší trailer“, ktorý sa zameriaval viac na atmosféru a tón filmu. A jeho vo väčšine prípadov kratšia dĺžka bola oproti traileru ideálna pre televíziu z časových aj finančných dôvodov. V aktuálnej dobe pre televíziu existuje samostatný útvar a to TV-Spot, ktorý plní podobnú úlohu a má častokrát dĺžku televíznej reklamy, okolo 30 sekúnd. Teaser tak v 21. storočí vo väčšine prípadov dokáže slúžiť ako prvá ukážka filmu, ktorú je možné vypustiť na verejnosť niekoľko mesiacov pred vydaním traileru. Kedy napríklad ešte film nie je dokončený natoľko aby mohol byť reprezentovaný trailerom, ale existuje materiál pre vydanie teasera.

¹ Prvý filmový trailer – 1912 – ale až v rokoch 1920s a 1930s sa stali hlavnou propagáciou filmu spolu s novinami a plagátmi. / Keith M. Johnston / Coming soon : film trailers and the selling of Hollywood / McFarland, 2009. , ISBN-13: 978-0986444328 / Page. 3

² Article / Visual evaluation in film trailers / Carmen Daniela Maier / Aarhus School of Buisness, Denmark / Page. 160 / Fuglesangs Alle 4, Room L109, 8210 Arhus V, Denmark [cdm@asb.dk]

³ / Keith M. Johnston / Coming soon : film trailers and the selling of Hollywood / McFarland, 2009. , ISBN-13: 978-0986444328 / Page. 88

Doposiaľ sme sa zaoberali predovšetkým filmovým trailerom a teaserom, aj preto, že práve vďaka nim tento audiovizuálny útvar vznikol. Ale ako presne sa líši herný trailer/teaser od toho filmového a či sa vôbec líši? V čom sú podobné a ako sa presne herný trailer/teaser vyvinul za posledné roky? V nadchádzajúcej časti sa pokúsím zamerať presne na tieto body a mnoho ďalších.

1.1 Videoherný trailer

Zatiaľ čo prvé filmové trailery sa objavili už v dvadsiatich rokoch minulého storočia, prvý videoherný trailer bol uvedený pre verejnosť až necelých 60 rokov neskôr, a to v roku 1972⁴. Konkrétne sa jednalo o televíznu reklamu na vtedy novo oznámenú hernú konzolu Odyssey. V reklame zaznieval mužský hlas, ktorý popisoval rôznorodé typy a možnosti jednotlivých videohier, ktoré boli k dispozícii na propagovanej konzole⁵. Od tej doby sa však videoherný trailer dôkladne posunul, prešiel mnohými transformáciami, stávajúc sa tak čoraz populárnejším marketingovým ťahúňom pre videoherný priemysel. Ak sa presunieme do súčasnosti, za posledné roky vzniklo aj niekoľko štúdií zameriavajúcich sa výhradne na editáciu a tvorbu herných trailerov. Obrovské herné udalosti, ako napríklad E3⁶, alebo Videogame Awards⁷, ktoré sledujú tisícky ľudí, dávajú možnosť prezentovať množstvo nových videoherných trailerov pre širokú verejnosť. Samotný trailer sa stal neodmysliteľnou súčasťou videoherného marketingu a je tiež možné, že ním ostane aj do budúcnosti.

Trailer tak väčšina vývojárov môže využiť na prvé predstavenie ich najnovšieho projektu. V takom prípade je tu možnosť výberu jedného z viacerých druhov trailerov, vďaka ktorým plánujú svoju videohru propagovať. Každý druh a typ traileru tak slúži pre rozdielne predstavenie jednotlivých informácií o hre. Týchto typov trailerov existuje veľa, a nie je možné sa v tejto práci venovať všetkým a vysvetliť ich zameranie. Vychádzam z rozdelenia

⁴ [Discovering the first video game commercial / 01.10.2018 / Game Developer Staff / www.gamedeveloper.com](#)

⁵ Zdroj, prvý videoherný trailer: / [The First Game Trailer Ever Made - First Commercial of a video game - YouTube](#) / 11.06.2019/ RivalZ Studio

⁶ [Coming Soon \(e3expo.com\)](#) / Kedysi najväčšia akcia na prezentáciu nových videoherných trailerov, aktuálne ju prerástli ostatné videoherné eventy, ako spomínaný Videogame awards.

⁷ Každoročné predávanie cien za najlepšie vydané hry v ten rok, v rôznych kategóriách. [The Game Awards | Streaming Live Thursday, December 8](#)

trailerov, ktoré opísal strihač herných trailerov Derek Lieu⁸, ktorému sa z môjho pohľadu podarilo zachytiť tie najbežnejšie druhy trailerov, s ktorými sa hráči môžu stretnúť. Medzi najbežnejšie trailery by sme vedeli zaradiť *Announce trailer*, v doslovnom preklade *oznamovací trailer*. Ako už z názvu vyplýva, slúži na oznámenie (predstavenie) jednotlivej hry pre verejnosť. Ak sa práve tvorcovia nerozhodnú vydať ako prvý *teaser trailer*, je veľká pravdepodobnosť, že ako prvý trailer si zvolia *announce trailer*, samozrejme sú aj výnimky, ale ak by mala mať hra iba jeden trailer s najväčšou pravdepodobnosťou to bude práve tento. Tento typ traileru sa často stáva kľúčovým faktorom pri rozhodovaní mnohých hráčov. Či sa im daná hra pozdáva a či jej budú venovať ďalšiu pozornosť. Preto by mal byť *announce trailer* „najlepší“ trailer zo všetkých, pretože je šanca, že s ním príde do styku najväčšie množstvo potencionálnych hráčov. Mal by poskytnúť hráčom čo najviac informácií o hre, vzbudiť ich záujem, aby sa o hru aj naďalej zaujímali a zisťovali si o nej ďalšie informácie. Je zastúpený v najväčšom množstve na obrovských videoherných akciách, ako napríklad *Videogame Awards*, ale aj na mnohých ďalších podujatiach, kde sa práve prezentujú nastávajúce nové tituly.

Announce trailer nemá nikde napísané presné požiadavky o tom, čo by mal obsahovať. Vizuálny štýl, výber hudby, zvukov, strih, výber jednej formy nad druhou, je čisto na výbere tvorcov, pokiaľ si zachová svoj účel a to oznámiť videohru. Vďaka tomu nastáva možnosť ho skombinovať aj s inými druhmi trailerov. Ako príklad sa dá uviesť, situácia kedy je videohra viac zameraná na príbeh, a ten chcú tvorcovia ukázať taktiež, tak vznikne *announce story trailer*. Alebo na druhú stranu *hrateľnosť* je pre nich podstatnejšia a vyjde nám tak *announce gameplay trailer*. Tu sa vážne žiadne medze nekladú, a vraciam sa tak ku úvodu, že vážne každý jeden druh, či kombináciu traileru je takmer nemožné pokryť v jednej práci. Padol tu názov *Gameplay trailer*, ten na rozdiel od *announce traileru* sa už zameriava na predstavenie jedného určitého aspektu videohry (tak ako to bude zo skoro všetkými zvyšnými nadchádzajúcimi trailerami), konkrétnejšie je zameraný na predstavenie základných herných (čiže *gameplay*) mechaník hry, s cieľom ako bude hra presnejšie vyzeráť, keď sa k nej hráči nakoniec dostanú. V tomto prípade Derek Lieu vo svojom blogu uvádza: „Je dôležité, aby hráči po zahliadnutí tohto typu traileru mali predstavu o

⁸ Derek Lieu sa radí medzi známejších strihačov, herných ale aj filmových trailerov, s viac ako 10 ročnou skúsenosťou. Má na svedomí trailery pre známe hry ako *half Life: Alyx*, *Among Us*, *Firewatch* a mnoho ďalších. (Derek Lieu Biography: [Biography — Derek Lieu Creative - Game Trailer Editor \(derek-lieu.com\)](http://DerekLieuCreative.com))

základných mechanikách hry, ale zároveň by mala ostať istá miera tajomstva, ktorá ich udrží zvedavých a nakoniec ich presvedčí aby si hru kúpili.“⁹

Gameplay trailer sa obvykle uverejňuje na verejnosť až v neskorších fázach vývoja videohry, keď je časť hry hrateľná a dokončená natoľko, aby sa mohli v traileri objaviť ingame¹⁰ zábery. Pre určité videohry je práve hrateľnosť ich najdôležitejšou zložkou a jadrom hry na prilákanie potencionálnych hráčov, a v takýchto prípadoch môže byť gameplay trailer ešte podstatnejší ako announce, alebo akýkoľvek iný typ traileru. Existujú tak aj odlišné subžánre tohto typu traileru, ktoré sa zameriavajú ešte na jednotlivé časti hrateľnosti. Medzi viac známejšie patria *Gameplay Feature Trailer* a *101 trailer*.

Gameplay Feature trailer sa často krát zameriava iba na jednu špecifickú časť hernej mechaniky, zatiaľ čo *gameplay trailer* sa snaží predstaviť toho čo najviac, najlepšie rýchlo a stručne. Tento typ traileru prechádza viac do hĺbky mechaník, a snaží sa vysvetliť ich čo najdetailnejšie. Veľa krát jednu mechaniku za trailer, ale počet sa môže líšiť. *101 trailer*, zase slúži priamo ako video tutoriál pre plnú videohru, častokrát sprevádzaný komentárom vývojárov. A na rozdiel od *Gameplay Feature traileru* sa snaží ukázať všetky mechaniky naraz v jednom videu. Z týchto dôvodov môžeme tento trailer zaradiť medzi tie najdlhšie. Ako dobrý príklad viem uviesť *101 trailer* na videohru *Hogwarts Legacy*¹¹, kde samotný trailer ma dĺžku až 31 minút.

Samozrejme, nie každého zaujíma iba gameplay, a niektoré videohry na to dokonca ani nie sú zamerané. Pre nich existujú *Story trailery* (príbehové trailery), ktorých hlavnou prioritou je predstaviť príbeh videohry, jej postavy, zápletku, prostredie, v ktorom sa bude príbeh odohrávať a mnoho ďalších drobností. Tento typ trailerov najčastejšie pozostáva z cutscén¹². *Story trailery* sa najčastejšie podobajú filmovým trailerom, ale líšiť sa to môže od hry ku hre. Hlavne ak má videohra zaujímavý spôsob vyrozprávania príbehu. Väčšie a početnejšie štúdiá sa môžu rozhodnúť napríklad aj pre *Live Action Trailery*. Od ostatných

⁹ [Game Trailer Varieties, and When to Make Them — Derek Lieu Creative - Game Trailer Editor \(derek-lieu.com\)](#) / Derek Lieu / Sptember. 11.2018

¹⁰ InGame / InEngine – Je termín pre zábery (materiál) použité priamo z enginu videohry na ktorom hra beží. Nejedná sa tak o žiadne pred renderované zábery, alebo zábery kompletne vytvorené v iných softwaroch, ktoré iba simulujú finálnu grafiku ale naozaj ju nereprezentujú.

¹¹ [Link na trailer : Hogwarts Legacy NEW 30 Minutes Exclusive Gameplay \(Unreal Engine 4K 60FPS HDR\) - YouTube](#) / 14. 12. 2022 /GameV

¹²Cutscéna – je často krát neinteraktívne naratívne predelové video, medzi gameplayom. Ktoré sa najčastejšie využíva na vyrozprávanie príbehu. Ale má aj iné využitia, ako predstaviť hráčovi aký je jeho cieľ. (Judd Ruggill, Ken McAllister, Randy Nichols. Inside the Video Game Industry. New Yourk Routledge 2017 ISBN: 978-0-415-82827-7, page. 73)

trailerov sa líšia predovšetkým tým, že v nich vystupujú skutoční ľudia (herci), a sú nakrútené filmovými kamerami. Tieto trailery sú preto často nákladné a časovo náročné na výrobu a preto si ich vo väčšine prípadov môžu dovoliť iba veľké herné produkcie. Na ich výrobe zvyčajne pracujú externé audiovizuálne spoločnosti. Tieto trailery môžu mať podobu krátkeho hraného filmu, alebo interview, reality show, hudobného videoklipu a mnoho ďalších. Ich dĺžka sa môže líšiť, pohybuje sa v rozmedzí jednej minúty až 30 minút a viac. Ako príklad *Live action traileru* som zvolil, trailer na hru *Far cry 5*¹³, ktorý sa viac zamerá na filmové spracovanie, kde pri udalosti krstenia sa nám predstavujú časti z minulosti postavy Josepha Seeda.



Obrázok 1 : Screenshot z *live action traileru* pre videohru *Far cry 5 / The Baptism*

Ak sa ale dátum vydania hry približuje, tvorcovia môžu siahnuť po jednom z týchto troch druhov trailerov: *Release Day Trailer*, *Launch Trailer*, a *Accolades Trailer*. Ako prvý sa *Release Day Trailer* zameriava na zverejnenie dátumu vydania hry, častokrát sprevádzajúci zábermi z danej hry. *Launch Trailer* oznamuje to, že hra akurát spustila predaj. Stáva sa aj, že vyjde pár dní pred samotným vydávaním hry, aby si ho všimlo čo najviac hráčov. Sústreď sa tiež na to, aby ukázal najaktuálnejšiu verziu videohry a podal o nej hlavné a podstatné informácie. Účelom *Accolades Traileru* je odprezentovať pozitívne recenzie, ceny a hodnotenie od kritikov, ktoré hra dostala. Tento trailer najčastejšie vychádza niekoľko dní po vydaní hry, a snaží sa vďaka hodnoteniam prilákať hráčov, ktorí si hru ešte nekúpili. Existuje ešte množstvo iných druhov trailerov, zameriavajúcich sa na rôzne prvky hry, veľakrát je to aj kombinácia viacerých trailerov do jedného. Nakoniec ale ostáva ešte jeden druh traileru, a to *teaser trailer*.

¹³ Live action trailer LINK: [Far Cry 5: Inside Eden's Gate - Full Live Action Short Film | Ubisoft \[NA\] - YouTube](#) / 04.04.2018 / Ubisoft North America / © 2021 Ubisoft Entertainment.

1.2 Videoherný teaser

Zadefinovať herný teaser ako taký môže byť zložitejšie, keďže existuje množstvo variant a druhov teaserov. Líšia sa, ako prevedením tak aj formou akou sa prezentujú. Ale ak sa na teaser pozrieme obecnnejšie, dokážeme nájsť spoločné prvky, ktoré viaceré teasery spájajú. Videoherný blogger *Nemanja Bondzulic* a strihač trailerov *Derek Lieu* sa zhodujú v tom, že videoherný teaser je častokrát, nie však vždy, kratšia forma traileru, ktorý je zvyčajne tvorený s veľkým predstihom pred samotným vydaním videohry. Snaží sa tak v mnohých prípadoch zaujať ľudí hlavne svojím audiovizuálnym spracovaním. Viac ako na odprezentovanie videohry ako takej, sa môže zameriavať na jej atmosféru, a konkrétnejšie informácie o nej zatajiť. Ako dôvod, prečo tvorcovia siahajú po tomto formáte, sa najčastejšie uvádza fakt, že v dobe tvorby herného teaseru sa hra nachádza ešte v nedokončenom stave. Existujú aj prípady, kedy videohra ani len neexistuje a má len pracovný názov. Pre príklad uvádzam teaser na videohru *Mass Effect* z roku 2020, kedy sa v teaseri neobjaví ani pracovný názov a jeho miesto nahradí veta: „*bude pokračovať*“. Inklinuje to k tomu, že sa možno dočkáme novej *Mass Effect* videohry. V dobe písania tejto práce je rok 2023 a zatiaľ je to jediný trailer, ktorá táto videohra dostala. Teaser tak môže slúžiť aj ako skúška konceptu (tzv. proof of concept), pre potencionálnych investorov, či je o hru vôbec záujem. Videoherný teaser tak skoro nikdy nie je zárukou toho, že hra skutočne vyjde. Existujú tak herné teasery, ktoré boli prezentované verejnosti aj 6 a viac rokov pred vídaním hry. Medzi známejšie prípady sa môžu zaradiť napríklad teasery pre videohry *Cyberpunk 2077* a *Scorn*, kedy pri oboch prípadoch vyšla plnohodnotná videohra až 7 rokov po zverejnení teaseru.



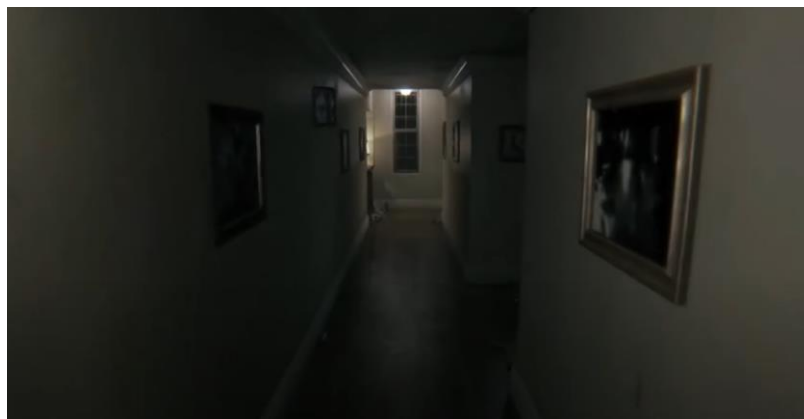
Obrázok 2: Screenshot z *The Next Mass Effect - Official Teaser Traileru*



Obrázok 3: Screenshot z teaseru Cyberpunk 2077

Cieľom traileru je prevažne zaujať čo najviac ľudí (nájdú sa tu výnimky), ale vďaka menej striktnnejšej povahe teaseru sa vývojári neboja pri jeho tvorbe až tak experimentovať. To vedie k vzniku mnohých nápaditých a originálnych počinov, kedy si môžeme klásť otázky či je toto ešte stále teaser ?

Ako jeden z najznámejších príkladov som zaradil teaser z roku 2014 pre hororovú videohru „*Silent Hills*“ vytvorenú spoločnosťou KONAMI a režírovanú Hideo Kojimy a Guillermo del Tora, ktorú viac ľudí pozná pod názvom „*P.T.*“. Je to skratka pre „*Playable Teaser*“ (v preklade znamená *hrateľný teaser*). V tomto prípade sa tvorcovia rozhodli odstúpiť od klasického teaser formátu v podobe videa a zvolili si odprezentovať svoju videohru pomocou takzvaného hrateľného dema, ktoré malo mať s plnou hrou spoločnú atmosféru a tón, po ktorom tvorcovia šli. Ale po príbehovej stránke sa jednalo o samostatný počin. Teaser zabral na dohranie približne 30 až 50 minút, na základe zručnosti hráča. Aby sa zachovala tajomnosť teaseru, tvorcovia ho prezentovali pod iným neexistujúcim názvom štúdia. A názov videohry sa objavil až na konci po jeho odohraní. Cieľom tak bolo hráčov prekvapiť, a to bolo výnimočné. Finálna videohra však nikdy nevyšla, projekt bol totiž približne rok po vydaní teaseru kompletne zrušený. Avšak svoj vplyv na herný priemysel si zachovala. Do dnešného dňa mnoho autorov, práve z tohto teaseru čerpá inšpirácie pre svoje budúce projekty. A to sa podarí iba máloktorému tesaeeru. zachovala. Do dnešného dňa mnoho autorov, práve z tohto teaseru čerpá inšpirácie pre svoje budúce projekty. A to sa podarí iba máloktorému teaseru.



Obrázok 4: Screenshot z hrateľnej verziu Playable Teaser

Kapitolu zakončím jednou vtipnou historkou z vývoja videohry Anthem. Herní vývojári mali už rozpracovanú jednu verziu hry Anthem, ale štúdio odprezentovalo teaser, ktorý sa tváril, že využíva ingame zábery z hry, no v skutočnosti sa jednalo o pred-renderované zábery, ktoré sa iba tváril ako reálna hra, no v skutočnosti prezentovali prakticky neexistujúci produkt. Štúdio následne prikázalo tvorcom, aby prerobili existujúcu hru podľa toho, ako vyzerá v teaseri a k tomu ešte zmenili názov celého projektu na poslednú chvíľu. Žiadny z tvorcov nečakal, že sa bude tento teaser prezentovať a ostali všetci v šoku, keď ho uvideli na plátne. Jeden vývojár v rozhovore pre Kotaku na to reagoval aj takto:

„Everybody was like, ‘Well, that doesn’t make any sense—what does this have to do with anything?’ said one person who worked on the game. Just 4 days before their game’s announcement teaser, the team at BioWare had a brand new name and look that nobody really understood.“ - Jason Schreier / Kotaku / 2019 .¹⁴



Obrázok 5: Screenshot z teaseru (na ľavo) a existujúcej hry (na pravo) Anthem

¹⁴ Zdroj: [How BioWare's Anthem Went Wrong \(kotaku.com\)](https://kotaku.com/how-biowares-anthem-went-wrong-1831111111)

2 DRUHY HERNÝCH TEASEROV

Pri tvorbe trailerov aj teaserov existuje možnosť detailnejšie ich rozdeliť do jednotlivých menších ucelených skupín. V tomto prípade som navrhol určité množstvo kategórií, ktoré následne rozdeľujem do dvoch väčších skupín. Každá skupina má definované kritériá, ktoré teaser musí splniť, aby sa do nej mohol zaradiť.

Teasery sa tak dokážu rozdeliť podľa vonkajších prvkov, ako je:

- vizuál (3D, 2D grafika, live action, obrazová štylizácia, atď.),
- zvukové spracovanie (hudba, voice over, dialógy, zvukové efekty, mix),
- grafické spracovanie (práca s logami, titulnými kartami, názvom videohry),
- dĺžka teaseru,
- typ médií, ktorým sa prezentuje (video, videohra, zvuková nahrávka).

Tieto kategórie sú ľahko rozoznateľné a definovateľné na prvý pohľad. Dokážu sa medzi sebou kombinovať a každý teaser spadá minimálne do jednej z nich.

Druhá skupina sa zaoberá formálnou stránkou teaserov, aká je ich štruktúra, dramaturgia, práca zo strihom a hudbou. Pri výbere kategórií pre túto skupinu sa inšpirujem už existujúcimi kategóriami vytvorenými pre herné trailery. Medzi nich patria, live action teaser, cinematic teaser, story teaser, concept teaser, announcement teaser.

2.1 Vonkajšie prvky

Vizuál je podstatnou časťou každej jednej videohry a pre teaser platí to isté. Tvorca sa tak nachádza v situácii, kedy má viacero vizuálnych možností ako odprezentovať jeho videohru. Vizuálna stránka teaseru nemusí vôbec korešpondovať s tým, ako vyzerá samotná hra. Videohra s 3D grafikou sa dokáže prezentovať ručne animovaným teaserom a zároveň kreslená 2D videohra môže prekvapiť CGI cinematicom. A nakoniec tu existuje ešte jeden typ vizuálu, ktorý je menej populárny, je ním Stop-Motion¹⁵.

Po zvolenom vizuále nasleduje výber zdrojových materiálov. Jednou z volieb je ingame, alebo inengine zábery. Jedná sa o možnosť, kedy autor traileru pomocou záznamových aplikácií (ako napríklad Nvidia shadow play), nahrá požadované zábery

¹⁵ Jedná sa o typ animácie pozostávajúcej zo série fotiek, medzi ktorými je objekt ručne pohybovaný zo snímku na snímok, aby sa vytvorila ilúzia pohybu. Je to náročná a zdĺhavá práca a z tohto dôvodu sa s týmto štýlom stretne pri teaseroch iba zriedkavo.

priamo z videohry, ktoré neskôr vie použiť pri tvorbe teaseru. Druhá možnosť ako získať požadovaný materiál ku strihu zahŕňa využitie externých či už 2D alebo 3D softwarov. Zábery získané takýmto spôsobom sa vo väčšine prípadov nenachádzajú vo finálnom produkte hry. Môžu sa teda líšiť svojim vizuálom a štylizáciou. Táto možnosť je vo všeobecnosti viac rozšírená v prípadoch, kedy videohra v čase tvorby teaseru nie dokončená do tej miery, aby sa mohla sama prezentovať. V neposlednom rade, tak ako u trailerov, aj tu je možnosť voľby live action teaseru. V tom prípade, rovnako ako u trailerov, je teaser natáčaný na reálne kamery, vrátane skutočných hercov. A pracuje na ňom zvyčajne externý audiovizuálny tím.

Zvuková zložka sa môže pri určitých teaseroch stať ešte podstatnejšou časťou ako samotný vizuál. Správne zvolený zvuk môže teaser, ktorý je slabší po obrazovej stránke, spraviť zaujímavejším. Následne si môže autor položiť niekoľko otázok, ktoré vedú dopomôcť teaseru po zvukovej stránke. Ako napríklad:

- Využíva teaser hudbu?
- Ak áno, jedná sa o diegetickú alebo nediegetickú hudbu?
- Je hudba prioritnou súčasťou teaseru, alebo plní funkciu atmosférickej hudby?
- Obsahuje teaser voice over?
- Jedná sa o formu monológu postavy, rozprávača, alebo opis nejakej udalosti?
- Prevažuje využívanie zvukových efektov, alebo skôr prirodzených zvukov?
- Alebo je absencia zvuku úplná?

Jedná sa však o čiastočné otázky, ktoré vymenovávajú iba vlastnosti teaseru. Aby teaser vznikol, je potrebné ich poňať komplexne a vytvoriť formu, ktorú chce autor divákovi prezentovať.

2.2 Vnútorne prvky, kategórie

Teaser môže byť zameraný na rôzne prvky, ako napríklad ukážka príbehu, ukážka gameplayu, ukážka zasadenia alebo art štýlu, ukážka samotného loga alebo názvu, alebo ukážka režiséra alebo štúdia, ktoré na hre pracovali. Väčšina teaserov spadá do viacerých

kategorií zároveň. Vizualna forma, zvukové spracovanie a dĺžka teaserov sa môžu líšiť a každý teaser môže spĺňať rôzne podmienky, aby mohol byť zaradený pod tento pojem.

3 STRIH A TVORBA VIDEOHERNÝCH TEASEROV

Teaser patří mezi první formáty, které prezentují projekt spolu s plagátni, concept artom¹⁶, dev logmi¹⁷ a webovými stránkami. Služí na oboznámení veřejnosti o existujícím nebo připravovanom projekte. V čase oznámenia je hra častokrát vo svojej rannej fáze vývoja, čo znamená, že tvorcovia teaseru majú obmedzené množstvo materiálu a prostriedkov, s ktorými môžu pracovať.

Predchádzajúca kapitola pojednávala o kategórii teaserov a záleží na tvorcoch, do akej kategórie bude spadať ich teaser. Väčšie štúdiá majú často dostatok finančných prostriedkov na prenájom externých štúdií, ktoré vytvárajú komplexné CGI teasery, alebo majú aj svoj vlastný marketingový department, ktorý sa o výrobu teaserov stará. Menšie štúdiá kvôli menšiemu rozpočtu pristupujú k tejto problematike inak. Väčšina teaserov je tak často vytváraná iba jedným strihačom. On má na starosti kompletnú produkciu teaseru, od získania materiálu, cez strih, zvuk a dramaturgiu až po doladenie grafiky, správne napasovanie log štúdií a finálny export.

Ako kreatívne využiť poznatky o hre? Aké softwarové nástroje využiť a ako s nimi pracovať? Na aké potencionálne problémy si dať pozor? Kvôli množstvu teaserov nie je možné prejsť každý jeden typ podrobne. Z tohto dôvodu sa v tejto kapitole zameriam na postupy, typy a triky, ktoré možno všeobecne aplikovať na čo najväčšiu skupinu teaserov.

3.1 Poznaj svoju hru

Je známe, že každá hra je odlišná a existuje množstvo žánrov. Niektoré hry sú súčasťou väčších sérií a na niektorých hrách pracujú známe osobnosti, pričom si kladieme otázku, ktorú cieľovú skupinu hráčov oslovujeme. Tento a mnohé ďalšie faktory by mal strihač zvažovať pri tvorbe teaseru. Tieto faktory výrazne ovplyvňujú štruktúru teaseru, druhy záberov a to, čo by sme mali alebo nemali používať.

Väčšina skúsených herných strihačov, ako napríklad Derek Liue alebo Kert Gartner, odporúčajú obmedziť alebo vyhnúť sa používaniu titulkov a loga herných spoločností na začiatku alebo počas teaseru. Argumentujú, že ak divák nepozná vývojárov alebo hernú sériu, tieto informácie mu neposkytnú žiadnu hodnotu a môže stratiť záujem a vypnúť teaser skôr, ako sa ukáže samotná hra. To isté platí aj pre zobrazenie vlastností hry iba pomocou

¹⁶ Concept art Tyler James popisuje ako formu vizuálneho umenia používanú na vizualizáciu nápadov (napríklad vo forme skečov) pred ich plnohodnotným využitím vo videohrách.

¹⁷ Dev log – jedná sa o video zachytávajúce proces tvorby videohry, kde vývojári popisujú aktuálny progres.

titulkov a textu. Podobne ako pri filme, aj tu platí pravidlo "show, don't tell". Je lepšie ukázať skutočné krásne prostredie a nechať diváka samotného sa presvedčiť o jeho vzhľade, než ho iba popísať slovami.

Titulné karty však majú svoje miesto a ak ich strihač vie správne použiť, môžu výrazne zvýšiť záujem o teaser aj o samotnú hru. Častým príkladom ich použitia je, keď je štúdio, herná séria alebo režisér známy, a samotné zmienka o týchto informáciách dokáže vzbudiť záujem a nadšenie diváka ešte predtým, než uvidí zvyšok teaseru. Napríklad teaser na hru Elden Ring začína titulnou kartou s menami tvorcov hry, nasleduje hlasná pozitívna reakcia od divákov. Ďalším príkladom je pomerne nový teaser na hru JUDAS, kde sa na začiatku teaseru nerozhodli ukázať mená tvorcov, pretože nie sú tak známe, ale naopak zobrazili názov hernej série, na ktorej pracovali, a diváci okamžite zareagovali s väčším záujmom.

Chcel by som ešte pripomenúť, že strihači samozrejme používajú titulky nielen na oznámenie informácií o tvorcoch, ale aj na vysvetlenie herných mechaník, ak neexistuje iný lepší spôsob, ako predstaviť určitú myšlienku.

Ďalším faktorom, ktorý ovplyvňuje štruktúru teaseru, je žáner a druh hry. Teaser pre rytmickú hru bude mať rýchlejšie tempo ako teaser pre hru, ktorá sa zameriava na príbeh. Je dôležité si uvedomiť aj veľkosť a audiovizuálnu úroveň danej hry. Ak vizuál hry nedosahuje vysokú úroveň, dlhé zábery na prostredie a prírodu môžu pôsobiť nudne a nezaujímavo. Veľkosť hry tiež ovplyvňuje dĺžku teaseru. Krátky 30-sekundový teaser môže lepšie zaujať diváka ako 5-6 minútový teaser, ktorý si pozrú iba tí, ktorí už o hre vedia a zaujíma ich. Avšak pri známych sériách, ako napríklad Metal Gear Solid, kde sú fanúšikovia zvyknutí na dlhé a detailné teasery, môže byť vhodné poskytnúť im to, čo očakávajú. Väčšinou však platí, že kratšie teaserové videá, ktoré sa sústredia na správnu prezentáciu atmosféry a nálady hry, majú väčší účinok.

Keď už máme prehľad o hre, na ktorú vytvárame teaser, a máme nápad, aký teaser chceme vytvoriť, je čas premýšľať o tom, ako zaujať divákov a urobiť náš teaser jedinečným voči ostatným. Čo robí tvoj teaser jedinečným ?

Každá hra má svoje silné a slabé stránky, a každá sa zameriava na iný typ hrateľnosti. Niektoré sa zameriavajú na kvalitný príbeh (v tom prípade by bolo dobré načrtnúť ten príbeh v teaseri, o čom hra bude), niektoré hry sa spoliehajú na svoju grafiku alebo artstyle (zamerať sa viac na vizuálnu stránku teaseru a vybrať zábery, v ktorých grafika hry najviac vynikne), alebo majú zaujímavý gameplay, tak prečo ho nespraviť základným pilierom teaseru?

Chápanie toho, čo robí hru špeciálnou, nám môže pomôcť predstaviť v teaseri to najlepšie z danej hry..

Je veľa teaserov, nie toľko ako trailerov, ale dostatočné množstvo, aby sa nestratili v nevýraznosti. Vždy treba premýšľať, ako môžem tento teaser odlíšiť od tých, ktoré boli predtým? Čím dokáže byť tento teaser zapamätateľný pre divákov? Aké prostriedky môžem využiť, aby som ho urobil zaujímavejším? Dobrým príkladom je teaser pre videohru "Portal", kde je teaser zostavený ako tutoriál na používanie portálov. Alebo teaser pre "The Evil Within", kde je teaser štylizovaný do vizuálu 80. rokov hororových filmov. Atd'...

Ako ste si mohli všimnúť, tieto otázky, aj keď na prvý pohľad jednoduché, sa viac orientujú na dramaturgickú výstavbu teaseru ako na technickú. Strihač pri tvorbe videoherných teaserov má podľa mňa väčšiu voľnosť ako pri prezentovaní hry, a preto si myslím, že by si mal klásť tieto alebo podobné otázky a hľadať na ne odpovede pre výstavbu teaseru pre každú jednotlivú videohru.

3.2 Technické problémy

Všetky kreatívne nápady už máte vymyslené a máte naštudovanú hru. Teraz prichádza čas na tvorbu teaseru. V tejto kapitole si povieme, aké softwarové nástroje je možné využiť pri tvorbe teaseru a na čo si treba dať pozor pri finalizácii pred jeho zverejnením.

Ak vám štúdio poskytne materiál na spracovanie, vašou úlohou je vytvoriť z dostupného materiálu funkčný teaser a zverejniť ho. Avšak vo väčšine prípadov sa to nestáva (najmä pri menších indie produkciách), a preto je na vás, aby ste si vytvorili všetok potrebný materiál, s ktorým

Pre nahrávanie videohry máte niekoľko možností, pričom najpoužívanejším je momentálne ShadowPlay od spoločnosti Nvidia. Avšak pri natáčaní vášho prechodu hrou môžu vzniknúť určité problémy. Napríklad v obraze môže byť viditeľné rozhranie hráča (HUD), môžete chcieť natočiť záber zo špecifického uhla alebo potrebujete sa rýchlo pohybovať medzi levelmi. Na riešenie týchto problémov slúži nástroj Debug Tool.

Debug Tool nie je bežne dostupný pre hráčov, slúži predovšetkým pre vývojárov na testovanie hry. Ako tvorca teaseru si však môžete požiadať o prístup k tomuto nástroju. Veľa strihačov priamo spolupracuje s vývojármi, ktorí poskytnú nové špeciálne funkcie alebo animácie presne pre potreby teaseru. Je však dôležité poznamenať, že možnosti Debug Toolu sa líšia od vývojára k vývojárovi. Medzi najčastejšie funkcie patrí vypnutie HUD,

preskakovanie levelov, voľná kamera pre získanie požadovaného záberu, manipulácia s časom (spomalenie, zrýchlenie), ovládanie zvukových efektov, aktivácia animácií a mnoho ďalšieho.

Strihač má tak s pomocou týchto nástrojov obrovskú voľnosť pri rozhodovaní, akým spôsobom pristúpiť k tvorbe teaseru.

II. ANALYTICKÁ ČASŤ

4 METODIKA

Nasledující analytická část práce se zabývá rozborom štyroch teaserov na hororové videohry, ktoré boli publikované v rozmedzí rokov 2010 – 2020 . Všetky teasery sú tiež spracované vo forme videa. Vylúčil som teasery spracované herným formátom, pretože by to znemožnilo ich medzi sebou analyzovať. Vybral som niekoľko teaserov, ktoré reprezentujú rôzne prístupy tvorcov. Môjmu rozhodnutiu predchádzalo to, že som mal možnosť vyskúšať si plnohodnotné verzie hier zvolených teaserov. Z toho dôvodu dokážem zhodnotiť ako dobre teaser reprezentuje danú videohru. V tejto skupine teaserov som použil Komparačnú analýzu.

Na začiatku je pomocou anotácie stručne predstavený teaser aj videohra, pre ktorú vznikol. Následne analyzujem jednotlivé prvky, vďaka ktorým rozdeľujem teasery do príslušných kategórií podľa ich vizuálu, zvuku, práce s grafikou, strihom, a štruktúrou. Pokúsil som sa nie len vymenovať jednotlivé atribúty, ale aj vysvetliť, čo viedlo tvorcov k ich zvoleniu a akú funkciu v teaseri zastávajú. Nazbierané údaje sú zapísané do tabuľky, ktorú využívam pri závere analýz, kde porovnávam v akých prvkoch sa jednotlivé teasery zhodujú a v akých zase rozchádzajú .

5 ANALÝZA HERNÝCH TEASEROV

Názov videohry	Názov Štúdia	Dĺžka	Dátum vydania
1. Amnesia:Rebirth	Frictional Games	0:27	02.03.2020
2. Until Dawn	Supermassive Games	1:30	06.12.2014
3. The Outlast Trials	Red Barrels	1:32	13.06.2020
4. The Evil Within	Tangoameworks	2:03	22.04.2014

Tabuľka 1: Zoznam analyzovaných teaserov

Vyššie uvedená tabuľka predstavuje zoznam videohier, ktorých teasery budem rozoberať v nasledujúcej analytickej časti. Pri ich zoradení v tabuľke som sa riadil dĺžkou jednotlivých teaserov a to od najkratšieho po najdlhší. Ich poradím sa budem riadiť aj pri analýzach. Informácie v tabuľke vychádzajú z dát kedy vyšla táto práca. Do budúcnosti sa tak majú možnosť zmeniť.

5.1 Amnesia: Rebirth Teaser: „I am Tasi“¹⁸

Jedná sa o teaser na sedemnástu hororovú hru od herného štúdia Frictional Games a tretie pokračovanie známej série Amnesia. Hlavnou postavou príbehu je archeologička Tasi. Príbeh hry sa začína po havarovaní lietadla s plnou palubou pasažierov uprostred púšte. Tasi sa po krátkej dobe prebúdzá a zisťuje, že sa nachádza v troskách lietadla úplne sama a k tomu je aj zrazu tehotná. Vydáva sa tak sama na cestu púšťou, s hľadaním odpovedí na to, čo sa stalo a kam sa všetci stratili. Teaser nám tak predstavuje práve časť z tejto úvodnej pasáže, snaží sa vzbudiť strach a zmetený pocit v divákovi pomocou zvukov a Tasiho hlasu, v ktorom počuť jej vnútorný konflikt, akoby s niečím bojovala.



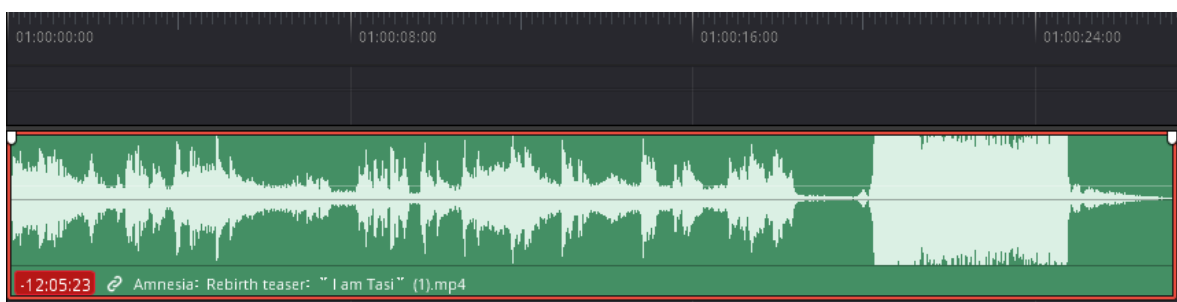
Obrázok 6: Amnesia: Rebirth Teaser trailer

¹⁸ [online]. Youtube (02.03.2020). Dostupné z: [Amnesia: Rebirth teaser: "I am Tasi" - YouTube / frictionalgames](#)

5.1.1 Audiovizuálne spracovanie

Teaser na svoju prezentáciu zvolil využitie ingame záberov. Počas celej stopáže je kamerovo štylizovaný do takzvaného POV (z anglického point of view) pohľadu hlavnej predstaviteľky. Simuluje, tak aj mrkanie oka. Obraz je väčšinu času neostrý a ťažko čitateľný, predstavujúci zmetenie hlavnej predstaviteľky. Divák si preto väčšinu času nie je úplne istý v akom prostredí sa postava nachádza. Trvá to až do poslednej chvíle, kedy sa na pár sekúnd odkryje celý obraz odhaľujúci prostredie púšte s jedným nadprirodzene vyzerajúcim svetlom v diaľke, ktoré v momente upúta divácku pozornosť. Takto vyobrazená scéna sa nenachádza vo vydanej hre a bola vytvorená len pre tento teaser. V hre totiž žiadne svetlo nefiguruje, a bolo tam zámerne pridané tvorcami, aby diváka zaujalo a vyvolalo v ňom viac otázok. Zvuk k celkovému kladeniu otázok prispieva tiež. Počas celej dĺžky teaseru nás sprevádza vnútorný hlas Tasi, ktorý dáva divákovi tri základne informácie. Problém, s ktorým predstaviteľka zápasí, aký je jej hlavný cieľ, a ako sa volá. Zdá sa fascinujúce ako autori teaseru dokázali aj v odhalení jej mena vzbudiť množstvo teórií, čo sa z predstaviteľkou vlastne deje? To všetko múdрым využitím slovíčka „*still*“ . Mení sa Tasi na niekoho? Môže sa jej stať niečo, čo by ju zmenilo ?

V teaseri taktiež nefiguruje žiadna hudba, atmosféra je vytvorená pomocou elektronických zvukových efektov a tlkotu srdca až do posledného momentu. Po dramatickej pauze nasleduje silný zvuk vetra, ktorý je doposiaľ najhlasnejšou časťou celého teaseru, pridávajúci o to väčší dôraz, keď sa nám v obraze ukáže celkové prostredie.



Obrázok 7: zvuková stopa teaseru *Amnesia: Rebirth*

5.1.2 Strihová skladba

Tento teaser je oproti iným pomerne krátky, má dĺžku iba 27 sekúnd. Celú jeho dĺžku prakticky tvorí jednozáberovka, aj keď nie je úplne jasné, či sa v pasážach mrknutia nemohli vyskytnúť strihy z materiálu. Na čo by som ale chcel upozorniť je to, že nebola použitá

žiadna grafika, dokonca ani len zobrazenie názvu videohry. S takýmto prípadom som sa pri herných teaseroch doposiaľ nestretol. Vynechanie akejkoľvek grafiky priradujem k umocneniu pocitu zmätenia, a absencii čo i len jedinej odpovede na otázky, ktoré teaser u divákov vytvorí.

5.1.3 Záver

Teaser, aj pri svojej krátkej dĺžke, dokázal predstaviť kto bude hlavná postava, v akom prostredí sa bude približne videohra odohrávať a nastolil niekoľko otázok, na ktoré si budú diváci hľadať odpovede v plnej videohre. Rozhodnutie o absencii akejkoľvek grafiky je na prvý pohľad zvláštne, ale v tomto prípade to napomáha k budovaniu mysteriózna, o ktoré sa teaser snaží.

5.2 The Evil Within E3 Teaser Trailer¹⁹

Jedná sa o prvú publikovanú hru japonského herného štúdia Tango Gameworks. Príbeh videohry sa točí okolo detektíva, ktorému sa podarí vnoriť do mysle jedného z pacientov v psychologickú liečebni. Stretáva sa tak zoči voči nočným morám, spomienkam a postavám z pacientovej minulosti, ktoré berú na seba podobu monštier z najhorších nočných môr. Cieľom detektíva je získať potrebné informácie o pacientovi a nájsť východisko zo šialenstva, v ktorom sa ocitol. Teaser sa tak zameriava na predstavenie dvoch hlavných monštier z videohry.



Obrázok 8: *Monštra z teaseru The Evil Within*

5.2.1 Audiovizuálne spracovanie

Tvorcovia sa rozhodli pre tento teaser siahnuť po live action formáte. Ten dodáva teaseru pochmúrnu špinavú atmosféru, ktorá v častiach dokáže pripomínať „bečkové“

¹⁹ [online]. Youtube (22.04.2014) Dostupné z: [The Evil Within - Teaser Trailer - YouTube / Bethesda Softworks](#)

hororové filmy 90. rokov. V expozícii sa nám predstavuje prostredie, pripomínajúce opustenú psychologickú liečebňu, ktorú sprevádza v pozadí ikonická melódia z hry, ktorá dodáva zvláštny pocit pokoja, aj napriek silno kontrastnému vizuálu oproti hudbe. Ani nie po celej pol minúte nastáva jumpscare, a od toho momentu sa celá atmosféra a nálada teaseru začína meniť. Príjemnú melancholickú hudbu vymení temná, ktorú sprevádzajú rôznorodé zvuky rinčania, škrípania kovu, a vreskotov. Kamera taktiež začína viac pracovať s tieňmi a siluetami monštier, a každým ďalším záberom ukazuje iba kúsky z nich. U divákov sa tak buduje očakávanie, ako budú monštra nakoniec vyzerat'. Čím viac sa blíži teaser ku koncu tým viac sú zábery zdeformované. Autori tak pracujú s rozťahovaním záberov a používaním deformujúcich obrazových filtrov. Oproti úvodu je citeľná absencia väčších celkov, a prevládajú predovšetkým detaily. Zvuky sa taktiež začínajú stávať čoraz menej a menej rozpoznateľnými, až spoločne s hudbou sa ku koncu spoja do čistého nezrozumiteľného hluku. Vyvrcholí to predstavením názvu videohry, kedy sa tempo ukludní, a v pozadí opäť začína hrať úvodná skladba.

5.2.2 Strihová skladba

V úvodnej sekvencii prevládajú prevažne dlhšie pomalé zábery celku, ktoré sú ale prestrihávané sériou kratších detailnejších záberov na rozličné nástroje. Ku prechodom medzi nimi využíva blikanie jednotlivých svetiel. Tento typ prechodu strih využíva aj v priebehu zvyšku teaseru. Autor strihu taktiež využíva jumpcuty, zrýchľovanie a spomaľovanie záberov, ku docieleniu neľudských a zvláštnych pohybov monštier. Strih teaseru tak skáče medzi troma odlišnými charaktermi. Ako prvého sledujeme muža sediaceho za pracovným stolom, ktorý vytvára niečo z ostatného drôtu, následne máme možnosť vidieť postavu s trezorom na hlave, ktorá je obmotaná ostatným drôtom. To by nám malo naznačiť, že by sa mohlo jednať o toho istého muža, ktorý sedí pri stole. A nakoniec je nám hlavne pomocou tieňov odhaľované posledné monštrum, ktoré sa najčastejšie vyskytuje za oknom. V strihu sa tak teaser neustále vracia ku rovnakým uhlom záberov, kde po každom vrátení sa späť je niečo zmenené. Pomedzi to sú čoraz viac vkladané rôznorodé abstraktné zábery, ktoré v traileri nemusia dávať divákovi zmysel, ale v kontexte videohry začínajú byť viac relevantné a viažu sa predovšetkým ku histórii daných monštier. To si ale prvodivák nemá šancu spojiť. Teaser završuje rapid montáž, ktorá sa skladá zo sledu rýchlo za sebou idúcich záberov. Začína sa tu využívať aj dvoj-expozícia, niektoré zábery sú tu kratšie ako 3 framy. Tie kratšie striedajú o trochu dlhšie zábery, do ktorých sa strih neustále vracia. V nich sú konečne zobrazované celé monštra. Z nižšie uvedené obrázku

timeline je dobre vidno ako sa ku koncu graduje strihové tempo, využívaním čoraz kratších záberov.



Obrázok 9: Rozstrihaný *The Evil Within Teaser*

5.2.3 Záver

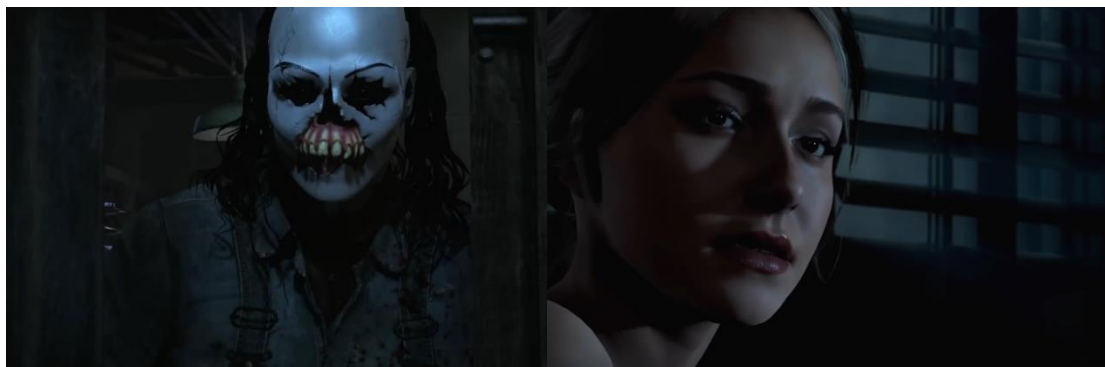
Teaser kladie dôraz na vytvorenie temnej atmosféry, ktorou by mala finálna videohra pôsobiť. Okrem toho ešte predstavuje pár prostredí, v ktorých sa by sa hra mohla odohrávať, a niektoré kreatúry, na ktoré budú hráči schopní naraziť. Celý teaser rámuje hlavná hudobná melódia, ktorá hlavne na konci filmu zanecháva v divákovi zmiešané pocity pokoja a zhnusenía, a zároveň dáva divákovi vydýchnuť po vyvrcholení rapid montáže. Teaser aj vďaka zvolenej live action forme, pôsobí originálnym dojmom, a vystupuje z davu ostatných teaserov pre hororové hry.

5.3 Until Dawn Teaser Trailer²⁰

"Until Dawn" spadá pod žáner videohier, ktoré sa označujú ako interaktívne filmy. Za hrou stojí herné štúdio Supermassive Games, ktorému hra priniesla úspech.

Silná inšpirácia tohto príbehu je z osemdesiatkových slasher hororov ako sú Halloween (1978), Friday the 13th (1980), alebo Texas chainsaw massacre (1974). Skupinka teenagerov prichádza na osamelú chatu stráviť spoločný čas, avšak rýchlo zisťujú, že nie sú sami a niekto, alebo niečo po nich ide. V hre hráč kontroluje 8 rôznych postáv a na základe rozhodnutí aké spraví, je možné, že na konci prežijú všetci alebo nikto. Aj keď sa môže na prvý pohľad zdať, že sa jedná o ďalší prvoplánový slasher horror, hra získala úspech. Dôvodom bolo aj to, že obsahovala pár plotwistov, ktoré nikto nečakal a zámerne bola od nich odvádzaná pozornosť pomocou trailerov aj tohto teaseru.

²⁰ [online]. Youtube () Dostupné z : [Until Dawn - Teaser Trailer | PS4 - YouTube](#)



Obrázok 10: *Vrah a teenagerka z Until Dawn Teaseru*

5.3.1 Audiovizuálne spracovanie

Spomedzi všetkých doteraz spomenutých teaserov má tento teaser pravdepodobne najviac spoločného s filmovým teaserom. Keďže sa jedná o interaktívny film, tento teaser dokáže spadať do viacerých kategórií. A to do

- gameplay teaseru - preto, že všetok materiál použitý v tomto teasery je inengine,
- do cinematic teaseru - vďaka jeho filmovému spracovaniu.

Teaser začína celkovým záberom na chatu, v ktorej sa bude príbeh odohrávať. Rovnako ako pri teasery na *The Evil Within*, spočiatku hrá príjemná hudba, ktorá postupne vyprchá a nahradí ju viac mysteriózna, ktorá pretrvá až do konca. Obzvlášť je kladený dôraz na zvukove prevedenie, počas teaseru sa pracuje s viacerými výraznými zvukmi (tlkot srdca, zvuk projektoru...), ktoré slúžia ako rytmický prvok pri gradovaní teaseru. Teaser pracuje skoro zo všetkými veľkosťami záberov, využíva tiež rakurzy kamery, pričom vraha sníma prevažne podhlľadom, aby pôsobil ako väčšie nebezpečenstvo, zatiaľ čo pri teenageroch volí väčšie celky, aby pôsobili zraniteľnejšie. Teaser je zakončený jumpscarom, počas ktorého vrah chytí teenagerku, a strihne sa na názov videohry. Ostáva mnoho otázok nezodpovedaných, ako napríklad: Čo sa s ňou stalo? Kto chce vedieť, ako sa to skončí, je pozvaný hru si kúpiť.

5.3.2 Strihová skladba

Štruktúra teaseru pozostáva prevažne z jednej scény, ktorá je rozstrihaná a pomedzi ňu sú vložené krátke zábery aj z iných časti hry, v ktorých sa ukáže aj zvyšná časť postáv. Zo začiatku teaseru dáva strih prednosť pomalším záberom na vytvorenie napätia. Akonáhle sa

ale približne v strede teaseru zjaví vrah, začína sa zvyšovať tempo strihov. V druhej polovici teaseru je strih priamo podriadený rytmu hudby a zvukov. Strihá sa priamo na úder beatu a väčšina záberov za sebou má rovnakú dĺžku. Tiež je viac využívaný prechod medzi zábermi cez čiernu prelínačku. Ku konci teaseru sa zo stupňujúcou hudbou spoločne stupňuje aj rytmus strihu, tu už nevychádza priestor využiť prelínačky a tak sa vráti späť ku ostrému strihu.

5.3.3 Záver

Tento teaser má klasickú stúpajúcu gradáciu, ktorá vyvrcholí jumpscarom a strihom na názov hry, ako je väčšinou zvykom pri hororových traileroch. Jeho základ tvorí jedna scéna vybratá buď strihačom, alebo štúdiom, ku ktorej sú pridávané zábery zo zvyšku hry. Použitá by ale mohla byť aj akákoľvek iná scéna s inou postavou a výsledok teaseru by mohol byť rovnaký.

5.4 The Outlast Trials – Official teaser trailer²¹

Herná séria The Outlast od kanadského herného štúdia Red Barrels sa stala jednou z najznámejších hororových sérii v poslednom desaťročí. The Outlast Trials tak zastáva pozíciu tretej videohry zo série. Odohráva sa v období studenej vojny v obrom uzatvorenom komplexe ktorý vlastní spoločnosť Murkoff.. Je využívaný na testovanie vymývania mozgu a ovládanie pokusných ľudských subjektov, ktorý sú tam dovlečení proti ich vôli.



Obrázok 11: *Screenshot z teaseru The Outlast Trials, zachytávajúci vedca chystajúceho sa spraviť pokusnú operáciu*

²¹ [online]. Youtube () Dostupné z : [The Outlast Trials - Official Teaser Trailer - YouTube](#)

5.4.1 Audiovizuálne spracovanie

Jedná sa o cinematic pred renderovaný teaser, ktorý začína nájazdom na gramofón, na ktorom je položená platňa. K nej prikróčí vedec a zapne ju, v celej prvej polke teaseru tak hrá diegetická hudba, ktorá sa ozýva celou miestnosťou. Hudba je aj v tomto teaseri zvolená tak, aby tvorila kontrast z obrazom. Zatiaľ čo vedci sú v teaseri priamo ukázaní, testovací subjekt ma po celý čas zakrytú tvár, vidíme ho buď od chrbta, alebo iba v detailoch na jeho ruky. Dôvod tohto rozhodnutia je to, že testovací subjekt má predstavovať hráča, ktorý si hru zahrá. Aj v plnej hre má hráč možnosť si upraviť výzor svojej postavy podľa seba. Keďže v traileri nie je ukázaná tvár subjektu, hráč si môže jeho výzor domysliť podľa seba. Tomu napomáha aj využitie POV (point of view) záberov. Dopomáha to k pocitu, že hráč je hlavnou postavou v teaseri. Taktiež tento typ záberu približne reprezentuje to, ako asi bude videohra vyzerat' vo svojej plnej verzii. Pre zaujímavosť vkladám screenshoty tej iste sekvencie z videohry (inengine) a z teaseru (pred renderovaná).

5.4.2 Strihová skladba

Prevládajú tu hlavne detailné zábery, celok je tu použitý asi iba dvakrát. To vytvára klaustrofobický pocit, aj keď sa celý teaser odohráva v priestrannej miestnosti. Teaser využíva čisto ostré strihy, tempo strihu je pomalšie, nenastávajú žiadne rapid montáže, zmena tempa, alebo väčšia strihová gradácia. Teaser samozrejme vygraduje vo svojej druhej polke, ktorú tvorí jednozáberovka a gradácia sa rieši pomocou vnútrozáberového tempa a akcie.

5.4.3 Záver

Teaser ukazuje dobu v ktorej sa hra odohráva, hlavnú postavu, a taktiež nové herné mechaniky, ako sú napríklad okuliare s nočným videním, bez toho aby akúkoľvek z týchto vecí musel slovne vymenovať. Teaser je plný kontrastu medzi hudbou a vizuálom.

5.5 Závěr analýz

	Amnesia : Rebirth	The Evil Within	Until Dawn	The Outlast Trials
Druh teaseru	Announcement teaser	Live action teaser	Gameplay/ Cinematic teaser	Cinematic teaser
Druh grafiky	3D	X	3D	3D
Zdroje materiálu	InGame	Live Action	InGame	pred renderované
Názvy	nenachádza sa	na konci	na konci	po názve nasleduje ešte jedna scéna
Zdroj hudby	X	nediegetická	nediegetická	diegetická
Využitie hudby	bez hudby	kontrastná zmena v hudbe	dotvára atmosféru	zjemňuje brutálnu scénu
Voice over	obsahuje voice over	neobsahuje	obsahuje voice over	neobsahuje
Dominancia tempa	pomalé tempo	rýchle tempo	rýchle tempo	pomalé tempo
Prelínačky	nie sú	využívajú sa	využívajú sa	nie sú

Tabuľka 2: Závěr analýz

ZÁVER

Teasery pre videohry sa možno nikdy nebudú tešiť takej popularite ako samotné trailery, ale taktiež majú svoju kľúčovú úlohu v marketingu a v predstavovaní nových herných titulov. Mnoho tvorcov však nepovažuje teasery za nevyhnutnú súčasť ich marketingových stratégií a ich potenciál často ostáva nevyužitý. To platí aj pre veľké AAA štúdiá, ktoré často oznamujú hru iba prostredníctvom reveal traileru alebo gameplay traileru, a teaser ostáva zabudnutým.

Avšak, ak sa tvorcovia rozhodnú využiť potenciál teaserov, môžu vzniknúť celkom zaujímavé počiny, ktoré dokážu svojim spracovaním zapôsobiť viac ako trailer. Teasery sa môžu prezentovať rôznymi spôsobmi, pričom nie vždy sa jedná o samotné video, ako sme videli napríklad v prípade hry P.T. (Playable tesaer). A napríklad v porovnaní s filmovými teasermi majú tvorcovia hier viac rôznorodých spôsobov, akými dokážu odprezentovať svoju hru.

Cieľom tejto práce bolo bližšie nahliadnuť do sveta teaserov, identifikovať ich kategórie a motívy, zistiť podstatné typy a triky, pre ich strih. Získané informácie tak môžu slúžiť ako pomocné vodítko pri tvorbe nových herných teaserov.

Aj keď sa analyzovali predovšetkým teasery pre hororové hry, rovnaký postup by sa dal aplikovať aj na ďalšie žánre hier, a získali by sme pravdepodobne podobné výsledky.

Hlavnými zdrojmi, z ktorých som čerpal boli rozhovory so strihačmi a hernými vývojármi, internetové články a publikácie od tvorcov videoherných teaserov a trailerov. Knižná literatúra mi pomohla overiť staršie a všeobecnejšie informácie a na záver som doplnil informácie z absolventských prác z vysokých škôl.

Táto bakalárska práca má slúžiť ako bližší pohľad na videoherné teasery a ich porovnanie s trailerami, aj z pohľadu editorov.

ZOZNAM POUŽITÝCH ZDROJOV

Literárne zdroje

- (1) BASLER, J. a MRÁZEK, M. *Počítačové hry a jejich místo v životě člověka*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2018. ISBN 9788024454047.
- (2) BENDO VÁ, H. *Co je nového v počítačových hrách*. Praha: Nová beseda, 2019, .CJN. ISBN 9788090675193.
- (3) HAWKINS, T. *Videogame Marketing and PR*. Power Play Publishing, 2007. ISBN 9780595433711.
- (4) JIRKOVSKÝ, J. *Game Industry: Vývoj počítačových her a kapitoly z herního průmyslu*. Praha: D.A.M.O, 2011. ISBN 9788090438712.
- (5) JOHNSTON, K. M. *Coming Soon: Film Trailers and the Selling of Hollywood Technology*. Jefferson, N.C: McFarland & Co Inc, 2009. ISBN 978-0786444328.
- (6) KERMAN, L. *Coming Attractions: Reading American Movie Trailers*. University of Texas Press, 2004. ISBN 9780292705586.
- (7) RUGGILL, J., McALLISTER, K., NICHOLS, R. *Inside the Video Game Industry*, New Yourk Routledge, 2017. ISBN 9780415828277.

Internetové zdroje

- (1) Derek Lieu: Why Slow Intros Are Bad For Game Trailers | Video Game Trailer Academy [online] YouTube, 2020,
dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=1CbpUwJhOIA>
- (2) Game Makers Toolkit : How to Make an Indie Game Trailer [online] YouTube, 2019,
dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=4CSYA9R70R8>
- (3) Derek Lieu: Firewatch to Ooblets: How Game Trailers Are Made (PAX West 2017) [online] YouTube, 2017:
dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=np11BUGbj88>
- (4) RivalZ Studio : The First Game Trailer Ever Made - First Commercial of a video game [online] YouTube, 2019,

dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=tCrBzgxJ150>

- (5) How to Make a Trailer — Derek Lieu Creative - Game Trailer Editor

dostupné z: <https://www.derek-lieu.com/start-here>

- (6) GDC Vault - Trailer Made: What Makes a Successful and Memorable Game Trailer

dostupné z: <https://www.gdcvault.com/play/1025729/Trailer-Made-What-Makes-a>

- (7) Virtual Cinematography for VR Trailers — KERT GARTNER - Game Trailer Editor

dostupné z: <https://www.kertgartner.com/virtual-cinematography-for-vr-trailers>

- (8) Video Game Trailer Specifications — Derek Lieu Creative - Game Trailer Editor

dostupné z: <https://www.derek-lieu.com/blog/2017/10/13/video-game-trailer-specifications-list>

- (9) The Best Debug Tools For Game Capture — Derek Lieu Creative - Game Trailer Editor

dostupné z: <https://www.derek-lieu.com/blog/2018/5/1/the-best-debug-tools-for-game-trailer-capture>

- (10) Ideal Game Trailer Length and Labeling — Derek Lieu Creative - Game Trailer Editor

dostupné z: <https://www.derek-lieu.com/blog/2018/12/20/ideal-game-trailer-length-and-labeling>

- (11) GDC Vault - Capturing Great Footage for Game Trailers

dostupné z: <https://www.gdcvault.com/play/1025079/Capturing-Great-Footage-for-Game>

- (12) What is the Difference Between Teaser and Trailer

dostupné z: <https://pediaa.com/what-is-the-difference-between-teaser-and-trailer/>

- (13) How to Make a Captivating Teaser Video | Sprout Video

dostupné z: <https://sproutvideo.com/blog/how-to-make-a-captivating-teaser-video.html>

- (14) Quality of Video Game Trailers | Kinephanos

dostupné z: <https://www.kinephanos.ca/2017/quality-of-video-game-trailers/>

- (15) 3 tips on making video game teaser

dostupné z: <https://www.gamedeveloper.com/business/3-tips-on-making-video-game-teaser>

- (16) What Makes a Good Teaser Trailer — Derek Lieu Creative - Game Trailer Editor

dostupné z: <https://www.derek-lieu.com/blog/2018/3/17/what-makes-a-good-teaser-trailer>

- (17) Anatomy of a Video Game Trailer. These short videos are a medium unto... | by Thomas Jenkins | The Coastline is Quiet | Medium

dostupné z: <https://medium.com/the-coastline-is-quiet/anatomy-of-a-video-game-trailer-d750f4bf9b1f>

- (18) Game Trailer Varieties, and When to Make Them — Derek Lieu Creative - Game Trailer Editor

dostupné z: <https://www.derek-lieu.com/blog/2018/9/11/game-trailer-varieties-and-when-to-make-them>

- (19) How to make a game trailer

dostupné z: <https://www.videopixie.com/make-a-game-trailer>

- (20) Why people aren't buying your game

dostupné z: <https://www.gamedeveloper.com/business/why-people-aren-t-buying-your-game>

- (21) How to Become a Concept Artist | Blizzard Artist Tyler James Explains

dostupné z: <https://www.cgspectrum.com/blog/what-it-is-like-to-be-a-professional-concept-artist>

ZOZNAM POUŽITÝCH TABULIEK

Tabuľka 1: <i>Zoznam analyzovaných teaserov</i>	27
Tabuľka 2: <i>Záver analýz</i>	35

ZOZNAM POUŽITÝCH OBRÁZKOV

Obrázok 1 : <i>Screenshot z live action traileru pre videohru Far cry 5 / The Baptism</i>	15
Obrázok 2: <i>Screenshot z The Next Mass Effect - Official Teaser Traileru</i>	16
Obrázok 3: <i>Screenshot z teaseru Cyberpunk 2077</i>	17
Obrázok 4: <i>Screenshot z hrateľnej verziu Playable Teaser</i>	18
Obrázok 5: <i>Screenshot z teaseru (na ľavo) a existujúcej hry (na pravo) Anthem</i>	18
Obrázok 6: <i>Amesia: Rebirth Tesaer trailer</i>	28
Obrázok 7: <i>zvuková stopa teaseru Amnesia: Rebirth</i>	29
Obrázok 8: <i>Monštrá z teaseru The Evil Within</i>	30
Obrázok 9: <i>Rozstrihaný The Evil Within Teaser</i>	32
Obrázok 10: <i>Vrah a teenagerka z Until Dawn Teaseru</i>	33
Obrázok 11: <i>Screenshot z teaseru The Outlast Trials, zachytávajúci vedca chystajúceho sa spraviť pokusnú operáciu</i>	34