

**AKADEMIE MÚZICKÝCH UMĚNÍ V PRAZE
FILMOVÁ A TELEVIZNÍ FAKULTA**

Katedra animované tvorby

**DIPLOMOVÁ PRÁCE
ANIMOVANÝ VIDEOKLIP**

Martin Smatana

Vedoucí práce: MgA. Libor Pixa

Oponent práce: doc. MgA. Aurel Klimt

Datum obhajoby: 18.9.2018

Přidělovaný akademický titul: MgA

Abstrakt

Témou diplomovej práce je animovaný videoklip. Práca pozostáva zo štyroch hlavných kapitol - historický vývoj animovaného videoklipu, Animované hudobné videoklipy v súčasnosti a ich vplyv na adolescentov, Animovaný videoklip na Slovensku, Profily režisérov Mariána Vredíka a Erika Sikoru. V prvej kapitole chcem skúmať, aké podmienky museli byť splnené pre vznik animovaného videoklipu, analyzovať historický vývoj animovaného klipu od konca 19. storočia až po súčasnosť. Predstavím najvýznamnejšie kapely a interpretov, ktorých animované klipy sa stali historickými milníkmi a neskôr formovali ďalšie generácie ich nasledovníkov. V druhej kapitole popíšem, ako prezentačné techniky použité v animovaných videoklipech potenciálne podporujú konzumné správanie adolescentov a mladých dospelých ľudí, ktorí majú oproti starším ľuďom vyššiu tendenciu konzumovať produkty zobrazené vo videoklipech. Budem sa venovať zaujímavému fenoménu, kedy adolescenti využívajú animované videoklipy ako nástroj kontrolovania nálady a emocionálnych stavov. Tretiu kapitolu venujem slovenskému animovanému klipu, rozoberiem tvorbu najvýznamnejších režisérov animovaných klipov a pokúsim sa odhadnúť, aká by mohla byť budúcnosť animovaného klipu na Slovensku. V poslednej kapitole predstavím dvojicu mladých autorov Mariána Vredíka a Erika Sikoru, ktorí sa dlhodobo venujú tvorbe animovaných klipov.

Kľúčové slová

Animovaný videoklip, populárna hudba, MTV, počítačová animácia, konceptuálne videá, adolescenti, product placement, konzum, hudobné žánre, filmové školy

Abstract

The topic of the diploma thesis is an animated music video. The thesis consists of four main chapters - the historical development of animated music videos, animated music videos in the present and their influence on adolescents, animated music videos in Slovakia, and profiles of directors Marián Vredík and Erik Sikor. In the first chapter, I want to examine which conditions had to be met for the establishment of animated music videos and to analyze the historical development of the animated music videos from the late 19th century to the present. I will introduce the most important bands and performers whose animated clips have become historical milestones and later formed next generation of their followers. In the second chapter I describe how the presentation techniques used in animated music videos potentially support the consumption behavior of adolescents and young teenagers who have a higher tendency to consume products displayed in music videos than older people. I will focus on an interesting phenomenon where adolescents use animated video clips as a tool for controlling mood and emotional states. The third chapter is dedicated to the Slovak animated music videos, I will discuss the work of the most prominent animated clips directors and try to guess what the future of the animated clip in Slovakia might be. In the last chapter, I will present a pair of young authors - Marián Vredík and Erik Sikor, who have been doing animated clips for a long time.

Key words

Animated music video, popular music, MTV, computer animation, conceptual videos, adolescents, product placement, consumption, music genres, film schools

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem magisterskou práci na téma

Animovaný videoklip

vypracoval samostatně pod odborným vedením vedoucího práce a s použitím uvedené literatury a pramenů.

Praha, dne 27.08.2018

podpis diplomanta

Obsah

1 Úvod.....	4
2 Historický vývoj animovaného videoklipu.....	6
2.1 Definícia hudobného videoklipu.....	6
2.2 Koniec 19. storočia a nástup ilustrovaných piesní.....	6
2.3 Vývoj zvuku vo filme.....	8
2.4 Boom hudobných videoklipov 70-tych a 80-tych rokov.....	9
2.5 Take on Me.....	10
2.6 Premiérové vysielanie MTV.....	11
2.7 animovaný hudobný videoklip ako subžáner.....	14
2.8 Úpadok a znovuzrodenie videoklipu.....	18
2.9 Druhá zlatá éra.....	20
3 Animované hudobné videoklipy súčasnosti a ich vplyv na adolescentov.....	23
3.1 Vplyv hudby na socializáciu spoločnosti.....	23
3.2 Product placement.....	24
3.3 Negatívne efekty videoklipu na vývoj mladých ľudí.....	25
4 Animovaný videoklip na Slovensku.....	28
4.1 Prebúdajúca sa tvorba deväťdesiatych rokov.....	28
4.2 Videoklip nového milénia.....	28
4.3 Tvorba absolventov filmových a umeleckých škôl.....	29
4.4 Slovenský videoklip v budúcnosti.....	32
5 Profily režisérov Mariána Vredíka a Erika Sikoru.....	34
5.1 Marián Vredík.....	34
5.1.1 Od nápadu po realizáciu.....	35
5.1.2 Inšpirácia a budúca tvorba.....	36
5.2 Erik Síkora.....	37
5.2.1 Americká pesnička.....	38
5.2.2 Nehoda film obohatí.....	39
6 Záver.....	40
Zoznam použitých zdrojov.....	42
Prílohy.....	46

1 Úvod

Témou mojej diplomovej práce je Animovaný videoklip. Túto tému som si zvolil, pretože spája moje dve vášne - animovaný film a hudbu. Už ako malé dieťa som dokázal hodiny presedieť pred televíziou a sledovať hudobné kanály ako MTV alebo VH1, kde hrali najrôznejšie piesne spolu s videoklipmi. Raz za čas mala niektorá pieseň svoj klip animovaný, a vždy som sa z toho potešil. Myslím si, že do istej miery to formovalo moju osobnosť a vkus. A pravdepodobne aj vďaka tomu som sa neskôr začal venovať animovanému filmu a študovať ho.

Bakalársky stupeň som študoval na Vysokej škole muzických umení v Bratislave na katedre animovanej tvorby. Tam som mal možnosť spoznať viacerých tvorcov, ktorí animované videoklipy pripravujú, animujú a režírujú. Veľa som sa s nimi v tom období o animovaných videoklipech rozprával. Aj táto skúsenosť ma inšpirovala k tomu, písať svoju diplomovú prácu o tomto druhu umenia. Keďže som zo Slovenska, časť práce som sa rozhodol zasvätiť práve slovenskej tvorbe.

Práca pozostáva zo štyroch hlavných kapitol. Kapitola prvá hovorí o historickom vývoji animovaného videoklipu. Popisuje dve hlavné vlny najväčšieho rozmachu animovaného videoklipu a poukazuje na dôležité miľníky vývoja, od konca 19. storočia až po súčasnosť. Druhá kapitola hovorí o súčasnom animovanom videoklipe a jeho vplyve na adolescentov a mladých dospelých ľudí. Venujem sa tu pojmu "product placement" a skúmam, akú rolu zohráva hudba v socializácii adolescentov, ako ovplyvňuje ich život a konzumné správanie. Zamýšľam sa nad tým, prečo tínedžeri imitujú populárnych spevákov a kupujú si produkty, ktoré títo speváci používajú. Tretia kapitola pojednáva o vývoji animovaného klipu na Slovensku, popisuje konkrétne diela najmä z obdobia deväťdesiatych rokov a poukazuje na výrazne vzostupnú tendenciu tvorby po roku 2000. Zameriava sa tiež na nastupujúcich absolventov umeleckých škôl na Slovensku a odhaduje, aká bude budúcnosť slovenského animovaného videoklipu. Posledná štvrtá kapitola vychádza z rozhovorov, ktoré som robil s dvomi úspešnými slovenskými režisérmi Mariánom Vredíkom a Erikom Síkorom. Ich tvorba je značne

odlišná, no obaja sa venujú primárne tvorbe animovaných videoklipov pre populárne slovenské skupiny ako Čisté tvary, Chiki Liki tu-A, Karpatské chrbáty a iné.

Prostredníctvom tejto práce by som chcel predstaviť a zhrnúť historický vývoj animovaného videoklipu vo svete. Čitateľov by som rád primäl k zamysleniu sa nad tým, aké má tento druh umenia vplyv na dozrievanie mladých ľudí, ako formuje ich osobnosť a tým formuje celú spoločnosť. V neposlednom rade by som chcel českým čitateľom predstaviť a priblížiť slovenskú animovanú tvorbu, ktorá je v porovnaní s tou českou ešte stále o krok pozadu, ale vytrvalo sa ju snaží dobehnúť a držať s ňou krok.

2 Historický vývoj animovaného videoklipu

Táto kapitola predstavuje históriu hudobného videoklipu, ktorá je neoddeliteľne spätá a nerozlučiteľná s históriou animovaného hudobného videoklipu. Náčrt histórie hudobného videoklipu ako samostatného média pomáha pochopiť, čo predišlo a aké podmienky museli byť splnené pre vznik animovaného videoklipu. Je preto dôležité uviesť v úvode tejto kapitoly definíciu hudobného videoklipu, ktorú práca zohľadňuje v celej svojej dĺžke.

2.1 Definícia hudobného videoklipu

“Hudobný videoklip je krátky film, ktorý spája pieseň a obraz a je vytvorený za účelom tvorby umenia, alebo propagácie. Moderné hudobné videoklipy sú primárne vytvorené a používané ako marketingový nástroj, ktorého úlohou je podporiť predaj hudobných nahrávok” (“Music video,” 2001-). Costello, Gould a Cornwell (2012) rozširujú túto definíciu: “Hudobný videoklip používa širokú škálu filmových techník, vrátane animácie, nakrúcania živých vystúpení, dokumentov, a nenaratívnych prístupov, ako napr. abstraktný film. Niektoré hudobné videoklipy v sebe spájajú viacero žánrov, ako napr. animáciu a živé vystúpenie. Ďalšie zas nemusia postupovať podľa dopredu stanoveného konceptu.”

2.2 Koniec 19. storočia a nástup ilustrovaných piesní

Ak sa sústredíme na historický vývoj hudobného videoklipu, mali by sme upriamiť pozornosť na *ilustrované piesne*. Svoj pôvod nachádzajú na začiatku 20. storočia na americkom Juhu (Starej, 2017). V prvom desaťročí 20. storočia bola kinematografia zahrnutá v programe vaudevillov, divadelných zábavných domov (Abel, 2006). Jedno z predstavení v týchto priestoroch, ktoré sa preslávilo, bola práve ilustrovaná pieseň.

Bola komponentom programu, kde spevák prednášal populárnu pieseň, niekedy doprevádzaný klavírom, zatiaľ čo na obrazovke za spevákom sa premietal set slidov. Slidy ilustrovali text piesne a posledný slide zvyčajne obsahoval text refrénu a vyzýval

divákov, aby sa k nemu pripojili (Goodybe, Girlie, and Remember Me, 2008). Ilustrované piesne zažili obdobie slávy i v nickelodeonoch. Nickelodeony boli prvým typom vnútorných priestorov, kde sa premietali filmy (Abel, 2001). Práve v týchto miestach sa dostali ilustrované piesne na výslnie - boli používané častejšie a akceptované publikom.

Postupom času sa ilustrované piesne prestali vnímať len ako záplata v programe a stali sa populárnymi atrakciami. Pred vynálezom rádia bol jediný spôsob distribúcie (a zarábania pomocou) hudby živé vystúpenie. Ilustrované piesne sa premietali v kinách a stali sa tak najväčším dostupným distribučným kanálom hudby. Hudobní producenti neváhali a využívali túto príležitosť k propagácii nových piesní a umelcov (Abel, 2006). Jedna z najpopulárnejších piesní tohto obdobia bola Take Me Out to the Ball Game. Jedno z pôvodných vydaní piesne, nahraných spolupracovníkom Thomasa Edisona, technikom Edwardom Meekrom, ukazuje, že pieseň bola doprevádzaná setom slidov, ktoré ukazujú mladý pár, ktorý sa vybral na baseballový zápas (Take Me Out to the Ball Game, 2008).

Prvé proto-hudobné video bolo pravdepodobne vytvorené začiatkom 1890-tych rokov, keď bol George Thomas najatý, aby zvýšil predaj piesne Edwarda B. Marksa a Joe Sterna. Na sklenených slidoch skombinoval hudbu a obrazy. Táto nahrávka sa stala historicky prvou, kde sa kombinovala pieseň so setom obrazov za jediným účelom - preslávenia samotnej piesne. Tieto "ilustrované piesne", navrhované pre zhliadnutie verejnosti v divadlách, sa rýchlo preslávili a prinášali hudobným producentom obrovské zisky. O niekoľko rokov neskôr prišiel Eadweard Muybridge za Thomasom Edisonom s nápadom. Chcel vytvoriť zariadenie, ktoré by naraz prehrávalo zvuk a pohybujúci sa obraz tým, že spojí svoj zoo-praxiskop a Edisonov fónograf.

Táto spolupráca sa nikdy nestala skutočnosťou. Namiesto toho Edison naplánoval vynález, ktorý mal robiť "pre oči to, čo fónograf robí pre uši". Začiatkom roku 1889 konečne pomenoval svoj vynález kinetoskop, z Gréckych slov kineto (pohyb) a scopos (zobraziť), vynález však nečakala príliš skvelá budúcnosť. Hudba a obrazy neboli synchronizované a pauzy vo filme spôsobovali, že pohybujúci sa obraz nemal ten istý

rytmus, ako nahrávka fonografu. Edison si uvedomil, že Kinetofón sa nikdy nestane populárnym (Library of Congress, 1999).

2.3 Vývoj zvuku vo filme

Ďalším dôležitým míľnikom v histórii hudobných videí je vývoj zvuku vo filme. V roku 1922 vyvinul Lee De Forest z New Yorku systém Phono-filmu. K systému zvuku na filme pridal audio tube, čím spôsobil, že zvuk v divadlách bol za použitia reproduktorov ľahšie zosilnený. Jeho systém sa už veľmi približoval tomu, čo dnes používame v súvislosti s filmom a zvukom. Konkurenčný zvukový systém Vitaphone (zvuk na disku), ktorý používali Warner Brothers, koordinoval filmové obrazy so zvukom, nahraným na veľkých fonografických diskoch. Sila Vitaphonu bola v systéme zosilnených reproduktorov, ktoré mohli naplniť divadlá relatívne čistým zvukom. Táto nová technológia dovolila filmom viac, než len jednoduchý klavírny doprovod.

Prvým hitom z tohto obdobia bola pieseň Charmaine z filmu What Price Glory od Fox Film Corporation. Vývoj tohto žánru prezentoval prvý kompletný "talkie" - The Jazz Singer (1927) s väčším množstvom hovoreného dialógu, zvukových efektov a hudby (Carlsson, 1999).

Ďalší dôležitý krok v histórii hudobného videoklipu sa objavil v roku 1924, keď bratia Max a Dave Fleischerovci začali vytvárať "Song Car-Tunes" - série animovaných hudobných filmov, z ktorých každý trval tri minúty (Pointer, 2016). Autor uvádza, že tieto filmy boli prvým príkladom spájania filmu so zvukom a animácie. Ako prvé tiež tieto filmy predstavili "skákajúcu loptičku", akýsi doplnok k animovaným filmom, ktorý vyzýval publikum v kinách, aby spievali zároveň s filmom. Skákajúca loptička "vizuálne naznačovala rytmus piesne" tým, že loptička poskakovala nad textami piesní a vždy sa objavila nad tou slabikou, ktorú bolo treba v danom momente zaspievať (ibid.). Obrovský úspech dosiahli skákajúce loptičky od roku 1929, keď sa produkcie a distribúcie chopili Paramount Pictures a nazvali ich "piesňami na obrazovke" (Dodig, 2014). Pointer (2016) ďalej uvádza, že loptička nebola najprv veľmi presná. Tento problém sa však vyriešil tak, že loptičku natáčali naživo s pomocou paličky, na ktorej

bola pripevnená a ktorú neskôr nebolo vo filmoch vidno vďaka použitiu kontrastu. Skákajúca loptička sa používa dodnes, hlavne v karaoke videách a niekedy sa objaví i v detských hudobných filmoch.

Na začiatku tridsiatych rokov vyprodukovali Warner Brothers seriál krátkych hudobných filmov "Spooney Melody". Boli to kombinácie art-deco animácie a živého prenosu, tak ako dnešné hudobné videoklipy. Hlavná animácia hrala titulnú pieseň s jednoduchou a kaleidoskopickou animáciou. Aj keď sú štylisticky rozdielne, miešali príbeh, vystúpenie a vizuály tak, ako dnešné hudobné videoklipy. Video Crying for Carolines je jedinečným kusom práce, najmä ak zohľadníme, že tento krátky film je jediným z celého seriálu, ktorý prežil až dodes. Podľa historika animácie Jerry Becka, ďalšími zo "Spoony Melodies" boli Just a Gigilo, Say A Little Prayer For me, When Your Lover Has Gone a For You (Dodig, 2014).

2.4 Boom hudobných videoklipov 70-tych a 80-tych rokov

Hudobné videoklipy sa točia od šesťdesiatych rokov dvadsiateho storočia a svoj boom zažili v polovici sedemdesiatych rokov. Odvtedy sa stali prevažne marketingovým nástrojom propagácie popových a rockových umelcov na medzinárodnom trhu. Obrovský prelom v upevnení pozície hudobného videoklipu ako samostatného média prišiel, keď televízna stanica MTV začala svoje vysielanie 1. Augusta 1981 odohraním videoklipu Video Killed the Radio Star. V priebehu niekoľkých rokov sa MTV stala pre umelcov cestou, ako sa dostať na americký trh. Obrovský úspech Michaela Jacksona a Madonny v osemdesiatych rokoch bol aspoň sčasti výsledkom ich premysleného využitia hudobných videoklipov. Odvtedy majú takmer všetci popoví a rockoví umelci vlastné hudobné videá.

Prestíž tohto média bola však premenlivá, od prvej zlatej éry v osemdesiatych rokoch po následný pokles jeho popularity v deväťdesiatych rokoch. Nová tanečná hudba, rap a hip hop však pokračovali v jeho rozsiahlom využívaní a v posledných dvoch desaťročiach sa videoklipom venuje zvýšená pozornosť, či už ako undergroundovému fenoménu, internetovému médiu, alebo tradičnej reklame na populárnu hudbu.

Animované snímky síce doprevádzali hudbu v priebehu celej filmovej histórie, no animované hudobné video sa objavilo až v polovici osemdesiatych rokov, reprezentované pamätnými klipmi, ako napríklad Sledgehammer od Petra Gabriela, alebo Take On Me od A-ha. S nimi započala takzvaná zlatá éra animovaného hudobného klipu. Veľké množstvo najlepších a najoceňovanejších hudobných videí je práve animovaných, napr. Spomínané Sledgehammer a Take On Me môžeme vždy nájsť na prvých priečkach najlepších hudobných videí histórie (Ström, 2007).

V deväťdesiatych rokoch, keď popularita formátu hudobného videa klesla, animované hudobné videá doslova zmizli zo scény. V posledných dvoch desaťročiach však slávia návrat a to prostredníctvom režisérov a producentov, akými sú napr. Michel Gondry, Jonas Odell, Jonathan Dayton/Valerie Faris, Shynola a H5.

2.5 Take on Me

Prelomový Take On Me od nórskej skupiny A-ha je dokonalým exemplárom animovaného videoklipu, ktorý sa vyskytol počas boomu hudobných videoklipov v polovici 80tych rokov. Je vynikajúcim príkladom toho, ako dobre vyprodukované hudobné video dokáže vystreliť neznámu popovú skupinu na prvé priečky hitparád po celom svete.

Príbeh tohto animovaného videoklipu sa začal na promóciách Kalifornského umeleckého inštitútu v roku 1984, keď Michael Patterson premietal nadšenému publiku svoju záverečnú prácu s názvom Commuter. Za pomoci elegantného využitia techniky rotoskopu vytvoril strhujúcu kombináciu živej akcie a realisticky načrtnutej animácie na papieri. V publiku sa nachádzali zástupci Warner Bros records a ich Senior viceprezident Jeff Ayeroff bol filmom a jeho technikou natoľko očarený, že sa dohodol s Pattersonom na výrobe hudobného videa rovnakou technikou, keď nastane tá správna chvíľa. Tá prišla, keď sa Warner Bros chystali uviesť Nórsku skupinu A-ha na americký (a celosvetový) trh v roku 1985 (Marcussen, 1985, s. 73).

V roku 1983 sa traja členovia A-ha presťahovali z Osla do Londýna s túžbou stať sa medzinárodnými rockovými hviezdami. Vyšplhať sa na prvú priečku Billboard listu im trvalo dva a pol roka. Prvá verzia Take On Me bola nahraná na jeseň 1984, ale neprerazila. Keď Ayeroff navštívil kancelárie WB v Londýne začiatkom roku 1985, uvidel fotografiu skupiny – troch mladých škandinávskych mužov. Jeho reakcia je známa dodnes: "Kto sú títo ľudia? Takto sa nemôžu prezentovať! Vyzerajú ako komiksové figúrky!" (Omdal, 2004, s. 28). Vyprodukovala sa nová verzia Take On Me a Ayeroff sa dohodol na spolupráci so známym režisérom hudobných videí Stevom Barronom pri natáčaní videoklipu. Barrona prepočil s Michaelom Pattersonom a na svet prišlo jedno z najsilnejších hudobných videí na svete.

Video Take On Me ukázkovo ilustruje silu marketingového vplyvu novej hudobnej stanice MTV v polovici osemdesiatych rokov. Warner Bros rozpoznali marketingový potenciál videoklipu a poslali ho niekoľkým televíznym staniciam pár týždňov pred vydaním nahrávky. MTV sa video zapáčilo a zaradila ho do "heavy rotation". Videoklip začal stúpať na rebríčkoch MTV a keď Warner Brothers konečne singel vydali, vyšplhal sa na vrchol. Pieseň bola už v tej dobe na verejnosti žiadaná a singel vyštartoval hneď na prvé priečky.

Take On Me je v mnohých ohľadoch výnimočný videoklip. Je to síce dobre napísaná, odprezentovaná a vyprodukovaná popová pieseň, určite by však nedosiahla prvé priečky medzinárodných hitparád, keby nebola doprevádzaná svojím vynikajúcim videoklipom. Málokedy predtým sa v hudobných videoklipech objavili tak fascinujúco realistické, takmer fotografické kresby ceruzkou. Video vypráva romantický príbeh mladej dievčiny zo strednej triedy, ktorá sa zamiluje do popovej hviezdy Mortena Harketa ("Take on Me," 1985). Príbeh sa odlišoval svojím tradičným naratívom od v tej dobe bežnejších kolážových, snových vizuálov hudobných videoklipov. Efektívna kombinácia akcie naživo a animácie bola tematicky úzko spätá s dvoma odlišnými svetmi v príbehu – snov a reality. Ešte aj dnes sa toto video pravidelne objavuje v rebríčkoch najlepších hudobných videoklipov.

2.6 Premiérové vysielanie MTV

Steve Barron a Julien Temple boli v tej dobe hlavnými riaditeľmi Londýnskeho štúdia Limelight Film and Video. Barron taktiež režíroval ďalší z výrazných animovaných videoklipov roku 1985: Money for Nothing britskej skupiny Dire Straits. Money for Nothing je odkazom na centrálnu pozíciu, ktorú MTV dosiahla v hudobnom svete v polovici osemdesiatych rokov a tento videoklip je taktiež príkladom ranej počítačovej animácie v hudobných klipoch. Ďalší z videoklipov Dire Straits z toho istého roku a albumu, Brothers in Arms, režírovaný Millom Matherom, je taktiež rotoskopovým videom, kde sú zábery skupiny, ktorá vystupuje a letecké zábery akcie naživo premenené na animované obrazy. V roku 1986 malo premiéru video Sledgehammer Petra Gabriela a spolu s vyššie spomenutými tromi videami reprezentovali prielom animácie v hudobných videoklipoch.

Dnes sa o prvom auguste 1981, keď MTV premiérové vysielala v USA, hovorí ako o prielome hudobného videoklipu. Dá sa povedať, že v tomto čase sa hudobné videoklipy stali súčasťou každodenného života americkej mládeže. Ale americké skupiny, ako napr. DEVO a Residents boli známe svojimi videoklipmi už roky pred MTV, spoločne s Talking Heads, ktorí tvorili excelentné videoklipy už predtým. V UK je za prielom hudobného videa označovaný videoklip Bohemian Rhapsody od Queen (1975). Britské televízne stanice nechceli vo svojich pop šou, ako napríklad Top of the Pops, vysielat' hudobné videá. Verili, že publikum chce svojich obľúbených interpretov vidieť "naživo" v TV, nie v predfabrikovanom klipe. Bohemian Rhapsody dokázalo, že opak je pravdou. Keď ich singel premiéroval na tridsiatom mieste a Queen boli pozvaní do štúdia Top of the Pops, odmietli prísť a namiesto toho poslali svoj videoklip. V priebehu ďalšieho týždňa sa pieseň ocitla v Top 5. Queen opäť poslali video. Vzápätí sa pieseň vyšplhala na prvú priečku a udržala si svoju pozíciu po dobu deviatich týždňov, čo bol najdlhší čas na tejto pozícii od čias Paul Ankovkej Diany (deväť týždňov v roku 1957) a Slim Whitemanovej Rosemarie (jedenásť týždňov v roku 1955) (Gillett & Frith, 1976). Bohemian Rhapsody, video vytvorené televíznym producentom Bruceom Gowersom, nebolo typickým videoklipom polovice sedemdesiatych rokov. Bol to klip zachytávajúci vystúpenie, úzko spätý s hudobným vývinom piesne. Editovanie

sledovalo speváka Freddyho Mercuryho a ostatných členov skupiny skrz úchvatné playback vystúpenie. Vrcholom videoklipu bolo vynachádzavé využitie nových technológií a video feedback počas opernej sekvencie v piesni. Tieto technické experimenty sa dnes už môžu zdať zastaralé, ale v roku 1975 mali obrovský vplyv.

Najpopulárnejším videoklipom sedemdesiatych rokov dominovala vysoká rýchlosť editovania a nenaratívny storytelling. Austrálsky režisér videoklipov a experimentálny tvorca filmov Russel Mulcahy prišiel v roku 1976 do Londýna a ocitol sa v produkcii hudobných videí pre nahrávaciu spoločnosť Virgin. Kombinácia experimentálneho filmu a produkcie hudobných videoklipov mu zaistila úspešnú kariéru videorežiséra v Austrálii. V UK sa stal hlavnou hybnou silou rapídneho editovania a nenaratívneho storytellingu, ktorý charakterizoval nové kolážne hudobné video na konci sedemdesiatych rokov. Tieto videá sa začali tešiť obrovskej popularite, keď umelci z New Wave a New Romantics, ako napr. Duran Duran, Human League, Ultravox a XTC nahradili punkové skupiny polovice sedemdesiatych rokov na konci desaťročia. V roku 1979 vytvoril Mulcahy video pre Video Killed the Radio Star od Buggles. Za pár rokov sa názov tejto piesne stal skutočnosťou za pomoci VHS a iných hudobných televíznych staníc.

V Austrálii, Škandinávii a iných častiach sveta, kde sa umelci stojaci za top hitmi národných hitparád nemali možnosť často ukázať na televíznej obrazovke, boli na začiatku sedemdesiatych rokov pomerne časté špeciálne show videoklipov. V nich sa pravidelne vysielali hudobné videoklipy najpopulárnejších umelcov tej doby, ako napr. Rolling Stones alebo Eltona Johna a nahrádzali vystúpenia "naživo" v televíznych štúdiách. Tieto videá sa natáčali hlavne pre zahraničný trh (Ström, 2007). História hudobných videoklipov však siaha ešte ďalej. V polovici šesťdesiatych rokov natáčali populárne skupiny ako Beatles, Rolling Stones, Kinks a The Who promo filmy, ktoré doprevádzali ich piesne. V USA boli pioniermi hudobných videoklipov Doors. Dokonca i Bob Dylan natočil videoklip pre Subterranean Homesick Blues (1965).

2.7 Animovaný hudobný videoklip ako subžáner

Okolo roku 1980 boli hudobné klipy už považované za najdôležitejší marketingový nástroj pre novú populárnu hudbu v Európe. Animácia však stále v hudobných videoklipech neexistovala, čo je veľmi prekvapivé, keď si uvedomíme úzke prepojenie medzi populárnou hudbou a animáciou v priebehu jej histórie. Už od počiatkov ozvučeného filmu boli vyrábané animované videá ako ilustrácie k hudbe. Tento spôsob stál aj za Disneyho Silly Symphonies. Paralelné animované seriály vyrábali aj iné štúdiá v USA v 30tych rokoch: Merrie Melodies, Looney Tunes, Happy Harmonies, Color Rhapsodies. The Fleischer štúdio vytvorilo úžasné Betty Boop "hudobné videá" pre Cab Calloway a Louis Armstronga v animovaných krátkych klipoch ako Minnie the Moocher (1932), Snow White (St. James' Infirmary Blues, 1933) a I'll Be Glad When You're Dead You Rascal You (1933). V Nemecku vytvoril Oskar Fischinger animované ilustrácie vtedajšej populárnej jazzovej hudby v niekoľkých filmoch Studie (1929-32). Ako ďalší príklad slúži Begone Dull Care (1949) Normana McLarena s hudbou Oscara Petersona. Ešte lepším príkladom je animovaný televízny seriál o The Beatles (1965-1969) a The Archies, a taktiež feature Yellow Submarine George Dunninga. V každej epizóde tohto televízneho seriálu a pri každej piesni v Yellow Submarine môžeme nájsť raný príklad animovaných videoklipov, ale za tie neboli ani vtedy, ani teraz považované.

Seaside Woman je úžasným príkladom výskytu neanimácie v hudobných videoklipech na konci sedemdesiatych rokov. Tento animovaný cartoon vytvorený Britským animátorom Oscarom Grillom je videoklip vytvorený pre nahrávku Lindy McCartney Seaside Woman. V roku 1978 vyhral ocenenie Zlatá Palma v Cannes ako najlepší krátky film, cenu, ktorá sa hudobnému videoklipu nikdy neodovzdáva. Akýkoľvek krátky film je diskvalifikovaný zo súťaže v Cannes, pokiaľ je považovaný za hudobné video. Seaside Woman vyhral v roku 1978. Geoff Dunbar vytvoril dlhší animovaný cartoon pre Rupert the Frog Song (1984) Paula McCartneyho. Vytvoril taktiež kratšiu verziu, kde sa spájajú zábery McCartneyho, ako hrá naživo s cartoon scénami z filmu. Ani Rupertov Frog Song, ani John Halasov excelentný počítačovo animovaný film doprevádzajúci Autobahn (1979) skupiny Kraftwerk neboli vytvorené za účelom

promócie piesní. Naproti tomu video Seaside Woman je dnes považované za hudobný videoklip, aj keď v tej dobe nebol.

Devo aj the Residents použili animáciu vo svojich skorých videách, ako napr. Beautiful World (1981) a It's a Man's Man's Man's World (1984). Skutočnými pioniermi animovaných hudobných klipov boli Annabelle Janckel & Rocky Morton. Ich film Accidents Will Happen (1979) pre Elvise Costello je často uvádzaný ako prvé animované hudobné video. Janckel a Morton založili svoje Cucumber Studios v polovici sedemdesiatych rokov a svojimi výnimočnými animovanými televíznymi reklamami sa rýchlo dostali do povedomia verejnosti. Keď sa však Accidents Will Happen premietali na festivale animácie v Cambridgi v roku 1979, obecenstvo nevedelo, ako reagovať. Prvé animované klipy sa považovali za niečo medzi krátkymi animovanými filmami a hudobnými videoklipmi. Tento skepticizmus voči animovaným videoklipom nezmizol, až kým sa neobjavili Take on Me, Money for Nothing a Sledgehammer v polovici osemdesiatych rokov. Janckel a Morton pripravili pôdu pre animovaný hudobný videoklip ako subžáner okolo roku 1980 s ďalšími animovanými videoklipmi pre umelcov ako Tom Tom Club, Donald Fagen a ďalší. Po predstavení počítačovo generovaného VJ (video jockey) Max Headroom pre britský Channel 4 posunuli toto médium ešte ďalej.

Existuje pravdepodobne niekoľko dôvodov, prečo animácia nehrala veľkú rolu v histórii hudobných videí pred druhou polovicou osemdesiatych rokov. Animované videá, ktoré vtedy vznikli, boli považované za umenie. Je to síce skutočný kompliment pre animáciu ako formu umenia, ale stále ťažko pochopiteľný, keď sa pozrieme na centrálnu pozíciu, ktorú má animácia v dnešných hudobných videách. Tento vývoj je paralelný s vývojom raných animovaných reklamných filmov, ktoré prekvitali hlavne v Nemecku a strednej Európe v dvadsiatych a tridsiatych rokoch. Podľa tradície Bauhaus movementu boli reklama a umenie úzko späté. Pionieri abstraktnej animácie a umelci ako Hans Richter, Walter Ruttmann, Lotte Reiniger a Oskar Fischinger používali pri vytváraní reklamných filmov tú istú estetiku, ako pri svojich experimentálnych umeleckých filmoch. Fischingerov Kreise (Kruhy, 1933) a Murattiho greift ein (Muratti zakročuje, 1934) boli oba rané farebné experimenty, kde autori použili novú

technológiu Gaspacolor. Sú považované za skoré exempláre farebného umenia animácie. V tom istom čase vytvárali reklamné filmy pre reklamné spoločnosti Tolirag a cigaretovú značku Muratti. Táto silná väzba medzi animáciou, hudbou a reklamou ako umením môže byť jeden z dôvodov, prečo nie sú rané animované videoklipy považované za skutočné videoklipy. Čo sa týka zábavného aspektu animovaných filmov, Disneyho Silly Symphonies a Fantasia umiestnili prepojenie animácie a hudby ako prirodzenej kombinácie do mysli publika cinematografie. Veľmi rané hudobné videoklipy boli inšpirované aj inými aspektami ako kombináciou animácie a hudby. The Beatles, The Stones, The Kinks a The Who chceli vytvárať krátke live action filmy, ktoré by sprevádzali ich hudbu. The Kinks a The Who sa inšpirovali slapstick komédiami zo svojich Dead End Street (1966) a Happy Jack (1967). Beatles našli inšpiráciu v experimentálnych filmoch a psychedélii v Strawberry Fields Forever (1967). Skupina nebola príliš nadšená animovaným seriálom Beatles a nikdy sa v podstate aktívne neúčastnili na produkcii Yellow Submarine. Keď sa mal ich hudobný vesmír transformovať do filmu, preferovali sureálnu live action kombinovanú s cinema varieté prístupom v A Hard Day's Night (Richard Lester 1964) a funny gags v Help! (Richard Lester, 1965). Jeden z praktických dôvodov, prečo sa animácia príliš neobjavovala v hudobných videoklipech okolo roku 1980, bola potreba vyrábať klipy rýchlejšie. Videá mali byť pripravené už vtedy, keď mala byť pieseň vypustená. Na výrobu pôsobivého animovaného videoklipu bolo potrebné množstvo práce a času, no najdôležitejšie bolo ukázať v klipe samotných umelcov. Okolo roku 1980 sa ukázal potenciál hudboného videa ako média, ktoré predstaví umelca širokému publiku. Títo noví umelci z New Wave a New Romantics sa totiž veľmi zaoberali aj svojim výzorom a vizuálnym imidžom. Dôležitými faktormi, ktoré budovali vizuálny imidž umelcov okolo roku 1980 boli aj Art of Posing a Art of Nightclubbing. Na tieto účely boli videoklipy perfektné. Ako povedal Nick Rhodes z Duran Duran: "Pre nás bolo video, ako stereo pre Pink Floyd" (Henke, 1984, s. 26). Aby umelec vedel predať svoj imidž, živé vystúpenie sa hodilo viac ako animácia. To však bolo pred A-ha a ich Take On Me.

Hudobný videoklip sa ocitol v polovici osemdesiatych rokov na vrchole popularity. Nahrávacie spoločnosti vrážali obrovské peniaze do tvorby hudobných videoklipov. Slávni filmoví režiséri boli zapojení do vytvárania prestížnych videí. John Landis a

Martin Scorsese vytvorili videá pre Michaela Jacksona. Derek Jarman natočil niekoľko videoklipov pre The Smiths. Steven Spielberg vytvoril video pre Cyndi Lauper. Nové počítačové technológie otvorili obrovský svet možností pre filmovú a video produkciu. Výborným príkladom je video so špeciálnymi efektami pre The Cars You Might Think (1984) od Jeffa Steina, ktoré vyhralo cenu video roka od MTV. Na animované videá sa dostalo s príchodom vyšších rozpočtov, väčšou prestížou a dlhším časom na produkciu.

Hlavnou funkciou hudobných videoklipov je predat' hudbu a imidž popových hviezd. Sú to reklamné videá, ktoré predávajú produkt – soundtrack reklamného filmu. V osemdesiatych rokoch to dobre zapadá do commodity akceptácie pochopenia postmodernej kultúry. Boli to priaznivé časy pre nový produkt, ktorý skvele zapadol do postmoderného života. Medzi mnohými skvelými animovanými videoklipmi natočenými v druhej polovici osemdesiatych rokov sa nachádza niekoľko vytvorených Portlandským animátorom Jimom Blashfieldom, v ktorých použil svoju typickú cut-out techniku. Najznámejším klipom je pravdepodobne And She Was (1985) pre Talking Heads. Taktiež vytvoril videoklipy pre Joni Mitchell, Paula Simona, Petra Gabriela a Kate Bush, Michaela Jacksona a Tears for Fears v druhej polovici osemdesiatych rokov. Zbigniew Rybczynski natočil niekoľko prevratných videoklipov za použitia svojej techniky matte single frame na konci osemdesiatych rokov. Aardman Animations sa síce preslávili videom pre Sledgehammer, no My Baby Just Cares for Me (1987) od Petera Lorda pre Ninu Simone je ďalším majstrovským dielom. Ralph Bakshi vytvoril animovaný videoklip Harlem Shuffle pre Rolling Stones. Experimentálny animátor Robert Breer vytvoril Blue Monday 1988 (1988) pre New Order. Všetky tieto videoklipy boli natočené silnými režisérmi, ktorí do nich vložili osobný štýl animácie. Pre všetky animované videoklipy je charakteristické, že sú výrazne definované vizuálnymi nápadmi a kariérou animovanej tvorby ich režisérov. Peter Gabriel je jedným z vizuálne najvýraznejších rockových umelcov. Je to človek, ktorý do svojich hudobných videoklipov vložil mnoho vlastného štýlu, zároveň je ale každé video iné. Peter Gabriel si zrejme vyberal režisérov pre svoje videá podľa ich vizuálneho portfólia a osobnej práce.

V osemdesiatych rokoch sa pozornosť upriamila na hudobné videá a pritiahla i pozornosť akadémie. Špeciálna pozornosť bola venovaná novému editovaniu a nenaratívnemu storytellingu, ktoré reprezentovalo v televíznom jazyku niečo originálne. John Fiske, odborník v oblasti médií, opísal hudobné videoklipy slovami "vizuálny orgazmus", nadšený revolučným televíznym jazykom, v ktorom boli vyrozprávané (Fiske, 1986, s. 75). Hudobné videoklipy perfektne zapasovali do postmoderných teórií toho času. Americká filmová odborníčka E. Ann Kaplan vydala v roku 1987 knihu *Rocking Around the Clock* o MTV, hudobných videoklipech a post-modernizme (Kaplan, 1987).

Marsha Kinder napísala svoj slávny článok *Hudobné video a divák* v roku 1984 (Kinder, 1984). Podľa autorky môžu byť hudobné videoklipy zo začiatku osemdesiatych rokov rozdelené do troch hlavných kategórií: "performatívne videá", "naratívne videá" a "snové vizuály". Prvé dve kategórie sú dominované buď umelcom, ktorý vo videu performuje pieseň, alebo sú to tradičné krátke filmy s príbehom založené na klasickom naratívnom štýle. Tretia kategória, ktorá bola okolo roku 1980 najbežnejšia, boli kolážovo-dominujúce nenaratívne videá, podobné tým od Russela Mulcahyho. Kinder vníma tieto videá ako paralelu k nekoherentnému naratívu a obrazom, ktoré vidíme vo svojich snoch. Táto posledná kategória zaujala Kinder najviac. Väčšina videí zo začiatku osemdesiatych rokov spadala ukážkovo do Kinderovej kategórií. Videá zvyčajne nezapadajú jasne do jednej kategórie, obyčajne nesú znaky všetkých troch. Ich zameranie je však výrazne naklonené jednej z troch hlavných kategórií. Na druhú stranu, mnoho typických hudobných videoklipov z polovice osemdesiatych rokov nezapadá ani do jednej z týchto kategórií. Videá, ktoré zožali obrovský úspech, ako napr. videá Kevina Godleyho a Lol Crème's Cry (1985) k ich vlastným piesňam a *The Old Man down the Road* pre Johna Fogertyho (1984) od Micka Haggertyho do tejto formy nezapadajú. Cry zobrazuje dlhú radu tvárí, ktoré sa vpíjajú do seba navzájom v jedinom dlhom zábere. Fogertyho video je tiež natočené na jeden záber. Sleduje kábel vedúci z reproduktora popri ceste, popod autá, cez les až k Fogertyho zosilňovaču na druhom konci kábla. Mnoho z najlepších videí z polovice osemdesiatych rokov je skomponovaných okolo podobných vizuálnych konceptov. Nie sú to ani performancie, ani naratívy, ani snové vizuály.

Väčšina animovaných videoklipov nezapadá s ľahkosťou do kategórií Marshy Kinder. Take on me od A-ha je vyrozprávané vcelku tradičnou naratívnou formou s úvodom, centrom a záverom. A-ha vo videu performuje a je nejasné, či je príbeh snom, alebo realitou. Pravdepodobne je to oboje. Pokiaľ sa rozprávame o Kinderovej kategóriách, má elementy všetkých troch. Najšokujúcejším elementom v A-ha videu je využitie rotopskopovej animácie.

2.8 Úpadok a znovuzrodenie videoklipu

Na konci osemdesiatych a začiatku deväťdesiatych rokov prestíž hudobného videa upadala.

Každá nová popová pieseň potrebovala na svoju propagáciu hudobné video, nadšenie pre toto

nové médium však vyšumelo. Rozpočty sa znižovali a režiséri s umeleckými ambíciami sa

realizovali v iných oblastiach. Konceptuálne videá zmizli takmer úplne. Najživšou hudobnou

scénou sa stal rap a hip hop a videá vytvárané pre týchto nových umelcov sa zakladali na

vystúpeniach a tanci. Na rockovej a popovej scéne sa zjavilo len niekoľko výnimočných a inventívnych videoklipov. Rozkvet videoklipov skončil aj na MTV. Saul Austerlitz

píše vo svojej knihe Money for Nothing: "Pokiaľ ste kedykoľvek v polovici deväťdesiatych rokov zapli MTV, stala sa šokujúca vec: veľmi pravdepodobne kanál

nepúšťal žiaden videoklip" (Austerlitz, 2007, s. 183). Koncom deväťdesiatych rokov však nastala zmena. Rápidny vývoj počítačových technológií umožnil vytvárať videá

lacnejšie a dostupnejšie. Počítač Apple sa stal základnou výbavou akéhokoľvek tvorivého mladého človeka. Hranice medzi hudobným a vizuálnym umením sa zlievali.

Electronica, súčasná hudba, jazz a rock sa stretávali v novej, vynaliezavej hudbe. Vo videách a na pódiiach sa na posielnenie hudobného zážitku pridávali vizuály a nová

generácia režisérov hudobných videoklipov vychádzala z filmových škôl a umeleckých vysokých škôl.

Hudobníci a režiséri videoklipov sa považovali viac za umelcov, než zabávačov. Ich kredibilita rástla a viac pozornosti bolo venovanej dizajnu. O novej scéne písali špecializované časopisy, ako napr. hudobný časopis *The Wire* a film-video časopis *RES*. Lev Manovich hovoril o estetike tejto novej generácie internetových filmmakerov: "Tejto generácii je jedno, či sa ich práca nazýva umením, alebo dizajnom" (Manovich, 2006, s. 209).

Túto zmenu podporili aj nové možnosti distribúcie videa. Jedným z hlavných bodov Austerlitzovej histórie nových hudobných videoklipov *Money for nothing* (2007) je, že dnes už ťažko nájdeme videoklipy na MTV. Najlepším spôsobom, ako ich sledovať, je na špecializovaných internetových stránkach. Nové technológie taktiež sprístupnili rôzne možnosti produkcie hudobných videoklipov. Dnes môžu mladí filmmakeri a hudobníci vytvárať vlastné videá a oslovovať široké publikum svojimi krátkymi hudobnými filmami. Dobrým príkladom je nórsky umelec Lasse Gjertsen, ktorého videá videli na MTV milióny ľudí. Medzi umelcami, ktorí za posledné roky vytvorili úchvatné hudobné videoklipy, sú napr. Björk, Beck, Röyksopp, Air, Daft Punk a Chemical Brothers. V novej generácii režisérov videoklipov sa nachádzajú napr. Michel Gondry, Spike Jonze, Chris Cunningham a Jonathan Dayton/Valerie Faris. Títo režiséri vzkriesili konceptuálne videá. Dobrým príkladom je pouličný balet točený na jeden záber od Michel Gondryho, ktorý sa natáčal zo strechy mrakodrapu v klipe *Mad World* (2004) od Michaela Andrewsa a Garyho Julesa. Ako tvrdí Saul Austerlitz: "Nikdy neuspokojený s jednoduchosťou tam, kde by sa hodila komplexita, Gondryho práca na hudobných videách zahrnuje zamotanú, nepravidelnú estetiku modernizmu, (...) a prekvapivý element totálnej náhodnosti" (Austerlitz, 2007).

2.9 Druhá zlatá éra

Zrodil sa nový záujem o hudobné videoklipy. Znova sa o nich píše knihy (Feineman & Reiss 2000), Williams (2003), Vernallis (2004), Fraser (2005), Hanson (2006), Austerlitz (2007). V časopisoch sa diskutuje o širokej palete odvetví, hudobných videoklipech a ich režiséroch. Hudobné videoklipy vyhrávajú ceny na filmových festivaloch, čoraz viac festivalov zahŕňa vo svojom programe samostatnú kategóriu

hudobných videoklipov. Režiséri videoklipov sa stávajú slávnymi a dostávajú ponuky na feature filmy, ako napríklad hlavní režiséri z osemdesiatych rokov Russel Mulcahy, Steve Barron a Julian Temple.

Na takto revitalizovanej hudobnej scéne na objavuje priestor pre animované hudobné videá. Zatiaľ čo animácia chýbala v ranom vývoji hudobných videoklipov, nachádza sa v centre novej vitalizácie tohto média. V prieniku hudby a vizuálov sú počítač a animovaný obraz centrálné. Na scénu nastupuje nová generácia režisérov a producentov animovaných hudobných videoklipov.

Jedno z mála štúdií, ktoré na začiatku deväťdesiatych rokov produkovali kvalitné animované hudobné videoklipy, bola Londýnska spoločnosť Bermuda Shorts. Jedno z ich najznámejších videí je Music for Babies pre Howie B (1986) od Run Wrakea. K Bermude sa pripojili ďalšie Londýnske firmy, ako napríklad Shynola, ktorá je známa svojou prácou s umelcami ako Radiohead a Beck. Spoločnosť H5 z Paríža vytvorila kreatívne grafické videá pre Röyksopp, Audiolullys a Massive Attack. Jonas Odell a Filmtecknarna zo Štokholmu zožali úspech animovanými videami pre Franz Ferdinand a U2. Jonathan Faris a Valerie Dayton sú známi pre svoje videá pre album Californication (2001) od Red Hot Chili Peppers. Jim Blashfield taktiež slávil návrat so svojím animovaným videom Pancreas (2006) pre Weird Al Yankovica. Michel Gondry tiež vytvoril mnoho animovaných videoklipov. Animácia zohráva dôležitú úlohu v mnohých jeho videách pre Bjork. Vo videu Fell in Love With a Girl (2002) pre White Stripes vypráva príbeh lásky pomocou animovaných Lego kociek. V ďalšom animovanom videu pre White Stripes, The Hardest Button to Button (2003), pohybuje setmi bicích v úžasnom stop-motion baletе. Video Walkie Talkie Man (2005) pre novozélandskú skupinu Stereogram je celé štrikované.

V Reinventing Music Video. Next Generation Directors, Their Inspiration and Work Matt Hanson predstavuje 15 nových režisérov, ktorí sa inšpirovali Jonzem a Gondrym a ich súčasníkmi a zároveň predstavujú novú krv v dnešnej umeleckej forme hudobného videoklipu (Hanson, 2006). V zozname nájdeme animátorov ako Bessy & Combe, Ben Dawkins, Hideaki Motoki, Jonas Odell a +Cruz. Väčšina ostatných režisérov v knihe

taktiež používa animáciu vo svojich sofistikovaných moderných hudobných videoklipech.

Matt Hanson vo svojom opise týchto nových režisérov a ich videí poukazuje špeciálne na ich animované obrazy. Pripadá mu, že typickým vizuálnym obrazom "kvalitného" moderného hudobného videoklipu je animácia: "Najlepšie videá si vedia upraviť obrovské množstvo animovaných štýlov od 3D, pohybovú grafiku, počítačové hry a Vjing do živého efektu."

Pokračuje v chvále konceptuálnych videí: "Tieto videá však vedia byť aj jednoduché, ostro vizuálne haiku – dávajúc do popredia esenciu vecí, nasledujúc úchvatne čisté formy" (Hanson, 2006, s. 7). Tak, ako v polovici osemdesiatych rokov, títo noví režiséri hudobných klipov si budujú svoje meno hviezd medzi znalcami. Vytvárajú videá pre širokú paletu rôznych umelcov a skupín. Čo však majú spoločné s umelcami, je ich vizuálne vedomie a nadšenie pre vytváranie hudobných videoklipov, ktoré sú výnimočné a naplňajú ich umelecké ambície. Ich videá však stále nesú jasnejšie známky režisérov, než samotných hudobníkov. Vypadá to, že umelci si volia režisérov pre ich vizuálny štýl a nie režiséri umelcov pre ich hudbu. Väčšina týchto videí je čoraz častejšie považovaná za umelecké diela podpísané režisérmi a nielen ďalší videoklip pre popového alebo rockového umelca.

Videá z druhej zlatej éry, takisto ako prvej zlatej éry, sú konceptuálne videá tvorené skvelými režisérmi. A tak, ako v polovici osemdesiatych rokov, mnoho z najlepších hudobných videoklipov dnešnej doby je animovaných.

3 Animované hudobné videoklipy v súčasnosti a ich vplyv na adolescentov

3. 1 Vplyv hudby na socializáciu spoločnosti

Spustenie novej hudobnej stanice MTV spôsobilo, že hudobné videoklipy sa stali bežnou súčasťou amerických domácností a neskôr sa rozšírili do domácností po celom svete, čo znamená, že sa stali dostupným médium pre všetky vekové vrstvy. Trendy v hudbe a hudobných videách radi sledujú adolescenti, čím sa “s neustálou potrebou vyjadriť svoju osobnosť a emocionálny svet bezpochyby hlavnou cieľovou skupinou hudobného priemyslu” (Dodig, 2014). “Hudba zohráva dôležitú rolu v socializácii detí a adolescentov. Počúvanie populárnej hudby je spoločnosťou považované za prirodzenú súčasť dospievania. Hudba ponúka zábavu a rozptýlenie od problémov a zároveň pomáha uvoľniť napätie a nudu” (“Impact of Music, Music Lyrics, and Music Videos on Children and Youth,” 2009).

Aj keď hudbe chýba vizuálny element filmu, hlboko sa spája so životom tínedžerov a ovplyvňuje ich identitu viac, než akékoľvek iné médium. Hudba je jedným z najpopulárnejších médií pre adolescentov, ktorí strávia jej počúvaním a pozeraním videoklipov niekoľko hodín denne. Prof. Dr. Nesrin Kalyoncu sa vo svojom výskume zaoberá adolescentmi a vplyvom hudobných programov na ich konzumné správanie. Všimla si, ako prezentačné techniky použité v hudobných videoklipech potenciálne podporujú konzumné správanie adolescentov. Reklama sa stala neoddeliteľnou časťou súčasných hudobných programov a hranica medzi zábavou a reklamou v hudobných videách je v skutočnosti veľmi tenká. Hudobné kanály robia promo najmä hudobnej (a inej) produkcii pre komerčné účely a taktiež kontrolujú hudobný trh. Navyše, sponzorské produkty sú zahrnuté v narácii videoklipov. Ten istý výskum poukazuje na vzťah medzi obrazmi konzumu vo videoklipech populárnej hudby a hudobnými žánrami (Kalyoncu, 2011).

Videoklipy tanečnej hudby v USA obsahujú viac záberov módy, ako napr. odevy, šperky, prádlo, účesy a make-up, zatiaľ čo “temnejšie produkty” sa častejšie objavujú v rapových videoklipech. Výskum ukazuje nasledujúce zábery konzumu podľa žánrov: módne produkty v tanečnej hudbe, jedlo v klasickom rocku, temnejšie produkty v rape a tetovania a hudobné nástroje v heavy metale (ibid.). Zakúpením produktov, ktoré používajú populárni speváci ich tak adolescenti imitujú.

3.2 Product placement

Adolescenti (10-18) a mladí dospelí ľudia (19-24) majú oproti starším ľuďom vyššiu tendenciu konzumovať produkty zobrazené vo videoklipech, dajú si napríklad vyhotoviť podobný účes, nakupujú podobné oblečenie a výrobky obsahujúce portréty spevákov, hudobníkov, atď. Hudobné videoklipy tak najviac ovplyvňujú konzumné správanie adolescentov, ktorí chcú vytvoriť a prezentovať svoj vzhľad a imidž. Výskyt rôznych produktov v klipe za účelom ich spropagovania nesie v angličtine názov *product placement*.

Detailnejšia definícia znie nasledovne: “Pojmom Product Placement sa označuje kreatívne umiestnenie produktu do filmovej alebo televíznej produkcie, pričom umiestnenie sa uskutočňuje prostredníctvom peňažnej platby alebo iného spôsobu finančnej služby” (Štetka, 2012). V dnešnej dobe nie je problematické nájsť product placement vo videoklipech populárnej, ale i alternatívnej hudby. Nie je však zvykom spozorovať ich mnoho v animovaných videoklipech, kde by nie vždy zapasovali do animovaného prostredia klipu tak dobre, ako do videoklipu hraného. Nájdu sa však i výnimky. Tou môže byť napríklad videoklip k piesni Adventure of a lifetime od britskej skupiny Coldplay. V tomto videu sú členovia skupiny zobrazovaní ako štyri opice v pralese, ktoré nájdu pod kopou lístia Bluetooth reproduktor značky Beats Pill a objavia silu hudby. Režisérom tohto hudobného videa bol dlhoročný spolupracovník skupiny, Mat Whitecross a jeho koncept vznikol po tom, ako sa frontman Chris Martin a britský animátor a herec Andy Serkins stretli v lietadle a diskutovali o budúcej podobe videoklipu. Jeho tvorba trvala šesť mesiacov (“Adventure of a Lifetime,” 2011-). Sú názory, ktoré tvrdia, že product placement v tomto klipe je príliš okatý a vo výsledku

pôsobí neprirodzene, svoj účel – propagáciu daného výrobku – však splnil i vďaka negatívnym ohlasom.

3.3 Negatívne efekty videoklipu na vývoj mladých ľudí

Niektorí dospelí ľudia sú, okrem konzumného správania, zaskočení i grafickým zobrazením sexu, morbidného násillia, či rasizmu v textoch a videoklipech populárnej hudby. “Podľa reportáže z Archívu Pediatrie a Adolescentnej Medicíny, jedna z troch populárnych piesní obsahuje explicitné referencie o užívaní drog alebo alkoholu,” tvrdí vo svojom článku Tara Parker-Pope (2008).

Výskumníci z University of Pittsburgh School of Medicine študovali 279 najpopulárnejších piesní roku 2005, podľa rebríčkov magazínu Billboard, ktorý sleduje populárnu hudbu. Len deväť percent popových piesní obsahovalo v textoch zmienku o drogách, či alkohole. Toto číslo stúplo na 14 percent pri rockových piesňach, 20 pri RnB a hiphopových piesňach, 36 percent v country piesňach a 77 percent pri rapových piesňach. Priemerný adolescent je vystavený približne 84 referenciám o explicitnom užívaní návykových látok denne a 591 referenciám týždenne, čo tvorí 30 732 referencií za rok.

Priemerný adolescent, ktorý počúva len popovú hudbu, by bol vystavený piatim referenciám za deň, zatiaľ čo adolescent, ktorý počúva len rap, by ich denne počul 251 (ibid.). Explicitným vizuálnym obrazom sa nedá vyhnúť ani vo videoklipech, i keď väčšina hudobných staníc ukazuje aspoň určitý level cenzúry. Toľkokrát spomínaná hudobná stanica MTV je cenzúrou známa a často kritizovaná za to, že kladie príliš veľký dôraz na politickú korektnosť a je príliš senzitivna voči obsahu hudobných videoklipov a textov ich piesní.

Mnohé klipy sa môžu vysielat' až v nočných hodinách a nemálo ich bolo zakázaných úplne, napríklad videoklip k piesni Be Chrool to Your Scuel od twister sisters, ktorý bol zakázaný kvôli sugestívnym scénam zombií v škole (“Censorship on MTV,” 2001-).

Vďaka svojej umeleckej povahe sa v animovaných videoklipech neočakáva mnoho násilia, sexuálnych scén, či iných prvkov, ktoré by ich mohli zaradiť do kategórie nevhodných pre deti a mládež. Tak, ako pri product placemente, i v tejto kategórii hudobných videoklipov sa však nájdu také, v ktorých explicitný obsah figuruje, ako napríklad Paranoid Android od Radiohead, Rick and Morty x Run The Jewels: Oh Mama od Adult Swim, alebo Post Requisite od Flying Lotus.

Negatívne efekty populárnej hudby, ktorých sa rodičia väčšinou obávajú, ako napr. násilie, rebélia, užívanie drog, či sexuálne správanie, nie sú však zďaleka jediným spôsobom, ako populárna hudba, texty piesní a ich videoklipy pôsobia na mladých ľudí. Adolescenti využívajú hudbu najmä ako nástroj k ovplyvňovaniu nálady a emocionálnych stavov. Hudba im pomáha utiecť zlým pocitom, nastoľuje dobrú náladu. Je to aj médium, skrz ktoré môžu nájsť potrebnú spolupatričnosť – texty a videoklipy piesní odkazujú na príbehy a pocity umelcov či hlavných postáv v ich piesňach a klipoch, ktoré prežívajú aj adolescenti.

Úžasným príkladom piesne a videoklipu, ktoré pomáha nastoliť dobrú náladu, je Light It Up z roku 2015 od Americkej skupiny Major Lazer, ktorá sa sústreďuje na tvorbu elektronickej hudby. K tejto piesni vznikli dva videoklipy a jedna z verzií je animovaná. Bola vytvorená štúdiom, ktoré sa venuje špeciálnym efektom, menom Method Studios. Vo videoklipe sa strieda niekoľko obrazov ľudí vytvorených technikou CGI, ktorí v jednotlivých záberoch tancujú – prichádzajú však v rôznych farebných kombináciách a textúrach, ako napríklad človek vyrobený len zo srste, z bublín, z trsov, či postava, ktorej telo mení farby (“Light It Up,” 2015).

Pre väčšinu ľudí je adolescencia obdobím normálneho a graduálneho vývoja. Na druhú stranu, hudba môže pôsobiť nebezpečne na vybrané skupiny mládeže, najmä na tie, kde sa už objavilo problémové správanie. Niektorí dokonca veria, že výber nevhodnej hudby v tomto období vedie k samovražedným sklonom, násiliu voči ženám, či iným násilným činom (Dodig, 2014). Existuje mnoho piesní a videoklipov zobrazujúcich samovražedné správanie – či už explicitne, alebo implicitne, ako napríklad pieseň A Tout Le Monde od Megadeth – napriek tomu, že spevák kapely tvrdil, že pieseň nie je o

samovražde, jej videoklip bol kvôli textu, ktorý mohol skrývať viac významov, odstránený z rotácie MTV (“Censorship on MTV,” 2001-).

Na začiatku dvetisícich rokov zožala veľký úspech nu-metalová americká skupina Linkin Park, ktorej publikum sa z veľkej časti skladalo z fanúšikov v období adolescencie. Texty a videá skupiny často odkazovali a hovorili o pocitoch a problémoch počas dospievania, čím sa stali útechou pre tínedžerov, bojujúcich s podobnými pocitmi zmätku, nejasnosti vo vlastnej identite, či nepochopením okolia. V roku 2002 vydala svoj singel a s ním aj animovaný videoklip s názvom Breaking the Habit, ktorý vo svojom deji naznačuje suicídne správanie – na začiatku klipu vidíme mŕtveho muža ležiaceho na streche auta. Video neskôr zobrazuje mladé dievča, ktoré rozbíja zrkadlo a píše nápis “Som nič”; na kúsok papiera. Potom vezme úlomok zrkadla, uchopí ho v pästi a krv rozmaže po kúsku papiera (“Breaking the Habit,” 2001-). Video je kompletne animované v štýle japonského anime. Bolo vytvorené štúdiom Studio Gonzo a režíroval ho Joe Hahn (“Breaking the Habit,” 2001-). Na animácii spolupracoval aj Kazuto Nakazawa, ktorý sa podieľal napríklad na animovaných segmentoch filmu Kill Bill: Volume 1. Napriek svojim pochmúrnym a pesimistickým vizuálom sa video stretlo s obrovským obdivom a vyhralo MTV VMA Viewers Choice Award (cenu diváka) v roku 2004 (“Breaking the Habit,” 2001-).

4 Animovaný videoklip na Slovensku

4.1 Prebúdajúca sa tvorba deväťdesiatych rokov

V prvej polovici 90. rokov sa na Slovensku toho až tak veľa neudialo. Keď sa rozpadlo štátne filmové štúdio Koliba a zaniklo tak Štúdio animovaného filmu, tvorcovia prestali navzájom spolupracovať. Niektorí začali učiť na filmovej škole alebo začali režírovať krátke filmy na vlastnú päsť.

Prelomovým sa stáva až rok 1995, kedy vzniká prvý slovenský počítačovo animovaný videoklip *Balada o štyroch koňoch* pre Petra Lipu. Klasickú animáciu v podobe krútiacich sa trúbiek a poletujúcich klavírnych klávec robila Andrea Leporisová, tú počítačovú robil animátor Marián Ferko.

V roku 1997 sa objavujú ďalšie dve animované či poloanimované diela: pre skladbu *Vetroň* od skupiny Hex vyrobili počítačovo animovaný klip Milan Prekop, Igor Drevenec a Juraj Krumpolec. Štylizáciou je dielo podobné maľbám a ilustráciám maliara Dera Liptáka, farebnosťou pripomína expresionistické maľby. V roku 2000 vytvárajú Igor Drevenec, Juraj Krumpolec a Martin Gallovský klip *Železný muž* pre skupinu Malevill. Postavy s prostredím sú rozanimované iba ako celky, teda nehýbu sa ich časti. Tieňe nie sú tónované a autori používajú hrubú linku, ktorá je typická pre komixy.

4.2 Videoklip nového milénia

Po prelome tisícročí sa počet vytváraných klipov výrazne zvyšuje. Je to čiastočne spôsobené lepšou prístupnosťou softvéru, snímacej a animačnej techniky, rozmachom internetu. Vytvára sa väčšie množstvo diel vyrobených za relatívne krátky čas bez vysokých nárokov na výtvarnú alebo animačnú zložku. Medzi ne patria napríklad klip speváčky Mishe - *Náladu mi dvíhaš* z roku 2002, *To nie je možné* kapely Desmod (Michal Kožuch, 2003), klip *Škaredé Káčatko* od kapely Kvety Nikotínu z roku 2007, či dve diela Martina Ferka pre kapelu Editor *Iné to už nebude* (2009) a *Klokán* (2009).

Tieto klipy sú pripravované s nadsázkou, obsahujú určitú dávku humoru a svojou naivnou štylizáciou pripomínajú klipy punkových a metalových kapiel.

Keď sa Ondrej Rudavský vrátil na Slovensko, vytvoril sériu klipov pre domáce kapely - Žena z lesoparku *About The Thing* (2002), Jana Kirschner *Na čiernom koni* (2004) a Richard Müller *Sníh* (2005).

Väčšia prístupnosť a nekončiaci vývin techniky a softvéru však v podstatne väčšom množstve prípadov prispieva ku skvalitneniu klipov a umožňuje profesionálnejším tvorcom produkovať nápadité diela v oveľa väčšom množstve. Dôkazom je najmä trojica počítačovo animovaných klipov: Martin Hudák so svojou jednoduchou „kriedovou kresbou na tabuľu“ v klipe Richarda Müllera *Čiara* (2010), Adam Šišulák a dekonštrukcia cesty kabrioletom kapely MySoul.com *Zé Dos Frangos* (2011) a Štúdio 727 s demonštráciou svojich technických kvalít v plnohodnotnej 3D animácii pre Wanastowi Vjegy *Lady Karneval ft. Karel Gott* (2008). Objavuje sa i technicky náročná totálna animácia vo videoklipes Hudby z Marsu *Goro biely pes* (2011). Jej autorom je bubeník kapely a grafický dizajnér Róbert Szegény. Tvorba klipu mu zabrala vyše roka.

4.3 Tvorba absolventov filmových a umeleckých škôl

Čerstvo vyštudovaný študent Animovanej a multimedialnej tvorby na FAMU (1999) Patrik Pašš ml. začína ku klipovej tvorbe prispievať v roku 2000. Paššova tvorba, na rozdiel od Rudavského, už nie je výtvarne až taká konzistentná. Takmer v každom z klipov volí skôr individuálny prístup a prevedenie. Niektoré z nich však majú spoločné výrazné využitie kľúčovania a efekty niekoľkonásobného zrkadlenia obrazu. Táto technika je najvýraznejšia v klipoch skupiny Para *Ticho* (2000) a Richarda Müllera *Dve Líšky* (2003). V *Dvoch líškach* sa na kreslenej čierno-bielej scéne objavujú živí herci s maskami, v kombinácii so snovou jednofarebnou animovanou kulisou a Müllerovou hlavou, umiestnenou do rozpohybovaného mesiaca. Techniku kľúčovania Pašš využíva napríklad v klipoch Jany Kirschner *So životom v ohrození* (2002), no podstatne lepšie je zvládnutá pri skladbe No Name *Stromy* (2006). V tomto diele sa ako priamy odkaz na film *King Kong* (Merian C. Cooper, Ernest B. Schoedsack, 1933), pri

expedícii kapely do animovaného pralesa, objavuje herec v kostýme ľudoopa. Jednou z Paššových najvýraznejších kvalít je nesmierny cit pre plôškové počítačovo rozanimované viacplánové pozadia. Objavujú sa v už spomínaných *Stromoch* a v roku 2008 ešte v dokonalejšej forme v klipe No Name *O šťastí*. Úplne iný prístup aj techniku zvolil v bizarne ladenom, sépiovo sfarbenom hororovom klipe Pary *Otec* (2001), evokujúcom zrnitý nemý film. Kombinuje sa v ňom rotoscoping a opäť plôšková animácia, tentoraz je však aplikovaná predovšetkým na postavy.

Najvýraznejšími tvorcami súčasnej videoklipovej animácie sú absolventky magisterských štúdií Ateliéru animovanej tvorby FTF VŠMU Michaela Čopíková a Grafiky a nových médií VŠVU Veronika Obertová. Pôsobia spolu pod hlavičkou ich vlastného štúdia Ové Pictures, no už pred ich spoluprácou pracovala každá z nich na vlastných klipoch. Po Obertovej melancholicky ladenom *Where I Lie* (2008) pre Sarah Russel, kde hrá dôležitú úlohu predovšetkým farebný kontrast všadeprítomnej čiernej s farebnosťou a symbolikou lásky, nasleduje klip pre Zdenku Prednú *Na povrázku* (2010). Dielo je kombináciou počítačovej, kreslenej a claymation animácie. Kaleidoskop plný farieb a pohybu obsahuje množstvo opakujúcich sa motívov s farebne odlišenými či geometrickými prvkami a krajinou sfarbenou všetkými farbami dúhy. Čopíkovej prvý videoklip pre White Hinterland *Amsterdam* (2009) svojím obsahom rovnako inklinuje k téme lásky a vzťahu. Uhorky rašiace zo zalievaného krištáľu v podobe pleťovej masky možno naznačujú túžbu zapáčiť sa, čo sa nakoniec aj naplní. V roku 2008, už vo vzájomnej spolupráci, vytvárajú pre Lavagance klip *Butterfly* (2008). Najviac sa približuje k Obertovej dielu *Where I Lie*. Ironický a znepokojivý pohľad na osamelosť a povahu lásky je zvýraznený absenciou farby – okrem krídel hlavnej postavy je celý čiernobiely. Ľudia v bare tu nosia masky zvierat a pretváрка z nich doslova opadáva až pri odchode domov, aby sa „vybúrila“ na naivnom mužovi s anjelskými farebnými krídlami. Tie razom blednú a svoju farebnosť nadobúdajú až po tom, ako sa postava opäť ocitá v izolácii. Sebaláska, či konfrontácia ideálov s realitou? Klip zostáva interpretačne otvorený. Podstatne pozitívnejšie ladená papieriková animácia pre Haroula Rose *Free To Be Me* (2011) zasa hlása návrat k prírode, k spievajúcim ihličnatým lesom. Doposiaľ posledným a technicky najnáročnejším klipom Ové Pictures zostáva *O láske nepoznanej* (2012) pre Janu

Kirschner. Bábkovo-látková animácia je príbehom bizarného riešenia odťatej nohy páru zamilovaných moreplavcov. Pozoruhodné je, že klip je tvorený kompletne z látky, vrátane pozadí a všetkých objektov a postáv v ňom. Pre Veroniku Obertovú a Michaelu Čopíkovú je zjavne dôležitý motív lásky a tematika vzťahov, až na jednu výnimku (*Free To Be Me*) sa jej neprestávajú venovať. Sledovať u nich môžeme animáciu klasickú, plôškovú, claymation či bábkovú. Veľký dôraz kladú na dramaturgiu farieb. Klipy plné symbolov (holubice, ruže, srdcia atď.) a drobných farebných čiastočiek sú v neustálom pohybe, zjavné je i pohrávanie sa s láskou na hranici gýča a následné narúšanie tejto predstavy formou šokujúcich či znepokojivých výjavov.

Evu Delinčákovú, študentku animácie na Univerzite Tomáša Baťu v Zlíne, možno považovať za výraznú konkurenciu a výzvu pre bratislavský Ateliér animácie. Zatiaľ čo sa väčšina animovaných klipov študentov VŠMU vyznačuje najmä hravosťou a dobrým nápadom, Delinčáková je spolu s Ové Pictures jediný súčasný tvorca, ktorý dokázal využiť potenciál žánru skutočne naplno. Klip pre Longital *Von Von* (2011) v jej réžii je výtvarným prevedením skutočne adekvátnym partnerom hudbe, ktorú ilustruje (a naopak). Delinčáková zároveň ako jedna z mála výrazne narúša inak podriaďujúcu tendenciu vizuálnej zložky vo videoklipech a jej dielo tak môže fungovať i samo o sebe. Technicky náročná je aj zvolená technika. Delinčáková animuje pozadia s rozpíjajúcimi sa vodovými farbami. Na abstraktnom podklade rozanimováva postavy a okolie zložené z mokrých farbených plastových priesvitných sáčkov. Vytvára tak v žánri jedno z výtvarne a technicky najpozoruhodnejších abstraktne ladených diel.

Podobne je tomu aj v prípade Juraja Kubinca, študenta ateliéru animovanej tvorby FTF VŠMU, a jeho klipu pre Smolu a hrušky *Tangá* (2006). Jednoduchá animácia zaujme najmä prekvapivou situáciou a pointou. Sexi ovečka v bare plnom nadržaných vlkov vypreparuje vraha svojej babičky a prekvapivo tak odhaľuje, že sa vlastne jednalo o Červenú Čiapočku v obleku.

Andrej Kolenčík, známy najmä svojím magisterským filmom *Čmuchaľ & Sviňa zasahujú* (2009), tvorí v roku 2008 pre české zoskupenie Dva videoklip *Nanuk* postavený na princípe koláže. O tri roky neskôr zasa pre Divné Semená *Moog in Mood*

(2011). Znepokojivá, psychedelicky ladená snímka pripomína práve jeho absolventský film. Klipom pre Foolka *Bells* (2010), prechádzkou mestom z pohľadu prvej osoby, ďalej k žánru prispieva aj Alica Gurinová, rovnako študentka animovanej tvorby.

Spomedzi študentov FTF VŠMU sa na poli videoklipu výrazne presadzuje Jaroslav Val'ko, jeho tvorba sa ale nevzťahuje iba na animáciu. Ako študent ateliéru kameramanskej tvorby a fotografie nakrútil niekoľko hraných klipov, čo však neznamená, že kvalita tých animovaných by zaostávala. Videoklip pre Komajotu *Anjel* (2008), na ktorom sa podieľal režijne aj animačne, kreslený jednoduchou linkou, je zasadený do počítačovo animovaného Prešova. Klip sa pohráva najmä s nápadom využitia plochých 2D postáv a predmetov v 3D priestore, v ktorom sa kamera môže voľne pohybovať a odhaľovať tak „nedokonalú“ plochosť. Jeho druhé, rovnako nápadité dielo pre Komajotu *Sedem nocí* (2009), je v rámci našej klipovej tvorby doposiaľ najdokonalejším prípadom využitia techniky pixilácie. Členovia kapely v ňom prechádzajú od ranných rituálov, cez koncertovanie, až po rally na sánkach chodbami školy. Z tuby na zubnú pastu tečú gumené medvedíky, z vodovodného kohútika zasa hračkárske autíčka. Klip plný sviežich nápadov je poňatý „hudobne“ aj v trochu inom smere. V častiach s desiatkami klavírov sa hudobníci predierajú pomedzi ne, skáču z jedného na druhý, hojdajú sa na nich, akoby boli zavesení na ich okraji, atď.

4.4 Slovenský videoklip v budúcnosti

Vychádzajúc zo štatistik, slovenský animovaný videoklip je v posledných rokoch na zatial' nekončiacom vzostupe. Od roku 1988 po súčasnosť vzniklo na našom území alebo v réžii slovenských tvorcov takmer 70 takýchto diel. Možno teda konštatovať, že žánrer je živý a zdravý. Čo sa týka kvality tvorby, okrem veľkého počtu prípadov, v ktorých sa tvorbe klipov venujú tvorcovia len okrajovo a prispeli iba raz-dva krát, je tu napríklad Ové Pictures, ktoré v súčasnosti každým svojím dielom posúva slovenský videoklip kvalitatívne vpred. Zároveň však platí, že vďaka veľkému množstvu autorov ochotných tvoriť klipy je zabezpečená dostatočná diverzita a z času na čas sa tak objaví hodnotné dielo i tam, kde by to človek možno nečakal (Delinčáková, Val'ko, Szegény). Animovaný videoklip u nás predstavuje pôdu, na ktorej sa dá tvoriť odvážnejšie a

experimentálne. Krátky priestor niekoľkých minút je do veľkej miery „slobodný“ a otvorený každému dobrému nápadu. Zákazková povaha formy umožňuje plynulé financovanie, a pokiaľ tvorca inklinuje práve k videoklipom, tento žáner je veľmi vhodným priestorom pre realizáciu výtvarne, technicky i finančne náročnejších projektov. Ostáva teda dúfať (či skôr predpokladať), že v blízkej budúcnosti sa dočkáme veľkého množstva hodnotných počinov, vo veľkej miere prispievajúcich k napredovaniu slovenskej animácie. Možno sa vďaka nim pretlačia do povedomia komunity aj ich šikovní tvorcovia, ktorí si často zaslúžia väčšiu pozornosť.

5. Profily režisérov Mariána Vredíka a Erika Sikoru

5.1 Marián Vredík

Marián Vredík je absolvent Vysokej školy výtvarných umení v Bratislave. Pohybuje sa na poli experimentálneho filmu, animácie, maľby a kresby (“X#6 Pohyblivé čiary/Moving Lines: Marián Vredík,” 2016). V roku 2012 absolvoval stáž na Academy of Sztuk Pięknych vo Wroclawe v Poľsku a v roku 2013 zase stáž na Katedre animácie FAMU v Prahe (“Marián Vredík / Slovakia,” 2017).

Využívaním kombinovaných výtvarných (často autorských) techník v spojení s jeho vlastnou hudobnou produkciou vytvára videá s osobitou estetikou a pohľadom na svet. Intermediálne presahy mu umožňujú svoje diela poňať svoje diela komplexne, čím podporuje ich pôsobivosť a autorskú výpoveď (“X#6 Pohyblivé čiary/Moving Lines: Marián Vredík,” 2016).

Okrem videí je známy i svojou tvorbou v oblasti kresby: V starších perokresbách vychádza z reálneho prostredia, zo všedného diania, ktoré ho obklopuje. Zobrazuje interiéry barov, bytov, ateliérov, v ktorých zostáva omnoho viac neznámych ako poznaných skutočností. Postupne sa jeho pozornosť zameriava na proces a deformácie, ktorými prechádza vizuálny odraz reality. Neskôr čoraz viac pracuje s digitálnou kresbou, poprepletanou surreálnymi predstavami, snami a literárnymi predlohami (“Marián Vredík - Fragments,” 2018).

Medzi jeho krátke filmy patria napríklad IN THE ROOM, Kreslím kolo, či Stvorenie (“Filmové osobnosti › Marián Vredík,” n.d.). Vytvára krátke spoty a videoklipy pre slovenskú alternatívnu kapelu Čisté tvary, ktoré v roku 2016 priamo na koncerte mixoval a moduloval. Ako VJ doprevádza počas koncertov aj skupinu Clube de esquiar (“Marián Vredík - Fragments,” 2018). Medzi najznámejšie animované videoklipy, ktoré vytvoril, patria Krv Ako Hustá Tečie Voda (2017) pre Čisté Tvary, Bunker (2017) pre Molynet, či Dýchať Síru (2015) pre spomenuté Čisté Tvary.

Jeho záujem o animovaný film pramení z detstva. Keď mal štyri roky, vytvoril jeho otec - amatérsky filmár - na Vianoce v rodinnej atmosfére krátky stopmotion film „Anjelik striebrovlasok“. Hrali v ňom hračky a ozdoby zo stromčeka. V jednej scéne bola strelba znázornená prskavkou. Tento krátky filmík determinoval jeho neskorší záujem o animovanú tvorbu.

K videoklipom si urobil vzťah o niečo neskôr. Veľký podiel má na tom MTV, ktorú s bratom v detstve sledoval. Počas strednej školy začal intenzívnejšie počúvať hudbu, najmä rôzne alternatívne odnože rocku, ktoré mali zaujímavé videoklipy.

Keď v roku 2014 dokončil štúdium na VŠVU v Bratislave, výroba videoklipov bol pre neho celkom plynulý prechod zo školy do „reálneho“ života.

5.1.1 Od nápadu po realizáciu

To, ku ktorej pesničke urobí videoklip, si vyberá dosť intuitívne. Musí ho v prvom rade niečím osloviť. Inklinuje skôr ku skladbám, ktoré majú zaujímavú dramaturgickú linku, na ktorú sa dá nadviazať aj v obraze.

Častokrát sa v jeho tvorbe stáva, že obraz predchádza myšlienke. To znamená, že na začiatku má len vizuálny nápad, ktorý niekedy ani nevie úplne opísať slovami. Tak, ako keď sa dieťa na začiatku najskôr stretáva len s obrazmi, je nimi fascinované ale ich význam začína chápať oveľa neskôr.

Zobierané vizuálne nápady potom prezentuje frontmanom kapiel, ktorí píšu texty a stoja za koncepciou albumov, aby si s nimi prekonzultoval pozadie piesní, kontext vzniku, a pod. Pri niektorých klipoch pracuje s dosť detailným storyboardom (napr. Dýchať síru, Oblohy iných časov, Flush it out), pri iných naopak improvizuje a má len veľmi hrubú predstavu o výsledku (Krv ako hustá tečie voda, In the sky). Hudobníkom vždy posiela rozpracované nápady, náhľady, a zaujíma sa o ich názor.

Vo svojej tvorbe využíva najrôznejšie techniky animácie - od koláže fotiek, cez digitálnu animáciu, pixiláciu až po bábkovú stop motion animáciu.

Dost' veľký priestor necháva iracionalite, vždy ale premýšľa nad tým, akým symbolom či metaforou tlmočiť konkrétny pocit alebo odkaz. Častokrát pracuje s pomerne bizarnými charaktermi, ako lietajúci budík s krídlami, chodiace valašky symbolizujúce hrozbu fašistov, ktorí sa dostali do slovenského parlamentu. V klipoch využíva symbol kostry alebo lepky, pretože naša civilizácia príliš vytesňuje smrť. Vníma ich ako silno ambivalentné symboly, smrť ako metafora konca, zároveň začiatku, niečo čo je determinujúce a limitujúce, pritom má v sebe neskutočnú hĺbku a slobodu.

Z jeho klipov je možné dobre odčítať intertextualitu a odkazy na iné diela, ako Meyrinkov citát, fajčiari Egon Bondy, excentrický kostým Davida Bowieho, spomenuté pochodujúce valašky pripomínajú známu sekvenciu z Pink floyd: The Wall a pod.

Vo svojej tvorbe sa snaží posolstvo vyjadriť cez metaforu, pretože pocit je pre neho dôležitejší ako príbeh. Ako sám hovorí, v istom období mal až averziu voči lineárnym príbehom v animácií, pretože to obmedzuje autentický výraz v tvorbe a brzdi improvizáciu. Ďalší rozmer je skôr filozofický. Časová lineárnosť, ktorá sa používa aj v príbehu, vychádza z predpokladu, že život má nejaký jasný cieľ, smeruje k nejakému pokroku. Preto mu je oveľa bližší cyklický princíp alebo poetický nepríbehový charakter.

5.1.2 Inšpirácia a budúca tvorba

Veľkou inšpiráciou v čase, kedy sa klipom ešte naplno nevenoval, bol hlavne Michael Gondry. Jeho estetika a hravosť ho silno zasiahli. Zo slovenských autorov ho inšpiroval Patrik Pašš ml., konkrétne jeho klipy Dve líšky od Richarda Müllera a Otec od skupiny Para. Neskôr ho inšpiroval celovečerný animák Yellow submarine s hudbou The Beatles. Toto nadčasové dielo vzniklo pred 50 rokmi (v roku 1968) a zaujme aj detského diváka. Dospelí v ňom ale nájdú plno kultúrnych odkazov, pretože je to mix popartu, surrealizmu a psychedélie. Celkovo ho inšpiruje kultúra 60 a 90 rokov. V týchto desaťročiach sa v kultúre veľa pohlo a boli to veľmi plodné a progresívne obdobia. Zaujíma ho aj odkaz Československej kultúry, ku ktorej sa hlási viac, než k tej čisto slovenskej. Tento rok Mariána najviac zaujal ukrajinský autor Stas Santimov a jeho klip pre hudbu Eluvium.

Marián Vredík má v najbližšej budúcnosti v pláne robiť ďalší animovaný videoklip. Jedná sa o slovenskú skupinu Clube de esquiar, pre ktorú robí na koncertoch VJing, čo je mixovanie videa predpripravených smyčiek videa s aktuálnym živým signálom z kamier. Hrajú vlastnú autorskú hudbu inšpirovanú brazílskou psychedéliou konca 60 rokov, texty majú v portugalčine a pochádzajú od básnika Fernanda Pessou.

5.2 Erik Síkora

Erik Síkora funguje ako výtvarník a hudobník s občasnými výletmi do sveta animácie. Okrem písania piesní pre deti natáča nízkonákladové animované videoklipy pre slovenské kapely Chiki Liki Tu-A a Karpatské Chrbáty. Študoval Akadémiu výtvarných umení v Prahe v intermediálnych ateliéroch, a momentálne PHD na Fakulte umení v Košiciach, zároveň je učiteľom na strednej filmovej škole. Funguje hlavne ako vizuálny umelec (video, performance), vystavuje v Československu a okolí, v roku 2013 bol nominovaný na Cenu Oskára Čepana a v roku 2015 vyhral cenu Zlínskeho salónu mladých (“Bio,” 2018).

Pýta sa sám seba aj nás otázku, ktorá sa môže na prvá pohľad zdať banálna, i keď zároveň fundamentálna: Na čo slúži umenie? Inde sa zase pýta: Je možné dôstojne sa uživiť tvorbou alebo užívaním umenia? Systematicky hľadá na tieto otázky odpovede (“Introspective,” 2013).

Hudobne pôsobil v nást'undergroundovej skupine Ručne Hlučne, a potom v Prahe v československej improvizátorskej dvojici ne-I, spolu s Janom 2046. Momentálne prepája svoje vizuálne umenie s performance, youtuberstvom, a koncerty kombinuje s výstavami či pechakuchovskými prednáškami (“Bio,” 2018).

Medzi jeho najznámejšie animované videoklipy patria napríklad Kuca Paca (2016) pre Chiki Liki Tu-a, Americká Pesnička (2006) pre Chiki liki tu-a, či Zajace (2007) pre Karpatské chrbáty.

5.2.1 Americká pesnička

Keď pracoval na svojom prvom videoklipe skladby Americká pesnička, bol v prvom ročníku na Akadémii výtvarných umení v Prahe. Na koncerty Chiki Liki Tu-A chodil tak často, ako na nejaký krúžok, a všetko, čo od nich načerpal, sa im rozhodol aj vrátiť tým, že pre nich vyrobil videoklip.

Americká pesnička je o tom, ako sa slovenská skupina snaží urobiť jednu pesničku po americky. Pracoval s motívom "tradičného slovenského hamburgeru", čo sú dva chleby a v strede saláma, ako na desiati. Zároveň to poameričtil kovbojmi a indiánmi - figúrkami z jeho detskej izby, ktorí sa pohybujú v salámovo-chlebovo-klobásovo-horčicovej krajine. Príbeh videoklipu sa mu vytváral živelne počas animovania. Animoval ho na koleji Vltava v Prahe, na stole hneď vedľa postele. Zaspával tam s neznesiteľným salámovým smradom, po prebudení vymieňal oschnuté kolieska salámy a vymieňal uschnutú horčicu za novú čerstvú.

Hudobníci mu dávajú väčšinou voľnú ruku a do procesu zasahujú minimálne. Americkú pesničku urobil z čirej fanúšikovskej oddanosti, takže zadarmo a za cenu luxusu v tom, že klip mohol urobiť ako len chcel, takže odovzdal hotovú vec bez konzultácie. Aj Zajace a KucaPacu urobil bez zásahu hudobníkov, dôverovali mu, a zároveň si užívali, že vo videoklipe nemusia hrať.

Keďže animáciu má stále ako vedľajšiu radostnú činnosť, robí ju aj s tým rizikom, že sa výsledný produkt kapele nebude páčiť a neakceptuje ho. To sa mu stalo pri nikdy nepublikovanom druhom klipe pre Karpatské chrbáty, pretože sa úplne minul očakávaniu, a klip ostal v šuflíku.

Klipy vymýšľa tak, že chodí po svete, dookola počúva pesničku, kráča do rytmu a popri tom si predstavuje, čo vidí. Všetky tri klipy vznikali s nejakou základnou niťou príbehu v hlave a potom hraním sa s tým, kam ho priviedol zvolený materiál. Výroba videoklipu mu trvá približne mesiac každodennej práce.

Pre Erika Síkoru je dôležité rozpovedať videoklipom nejaký príbeh, zanechať u diváka posolstvo, message, no zároveň robí animované videoklipy častokrát pociťovo s cieľom pobaviť a rozosmiať diváka.

5.2.2 Nehoda film obohatiť

Jedným z jeho prístupov k tvorbe je využitie nehôd, ktoré by mohli pokaziť celý film a pritom ho obohatia. Napríklad pri klípe KucaPaca pre Chiki Liki Tu-A animoval celý klip u seba doma, kde mohol využiť celú prázdnu miestnosť. Bábky mal v životnej veľkosti, oblečené v ľudských šatách a v gumených pršiplášťoch. Občas ich nahradil sebou, aby pixiláciou živého seba ušetril celé dni animovania bábky. Keď raz tancoval s matracom, spadli mu ústa vyrobené z banánu na zem, kde bol práve sklenený obraz. Banán rozbil sklo, a vďaka tomu mohol natočiť dojímavé zábery úbohých plyšových zvieratiek napchatých pod rozbitým sklom.

Do svojich videoklipov sa snaží dostať správu o dobe a dobovej estetike terajška. Fascinuje ho, že pesnička nestarne a vždy keď si pozrie klip nejakej starej pesničky, čuduje sa, ako mohla tá doba tak vyzeráť a ako už tak nevyzerá.

Vo svojej hudobnej tvorbe vydal aj album pre deti. Zatiaľ vyrobil niekoľko amatérskych klipov pre deti (Boli Vianoce, September), ktoré boli tak trochu denníkovité - o tom ako sa so synom hrajú, keď sú doma. V klipoch napríklad nakladajú ihličie do suda namiesto kyslej kapusty, alebo sušia špagety na šnúre na prádlo. A o tom je aj jeho tvorba - je dosť často dokumentaristická, snaží sa robiť checkpointy reality, presne takej, aká bola.

Erik má v budúcnosti v pláne robiť ďalší animovaný videoklip, pretože animáciu má stále rád.

6 Záver

Táto diplomová práca pojednávala o téme Animovaný videoklip. Dôvod výberu tejto témy je prostý - ako malé dieťa som mal rád práve tie hudobné skladby, ku ktorým v televízií hrali farebné rozanimované videoklipy. Na základnej a strednej škole som postupne spoznával nové kapely, ich piesne, objavoval som rafinovanejšie animované klipy, skúmal som, ako boli vytvorené a kto ich vlastne vytvára. Aj táto skúsenosť ma ovplyvnila pri výbere vysokej školy. Na VŠMU v Bratislave som mal možnosť osobne sa spoznať s ľuďmi, ktoré videoklipy tvoria, a vďaka tomu som časť tejto práce mohol písať práve o nich.

Moju prácu som rozdelil do štyroch hlavných kapitol - Historický vývoj animovaného videoklipu, Animované hudobné videoklipy v súčasnosti a ich vplyv na adolescentov, Animovaný videoklip na Slovensku, Profily režisérov Mariána Vredíka a Erika Sikoru.

V prvej kapitole som uviedol definíciu hudobného videoklipu, skúmal som, čo mu predchádzalo a aké podmienky museli byť splnené pre vznik animovaného videoklipu, definoval som pojem ilustrované piesne, do hĺbky som analyzoval historický vývoj animovaného klipu od konca 19. storočia až po súčasnosť. Predstavil som najvýznamnejšie kapely a interpretov, ktorých animované klipy sa stali historickými milníkmi a neskôr formovali ďalšie generácie ich nasledovníkov.

V druhej kapitole som popísal, ako prezentačné techniky použité v animovaných videoklipech potenciálne podporujú konzumné správanie adolescentov a mladých dospelých ľudí, ktorí majú oproti starším ľuďom vyššiu tendenciu konzumovať produkty zobrazené vo videoklipech. Dozvedeli sme sa tiež o fenoméne, kedy adolescenti využívajú animované videoklipy najmä ako nástroj kontrolovania nálady a emocionálnych stavov.

Tretiu kapitolu som venoval slovenskému animovanému klipu, kde sme sa dozvedeli, aký mal rozpad štátneho štúdia Koliba vplyv na budúcich tvorcov, rozobral som tvorbu

najvýznamnejších režisérov animovaných klipov ako Ondrej Rudavský, Patrik Pašš ml., Andrej Kolenčík, Jaroslav Vaľko či tvorivé duo Ové Pictures a nakoniec som odhadol, aká by mohla byť budúcnosť animovaného klipu na Slovensku.

V poslednej kapitole sme spoznali dvojicu mladých autorov Mariána Vredíka a Erika Sikoru, ktorí sa dlhodobo venujú tvorbe animovaných klipov. Dozvedel som sa, odkiaľ pramení ich záujem o tento druh umenia, ako s videoklipmi začínali, akými technikami najradšej pracujú, ktorí ďalší svetoví tvorcovia ich najviac inšpirovali a aké majú tvorivé plány v budúcnosti.

Písanie tejto práce ma pozitívne obohatilo vo viacerých smeroch. V prvom rade, počas písania som natrafil na množstvo animovaných videoklipov, ktoré som predtým nepoznal, častokrát z krajín, v ktorých animovaná tvorba nie je tak rozšírená, čo ma veľmi milo prekvapilo. Spolu s nimi som samozrejme, ako vedľajší efekt, narazil aj na množstvo nových kapiel a piesní, ktoré mi boli predtým neznáme, a obľúbil som si ich. Rozšíril som si obzory o režisérov, ktorí okrem klipov robia aj krátke filmy a mal som možnosť si ich pozrieť.

Počas písania o slovenskej tvorbe som samozrejme natrafil aj na viaceré české počiny, ktoré ma zaujali, pobavili, donútili zamyslieť, skrátka určite mi rozšírili ďalšie obzory. Vďaka rozhovorom s režisérmi som mal možnosť hlbšie porozumieť procesu výroby klipu, naučil som sa, v čom sa líši prístup k réžii klasického animovaného filmu od videoklipu, a naopak, v čom sú si tieto dva útvary podobné. V neposlednom rade ma písanie tejto práce inšpirovalo k rozhodnutiu, že ja sám by som si chcel jedného dňa natočiť animovaný videoklip.

Verím, že niektorí z mladších študentov a budúcich absolventov nadviažu na túto tému, pretože oblasť animovaného videa je stále dosť široká a neprebádaná.

Zoznam použitých zdrojov

Abel, R. (2001) The Most American of Attractions, the Illustrated Song. In R. Abel, R. Altman (ed.) *The sounds of early cinema*. Indiana University Press, s. 143-146.

Abel, R. (2006). *Americanizing the Movies and Movie-Mad audiences, 1910-1914*. University of California Press.

Adventure of a Lifetime [Online]. (2001-). In *Wikipedia: the free encyclopedia*. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation. Získané z https://en.wikipedia.org/wiki/Adventure_of_a_Lifetime

American Dream in: Rolling Stone Magazine, no.414, Feb. 2nd. New York.

Austerlitz, S. (2007). *Money for Nothing. A History of the Music Video from the Beatles to the White Stripes*. New York/London: Continuum.

Bio [Online]. (2018). In *Eriksikora.com*. Získané z <https://eriksikora.com/dzumelecke-hudobne-cv>

Breaking The Habit [Online]. (2015-). Získané z http://linkinpedia.com/index.php?title=Breaking_The_Habit

Breaking the Habit (song) [Online]. (2001-). In *Wikipedia: the free encyclopedia*. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation. Získané z [https://en.wikipedia.org/wiki/Breaking_the_Habit_\(song\)](https://en.wikipedia.org/wiki/Breaking_the_Habit_(song))

Carlsson, S. E. (1999). Film Sound History. [Online]. Získané z <http://www.filmsound.org/film-sound-history/>

Censorship on MTV [Online]. (2001-). In *Wikipedia: the free encyclopedia*. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation. Získané z https://en.wikipedia.org/wiki/Censorship_on_MTV

Costello, H., Gould, J., & Cornwell, L. (2012). What Is A Music Video [Online]. Získané z <https://www.slideshare.net/HannahCostello/what-is-a-music-video-14714016>

Dodig, R. (2014). *Music Video in Education and Promotion* (záverečná práca). Brescia: Accademia di Belli Arti Santa Giulia.

Edison Sound Recordings. (1999). Library of Congress. Získané z <http://lcweb2.loc.gov/>

Filmové osobnosti › Marián Vredík [Online]. (n.d.). In *Filmdat.cz*. Získané z <http://www.filmdat.cz/osoby.php?detail=1612>

Gillett, Charlie & Simon, F. (1976). *Rock File*. St.Albans: Panther Books.

“Goodbye, Girlie, And Remember Me” An Illustrated Song. (2008). [Online]. University of North Carolina. Získané z <http://gtts.oasis.unc.edu/learn/IllustratedSong.html>

Hanson, M. (2006). *Reinventing Music Video*. Mies: RotoVision.

Henke, J. (1984). Middle Class Heroes. With Sex and Style. Duran Duran Savor Their

Impact of Music, Music Lyrics, and Music Videos on Children and Youth [Online]. (2009). *Pediatrics*, 124(5). Retrieved from <http://pediatrics.aappublications.org/content/124/5/1488>

Introspective [Online]. (2013). In *Fotografmagazine.cz*. Získané z <https://fotografmagazine.cz/en/magazine/artificial-worlds/fotograf-gallery-en/erik-sikora/>

Kalyoncu, N. (2011). Adolescent's Views About the Impact of Television Music Programs on Their Consumption Behavior. *International Journal of Business and Social Science*, 24(2).

Parker-Pope, T. (2008). Under the Influence of...Music? [Online] Získané z http://well.blogs.nytimes.com/2008/02/05/under-the-influence-ofmusic/?_php=true&_type=blogs&_r=0

Kaplan, E. A. (1987). *Rocking Around the Clock. Music Television, Postmodernism & Consumer Culture*. New York/London.

Kinder, Marsha. (1984). Music Video and the Spectator. Television, Ideology and Dream in:
Film Quarterly vol.38, no.1. Berkeley, Cal.

Light It Up (Major Lazer song) [Online]. (2001-). In *Wikipedia: the free encyclopedia*. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation. Získané z https://en.wikipedia.org/wiki/Light_It_Up_%28Major_Lazer_song%29

Manovich, L. (1986). Generation Flash in: Keenan, I. & W.H.K.Chun (ed.): *New Media, Old Media: A History and Theory Reader*. New York: Routledge.

Marcussen, T. (1985). *We Want the World and We Want It Now!* Shibsted, Oslo: Bokom A-ha.

Marián Vredík - Fragmenty [Online]. (2018). In *Skoladesignu.sk*. Získané z <http://www.skoladesignu.sk/d/historia/marin-vredk>

Marián Vredík / Slovakia [Online]. (2017). In *Festanca.sk*. Získané z <http://www.festanca.sk/2018/en/guest/marian-vredik-slovensko/>

Music video [Online]. (2001-). In *Wikipedia: the free encyclopedia*. San Francisco (CA): Wikimedia Foundation. Získané z https://en.wikipedia.org/wiki/Music_video

Omdal, J. (2004). *The Swing of Things*. Oslo: Forlaget Press.

Starej, F. (2017). *History of Music Videos in the Media* (záverečná práca). Zagreb: University of Zagreb.

Ström, G. (2007). Two Golden Ages of Animated Music Video. In *Animation Studies – Vol. 2.*, Valencia : Society of Animation Studies.

Štetka, P. (2012). Product placement: Efektívny alebo otravný ? [Online]. Získané z <https://peterstetka.wordpress.com/2012/04/16/product-placement-efektivny-alebo-otravnny/>

Take me Out to the Ball Game. (2008). [Online]. In *Youtube.com*. Získané z <https://www.youtube.com/watch?v=Xzq43kndW7U>

Take me Out to the Ball Game. (2017). [Online]. *The Library of Congress*. Získané z <https://loc.gov/item/ihas.200153239>

Take On Me [Online]. (1985). In *Youtube.com*. Získané z <https://www.youtube.com/watch?v=djV11Xbc914>

X#6 Pohyblivé čiary/Moving Lines: Marián Vredík [Online]. (2016). In *Casopix.blogspot.com*. Získané z <http://casopix.blogspot.com/2016/02/x6-pohyblive-ciarymoving-lines-marian.html>

Prílohy

Príloha 1: E-mailový rozhovor s Mariánom Vredíkom

Prečo si sa rozhodol venovať sa výrobe animovaných videoklipov?

Zodpoviem trochu obsírnejšie, pretože si myslím že je to vec viacerých záľub. Môj záujem o animovaný film pramení asi ako u každého z detstva. Keď som mal 3 - 4 roky vytvoril môj otec, amatérsky filmár, na Vianoce v rodinnej atmosfére krátky stop - motion film „Anjelik striebrovĺások“. Hrali v ňom hračky a ozdoby zo stromčeka. V jednej scéne bola streľba znázornená prskalkou a doteraz si pamätám zápach z ohoreného koberca. Myslím že je to jeden z najdôležitejších momentov/impulzov, ktorý determinoval môj neskorší záujem o animovanú tvorbu.

K videoklipom som si pochopiteľne spravil vzťah o niečo neskôr. Určite má na tom veľký podiel MTV, ktorú som s bratom v detstve sledoval. Počas strednej školy som začal intenzívnejšie počúvať hudbu, teda najmä rôzne alternatívne odnože rocku a s tým sú spojené aj videoklipy...

A ako to už býva, keď človeka niečo baví a fascinuje, chce sa tomu aj sám venovať.

Na základe čoho sa rozhoduješ, ku ktorej pesničke urobíš videoklip?

Pesničku ku klipu si vyberám dosť intuitívne. Musí ma v prvom rade niečím osloviť. Inklinujem asi skôr ku skladbám ktoré majú zaujímavú dramaturgickú linku na ktorú sa dá nadviazať aj v obraze. Ale nie je to vždy pravidlo.

Ako prebieha samotný proces výroby klipu? Kreslíš si napríklad pred animovaním obrázkový scenár, alebo viac improvizuješ?

Je to rôzne. Pracujem dosť nesystematicky. Už som spomínal intuíciu pri výbere. Myslím že je pri tvorbe veľmi dôležité pristupovať osobitne ku každému projektu, najst'

správnú polohu v ktorej chce človek pracovať... To v mojom prípade znamená že pri niektorých klipoch som mal dosť detailný storyboard (napr. Dýchať síru, Oblohy iných časov, Flush it out) a pri iných som improvizoval a mal len veľmi hrubú predstavu o výsledku (Krv ako hustá tečie voda, In the sky).

Máš pri práci pomocníka? Napríklad výtvarníka, storyboard artistu, scenáristu... alebo robíš všetko sám?

Znovu nemôžem jednoznačne odpovedať. Jediný klip ktorý som spravil bez žiadnej asistencie je Dýchať síru. V ostatných klipoch pre Čisté Tvary som režisér, výtvarník, animátor aj scenárista, ale už som prizval na pomoc niekoľkých ľudí.

V klipe Plameň ktorý dýcham zohral dôležitú úlohu môj brat Ivan, ktorý bol za foťákom pri stop - motion častiach. Vo viacerých klipoch som mixoval animáciu aj s hranými zábermi, ktoré natočila Vlad'a Hradecká. S ňou som spolupracoval aj na videoklipe „Trocha radosti“ (Brezovský - Rózsa). K príprave 7 minútovej „Krv ako hustá tečie voda“ som prizval môjho známeho Jána Juhaniaka, ktorý sa posledné roky venuje tvorbe koláží. Poskytol mi 2 krabice plné výstrižkov zo starých novín, časopisov, kníh ako aj svoje staršie koláže na recykláciu, z ktorých som povyberal mne blízke obrazy a symboly a z nich sa skladá podstatná časť klipu.

Pri posledných troch klipoch (Bunkerka, In the sky, Flush it out) spolupracujem s mojou priateľkou Janou Hirnerovou, ktorá mi asistovala už aj pri niektorých klipoch Čistých tvarov. V posledných dvoch klipoch figuruje ako spolurežisér, spoluautor výtvarnej a animačnej zložky.

Ako vyzerá spolupráca s hudobníkmi Čistých tvarov? Dávajú ti väčšinou voľnú ruku, alebo do procesu nejako tvorivo zasahujú?

Táto spolupráca vznikla v roku 2014, končil som vtedy VŠVU a bol to pre mňa tým pádom celkom plynulý prechod zo školy do „reálneho“ života. Pri väčšine klipov som mal úplnu voľnosť a nijak mi nezasahovali do koncepcie. Niekedy som si pred začatím sadol s frontmanom Jurajom, ktorý píše aj texty a stojí a za koncepciou albumov a

prešiel si s ním pozadie piesní, kontext vzniku a pod. Taktiež som mu poslal náhľad pred odovzdaním a zaujímal ma jeho názor. Často sa mi totiž stalo že som už strácal odstup. Jednalo sa väčšinou o detaily, ktoré ale vo výsledku pomohli veci.

Jeden klip ale nevnímam ako svoj autorský a to „Zem Nás Chce Čistých“. Teda aby som bol presný, režíroval som hrané scény zo skupinou a robil masky, ale koncepciu a strih riešil Juraj s manželkou Evou. Je to angažovaný klip v ktorom sú dosť drsné zábery na lynčovanie zvierat. Na môj vkus je to príliš priamočiare, mám radšej keď sa posolstvo vyjadruje cez metaforu...

Je pre teba dôležité osobnostne si sadnúť s umelcami, ktorých klipy vytváraš?

Áno, vždy ma zaujíma aj autor hudby. Tvorbu vnímam dosť osobne, preto je pre mňa dôležité nadviazať aj sociálny kontakt. Jedná sa predsa len aj o istý druh spolupráce i keď tá hudba je často už fixná.

Častokrát pracuješ s pomerne bizarnými charaktermi, ako lietajúci budík s krídlami, kostry, chodiace valašky, rôzne druhy hmyzu...Podľa čoho si vyberáš postavy do svojich videoklipov?

Je to skôr opačne, oni si vyberajú mňa. V mojej tvorbe nechávam dosť veľký priestor iracionalite, preto si často ani neviem úplne verbalizovať pohnútky, ktoré ma vedú k niektorým rozhodnutiam... Už som spomínal individuálny prístup, podobne je to s výberom postáv. Vždy ale zároveň premýšľam nad tým, akým symbolom/metaforou tlmočiť konkrétny pocit alebo odkaz.

Aby som bol konkrétny uvediem príklady. Budík s krídlami mi príde ako celkom univerzálny symbol. Chodiace valašky bola narážka na hrozbu fašistov ktorí sa dostali do parlamentu. Kostry, alebo lepky používam pomerne často a asi aj preto, že naša civilizácia príliš vytesňuje smrť. Ja to vnímam ako silno ambivalentný symbol, smrť ako metafora konca, zároveň začiatku, niečo čo je determinujúce a limitujúce, pritom má v sebe neskutočnú hĺbku a slobodu...

A hmyz? Jednak narážka na Švankmajera ale taktiež je to v istom zmysle zrkadlo ľudstva.

Vo svojej tvorbe využívaš najrôznejšie techniky animácie - od koláže fotiek, cez digitálnu animáciu, pixiláciu až po bábkovú stop motion animáciu. Podľa čoho sa rozhoduješ, akú techniku zvolíš k danému klipu?

Ani neviem. U mňa je často na začiatku práve chuť vyskúšať si novú techniku a až na to sa neskôr nabaľuje koncepcia. Zväčša mám len nejaký vizuálny nápad, ktorý niekedy neviem ani úplne opísať slovami... Obraz predchádza myšlienke. Tuším, že tá myšlienka pochádza od Merleau Pontyho, totiž že dieťa sa na začiatku najskôr stretáva len s obrazmi, je nimi fascinované ale ich význam začína chápať oveľa neskôr... Takýto prístup som mal často aj pri tvorbe niektorých klipov. Samozrejme neplatí to znovu generálne.

Je pre teba dôležité rozpovedať videoklipom nejaký príbeh a zanechať u diváka nejaké posolstvo, message? alebo klipy robíš viac pocitovo až surrealisticky s cieľom vzbudiť u diváka viac emóciu, pocit, bez jasného odkazu.

Pocit je pre mňa asi dôležitejší ako príbeh. V istom období som mal až averziu voči lineárnym príbehom v animáciách a to z viacerých dôvodov. Jednak som mal pocit že to obmedzuje autentický výraz v tvorbe a brzdí improvizáciu, zároveň že keď chce človek povedať príbeh, lepšie médium je literatúra. Ďalší rozmer je skôr filozofický. Časová lineárnosť (ktorá sa používa aj v príbehu) vychádza s predpokladu že život má nejaký jasný cieľ, smeruje k nejakému pokroku a podobné pozitivistické veci, ktoré viedli v konečnom dôsledku k nadradenosti európskej civilizácie, k zotročeniu iných kultúr a neskôr aj k samotným katastrofám svetových vojen... preto mi bol oveľa bližší cyklický princíp (napr. v dýchať síru) alebo poetický nepríbehový charakter. Nechcem sa ale teraz pasovať do role radikálneho odporcu príbehu, pretože sa často v tých klipoch vynárajú minimálne fragmenty príbehov.

Máš pri tvorbe svojich videoklipov nejakú inšpiráciu? Napríklad nejaké klipy zo svetovej produkcie...

Iste. Veľkou inšpiráciou v čase kedy som sa ešte klipom naplno nevenoval, bol hlavne Michael Gondry. Jeho estetika a hravosť ma silno zasiahla. Zo slovenských autorov by som spomenul Patrika Pašša. Minimálne dva jeho klipy: pre Richarda Müllera (Dve líšky) a Paru (Otec) ,boli podľa mňa v čase vzniku porovnateľné s tým najlepším zo svetovej produkcie. Musím tu spomenúť ešte celovečerný animák Yellow submarine s hudbou The Beatles. Úplne nadčasové dielo, ktoré aj napriek tomu že vzniklo pred 50 rokmi (v roku 1968) zaujme aj detského diváka. Dospelí v ňom ale nájdú plno kultúrnych odkazov, je to mix popartu, surrealizmu a psychedélie.

Tento rok ma zaujal najviac ukrajinský autor Stas Santimov a jeho klip pre hudbu Eluvium. Myslím že je to veľmi výnimočný počín.

Využívaš vo svojich klipoch intertextualitu často? Aké charakteristiky musí mať iné médium, ktoré ťa tak silno inšpiruje?

Pomerne často. Najviac sa to prejavilo myslím v klipe Krv ako hustá tečie voda. Vzhľadom k tomu že sa jedná o koláž v animácií, prišlo mi to celkom vhodné pole na rôzne odkazy : Meyrinkov citát, fajčiari Egon Bondy, chvíľu sa tam objaví aj excentrický kostým Davida Bowieho, spomenuté pochádzajúce valašky pripomínajú známu sekvenciu z Pink floyd: The Wall a pod... Čo sa týka ešte mojej inšpirácie, tak asi najhlavnejšie zdroje sú zakotvené v kultúre 60 a 90 rokov. Myslím že v týchto desaťročiach sa v kultúre veľa pohlo a boli to veľmi plodné a progresívne obdobia. Zaujíma ma ale aj odkaz Československej kultúry, ku ktorej sa hlásim viac ako k čisto slovenskej. Aj čo sa týka animovaného filmu, myslím že máme z čoho vychádzať. Pomerne nedávno som sa dostal k tvorbe Václava Mergla a sú to naozaj klenoty čo tento človek vytvoril.

Okrem Čistých tvarov spolupracuješ aj s inými kapelami, najnovšie si robil klip pre Likvid and Dan Riley. Je to prvý zahraničný videoklip? Líši sa takáto spolupráca od slovenskej produkcie?

Trochu upresním spoluprácu s tandemom Likvid and Dan Riley. Na sme.sk bol článok ktorý trochu skomolil niektoré informácie. Za projektom Likvid stojí Allan Vilhan, chlapík z Fil'akova, ktorý niekoľko rokov žil v Anglicku, kde nadobudol aj kontakty na rôznych hudobníkov. Dan Riley je nemecký žijúci v UK a k tej pesničke bol prizvaný ako hosť. Preto som komunikoval len s autorom hudby a je trochu zavádzajúce tvrdenie, že sa jedná o zahraničný videoklip. Promovalo sa to taktiež hlavne na Slovensku.

V čase vzniku tohto klipu som bol na rezidencii s Jankou Hirnerovou v divadle Pôtoň, kde vznikol plastelínový dvojminútový klip In the Sky. V tomto prípade sa jednalo o spoluprácu s tureckým autorom Barisom Ucarom, ktorého som poznal zo stáže v Poľsku, kde bol taktiež ako stážista. Tento klip ale nemal žiadne promo, no diváci ho mohli vidieť napríklad na tohtoročnej Fest Anči.

A nie, nijak extra sa to nelíšilo od iných spoluprác. Ako som spomenul pracujem dosť nesystematicky, preto je každá spolupráca dosť špecifická a jedinečná...

Spomínaš si na nejakú vtipnú príhodu z natáčania klipu? Alebo zaujímavosť?

Máš v budúcnosti v pláne robiť ďalší animovaný videoklip? Črtá sa nejaký zaujímavý projekt?

Vtipná príhoda ma teraz nenapadá, ale pri jednom točení sa stala celkom kuriózna situácia. Hranú časť klipu „Zem nás chce čistých“ sme točili v starej Cvernovke. Priateľka Jana tam mala vtedy ateliér a tak nebol problém dostať sa tam. Popýtal som sa pár ľudí ktorí mali v okolí ateliéru či to nebude problém keď tam narobíme trochu hluku a všetci sa tvárili že OK. Neriešil som ale žiadne oficiálne povolenie. Točili sme v podvečerných a večerných hodinách a od istého momentu nám začal do toho vstupovať jeden maliar, ktorý tam aj spával. S vytrešteným zrakom začal na mňa zjapať, že ak nebudeme ticho, zavolá políciu a podobné blbosti. Dost' nepríjemná a stresujúca situácia vzhľadom k tomu že som ešte potreboval zábery na bicie a celú skupinu... napokon sme záverečné scény odohrali bez bicí. Aj úvod klipu začína tak, že má bubeník ruky nad hlavou, čo ale napokon vyznelo celkom originálne a v tom začiatku to aj funguje.

S Janou sme už začali robiť nový kreslený klip pred pár mesiacmi, ten je ale teraz zmrazený, pretože robíme na jednom dlhodobjšom projekte (bude to sčasti náučný animovaný seriál pre RTVS s názvom Slovenčina na slovíčko, pilot pôjde von 3. septembra), ktorý ma dosť prísne deadlajny. Ale verím že budúci rok sa k tomu dostaneme a dokončíme ho. Jedná sa o slovenskú skupinu Clube de esquiar, ktorej robím na koncertoch VJing. Hrajú vlastnú autorskú hudbu inšpirovanú brazílskou psychedéliou konca 60 rokov, texty majú v portugalčine a pochádzajú od básnika Fernanda Pessou. Záujemci si môžu zatiaľ pozrieť záznamy s koncertov, kde sú aj projekcie, ktoré sú sčasti tiež animované.

Príloha 2: E-mailový rozhovor s Erikom Sikorom

Mohol by si opísať proces vzniku jedného z tvojich klipov pre Chiki-lik-tua od prvotného nápadu až po finálnu realizáciu?

Fungujem ako výtvarník a hudobník s občasnými výletmi do sveta animácie. Tak to bolo aj s prvým klipom pre Chiki Liki Tu-A Americká pesnička. Bol som v prvom ročníku na Akadémii výtvarných umení v Prahe a v rámci prác v ateliéri sme robili čo chceme, nedostávali sme zadania. Pred prijímačkami som sa veľa venoval animácii, a vedel som že na vysokej škole sa chcem zexperimentálniť všetkými smermi, ale chcel som sa najprv nejak pracovne rozbehnúť a zároveň som mal vďaka škole techniku na stopmotion animáciu. Na koncerty Chiki Liki Tu-A som chodil tak často ako na nejaký krúžok, a chcel som im to všetko čo som si od nich nacucal aj nejak vrátiť, a tak som na ich koncerte v Prahe oslovil Martina Višňovského, či by nechceli klip.

Vedel som, že chcem robiť animáciu s nejakými reálnymi vecami, a chcel som vyskúšať niečo menej otrepané ako plastelínu. Americká pesnička je o tom, ako sa slovenská skupina snaží urobiť jednu pesničku po americky. Pracoval som s motívom "tradičného slovenského hamburgeru" to jest dva chleby a v strede saláma, ako na desiatu. Zároveň som to poameričtil kovbojmi a indiánmi (figúrkami z mojej detskej

izby), ktorí sa pohybujú v salámovo-chlebovo-klobásovo-horčicovej krajine. Príbeh videoklipu sa mi vytváral živelne počas animovania.

Videoklip Zajace pre Karpatské chrbáty som animoval vonku posúvaním papierových zajacov po poli a videoklip Kuca Paca pre Chiki Liki Tu-A som animoval doma, kde som mohol využiť celú prázdnu miestnosť. Všetky tri klipy vznikali s nejakou základnou niťou príbehu v hlave a potom džabaním sa a hraním sa s tým, kam ma povedie zvolený materiál.

Ako dlho trvá výroba videoklipu?

Trvalo mi to mesiac každodennej práce (aj pri ostatných videoklipech). Animoval som to na stole na koleji Vltava v Prahe hneď vedľa postele, takže som usínal s nesnesiteľným salámovým smradom a po prebudení vymieňal oschnuté kolieska salámy a vymieňal uschnutú horčicu za novú čerstvú.

Ako vyzerá tvoja spolupráca s hudobníkmi ? Dávajú ti väčšinou voľnú ruku, alebo do procesu nejako tvorivo zasahujú?

Americkú pesničku som urobil z čirej fanúšikovskej oddanosti, takže zadarmo a za cenu luxusu v tom, že som to mohol urobiť ako len chcem, odovzdal som hotovú vec bez konzultácie. Aj Zajace a KucaPacu som urobil bez zásahu hudobníkov, dôverovali mi, a zároveň si užívali to, že v tom nemusia hrať. Keďže animáciu mám stále ako vedľajšiu radostnú činnosť, robím to aj s tým rizikom, že sa to kapele nebude páčiť a nezoberie to. To sa mi stalo pri nikdy nepublikovanom druhom klípe pre Karpatské chrbáty, úplne som sa minul očakávaniu, a klip ostal v šuflíku. Nevadí, posunulo ma to.

Ako veľmi, ak vôbec, musíš svoju kreativitu “krotiť” kvôli časovému a finančnému obmedzeniu pri tvorbe videoklipov?

Robil som väčšinou nízkonákladové klipy s požičanou technikou, takže som sa neobmedzoval, ale samozrejme by som sa vedel kreatívne "rozšúpnuť" keby mi dal niekto plno peňazí, he

Je pre teba dôležité rozpovedať videoklipom nejaký príbeh a zanechať u diváka nejaké posolstvo, message? alebo klipy robíš viac pocity s cieľom vzbudiť u diváka viac emóciu, pocit, bez jasného odkazu.

Mňa klipy bavia lebo môžu obsahovať toto všetko, to jest nejaké posolstvo potajomky, k tomu to precítenie hudby, rytmu a pocitov (klipy vymýšľam tak, že chodím s tou pesničkou zapnutou dookola po svete a kráčam do rytmu), a k tomu kľudne aj správu o dobe a dobovej estetike terajška (vždy ma fascinovalo, že pesnička nestarne a keď pozrieš na klip nejakej starej pesničky tak sa čuduješ ako mohla tá doba tak vyzerat' a ako to už tak nevyzerá).

Ešte k tomu posolstvu, zo začiatku mi to skoro až vadilo, že furt za všetkým hrozí nejaká symbolika, napríklad som zistil, napríklad som sa len tak hral s indiánmi tancujúcimi okolo klobásky namiesto totomu, a diváci v tom videli falus, takže ten klip mal kontroverznejšie posolstvo ako ma vôbec napadlo a trvalo mi chvíľu kým som si na to zvykol.

Vo svojej hudobnej tvorbe si vydal album pre deti. Plánuješ sa v budúcnosti venovať aj videoklipu pre deti? Ako by si chcel prostredníctvom svojej tvorby ovplyvniť detské publikum? Aké hodnoty by si im chcel odovzdať?

To je zaujímavá výzva, asi to skúsím. Ja som doteraz nepovažoval svoju hudobnú tvorbu hodnú toho aby som jej robil klipy, či si vôbec zaslúžia, aby som ich mesiac animoval, ale asi to v blízkej dobe prekleniem. Priznám sa, že robiť niečo vizuálne pre deti je pre mňa výzvou hlavne kvôli tomu, koľko zlého a priblížného vizuálu sa dá vidieť, aj keď netvrdím že mám recept na spásu vkusu. Zatiaľ som robil niekoľko klipov (Boli Vianoce, September), ktoré boli tak trochu denníkovité o tom ako sa hráme keď sme doma (nakladať ihličie do suda namiesto kyslej kapusty, alebo sušenie špagiet

na šnúre na prádlo), a o tom je tak trochu moja tvorba, je dosť často dokumentaristická, snažím sa robiť checkpointy reality, presne takej aká bola.

Čo potrebujú deti cez dnešné médiá vnímať a čo im v médiách škodí?

Momentálne sledujem ako moja dcéra točí videá na youtube, a vidím že to na ňu funguje tak ako na mňa, keď som začínal točiť videá, prestal som sa báť a vedel som sa lepšie sebaaprezentovať. Takže keby som to zovšeobecnil tak sa mi páči, že sú dnešné médiá otvorené interaktivite, že to nie sú iba tí mediálni tam niekde vysoko a my pozerajúci tu dole.

O škodlivosti sa neviem vyjadriť, síce nemáme doma televízor, ale na druhej strane sa nesnažím svojim deťom zakazovať prístup k médiám, myslím že veľa mení internet a samozrejme k tomu treba nájsť kľúče a návyky k tomu aby sme sa nezbláznili z toho aké je to skvelé a čo všetko to dokáže.

Spomínaš si na nejakú vtipnú príhodu z natáčania klipu? Alebo zaujímavosť?

Mám rád keď sa do toho animovaného sveta ponorím a nechám sa viesť, a potom sa zrazu dajú využiť nehody, ktoré by mohli pokaziť celý film a pritom ho obohatia. Napríklad som pri klipe KucaPaca tancoval s madracom (mal som bábky ako človeka v gumenom pršiplášti v životnej veľkosti a občas som ich nahradil sebou, aby som pixeláciou živého seba ušetril celé dni animovania bábky) a pri tom tancovaní mu spadli ústa vyrobené z banánu na zem, kde bol práve sklenený obraz. Ten banán rozbil sklo, a potom som mohol natočiť dojímavé zábery úbohých plyšových zvieratiek napchatých pod rozbitým sklom.

Máš v budúcnosti v pláne robiť ďalší animovaný videoklip? Črtá sa nejaký zaujímavý projekt?

Tak určite :), ale nechcem nič sľubovať, ale animáciu mám stále rád takže sa to pýta.

