

Grafický design v herním průmyslu: Vývoj herních přebalů v České republice v letech 1989–2010

MgA. Kristína Pupáková, Ph.D.

Teze disertační práce

Teze disertační práce

**Grafický design v herním průmyslu:
Vývoj herních přebalů v České republice v letech
1989–2010**

**Graphic Design in the Gaming Industry: The Evolution of Game
Packaging in the Czech Republic from 1989–2010**

Autor: **MgA. Kristína Pupáková, Ph.D.**

Studijní program: **Multimédia a design P0288D31000**

Školitel: **Doc. PhDr. Miroslav Zelinský, CSc.**

Oponenti: **Prof. Mgr. A. Pavel Noga, ArtD.
Doc. MgA. František Kowolowski**

Zlín, červen 2025

© Kristína Pupáková

Vydala **Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně** v edici **Doctoral Thesis Summary**.
Publikace byla vydána v roce 2025.

Klíčová slova: herní přebal, grafický design, herní průmysl, Česká republika, vizuální komunikace, sémiotická analýza, historický vývoj, počítačové hry

Key words: Game packaging, Graphic design, Game industry, Czech Republic, Visual communication, Semiotic analysis, Historical development, Computer games

Plná verze disertační práce je dostupná v Knihovně UTB ve Zlíně.

ISBN 978-80-7678-344-7

ABSTRAKT – (RESUMÉ)

Tato disertační práce se zabývá vývojem grafického designu herních přebalů v České republice v období let 1989 až 2010. Zaměřuje se na proměnu vizuální komunikace mezi hráčem a hrou prostřednictvím herního přebalu, který je vnímán jako multimodální médium s ochrannou, estetickou, komunikační a marketingovou funkcí. Práce analyzuje specifika českého herního průmyslu v kontextu socioekonomických a technologických změn po pádu železné opony. Identifikuje a kategorizuje hlavní vizuální styly na herních přebalech, provádí sémiotickou analýzu konkrétních přebalů a sleduje jejich chronologický vývoj. Výzkum se opírá o metodologii sociální sémiotiky a vizuální gramatiky, kombinuje historický přístup s analýzou vizuálních prvků a zahrnuje rozhovory s herními vývojáři a členy herní komunity. Práce zkoumá, jak se vizuální prezentace her měnila v závislosti na vývoji technologie a trhu, a jak herní přebaly ovlivňovaly komunikaci mezi hráči a hrou a přispívaly k budování identity her. Cílem je poskytnout komplexní pohled na roli grafického designu v českém herním průmyslu a jeho proměny v daném období.

ABSTRACT – (SUMMARY)

This dissertation thesis deals with the development of graphic design of game packaging in the Czech Republic between 1989 and 2010. It focuses on the transformation of visual communication between the player and the game through the game packaging, which is perceived as a multimodal medium with protective, aesthetic, communicative, and marketing functions. The thesis analyzes the specifics of the Czech game industry in the context of socio-economic and technological changes after the fall of the Iron Curtain. It identifies and categorizes the main visual styles on game packaging, conducts a semiotic analysis of specific packaging, and traces their chronological development. The research is based on the methodology of social semiotics and visual grammar, combines a historical approach with the analysis of visual elements, and includes interviews with game developers and members of the gaming community. The thesis examines how the visual presentation of games changed depending on the development of technology and the market, and how game packaging influenced communication between players and the game and contributed to building the identity of games. The aim is to provide a comprehensive view of the role of graphic design in the Czech game industry and its transformations in the given period.

1. Úvod

Téma této disertační práce vychází z průniků mých zájmů o počítačové hry a grafický design. Láska k hrám se formovala během mého útlého dětství v 90. letech, kdy jsem na platformě 386 v tiskárně svých rodičů objevovala první herní světy i krásy polygrafického průmyslu a jeho přerodu do digitální výroby. Moje rodina se grafickému designu věnuje už několik generací. Můj dědeček byl typografem a tiskařem, a také oba mí rodiče se dlouhé roky věnovali polygrafii a grafickému designu. Já sama jsem se na počítači velice rychle naučila sázet texty nebo připravovat podklady do sítotisku, a to jsem ještě nebyla ani na základní škole. Později se tato záliba propojila s mým profesionálním a akademickým zaměřením na digitální grafický design. Přirozeně jako hráč jsem vždy herní přebaly vnímala, ale až hlubší poznání jejich zpracování mě v současnosti přivedlo ke zkoumání herních přebalů jako estetických, kulturních a marketingových artefaktů. Zároveň mě moje záliba v hrách přibližuje k herní komunitě a pomáhá mi vnímat herní přebaly i v kontextu uvědomělého pozorovatele. Navíc jsem společně s československou herní komunitou vyrostla. Již dítě jsem se vyrovnávala s nedostatkem herních titulů, později se prostřednictvím herních komunit seznamovala s její specifickou kulturou ve formě sdílených herních disket a vypalovaných CD, prvních dostupných zakoupených herních titulů až po následnou profesionalizaci a digitalizaci herního průmyslu prostřednictvím internetu. Přebal je pro mě ale něčím specifický, a proto jsem se rozhodla ho zkoumat.

Přebaly lze chápat různě, ale primárně je můžeme vnímat jako ochranný přebal produktu.¹ Já se snažím na něj pohlížet v této práci více jako na multimodální médium, které kombinuje ochrannou, estetickou, komunikační a marketingovou funkci. Přebal je totiž často právě tím prvním kontaktem mezi hráčem a hrou samotnou. A právě tato „prvotní“ vizuální komunikace ovlivňuje očekávání hráčů a jejich rozhodovací procesy, čímž se stává v oblasti herního průmyslu poměrně klíčovým prvkem. Význam přebalového grafického designu v oblasti videoher tedy nelze podceňovat ani bagatelizovat. Studie Johnsona, Wyetha a Sweetsera² ukazují, že vizuální podněty související s hrou přímo ovlivňují emoce hráčů a jejich celkový zážitek z interakce se samotnými herními médii. Podobně i

¹ KOTLER, P. a K. L. KELLER. *Marketing management*. 15. vyd. Harlow: Pearson Education, 2016. s. 101. ISBN 978-0-13-385646-0.

² JOHNSON, D., P. WYETH a P. SWEETSER. The impact of visual stimuli on player affect and engagement in video games. *Entertainment Computing*. Vol. 34, 2020, s. 100–165. ISSN 1875-9521. DOI: 10.1016/j.entcom.2020.100365.

Hamari³ a Lehdonvirta⁴ zkoumají vliv vizuální prezentace na tržní hodnotu digitálních produktů a konstatují, že grafická atraktivita produktu přímo koreluje s jeho vnímanou hodnotou a prodejností.

Přestože v zahraničním kontextu dnes herní přebaly již příležitostně zkoumány jsou, jejich role v českém herním prostředí zatím zůstává reflektována nedostatečně. Takže i když se téma práce opírá o problematiku grafického designu, počátek mého bádání spočíval v hledání a v kritickém vyhodnocení relevantních zdrojů, které by se mohly vztahovat k tematice herních přebalů v České republice. Překvapilo mě zjištění, že se obecně herní problematice v akademickém výzkumu nevěnuje přílišná pozornost. I grafický design⁵, jako umělecký obor, je často podceňován z hlediska své efemérnosti a na jeho produkt – herní přebal – nebylo dosud pohlíženo jako na umělecký artefakt.

2. Současný stav řešené problematiky

Pro formální i kontextuální uchopení problematiky z perspektivy herního průmyslu ve světě jsem zvolila přehled od Jasona Schreiera *Press Reset: Ruin and Recovery in the Video Game Industry* (2021), který poskytuje stručný výčet důležitých momentů ve světové herní historii. U problematiky herního přebalu jako uměleckého díla v celosvětovém měřítku pro mě byly zásadní knihy *The Art of The Box* (2020) od studia Bitmap Books a *Art of Atari* (2016), kde Lapretino zachycuje celý vývoj přebalové estetiky hlavního hegemonu herního průmyslu – USA –, přičemž akcentuje i jednotlivé ilustrátory a jejich umělecké přístupy od počátku existence herního průmyslu.

V evropském kontextu se o herní kultuře můžeme více dozvědět ze studie polského herního historika Patrika Wasiaka a finské herní historičky Marie B. Gardové⁶. Etablování hry jako vědecké disciplíny probíhalo kolem roku 2010, kdy vyšla vydání *IEEE Annals of the History of Computing* a později se také začaly konat konference *History of Games*. V České republice se problematice herního průmyslu a her v akademickém prostředí úspěšně věnuje Helena Bendová v knihách *Umění počítačových her* (2016) a *Co je nového v počítačových hrách* (2019). Autorka se ve svých textech věnuje primárně videohram coby novému druhu současného umění. Nejpodstatnější studií pro pochopení historického

³ HAMARI, J. a V. LEHDONVIRTA. Game design as marketing: how game mechanics create demand for virtual goods. *Journal of Interactive Marketing*. Vol. 24, no. 2, 2010, s. 86–97. ISSN 1094-9968.

⁴ LEHDONVIRTA, V. *Virtual economies: design and analysis*. Cambridge, MA: MIT Press, 2012. ISBN 978-0-262-01757-2.

⁵ SCHMIDT, P. a Q. NEWARK. *What is graphic design?*. Mies: RotoVision, 2002. s. 27. ISBN 978-2-88046-539-1.

⁶ WASIAK, P., GARD, M. B. Playing and copying: social practices of home computer users in Poland during the 1980s. *IEEE Annals of the History of Computing*. Vol. 32, no. 2, 2010, s. 34–45. ISSN 1058-6180.

kontextu v Československu, o níž se v práci částečně opírám, je výzkum Jaroslava Švelcha⁷, který mapuje vývoj lokálního herního průmyslu před revolucí. Jeho práce zmiňuje i situaci s přebalovým designem her, které v raném období herního vývoje svou specifícností odrážely nejen technologické a estetické proměny, ale také dynamiku trhu a měnící se preference hráčské komunity. I když se Švelch⁸ přímo nevěnuje problematice distribuce a herním přebalům, z hlediska kontextu zde lze najít významové paralely a kauzalitu jednotlivých výrobních procesů, které formovaly podobu distribuce her po roce 1989. Dalším informačním podkladem se stala také publikace *Umění klasických adventur – Historie point-and-click her*, což je kniha z produkce anglického nakladatelství Bitmap Books, která je v českém překladu doplněná o speciální kapitolu věnovanou českým point-and-click adventurám. Českou kapitolu připravil Petr Ticháček.

Tato práce se také věnuje grafickému designu v tomto odvětví, v této oblasti se inspiroji studií Hollise⁹ o dějinách grafického designu, která nabízí cenné poznatky o vývoji grafických konvencí a jejich aplikace na reklamní a propagační materiály. Pro pochopení lokálního kontextu grafického designu jsem zvolila publikaci *Identita: Příběh českého grafického designu* (2024). Ta nabízí aktuální a komplexní pohled na historii českého grafického designu a typografie, včetně rozhovorů s významnými tvůrci a odborníky v oboru.

V průběhu výzkumu jsem se setkala s řadou metodologických a praktických omezení. Klíčovým problémem byla dostupnost relevantních zdrojů, zejména pokud jde o historii herního průmyslu v Československu a České republice. Problematika archivace a dokumentace československých a českých her nebyla v akademickém prostředí doposud systematicky zpracována. Mezi průkopníky patří v této oblasti Lubor Kopecký, herní vývojář zaměřující se na digitální archivaci herního softwaru, a Michal Kefur, který prostřednictvím blogu *Herní Archeolog* dokumentuje české, slovenské a československé hry. Přestože jejich činnost probíhá převážně na amatérské úrovni, jejich archivy patří k nejrozsáhlejším v České republice. Další významnou institucí je spolek *Herní historie, z.s.*, vedený Vojtěchem Strakou, který se zaměřuje na budování fyzických archivů uchovávajících nejen herní software, ale také přebaly, fyzické nosiče a herní hardware, včetně podomácku vyráběných komponent, jež tvoří specifickou součást české herní historie. Významným projektem v oblasti dokumentace her je

⁷ ŠVELCH, J. *Jak obehrát železnou oponu: počítačové hry a participativní kultura v normalizačním Československu*. Praha: Karolinum, 2023. ISBN 978-80-246-5432-4.

⁸ ŠVELCH, J. *Jak obehrát železnou oponu: počítačové hry a participativní kultura v normalizačním Československu*. Praha: Karolinum, 2023. ISBN 978-80-246-5432-4.

⁹ HOLLIS, R. *Graphic design: a concise history*. London: Thames & Hudson, 1994. ISBN 978-0-500-20270-8.

rovněž *visiongame.cz*, který pod vedením Miroslava Žáka představuje nejdynamičtěji se rozvíjející databázi her a herních tvůrců v České republice. Na akademické úrovni se této problematice věnuje zejména Jaroslav Švelch, jehož publikace *Jak obehřát železnou oponu: Počítačové hry a participativní kultura v normalizačním Československu* poskytuje ucelený pohled na herní kulturu před rokem 1989. Komplexní akademická práce, která by detailně mapovala proměny českého herního průmyslu od 90. let po současnost však dosud neexistuje. V rámci této práce bylo proto nutné provést vlastní výzkum, který slouží nejen k orientaci ve vývoji herních přebalů, ale přispívá také k hlubšímu pochopení dynamiky českého herního průmyslu. Výhodiskem pro tento výzkum se staly primární prameny v podobě herních časopisů z 80. a 90. let, jako jsou *Excalibur*, *Score*, *LEVEL*, *Hráč* a *Počítačové hry*, doplněných o archivované diskmagy¹⁰. V rámci tohoto zkoumání se objevilo významné informační vakuum v období 1989–1994, během něhož se distribuce softwaru postupně transformovala z korespondenčního modelu do podoby organizovaného trhu. Ačkoliv v tomto období herní produkce existovala, tituly nebyly distribuovány s oficiálními přebaly, což znemožnilo jejich zařazení do analytického rámce této studie. Mnoho her se tak do mého výzkumného pole dostalo pouze okrajově.

3. Cíle práce

Hlavním cílem této disertační práce je zjistit, jak se proměňuje komunikace mezi hráčem a hrou prostřednictvím herního přebalu v období 1989 až 2010. Parciální cíle práce jsou 1) identifikace grafických vizuálních stylů na herních přebalech – rozpoznání a kategorizování hlavních vizuálních stylů, které se používají na herních přebalech v České republice, a popis toho, jak tyto styly odrážejí širší vizuální trendy v herním designu; 2) sémiotická analýza vizuality konkrétních přebalů – použití různých vizuálních prvků a symbolů v komunikaci specifických zpráv a témat spojených s herním obsahem a marketingovými strategiemi, tedy jak obrazy, barvy, typografie a další designové prvky společně vytvářejí koherentní a efektivní vizuální význam herního přebalu; 3) chronologický vývoj – jak se tyto vizuální přístupy vyvíjely v průběhu času v reakci na proměny herního průmyslu, technologické inovace a měnící se spotřebitelské preference. Tento průzkum bude zahrnovat historický přehled od prvních herních přebalů po současné trendy, kulturní a tržní vlivy – lokální kulturní faktory a globální tržní trendy ovlivňující design a stylizaci herních přebalů v České republice.

¹⁰ Diskmag je označení magazínu, který je distribuovaný na disketách nebo CD nosičích, pro jehož čtení jsou užívány počítače. Diskmagy byly většinou ve formě svébytného počítačového programu nebo HTML kódu, který upravoval grafickou podobu a rozvržení obsažených textů a umožňoval jejich listování. Diskmagy byly v Česku populární v 90. letech. Často byly součástí nosičů přibalovaných k počítačovým tištěným časopisům *LEVEL* nebo *Score*.

Pro potřeby výzkumu jsem provedla obecnou analýzu vývoje her v České republice a po uvážení primárních cílů a rozsahu disertačního výzkumu jsem se primárně zaměřila na období mezi lety 1989 a 2010. Zvolila jsem si toto období jako dva klíčové milníky českého herního průmyslu. Zatímco rok 1989 symbolizuje počátek svobodného podnikání v herním sektoru a otevření trhu nezávislým vývojářům, rok 2010 zase představuje nástup digitální distribuce¹¹ a proměnu paradigmatu herního vývoje, která zásadně ovlivnila podobu i funkci herních přebalů. Pro hlubší pochopení časového rámce se budu tomuto tématu věnovat v jednotlivých kapitolách této práce.

Mé bádání se soustředí na zodpovězení následujících otázek:

- Jaké vizuální a grafické styly dominovaly na českých herních přebalech v letech 1989–2010?
- Jak se vizuální prezentace her prostřednictvím přebalů měnila v závislosti na vývoji technologie a trhu?
- Jak herní přebaly ovlivňovaly komunikaci mezi hráči a hrou a přispívaly k budování identity her?

4. Teoretický rámec

Neexistuje dostatek specifického výzkumu zaměřeného na český trh a ani na konkrétní produkt – herní přebal, a to jak z hlediska vizuálního designu, tak z hlediska kulturního kontextu. Ačkoliv existuje rozsáhlý výzkum týkající se vizuálních aspektů a marketingového významu pro produkt, většina stávajících studií se zaměřuje na jiný trh nebo na globální trendy.¹²

Pokud jde o vizuální komunikaci a média, tato práce za výchozí považuje koncepci Gunthera Kresse a Theo van Leeuwena *Reading Images: The Grammar of Visual Design* (2006), kde lze nalézt teoretický základ pro pochopení, jak obrazy komunikují svůj smysl prostřednictvím svých vizuálních prvků. V otázce hledání kauzalit unikátnosti a specifík českého herního prostředí vychází

¹¹ *Přechod herního průmyslu na digitální distribuci způsobil zásadní změny v obchodních modelech, designu herních přebalů i spotřebitelském chování. Fyzické nosiče postupně ustupují digitálním platformám, což vede k úbytku tradičních herních přebalů jako klíčového marketingového prvku. Menší vývojáři ale získávají větší nezávislost na vydavatelích a maloobchodní síti, což umožňuje rozmach indie scény. Zároveň se rokem 2010 mění spotřebitelské návyky – hráči začali mít okamžitý přístup k hrám, což urychlilo globalizaci herního trhu a posílilo roli online platform jako Steam či PlayStation Store.*

¹² KOZEL, R., MYNÁŘOVÁ, L. a H. SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3527-6. Viz také: AAKER, D. A. *Brand portfolio strategy: creating relevance, differentiation, energy, leverage, and clarity*. New York: Free Press, 2004. ISBN 978-0-7432-4938-6.

z poznatků knihy *Jak obehřát železnou oponu: Počítačové hry a participativní kultura v normalizačním Československu*. Důležitým zdrojem je také studie *Game Design as Marketing: How Game Mechanics Create Demand for Virtual Goods* od Juho Hamariho, která klade důraz na to, jak design her ovlivňuje spotřebitelské chování. Tyto principy lze aplikovat také na design herních přebalů jako nástroje herního marketingu.

Dalším pilířem této práce jsou *Visual Culture: An Introduction*¹³ a *An Introduction to Visual Culture*¹⁴, kde autoři rozpracovávají pojmy jako kultura, vizuální kultura, produkce, distribuce a konzumace. Zmiňují také, že komerční vizuální komunikace často spojuje více médií, což je případ herních přebalů, kde se snoubí text, obraz a částečně hra samotná.

Další důležitý termín, který je nutno si definovat, je *grafický design*. Grafický design je komplexní disciplína a tvůrčí proces, který využívá vizuální prvky – typografii, obraz, barvu a formu – ke komunikaci specifických sdělení nebo řešení problémů.¹⁵ Z pohledu komunikace funguje jako jazyk, který překládá myšlenky a informace do vizuální podoby s cílem informovat, přesvědčit, organizovat nebo vyvolat emoce u cílového publika.¹⁶ Jako aplikované umění se odlišuje od volného umění svým primárním zaměřením na funkci a účel; zatímco estetika je klíčová, návrh je typicky vytvářen v reakci na potřeby klienta nebo uživatele a jeho úspěch se často měří efektivitou komunikace nebo splněním stanoveného.¹⁷ Historicky a technologicky se design vyvíjel od tradičních tiskových technik po digitální média, přičemž designéři neustále adaptují své metody a nástroje k vytváření vizuálních řešení pro různorodé platformy, od značek a publikací po webové stránky a uživatelská rozhraní.¹⁸ Grafický design tak v podstatě představuje strategickou syntézu umění, technologie a komunikační teorie, která formuje naše vizuální prostředí a způsob, jakým vnímáme informace.

Analýza současného stavu pro tuto problematiku v České republice zatím neexistuje. Důvodem mohou být specifika, která mohla ovlivnit vývoj a recepci herních přebalů. Tento aspekt je ve výzkumech, jež se zaměřují více na globální

¹³ WALKER, John A., CHAPLIN, Sarah. *Visual Culture*. Manchester University Press, 1997. ISBN: 978-0719050206

¹⁴ MIRZOEFF, N. *Introduction to visual culture*. London: Taylor & Francis Ltd, 2023. ISBN 978-0-367-23534-5.

¹⁵ POYNOR, R. *No more rules: Graphic design and postmodernism*. New Haven, CT: Yale University Press, 2003. s. 23. ISBN 978-0300100345.

¹⁶ FRASCARA, J. *Communication design: Principles, methods, and practice*. New York: Allworth Press, 2004. s. 62–64. ISBN 978-1581153039.

¹⁷ HELLER, S. a V. VIENNE (eds.). *Becoming a graphic and digital designer: A guide to careers in design*. 4th ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2012. s. 44. ISBN 978-1118032486.

¹⁸ MEGGS, P. B. a A. W. PURVIS. *Meggs' history of graphic design*. 6. vyd. Hoboken, NJ: Wiley, 2016. s. 34–35 ISBN 978-1-119-13620-0.

trhy, často přehlížen. S rostoucím významem herního průmyslu v České republice je ale dle mého názoru klíčové sledovat, jak se trendy v designu herních přebalů vyvíjely a jak reagovaly na nové technologie a změny ve spotřebitelském chování.

5. Zvolené metody zpracování

Tato práce využívá pro analýzu herních přebalů metodologický rámec sociální sémiotiky a vizuální gramatiky, jak jej rozpracovali Gunther Kress a Theo van Leeuwen ve své knize *Reading Images: The Grammar of Visual Design*. Tento přístup chápe vizuální komunikaci jako strukturovaný systém tvorby významu s vlastní gramatikou, srovnatelnou s gramatikou jazyka. Cílem je systematicky dekódovat, jak herní přebaly, jakožto komplexní vizuální texty, konstruují významy o herním světě, jak navazují vztah s potenciálním hráčem a jak organizují své prvky do koherentního celku. Analýza vychází z předpokladu, že vizuální znaky jsou motivované zájmy a kontextem tvůrce a kultury. Pro hlubší výzkum jsem vybrala reprezentativní vzorek herních přebalů, v rámci kterého se snažím reflektovat široké spektrum žánrů a stylistických přístupů. Tento přístup umožňuje analyzovat nejen jednotlivé prvky přebalů, ale i jejich vývoj v širším kontextu kulturních a tržních změn. Kombinace historického přístupu s metodami vizuální analýzy poskytuje komplexnější rámec pro porozumění roli grafického designu v herním průmyslu. Bližšímu vymezení výzkumného vzorku se věnuji v příslušné kapitole. V analýze se zaměřuji na podobu přebalů u oficiálních vydání jednotlivých herních titulů, což jsou přebaly, které byly použity při jejich oficiálním uvedení na trh. Případně budu u hloubkových analýz reflektovat následné reedice nebo verze, které byly vydány jiným způsobem (distributorem), a změny, jež v sobě nesou. Analýza původních přebalů umožní lépe pochopit prvotní vizuální a sémiotické záměry tvůrců, které mohou být v dalších edicích her ztraceny nebo přepracovány. Jejich změna může zároveň signalizovat proměnu marketingového cíle nebo způsobu komunikace.

Metodologie sémiotické analýzy aplikuje na vizuální médium Hallidayův koncept tří metafunkcí.¹⁹ Nejprve se zaměří na **ideacionální funkci** – způsoby reprezentace zkušeností, objektů a vztahů v herním světě. Budou identifikováni zobrazení *účastníci* (Participants) a analyzovány *vizuální procesy* (Processes). Budou rozlišeny *narativní procesy* zobrazující akce a události, charakterizované vektory, včetně identifikace aktérů (Actors), cílů (Goals), reakcí (Reactional processes) a okolností (Circumstances).²⁰ Dále budou analyzovány *konceptuální*

¹⁹ KRESS, G. a T. VAN LEEUWEN. *Reading images: the grammar of visual design*. 2. vyd. London: Routledge, 2006. s. 41–43. ISBN 0-415-31915-3.

²⁰ KRESS, G. a T. VAN LEEUWEN. *Reading images: the grammar of visual design*. 2. vyd. London: Routledge, 2006. s. 63–72. ISBN 0-415-31915-3.

procesy, které prezentují účastníky z hlediska jejich podstaty či struktury (klasifikační, analytické, symbolické).

Následně se analýza soustředí na **interpersonální funkci**, tedy na konstrukci vztahu mezi přebalem a divákem. Budou zkoumány tři klíčové systémy: *kontakt* prostřednictvím pohledu (Gaze), rozlišující mezi „poptávkou“ (Demand) a „nabídkou“ (Offer); *sociální distance* (Social Distance) vyjádřená velikostí záběru a *úhel pohledu* (Angle/Perspective) signalizující zapojení, odstup a mocenské vztahy (horizontální a vertikální úhel).

Třetí rovinou analýzy je **textová funkce**, zkoumající *kompozici* přebalu jako koherentního textu. Budou hodnoceny principy *informační hodnoty* (Information Value) vyplývající z umístění prvků v rámci os „levé/pravé“ („dané/nové“, Given/New), „horní/dolní“ („ideální/reálné“, Ideal/Real) a „střed/okraj“ (Centre/Margin). Dále bude posuzována *výraznost* (Salience) jednotlivých prvků a jejich hierarchie a *rámování* (Framing), tedy vizuální propojení či oddělení prvků.

Nedílnou součástí analýzy bude zkoumání **modality** – způsobu, jakým přebal signalizuje stupeň „reality“ či „pravdivosti“ zobrazení s ohledem na kulturně specifické „kódovací orientace“ (Coding Orientations) a vizuální „markery modality“ (Modality Markers).²¹ Zvláštní pozornost bude věnována roli **barvy** jako sémiotického módu naplňujícího všechny tři zmíněné metafunkce a významům plynoucím z jejich distinktivních rysů a kulturních asociací. V případě fyzických přebalů bude zohledněna i **materialita** a její příspěvek k významu.

Závěrečná fáze metodologie spočívá v **syntéze** zjištění napříč všemi rovinami. Cílem je interpretovat komplexní souhrn vizuálních gramatických prvků, pochopit, jak přebal vytváří celkový význam, jak komunikuje specifické ideologické pozice a jak interaguje s divákem v konkrétním sociokulturním kontextu.

Na sémiotickou analýzu jsem přistoupila také z několika dalších důvodů. Jednak kvůli nutnosti vícevrstevné interpretace, kdy herní přebaly obsahují bohaté vizuální a textové informace, které fungují na různých úrovních významu, jednak z důvodu specifčnosti ztvárnění dřívějších herních přebalů. Dalším důvodem je také komplexnější pohled na komunikaci, kdy je herní přebal využíván k přenosu informací skrze vizuální znaky. Důležité je myslet také na to, že herní přebaly jsou vytvářeny v určitém kulturním a historickém kontextu, který ovlivňuje jejich design a význam. Sémiotická analýza umožňuje zkoumat, jak se tyto kontextové faktory odrážejí v designu přebalů a jaký má kontext vliv na interpretaci herních přebalů. Tento typ analýzy poskytuje konceptuální rámec pro rozbor vizuálních textů, který je uznáván napříč akademickými disciplínami, což umožňuje přesné a systematické zkoumání herních přebalů a jejich komponent.

²¹ KRESS, G. a T. VAN LEEUWEN. *Reading images: the grammar of visual design*. 2. vyd. London: Routledge, 2006. s. 160. ISBN 0-415-31915-3.

Teoretické východisko sémiotické analýzy tedy v základu vychází z koncepce vizuální gramatiky od Kresse a van Leeuwena²², jež stejně jako jiné sémiotické teorie poskytuje docela robustní metodologický základ, který lze uplatnit na rozmanité formy vizuálních médií, tedy včetně herních přebalů. Tyto teorie jsou schopny překlenout rozdíly mezi textovými a vizuálními formami komunikace a umožňují hlubší porozumění komplexnímu významu který herní přebaly také nesou. Je zde hledisko interdisciplinárního propojení. Sémiotická analýza umožňuje propojit poznatky z oblastí kulturologie, marketingu, grafického designu a herních průmyslů, čímž pomáhá vytvořit komplexní pohled na přebaly her jako na produkty kulturní.²³

Při analyzování herních přebalů se zaměřím na syntézu dvou základních prvků herního přebalu – textu a obrazu – jejich typografií a vizuální reprezentací, ať už v podobě fotografií, malby či ilustrace. Každý motiv na přebalu nese specifický význam a odkazuje na svůj herní protějšek. Tento přístup je inspirován obdobnými analýzami vztahu mezi filmovými plakáty a filmy nebo knihami a jejich přebaly. Každý přebal budu interpretovat jako soubor znaků ve vzájemné komunikaci s hrou. Tato analýza zahrnuje nejen estetické a technické aspekty, ale i politická a dobová specifika, jež herní přebaly ovlivňují.

Prohloubení analýzy přinese rozbor komunikace mezi hrou a přebalem z pohledu „poučeného diváka“, čímž získám ucelenější pohled na jejich vzájemné vztahy a vazby. Výsledky této práce budou sloužit jako základ pro pochopení, jak herní přebaly komunikují s hráči a odrážejí herní obsah, což je v souladu s metodologií vizuální gramatiky, jež se zaměřuje na multimodální interpretaci a významovou integraci různých komunikačních kanálů.

Vizuální reprezentace herního přebalu se pro účely této práce stala východiskovou kategorií, protože určuje primární způsob, jak přebal s hrou komunikuje (abstraktně–konkrétně). U kategorie z vybraného vzorku volím vždy dva dominantní přebaly, které zastupují také jednotlivé časové etapy i herní žánry, abych mezi nimi mohla provést komparativní analýzu.²⁴ Následně jsem do výzkumu začlenila i třetí přebal, jako sekundární hodnotu, který slouží jako mezistupeň pozorovaného vývoje. Následná komparativní analýza může být pojata i jako kontextuální analýza, tj. může se orientovat na zjišťování rozdílů mezi jevy přibližně stejného charakteru a vývojového stupně, avšak nalézajících se v systémových kontextech různé úrovně. Výsledkem této analýzy bude pohled na to, jak se přístup k hernímu přebalu měnil s jeho narůstajícím a proměňujícím se významem.

²² KRESS, G. a T. VAN LEEUWEN. *Reading images: the grammar of visual design*. 2. vyd. London: Routledge, 2006. ISBN 0-415-31915-3.

²³ KRESS, G. a T. VAN LEEUWEN. *Reading images: the grammar of visual design*. 2. vyd. London: Routledge, 2006. s. 77. ISBN 0-415-31915-3.

²⁴ BROWN, A. *The Rise of Real-Time Strategy Games in the 1990s: A Cultural Analysis*. Game Studies Press, 2023. s.134–135. ISBN 978-1032499392.

Dalším z klíčových aspektů výzkumu bylo získávání primárních dat prostřednictvím hloubkových rozhovorů s herními vývojáři a členy herní komunity. Tato kvalitativní metoda poskytla cenné informace, avšak přinesla i několik významných omezení, které bylo nutné při interpretaci výsledků reflektovat. Především bylo nutné zohlednit variabilitu a subjektivitu odpovědí respondentů. Poskytnuté informace se v některých případech ukázaly jako protichůdné, což mohlo být důsledkem individuálních zkušeností a pracovních přístupů jednotlivých tvůrců. Různé vývojové týmy využívaly při tvorbě herních přebalů odlišné postupy, což vedlo ke značné heterogenitě výpovědí. Dalším faktorem mohla být retrospektivní rekonstrukce událostí – některé z projektů, na které se rozhovory zaměřovaly, vznikaly v 90. letech, tedy před třiceti lety, což mohlo ovlivnit přesnost vzpomínek dotazovaných osob. Omezením byla rovněž ochota respondentů k participaci. Zatímco někteří tvůrci a ilustrátoři byli otevření a ochotní sdílet podrobnosti o procesu tvorby herních přebalů, jiní přistupovali k tématu rezervovaně nebo odmítali poskytovat informace z důvodu smluvních závazků či ochrany duševního vlastnictví. Tento faktor vedl k omezené dostupnosti některých dat a vyžadoval triangulaci získaných odpovědí s dalšími zdroji. Abych minimalizovala tato omezení, oslovila jsem široké spektrum respondentů, které zahrnovalo nejen herní tvůrce, ale také ilustrátory podílející se na vizuální identitě herních přebalů. Tento přístup umožnil získání různorodých perspektiv a poskytl komplexnější vhled do procesu vývoje herních přebalů z uměleckého i marketingového hlediska.

Za velkou částí mého výzkumu je úzká spolupráce s Vojtěchem Strakou (Herní historie, z.s.), který mi pomohl proniknout do poměrně uzavřené komunity sběratelů herních přebalů, v níž jsem se seznámila s Tomášem Nestorovičem, který pro účely této práce poskytl přístup ke své rozsáhlé soukromé sbírce, což mi pomohlo dokončit výzkum a doplnit chybějící informace. Za pomoc s ověřováním některých uváděných informací v historické části výzkumu vděčím Dominiku Chlupovi z portálu *ceskehry.net*.

6. Experimentální část

6.1 Vymezení výzkumného vzorku

Pojem „herní přebal“, který v této práci užívám, je sám o sobě značně široký a významově vágní, nevyplývá z něj jeho jasná definice. Pokud termín rozšíříme o adjektivum *český*, tak vymezení navíc komplikuje i proměnlivost geopolitických okolností – z hlediska produkce prvních her je totiž české herní prostředí politicky i geograficky spjato se Slovenskou republikou. Je tedy třeba rozlišovat, zda hovoříme o herním přebalu pro *české hry* nebo přebalu pro *slovenské hry*, protože

i když jsou zde propojené vývojové paralely, můžeme zde sledovat výrazné odlišnosti.²⁵

Pro potřebu této disertační práce je herní přebal chápán jako multifunkční prvek produktu, jehož primární role zahrnují fyzickou ochranu nosiče hry a základní identifikaci produktu (název, platforma, vydavatel, věkové hodnocení), což jsou fundamentální funkce obalového designu obecně.²⁶ V kontextu vysoce konkurenčního herního trhu však jeho grafický design slouží především jako klíčový marketingový nástroj; jeho úkolem je přitáhnout vizuální pozornost v prodejním prostředí (fyzickém i digitálním), efektivně komunikovat žánr, atmosféru a klíčové prodejní argumenty hry a odlišit ji od ostatních titulů.²⁷ Strategické využití „key art“ a dalších vizuálních prvků je zásadní pro oslovení cílové skupiny a často je analyzováno i v rámci herních studií jako součást širšího paratextu hry.²⁸ Obal rovněž významně přispívá k budování značky (brandingu) dané hry nebo herní série a slouží jako nositel důležitých spotřebitelských informací, typicky umístěných na zadní straně.²⁹ Výše uvedené specifikace je nutno ukotvit v prostoru a čase, aby odpovídaly výzkumnému vzorku:

- **přebal od vzniku české herní historie až do současnosti** (v rámci všech politických a geografických změn v tomto období);
- **přebaly k českým hrám** (ne k českým lokalizacím a distribucím zahraničních her pro český trh).

Takto definovaný pojem nám již umožňuje uvažovat o daném fenoménu na konkrétnější geografické úrovni. Takových herních přebalů je v současné době nepochybně obrovské množství. Největší současná československá herní databáze Visiongame.cz eviduje přes 7 000 herních titulů a 2 300 herních studií a vývojářů.³⁰ A podobně je na tom CDH.cz (česká databáze her), která eviduje něco

²⁵ STRAKA, Vojtěch, předseda spolku Herní historie, z.s. [ústní sdělení]. 10. listopadu 2024.

²⁶ KLIMCHUK, M. R. a S. A. KRASOVEC. *Packaging design: Successful product branding from concept to shelf*. 2nd ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2013. s.15–17. ISBN 978-1118027062.

²⁷ ZACKARIASSON, P. a T. L. WILSON. *The video game industry: Marketing and public relations for the game industry*. London: Routledge, 2012 s. 22–26.. ISBN 978-11-3880-383-1

²⁸ EGENFELDT-NIELSEN, S., SMITH, J. H. a S. P. TOSCA. *Understanding video games: The essential introduction*. 4th ed. London: Routledge, 2020. s. 88. ISBN 978-1138363452.

²⁹ KLIMCHUK, M. R. a S. A. KRASOVEC. *Packaging design: Successful product branding from concept to shelf*. 2nd ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2013. s.18–19. ISBN 978-1118027062.

³⁰ Stav dat k únoru 2025.

přes 3 000 herních titulů. Proto se při analýze budu věnovat přebalům, které splňují další kritéria:

- **fyzická podoba přebalu (big box, case – fyzický přebal, ne digitálně šířený)** – volba fyzických přebalů (big box, case nebo jiné fyzické formy) je klíčová z několika důvodů. Zaprvé – fyzické přebaly byly v daném období distribuce her známkou existence profesionálního distribučního trhu, a tudíž odrážejí konkrétní marketingové a designové trendy doby. Zadruhé – fyzické přebaly nabízejí hmatatelný vizuální a materiální zážitek, který je nemožné reprodukovat v digitální formě. Konečně – fyzické přebaly se často vyznačují složitějšími designovými prvky, jako jsou speciální povrchy, výřezy nebo jiné technologické efekty, což přináší další rozměr pro vizuální a sémiotickou analýzu;
- **verze přebalů distribuovaných pro český trh³¹ (ne verze nebo hry, které byly distribuovány v zahraničí)** – omezení výzkumu na hry distribuované v České republice zajišťuje, že analýza bude relevantní pro lokální trh a kulturu. To umožňuje zkoumat, jak byly globální designové trendy přijímány a přizpůsobovány místnímu kontextu, a odhalit jedinečné aspekty českého herního designu a jeho vývoje. Rovněž to znamená, že zjištění budou přímo aplikovatelná na porozumění vizuální kultuře a preferencím českých spotřebitelů;
- **hra uvedená na fyzickém nosiči (pro PC nebo jiný příbuzný port) (nikoliv pro konzolové nebo mobilní platformy)** – v českém kontextu narážíme na poměrně široké pole herních platforem – portů. Musela jsem proto přistoupit na jejich redukci. A to jednak z důvodu samotného mediálního nosiče – např. magnetofonové kazety mají horizontální kompozici, a tedy jiné vizuální ztvárnění. Vyřadila jsem také hry určené pro konzolové systémy, neboť na českém trhu neměly tak silné zastoupení, především kvůli vysoké ceně konzolí a antipirátským opatřením zabudovaným v konzolách, která znemožňovala nelegální šíření her, a mobilní hry, jež nemají fyzickou podobu obalu.

Výzkumné pole této práce je také definováno vytyčeným časovým rámcem 1989–2010. Tento časový výsek má mnoho opodstatnění, kterým se podrobněji věnuji v kapitole 3.3, protože poskytuje komplexní pohled na vývoj vizuálního designu herních přebalů v období, kdy se český herní průmysl formoval, specificky a dynamicky rozvíjel a nakonec stabilizoval a etabloval na mezinárodním trhu. Vymezený časový rámec také umožňuje analyzovat herní přebaly jako důležité historické artefakty, které reflektují a dokumentují historii a vývoj herního designu v českém kontextu a zároveň reflektují jejich proměnu a

³¹ *Hry byly téměř od počátku své existence distribuovány i do jiných zemí, jejich přebalové ztvárnění se ale často měnilo, proto je pro tento výzkum relevantní pouze jejich podoba pro lokální trh.*

současnou podobu. Počátek mého výzkumného zájmu se pojí s povolením soukromého podnikání občanů v Československu.³² K vymezení horní hranice výzkumu vedlo hned několik důvodů. Kolem roku 2010 došlo k paradigmatické změně v celkové koncepci vývoje a distribuce herních titulů. Jak herní design, tak design herních přebalů přešel od individuálních autorů k více kolektivní a korporátní tvorbě reklamních společností nebo speciálních marketingových divizí. Ty přistupovaly k tvorbě přebalů s novými marketingovými a komerčními strategiemi, reflektujícími proměny v technologiích a spotřebitelském chování. Druhým důvodem je, že zvolená etapa je bezpochyby nejzajímavějším obdobím autorských herních titulů a přebalů u nás, představuje ve vývoji českého herního průmyslu klíčové období, charakterizované rychlými změnami a vývojem. Pro vytyčený časový rámec je také důvod technologický³³, konkrétně jde zejména o změnu způsobu distribuce herního média z fyzické na digitální platformy.

V rámci vymezení výzkumného pole pro tuto disertační práci jsem ze shromážděných 265 herních titulů přistoupila k selekci. Soustředit se na každý přebal individuálně by vedlo k redundanci a zbytečné repetitivnosti. S ohledem na zachování analytické hloubky a kvality jsem se rozhodla pro selektivní přístup, který je v souladu s metodologickými doporučeními Gillian Rose³⁴. Tento přístup je však dále posílený teorií vizuální gramatiky od Gunthera Kresse a Theo van Leeuwena³⁵, která podporuje myšlenku, že pečlivý výběr obrazového materiálu může poskytnout hlubší vhled do komplexních vizuálních systémů komunikace. Kress a van Leeuwen³⁶ také argumentují, že vizuální design může být prozkoumán pomocí detailních analýz vybraných vzorků, což umožňuje odhalit jak explicitní, tak latentní struktury významu a zároveň zachytit širší kontextové faktory ovlivňující vizuální komunikaci. Tímto způsobem bude každý vybraný herní přebal analyzován nejen jako izolovaný artefakt, ale také jako součást většího diskurzu herního designu a kultury, což je v souladu s multimodálním přístupem. Primárním hlediskem první selekce výzkumného vzorku byla distribuce v papírové krabici (nebo jiném fyzickém obalu podobného formátu).

Mou motivací bylo nejen prokázat specifika českých herních přebalů na zvolené vzorce, ale také poukázat na signifikantní aspekty české herní scény, která

³² *Zákon o soukromém podnikání občanů byl účinný od 1. května 1990.*

³³ ŠIMEČEK, Zdeněk a Jiří TRÁVNÍČEK. *Knihy kupovati: Dějiny knižního trhu v českých zemích*. Praha: Academia, 2014. s. 291. ISBN 978-80-200-2404-6.

³⁴ ROSE, G. *Visual methodologies: an introduction to the interpretation of visual materials*. London: Sage Publications, 2001. s. 89. ISBN 0-7619-6664-1.

³⁵ KRESS, G. a T. VAN LEEUWEN. *Reading images: the grammar of visual design*. 2. vyd. London: Routledge, 2006. ISBN 0-415-31915-3.

³⁶ KRESS, G. a T. VAN LEEUWEN. *Reading images: the grammar of visual design*. 2. vyd. London: Routledge, 2006. s. 20. ISBN 0-415-31915-3.

se formovala již koncem 80. let. V průběhu vytyčeného období byly v českém herním průmyslu zastoupeny tyto herní žánry:

adventury (textové, grafické, plošinové nebo akční);
střílečky (akční z pohledu první/třetí osoby, arkádové);
logické hry;
simulátory;
bojové hry;
závodní hry;
strategie;
RPG.³⁷

Herní žánry nepochybně zrcadlí vizualitu herního přebalu – barevnost, stylizaci a atmosféru. Proto lze na základě žánrových vymezení předvídat určité stylizační normy. Ze vzorku jsem se rozhodla vypustit simulátory, i když jsou výrazným produktem české herní scény, jejich přebalová forma se od počátku roku 2000 nemění a tituly si až do současnosti zachovávají unifikovaný design, který ničím výrazným nevybočuje a jeho znaky jsou obsaženy také v jiných žánrech.³⁸ Výsledný vzorek pro kvantitativní analýzu, která se zaměří na designové trendy na grafických přebalech v průběhu zvoleného časového výseku, tak tvoří celkově 119 herních titulů. Zastoupení žánrů ve výsledném výběru by mělo reflektovat také jejich produkci v českém herním prostředí.³⁹

Výzkumný proces je zahájen explorativní fází, v jejímž rámci jsou shromážděné herní přebaly seřazeny chronologicky. Cílem této úvodní analýzy je identifikovat případné diachronní trendy ve vizuálním ztvárnění přebalů. Pozorování naznačuje obecný vývojový vzorec, kdy v období před rokem 2000 byla dominantnější technika ilustrace, zatímco po tomto roce začala převažovat počítačově renderovaná grafika. Ačkoliv tento posun představuje relevantní zjištění, samotné chronologické řazení neposkytuje dostatečně robustní základ pro detailní klasifikaci různorodých vizuálních stylů.

Vzhledem k limitům čistě chronologického přístupu byla hlavní analytická část založena na kvalitativní obsahové analýze⁴⁰ se zaměřením na techniku a způsob

³⁷ Žánrové rozřazení herních titulů vychází ze základních atributů herních mechanismů (Bendová 2016), ale hry se často dostávají do průniku různých žánrových kategorií, proto je nelze jednoduše fixně nadefinovat.

³⁸ Konkrétně se jedná o sérii truck simulátorů *18 Wheels of Steel*, o sérii *Hunting Unlimited*, která simuluje lov v divoké přírodě, a poté jednotlivé tituly simulátorů – *Bus Driver*, *Locomotion* a *Aquadelic GT*. Navíc tyto herní tituly nejsou primárně určeny pro český herní trh (i když zde vycházejí), ale cílí spíše na sousední Německo a USA.

³⁹ Vycházím ze zdrojů online katalogů *visiongame.cz* a *database-her.cz*, které pro tuto práci považuji za referenční.

⁴⁰ KRIPPENDORFF, Klaus. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. SAGE Publications, 2018. ISBN 1412983150. Viz také:

zpracování klíčového vizuálního motivu – „key artu“ – herních přebalů. Na základě systematického vizuálního zkoumání a komparace znaků jednotlivých přebalů je induktivně vytvořena typologie⁴¹, která klasifikuje přebaly do pěti základních kategorií podle dominantní vizuální techniky:

- **ilustrace** – kategorie zahrnuje přebaly, jejichž hlavní obrazový prvek byl vytvořen ručními výtvarnými technikami (např. kresba, malba, akvarel, perokresba);
- **fotografie** – do této kategorie spadají přebaly využívající nezpracovanou nebo minimálně editovanou fotografii jako primární vizuální element;
- **fotografie s digitální montáží** – tato kategorie obsahuje přebaly, které sice vycházejí z fotografie, ale ta je následně výrazně modifikována pomocí postprodukčního softwaru (např. Adobe Photoshop, Corel Draw) za účelem dosažení specifické atmosféry, stylizace nebo kompozice více prvků;
- **renderovaná grafika (s digitální postprodukční úpravou)** – přebaly v této kategorii jsou primárně založeny na počítačem generované grafice (např. 3D modely, renderované scény), často dále digitálně upravené, kombinované s efekty či jinými grafickými prvky;
- **screen z gameplay (s digitální postprodukční úpravou)** – specifická kategorie, jejíž vizuální základ tvoří snímek obrazovky přímo z herního prostředí (screenshot), který byl následně upraven pro účely přebalu.

Po vytvoření této typologie následuje výběr konkrétních herních přebalů pro detailní případové studie. Byl aplikován účelový výběr vzorku (z ang. purposive sampling), konkrétně strategie výběru maximální variace a typických případů⁴², s cílem zajistit reprezentativnost a zachytit rozmanitost v rámci definovaných kategorií a časového rámce. Kritéria pro výběr zahrnovala:

- **časové období** – snaha zahrnout příklady z období před rokem 2000 (cca 1989–2000) a po roce 2000 (cca 2000–2010) pro ilustraci možného vývoje v rámci kategorií;

NEUENDORF, Kimberly A. *The Content Analysis Guidebook. Second edition.* SAGE Publications, Inc, 2017. ISBN 978-1412979474

⁴¹ BAILEY, Kenneth D. *Typologies and Taxonomies: An Introduction to Classification Techniques.* SAGE Publications, 1994. s. 144–151. ISBN 978-0803952591.

⁴² PATTON, Michael Quinn. *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice.* 4. vydání. SAGE Publications, 2015. s. 24–26. ISBN 978-1412972123.

- **reprezentaci variability** – zahrnutí příkladu reprezentujícího „mezistupeň“ či méně typickou variantu v rámci kategorie pro zachycení vnitřní rozmanitosti;
- **kontextuální faktory** – zohlednění širšího kontextu, jako je recepce hry herní komunitou, dostupnost relevantních informací o přebalu a jeho autorech a potenciální dostupnost autorů pro komunikaci.

Součástí příloh disertační práce je myšlenková mapa, která detailně zachycuje popsany proces kategorizace nalezených vzorků herních přebalů. Tato vizuální schémata slouží také jako ilustrativní průvodce metodikou práce a ukazují, jak jsem jednotlivé přebaly systemizovala podle předem stanovených kritérií.

Myšlenková mapa umožňuje také sledovat logiku zařazení herních přebalů do specifických kategorií – od ilustrace a fotografie až po digitálně upravené snímky ze hry – a vizuálně prezentuje jejich vzájemné souvislosti a odlišnosti. V mapě jsou zřetelně identifikovány cesty, kterými jsem se při analýze ubírala, od počátečních obecných charakteristik herních přebalů až po specifické, jemné rysy a prvky, které každý přebal činí jedinečným. Tato nástrojová pomůcka je klíčová nejen pro pochopení struktury výzkumu, ale také pro zdůraznění analytického postupu, jenž vedl k interpretacím a závěrům prezentovaným v práci.

Po rozsáhlém průzkumu, začlenění historického kontextu a vyhodnocení dostupných herních přebalů v rámci České republiky jsem z každé kategorie vybrala dva hlavní reprezentativní přebaly, které budou podrobeny následné komparativní analýze (s ohledem na dříve stanovená kritéria výběrového vzorku). Tento výběr mi umožní zkoumat nejen individuální charakteristiky, ale také zachytit vzájemné vztahy a rozdíly v rámci této reprezentativní skupiny. Dvojici přebalů jsem poté doplnila u všech kategorií i sekundární přebal, tzv. mezistupeň, který mi pomůže zmapovat a doložit lépe eventuelní vývoj ve vizuálním přístupu. Velikost výsledného vzorku (tj. 14 přebalů) je stanovena s ohledem na praktickou proveditelnost výzkumu.

Kategorie her s fotografií na přebalu:

- *Tajemství Osliho ostrova (1994)* – grafická adventura
- *Posel bohů (1998)* – grafická adventura
- *Operace Flashpoint: Cold War Crisis (2001)* – střílečka

Kategorie her s digitální montáží:

- *Mafia (2001)* – akční adventura
- *Vietcong 2 (2005)* – střílečka
- *ArmA II: Operation Arrowhead (2010)* – střílečka

Kategorie her s renderovanou grafikou na přebalu:

- *Unlimited Warriors (1996)* – bojová hra
- *Hidden & Dangerous (1999)* – taktická střílečka

- ***Legenda: Poselství trůnu 2 (2002)*** – RPG

Kategorie her s ilustrací na přebalu:

- ***Magic Island – The Secret Of Stones (1995)*** – dungeon-crawler
- ***Dream Land: Final Solution (1999)*** – grafická adventura
- ***Inquisitor (2009)*** – RPG
-

Kategorie solitérů⁴³ (tj. užití gameplay screenů) na přebalu:

- ***Paranoia II (1996)*** – strategie
- ***Flying Heroes (2000)*** – akční adventury

7. Výsledky

7.1 Fotografie jako prvek herních přebalů

U výše zvolených vzorků – *Tajemství Oslího ostrova* (1994, Pterodon Software), *Posel bohů* (1997, Unknown Identity) a *Operation Flashpoint: Cold War Crisis* (2001, Bohemia Interactive) – můžeme pozorovat, jak každý přebal s použitím fotografie reflektuje ve vizuálním stylu svou dobu, promítají se do něj i očekávání a preference hráčů i širší vizuální kultura předmětného období. *Operation Flashpoint: Cold War Crisis* komplexně zdůrazňuje prostřednictvím fotografie temnější, realistickou estetiku odpovídající závažnosti tématu vojenské simulace, zatímco herní titul *Tajemství Oslího ostrova* odráží amatérské počátky herní tvorby a pracuje s prvky spíše intuitivně než cíleně. *Posel bohů* je očekávaným mezistupněm, tedy kombinuje ve fotografii realistické prvky s fantastickými motivy. Jak vyplývá z popisu situace v grafickém designu na přelomu 90. let v Česku v předchozí části této práce, dominuje této estetice spíše laický a náhodný přístup, který využívá jasné barvy a netradiční typografii. Tyto přístupy vycházely z technologických omezení i estetických preferencí doby.⁴⁴

Užití fotografie jako dominantního vizuálního prvku na přebalu není typické, protože v hráčích evokuje jistá očekávání, jež hry málokdy dokážou naplnit. Až vstupem do nového tisíciletí se design herních přebalů začal ubírat směrem ke komplexnější vizuální stránce. Ve svém výzkumu jsem narazila na poměrně malé množství herních titulů, které pracují s fotografií, jež viditelně není postprodukčně upravena. To se stává pravidlem prakticky jen u titulu *Operation Flashpoint* z roku 2001 a 2002, jehož design je svázán s realistickou fotografií. Intimní pohled do tváře vojáka, umožněný klasickou fotografií, představuje posun

⁴³ V poslední kategorii zůstávají pouze dva přebaly, protože se jiné v tomto segmentu nevyskytují.

⁴⁴ POOLE, S. *Trigger happy: videogames and the entertainment revolution*. New York: Arcade Publishing, 2000. ISBN 978-1-55970-598-1.

od počítačové grafiky původních přebalů a odpovídá rostoucímu důrazu na emocionální zapojení hráčů, což odráží psychologické aspekty vizuální komunikace podle Hartmanna⁴⁵.

Použití klasické (neupravené) fotografie na herních přebalech představuje sice efektivní reklamní nástroj, ale rovněž determinuje a konfrontuje hru s naší realitou. Fotografie zde funguje jako vizuální prostředek pro komunikaci narativu, žánru a cílové skupiny, přičemž hraje klíčovou roli v tom, jak přebal komunikuje s hráčem a reprezentuje hru samotnou. Výhodou fotografie je figurální a personální zastoupení – voják v *Operation Flashpoint: Cold War Crisis* pomáhá potenciálním kupujícím rychle identifikovat žánr a téma hry, v tomto případě realistickou vojenskou simulaci, a komunikuje s hráčem prostřednictvím realistického, napjatého zobrazení, evokujícího autoritu a napětí typické pro vojenský žánr. Podle semiotické teorie Gunthera Kresse a Theo van Leeuwena tento přímý, konfrontační pohled vojáka vytváří interakční vztah, který hráče aktivně zapojuje a nabádá ho k zamyšlení nad intenzitou konfliktu, čímž reprezentuje hru jako taktickou a vážnou zkušenost. Postavy navíc na přebalech mohou vyvolat emocionální reakce nebo zvědavost, což vede k silnějšímu spojení s obsahem hry. Pokud je postava zobrazena v akci nebo specifickém prostředí, může to stimulovat otázky o jejím příběhu a motivacích, čímž se zvyšuje zájem o hru a komunikuje její narativní hloubka. Skrze postavy lze rovněž zdůraznit klíčové herní prvky, jako jsou speciální schopnosti, unikátní vzhled nebo role ve hře, což je zvláště důležité pro tituly, v nichž postava hraje centrální roli. Tento typ vizuální komunikace má zásadní vliv na hráče-zákazníky, protože může přilákat nejen k samotné hře, ale i k příběhu, který nabízí, a odlišit produkt od konkurence. Volba klasické fotografie na přebalu *Operation Flashpoint: Cold War Crisis* je výrazně aktivnější směrem k hráčům, což ukazuje na rostoucí znalost těchto aspektů a pokročilost grafických nástrojů na konci 90. let, avšak stále omezenou technologickými možnostmi oproti digitálně manipulované fotografii po roce 2000.⁴⁶

Fotografie ale může fungovat také jako element miskomunikace. Přebal *Tajemství Oslího ostrova* komunikuje s hráčem prostřednictvím fotografie reálné hory Mount Rainier na obalu adventury s pirátskou tematikou, jejíž děj se sice odehrává na ostrově se sopkou vizuálně podobnou, dochází ovšem k výrazné sémantické a tematické inkongruenci. Z hlediska sémiotiky, signifikant (fotografie Mount Rainier) sice může nést jistou slabou ikonickou vazbu na zamýšlený signifikát (fiktivní sopka ve hře) na základě vizuální podobnosti, avšak

⁴⁵ HARTMANN, T., et al. The role of realism in the gaming experience. *Journal of Gaming & Virtual Worlds*. Vol. 2, no. 2, 2010, s. 123–137. ISSN 1757-191X.

⁴⁶ SMITH, J. The art of game cover design. *Game Studies Journal*. Vol. 12, no. 3, 2015, s. 45–60.

jeho dominantní denotativní význam (konkrétní, známá hora v USA) a s ním spojené kulturní konotace (majestátní příroda, chladnější klima, pacifický Severozápad) jsou v příkrém rozporu s očekávanými konotacemi a ustálenou ikonografií pirátského žánru (tropické ostrovy, mořeplavba, historické reálie Karibiku atd.). Z pohledu *paratextuální teorie*, jak ji definoval Gérard Genette, takový přebal selhává ve své funkci klíčového peritextuálního prvku – tedy materiálu bezprostředně obklopujícího hlavní „text“ (hru) – neboť neposkytuje recipientovi adekvátní „práh“ či relevantní signály o povaze a obsahu díla. Místo toho generuje paratextuální disonanci a může vést u potenciálního publika k vytvoření zavádějících očekávání. Tuto situaci, kterou lze v širším smyslu označit za formu vizuální miskomunikace nebo reprezentačního nesouladu, lze vnímat jako problematickou strategii, jež může vést k mylné interpretaci žánru, atmosféry či zasazení hry a potenciálně negativně ovlivnit její recepci či vnímání autenticity. V kontrastu s tím titul *Posel bohů*, s kombinací realistických prvků, využívá klasickou fotografii k vytvoření konkrétní vizuální duality, která komunikuje s hráčem prostřednictvím tajemna a akce, reprezentujíc hru jako epickou adventuru s mytickými prvky. Prvky, jež jsou na přebalu, využívají principy vizuální sémiotiky k efektivní komunikaci a i bez hlubšího kontextu k hernímu obsahu dokážeme identifikovat tematické prostředí, ve kterém se hra odehrává.

Dalšími přebaly, které užívají pouze fotografii, jsou adventura *Ramonovo kouzlo* (1995), střílečka *Team Factor* (2002) a strategie *Oil Empire* (1996), která s fotografií vychází až v krabicové reedici. Nalezené herní přebaly ukazují, jak klasická fotografie sloužila k vytvoření emocionálního nebo narativního spojení s hráči, přičemž komunikovala s hráčem prostřednictvím realistických, často konfrontačních nebo asociačních vizuálních strategií, a reprezentovala hry jako specifické žánrové zkušenosti – od dobrodružství přes strategii po vojenskou simulaci. Fotografie představuje skutečně malý vzorek herních přebalů a důvodem je posun vizuální kultury, neboť technologie digitální fotografie a postprodukce od roku 2000 přinesla do oblasti grafického designu a marketingu nové možnosti. Důkazem toho jsou přebaly s fotografií s digitální montáží – *Original War* (2001), *Mafie* (2002) a *Arma II: Operation Arrowhead* (2007).

7.2 Fotografie s montáží jako prvek herních přebalů

Digitální manipulace narušila tradiční představu fotografie jako objektivního a nezprostředkovaného otisku reality⁴⁷ a etablovala ji jako vysoce flexibilní, konstruovaný významový systém. Tento posun umožnil tvůrcům vytvářet

⁴⁷ MITCHELL, W. J. *The reconfigured eye: visual truth in the post-photographic era*. Cambridge, MA: MIT Press, 1992. s. 77. ISBN 978-0-262-13286-2.

„syntetickou realitu“⁴⁸, v níž se realita prolíná s fikcí a fotografie slouží jako nástroj pro komplexní narativní, symbolické, ideologické či komerční sdělení.

V kontextu české vizuální kultury po roce 2000 se tato technologie stala nejen prostředkem pro dosažení konkurenceschopnosti na globálním trhu, ale také klíčovým nástrojem pro formování vizuálního jazyka v reklamě, filmu a zejména v dynamicky se rozvíjejícím herním průmyslu, jak dokládá praxe studií jako Illusion Softworks či Bohemia Interactive. Detailní sémiotická analýza přebalů her *Mafia: The City of Lost Heaven* (2002), *Vietcong 2* (2005) a *ArmA II: Operation Arrowhead* (2010) s využitím metodologie Kresse a van Leeuwena odhalila pozoruhodnou šíři a flexibilitu přístupů v rámci zkoumané kategorie. Přebal hry *Mafia*, ačkoli chronologicky spadá do rané fáze digitální éry, se primárně opírá o vysoce stylizovaný grafický design s výraznými barevnými plochami a siluetami, čímž dosahuje velmi nízké modalitě a zdůrazňuje symbolickou a atmosférickou rovinu na úkor fotorealismu. Nejde zde tedy o typickou fotomontáž, ale spíše o digitální grafiku inspirovanou estetikou filmu noir a dobových plakátů. Naopak přebal *Vietcongu 2* představuje archetypální příklad fotomontáže – vrstvení a integrace různých fotografických fragmentů (vojáci, technika, tváře, prostředí) do jednotící siluety vojáka. Tento přístup pracuje se smíšenou modalitou (vysoká u zdrojových fotografií, snížená celkovou kompozicí a barevným tónováním) a využívá komplexní analyticko-symbolickou strukturu k vizuálnímu znázornění mnohvrstevnatosti tématu války. Přebal hry *ArmA II: Operation Arrowhead* pak reprezentuje další přístup, založený na fotorealistickém zobrazení (pravděpodobně kombinace digitální fotografie a CGI), jehož vysoká modalita je dále podpořena a dramatizována cílenou postprodukcí (barevné filtry, světelné efekty, atmosférické prvky). Tato případová studie tak ilustruje nejen technologický vývoj v průběhu dekády (2002–2010), ale především ukazuje, jak různé strategie digitální manipulace slouží specifickým komunikačním cílům.

Klíčovým zjištěním výzkumu je silná korelace mezi zvoleným vizuálním stylem přebalu využívajícího digitální montáž či postprodukcí a specifickým charakterem, žánrem a marketingovým positionigem dané hry. Nízkomodalitní, graficky výrazný styl přebalu *Mafia* dokonale korespondoval s jejím silným narativním zaměřením, filmovou inspirací (noir) a stylizovanou retro atmosférou, čímž efektivně komunikoval jedinečnost hry odlišnou od tehdejších sandboxových titulů. Symbolická a fragmentární povaha montáže na přebalu *Vietcongu 2* vizuálně reflektovala nejen komplexní a kontroverzní téma vietnamské války, ale i herní mechaniky zahrnující různé perspektivy (implikovaně), prostředí (džungle vs. město) a důraz na lidský rozměr konfliktu uprostřed akce. Konečně, vysoká, naturalistická modalita přebalu *ArmA II*:

⁴⁸ MANOVICH, L. *The language of new media*. Cambridge, MA: MIT Press, 2001. s. 242. ISBN 978-0-262-63255-3.

Operation Arrowhead, hraničící s hyperrealismem⁴⁹, přímo podporovala image hry jako autentické vojenské simulace. Tento vizuální důraz na realismus a detail cílil na specifickou komunitu hráčů hledajících imerzivní a věrohodný zážitek a posiloval vnímání hry jako „simulace“, nikoli pouhé „hry“. Analýza tedy potvrzuje, že fotografie s digitální montáží či postprodukcí není jen povrchní estetickou volbou, ale strategickým nástrojem, který umožňuje tvůrcům precizně modulovat vizuální rétoriku přebalu tak, aby co nejvěrněji (nebo nejefektivněji) komunikovala podstatu herního zážitku a řídila očekávání publika.

V souhrnu lze konstatovat, že digitálně manipulovaná fotografie se na přebalech českých her z první dekády 21. století etablovala jako klíčová vizuální technologie s mimořádnou sémiotickou potencií. Umožnila tvůrcům překonat omezení tradičních médií (jako malba či analogová fotografie) a nabídla široké spektrum výrazových prostředků – od stylizované abstrakce přes symbolickou montáž až po naturalistický realismus. Herní přebaly využívající tyto techniky tak neslouží jen jako nosiče informací či marketingové nástroje, ale stávají se aktivními činiteli ve formování významu a kulturního vnímání digitálních her. Reflektují nejen technologický pokrok a estetické trendy dané doby, ale především specifickou povahu herního média a jeho schopnost vytvářet komplexní simulované světy a narativy.

7.3 Renderování jako prvek herních přebalů

Rendering představuje klíčovou technologii, která zásadně proměnila vizuální podobu videoher a s ní i způsob, jakým jsou hry prezentovány na svých přebalech. Historický vývoj od primitivních drátových modelů až po současný fotorealismus dosažený pomocí ray tracingu a pokročilých herních enginů nejenže posunul hranice vizuální imerze v hrách samotných, ale také redefinoval funkci a estetiku herního přebalu jako marketingového nástroje a sémiotického artefaktu. Analýzy přebalů českých her *Unlimited Warriors* (1996), *Hidden & Dangerous* (1999) a *Legenda: Poselství trůnu 2* (2002) poskytují vhled do toho, jak byly rané a rozvíjející se renderovací techniky využívány v specifickém lokálním kontextu a jaké významy prostřednictvím těchto technologií konstruovaly.

Analýza přebalu *Unlimited Warriors* ukazuje typické využití raného 3D renderingu v polovině 90. let. Ačkoliv samotná hra využívala technologii rotoskopie, přebal vsadil na tehdy moderní a atraktivní 3D renderovanou grafiku v podobě siluety draka. Tento vizuál fungoval primárně v symbolické rovině – nízká naturalistická modalita byla kompenzována vysokou symbolickou modalitou, v rámci které drak evokoval sílu, mýtus a nebezpečí, čímž komunikoval žánr bojové hry a snažil se navodit epickou atmosféru. Výrazná

⁴⁹ BAUDRILLARD, J. *Simulacra and simulation*. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1981. s. 78–81 ISBN 978-0-472-06521-9.

inspirace ikonografií série *Mortal Kombat*, jak bylo detailně rozebráno, zde sloužila jako intertextuální odkaz pro fanoušky žánru. Rendering zde nebyl nástrojem realismu, ale spíše prostředkem k vytvoření stylizovaného, symbolicky nabitého obrazu, který využíval fascinaci tehdejšího publika novými technologiemi a zároveň se opíral o zavedené vizuální kódy.

Přebal hry *Hidden & Dangerous* z roku 1999 již reflektuje pokročilejší možnosti renderingu na konci dekády. Střední, až vyšší naturalistická modalita renderovaných scén (hydroplán, exploze) a postav (vojáci) naznačuje posun směrem k většímu realismu a snaze o autenticitu, což korespondovalo s taktickým a historickým zaměřením hry. Rendering zde sloužil k vytvoření uvěřitelného, byť dramatizovaného světa druhé světové války a k vizualizaci klíčových prvků hrátelnosti – kombinace skrytých operací („Hidden“ – naznačeno scénou s hydroplánem) a otevřeného konfliktu („Dangerous“ – exploze). Zajímavé je zde propojení renderovaných scén s vysoce symbolickým prvkem (zářící oči), které dodává přebalu další významovou vrstvu hrozby a tajemna. Přebal tak demonstruje přechodovou fázi – rendering již není jen symbolem modernity, ale aktivním nástrojem pro budování atmosféry, narativních implikací a žánrové identity, i když, jak dobové recenze naznačovaly, tehdejší technologie stále narážela na své limity v plynulosti a detailech.

Analýza přebalu *Legenda: Poselství trůnu 2* z roku 2002 ukazuje další evoluci – rendering se používá k detailnější prezentaci postav a jejich archetypů. Přebal se soustředí na renderované figury reprezentující klíčové frakce či hrdiny hry (kouzelnice, barbar, rytíř), což odpovídá žánru RTS s RPG prvky, kde jsou tyto entity stěžejními prvky hrátelnosti. Snaha o naturalistické ztvárnění postav a jejich výstroje je zde patrná, i když analýza poukázala na možnou strnulost či umělost výrazů, což odráží limity tehdejší technologie ve srovnání s dnešními standardy, ale i tehdejšími AAA tituly. Rendering zde slouží k vytvoření epického fantasy narativu, přičemž čerpá z vizuálního jazyka populárních fantasy her té doby (*Diablo* nebo *Heroes of Might and Magic*). Přebal se tak snaží vizuálně sladit příslib komplexního fantasy světa s herním zážitkem. Zdůraznění českého dabingu a další marketingové prvky (nálepka s dárkem) ukazují na snahu maximalizovat atraktivitu pro lokální trh.

Tyto příklady ukazují evoluci renderingu jako sémiotického zdroje na herních přebalech. Volba úrovně modality, způsob reprezentace účastníků a jejich kompoziční uspořádání jsou rozhodnutími, která aktivně konstruuji význam a formují očekávání hráčů. Nicméně, jak výzkum naznačuje, přechod na rendering nebyl bezproblémový. Tato technologie, která umožnila vizuálně prezentovat herní obsah s novou mírou detailnosti, s sebou současně přinesla řadu estetických problémů. Zejména v raných fázích jeho implementace často v českém i světovém prostředí vznikaly vizuály, které působily strnule, nepřírodně a postrádaly emocionální hloubku, což mohlo negativně ovlivnit vnímání daných titulů. Zdá se, že nadšení z technologického pokroku někdy převážilo nad důrazem na estetickou kvalitu a funkčnost přebalu jako komunikačního nástroje.

Herní přebaly založené na 3D renderingu tak nezdá se, že trpěly nedostatkem emocí v rigidních výrazech postav a celkově sterilním, „plastovým“ dojmem, což vedlo k jejich neschopnosti navázat plnohodnotnou interakci s divákem. Jak jsem vypožadovala, i analyzovaný přebal hry *Legenda: Poselství trůnu II* může být vnímán jako příklad, kdy přes snahu o epickou fantasy atmosféru působí kompozice postav poněkud chaoticky, pózy nepřirozeně a celkový dojem může nést znaky nechtěné „amatérskosti“. Tento problém se týkal i řady dalších českých titulů zkoumaného období: *Prokletí Eridenu* mohlo trpět přehnaně plochými texturami, *Paranoia* vykreslením planet postrádajících detailnější strukturu, *Bloodline* špatnou disproporcí objektů a špatným nasvícením, *Mutarium* nevydařenými odlesky a barvami, *Tale of the Hero* nesourodostí prvků a *Alchemia* či *Testament* hrubým vykreslením objektů, nekvalitními texturami a celkově nedokončeným dojmem. Tyto příklady demonstrují, jak mohla fascinace novou grafickou technologií vést k upozaděním estetické soudržnosti a výtvarného cítění, čímž přebaly paradoxně selhávaly ve své snaze vtáhnout hráče do herního světa.

Navzdory těmto častým nedostatkům však existují, jak bylo ukázáno a jak dále uvádím, i přebaly, které s renderingem pracovaly uvědoměle a s působivým estetickým výsledkem. Již zmíněný *Hidden & Dangerous* využil rendering k efektivnímu budování atmosféry napětí a historické reality pomocí promyšlené kompozice. I poloamatérský *Unlimited Warriors* dokázal pomocí stylizovaného renderu, symbolismu a minimalistické estetiky vytvořit silný vizuální dojem. Dále se ukazuje, že kvalitní práce s 3D renderem mohla vzniknout i u jiných českých her, pokud byla vizuální strategie promyšlená. *Žhavé léto 3 1/2* využilo karikovaný styl renderovaných postav korespondující s humorem hry, *El Matador* vsadilo na dynamiku a realismus akčního žánru, *Signus – The Artefact Wars* evokovalo vojenskou atmosféru modely techniky a specifickou barevností, *Colony 28* pracovalo se stylizovanou dystopickou vizí, *Posel smrti* s temnou gotickou estetikou a *Memento Mori* s expresivním nasvícením pro dosažení dramatické atmosféry. Tyto příklady potvrzují, že rendering mohl sloužit jako silný nástroj pro budování atmosféry a komunikaci žánru, pokud byl využit s citem pro kompozici, styl a celkovou vizuální koherenci. V kontextu herních přebalů se tedy rendering ukazuje jako technologie, která na jedné straně umožnila nové vizuální a estetické přístupy, na straně druhé, zejména ve svých raných fázích a v prostředích s omezenějšími zdroji, však přinesla i řadu nepovedených vizuálních výstupů. Absence autenticity, strnulost a umělý vzhled mnoha renderovaných postav vedly k tomu, že některé přebaly působily prázdně a odcizeně.

Tento fenomén ilustruje, jak přechod na nové technologie ne vždy automaticky znamená vizuální zlepšení, ale může vést ke kompromisům v estetickém vyznění. Je však třeba zdůraznit, že technologie renderingu se od zkoumaného období dramaticky posunula k úrovni hyperrealismu. Vzhledem k tomu, že tento výzkum je rámcově omezen obdobím do roku 2010, žádný z analyzovaných přebalů těchto

současných standardů nedosahuje a i ty nejlépe zpracované vizuály nesou známky dobových limitací. Rendering na herních přebalech tak zůstává fascinujícím svědectvím nejen o vývoji technologie, ale rovněž o proměnách estetických preferencí, marketingových strategií a neustálém hledání způsobů, jak vizuálně co nejlépe reprezentovat komplexní herní zážitky.

7.4 Ilustrace jako prvek herních přebalů

Ilustrace na herních přebalech navazují na dlouhodobou tradici, která sahá hluboko do historie reklamy, filmu, přebalového designu, plakátových forem a dalších částí vizuální komunikace. Díky své schopnosti přenášet emoce, imaginaci a identitu produktu je jejich využití přirozeně spojováno s reklamním průmyslem a marketingem. Tento fenomén lze pozorovat zejména v tištěných reklamách ze 70. a 80. let, kdy ilustrace dominovala v oblasti propagace produktů – od tabákových výrobků přes elektroniku až po domácí spotřebiče. Tyto reklamy často obsahovaly ilustrace futuristicky vyhlížejících produktů, které byly prezentovány jako revoluční a moderní doplněk domácnosti. Použití ilustrace zde umožnilo přehánět a idealizovat vlastnosti propagovaných produktů. Barevná schémata byla často jasná, s dominantními tóny, což bylo vždy v souladu s estetickým trendem dané doby. V oblasti ilustrované reklamy nelze opomenout vliv konkrétních malířů a ilustrátorů, kteří formovali vizuální trendy.

Ilustrace na herních přebalech mají podobnou funkci jako filmové plakáty či knižní obálky – mají zaujmout, předat atmosféru a vyvolat emocionální reakci u potenciálního hráče. Herní přebaly vycházely z estetiky 80. a 90. let, což umožňovalo stylizovanější a dramatičtější vyobrazení scén, než jaké dokázala zachytit tehdejší herní grafika. S nástupem digitální grafiky v 21. století se stále více přebalů začalo vytvářet pomocí CGI renderů, což vedlo k větší fotorealističnosti, ale zároveň k jisté uniformitě. Přesto ilustrace zůstávají důležitým prvkem, zejména u indie her nebo speciálních edicí, které se často vracejí k tradičnímu ručně malovanému stylu.

Na přebalu titulu *Inquisitor* (2009) je umělecká ilustrace od Erica Codla, zobrazující inkvizitora v dramatickém konfliktu s démonickými silami. Ta využívá expresivní malířské techniky k vyvolání atmosféry tajemství a napětí, typické pro temné fantasy. Codlova schopnost kombinovat historické kompoziční principy s dynamickou narativitou a temnou atmosférou svědčí o jeho mistrovství v převodu komplexních idejí do vizuální podoby. Tento přístup nejenže překračuje běžné standardy designu herního přebalu, ale také zvyšuje jeho kulturní a estetickou hodnotu, čímž se *Inquisitor* řadí mezi významná díla v oblasti digitálního vizuálního umění. Codlova práce reflektuje hlubokou znalost historických výtvarných technik, zejména renesančního malířství, čímž vytváří unikátní vizuální estetiku, která spojuje historické dědictví s moderními požadavky herního průmyslu.

Podobně i titul *Magic Island: The Secret of Stones* (1995) využívá pixel art ilustrace, která vykresluje kouzelníka v magickém prostředí, čímž efektivně

evokuje fantasy svět. Tento přebal kombinuje vizuální prvky typické pro fantasy žánr – temnou atmosféru, magickou postavu a symboliku měsíce. Ilustrace a text naznačují epickou příhodu spojenou s magickými kameny, což je univerzální motiv, který osloví fanoušky RPG her. Ilustrace na tomto přebalu hraje důležitou roli vizuálního nástroje komunikace, který efektivně představuje hru potenciálním hráčům. Temná barevná paleta s dominantními tmavými tóny a kontrastními světlými podtrhuje dramatickou a epickou povahu hry, zatímco stylizovaná pixelingová malba evokuje estetiku 90. let, což odpovídá době vzniku samotné hry a cílové skupině tehdejších hráčů. Přebal zároveň odkazuje na rozvoj českého herního průmyslu v 90. letech a jeho propojení s evropskou fantasy tradicí. Naopak je tomu u dalšího analyzovaného titulu *Dream Land: Final Solution* (1999), kde ilustrace od Karla Kopice využívají konvenční sci-fi ikonografii a specifickou airbrush techniku, výsledný dojem však trpí tematickou disonancí, statickou kompozicí a neúmyslným vyzrazením dějového zvratu. Tento přístup umísťuje *Dream Land: Final Solution* do specifického segmentu herního trhu. Největší slabinou tohoto ilustrovaného provedení herního přebalu je ovšem jeho odtaziťost od narativu hry – chybějící dynamická akce nebo přímý pohled postavy směrem k recipientovi oslabují jeho vizuální účinnost. Tento nesoulad může být přičten autorovu nezájmu o herní médium, což vede k vizuálnímu nesouladu s herním zážitkem. Přebal sice pracuje s komerční přitažlivostí, zároveň ale obsahuje zavádějící kulturní aluze, což může vést k ambivalentnímu přijetí. Přesto zůstává zajímavým fragmentem dobových estetických trendů českého herního průmyslu. Z výzkumu a analýz tedy vyplývají jak zjevné výhody, tak nevýhody užití ilustrace jako dominantního vizuálního prvku na herním přebalu. Jsou limitovány lidským faktorem – zkušeností, zručností a rozsahem kontextuálních znalostí, které může autor do kresby zahrnout nad rámec estetické líbivosti. Dalším faktorem je technologické omezení, které představuje kreativní výzvu, kterou ilustrátor musí překonat. Například přebal hry *Original War*, navržený Tomášem Kučerovským, je vizuálním artefaktem, který efektivně vystihuje narativní stránku hry, a to i přesto, že autor neuměl pracovat s počítačem. Kučerovský sám přiznává, že tím byla vizuální stránka hry limitována, avšak jeho umělecký záměr reagoval na samotnou hru – konkrétně na její intro – v němž se hráčům představují možnosti hry. Americká strana vychází z klasické stylizované ilustrace, zatímco ruská strana reflektuje estetiku ASCII artu. Vizuální prvky, jako je skica tváře přes digitální kód, jsou stylizovány postprodukčně, což zdůrazňuje technologický a sci-fi kontext hry. Tento mix kresby a digitálního vzoru symbolizuje konflikt mezi lidskou strategií a pokročilou technologií, což je ústředním tématem titulu *Original War*. Citát „Kdo ovládá minulost, ovládá budoucnost“ (inspirovaný Georgem Orwellem) slouží jako narativní kotva, posilující filozofickou hloubku příběhu. Přebal tak velice koherentně pracuje s obsahem samotné hry a také ji hodnověrně reprezentuje.

V konečném důsledku se ilustrace na herním přebalu ukazuje jako mocný, ale citlivý nástroj – její úspěch není dán pouze technickou kvalitou provedení, ale

především schopností autora autenticky a přitažlivě vizualizovat esenci herního zážitku, a navázat tak smysluplný dialog s hráčem.

7.5 Screen z gameplay jako prvek herních přebalů

Vývoj designu herních přebalů odráží dynamické změny v marketingových přístupech a estetických preferencích herního průmyslu, přičemž klíčovou roli sehrává integrace gameplay screenshotů. V počátcích herní éry, například u konzole Atari 2600 (1977), byly přední strany obalů typicky vyhrazeny pro umělecké ilustrace, které měly za úkol podnitit představitelství hráče, zatímco screenshoty z her byly umísťovány na zadní stranu jako doplňková informace. Tento přístup vidíme u her jako *Space Invaders* (1980), kde přední strana obalu zobrazovala dramatickou kresbu mimozemské invaze, zatímco zadní strana nabízela jednoduché pixelové záběry ze hry, aby hráči ukázala skutečný vizuál. Tento trend byl dán technologickými limity – hrubá grafika tehdejších her jen ztěžka dokázala vizuálně zaujmout, a tak marketing spoléhal na to, že „příběh“ hry prodají bohaté ilustrace, které možnosti tehdejších systémů přesahovaly.

V českém prostředí představují hry *Paranoia II* (1996, Phoenix Arts) a *Flying Heroes* (2000, Pterodon/Illusion Softworks) ojedinělé případy, kdy in-game grafika dominuje přední straně přebalu, což odráží snahu o autentickou prezentaci hry v době, kdy tradiční přístup stále upřednostňoval ilustrace.

Paranoia II, real-time strategie inspirovaná titulem *Dune II*, prezentuje na obalu izometrický render herního prostředí – pouštní základnu s futuristickými letouny, což zdůrazňuje dystopickou sci-fi estetiku. Přebal však trpí kompozičním chaosem: přeplněnost prvků, absence jasného vizuálního centra a nízká grafická kvalita (ploché textury, nedostatek stínování) oslabují jeho marketingový potenciál. Barevná paleta kombinuje teplé odstíny pouště s chladnými tóny technologií, avšak bez dramatických kontrastů, což vede k sterilnímu dojmu. Typografie názvu „PARANOIA II“ využívá robustní sans-serif font (napodobující Eurostile Bold Extended), který evokuje technologickou přesnost, ale postrádá dynamiku odpovídající žánru.

Flying Heroes, akční fantasy hra s prvky leteckého simulátoru, zobrazuje na přebalu letecký souboj nad zasněženou krajinou s hradem, mechanickým drakem a vzducholoděmi. Tento vizuál rovněž vychází z in-game grafiky, avšak trpí zastaralou grafickou úrovní – ploché textury a absence hloubky oslabují impozantnost scény. Kompozice je chaotická, bez jasné hierarchie prvků, a barevná paleta (fialové nebe, zasněžené hory, ohnivé efekty) působí nesourodě, což narušuje celkovou harmonii. Logo „Flying Heroes“ s křídly a historizujícím fontem evokuje fantasy estetiku, ale jeho generičnost a slabý kontrast s pozadím snižují čitelnost a atraktivitu. Přebal selhává v navození emocionální reakce, neboť absence dynamických úhlů a dramatických prvků (např. agresivnější pozice draka) činí scénu statickou.

Oba přebaly sdílejí společnou strategii využití in-game grafiky na přední straně, což je v kontextu 90. let a počátku 21. století neobvyklé a odráží to snahu o

autentickou prezentaci herního zážitku. Zatímco *Paranoia II* klade důraz na izometrickou perspektivu a sci-fi estetiku, která má zdůraznit strategickou mechaniku, *Flying Heroes* volí dynamičtější scénu s leteckým soubojem, jež má evokovat akci a fantasy svět. Z hlediska kompozice však oba přebaly selhávají: *Paranoia II* trpí přeplněností a absencí vizuálního centra, zatímco *Flying Heroes* postrádá jasné vektory pohybu a hierarchii prvků, což vede k fragmentovanému dojmu. Barevně je *Paranoia II* konzistentnější díky kontrastu teplých a chladných tónů, avšak postrádá dramatické prvky; *Flying Heroes* naopak trpí nesourodou paletou, kde růžové tóny narušují epickou atmosféru. Typograficky je název *Paranoia II* výraznější a lépe čitelný díky robustnímu fontu a zlatavému gradientu, zatímco logo *Flying Heroes* působí genericky a jeho zdobené (křídla) není dostatečně kontrastní vůči pozadí.

Z marketingového hlediska oba přebaly nedokáží efektivně komunikovat žánr a identitu hry. *Paranoia II* matně prezentuje strategii kvůli sterilnímu dojmu a chaotickým screenshotům, zatímco *Flying Heroes* nejasně míchá akční a fantasy prvky bez silného vizuálního motivu, který by hru odlišil od konkurence. Sémanticky oba přebaly selhávají v interakci s hráčem – absence přímého kontaktu (např. pohledu postav) a nekonzistentní sociální vzdálenost oslabují emocionální zapojení. Celkově *Paranoia II* působí díky jednotnější barevné paletě a čitelnější typografii o něco koherentněji, avšak *Flying Heroes* má větší potenciál díky dynamickému tématu, které však není dostatečně využito kvůli technickým a kompozičním nedostatkům. Oba přebaly tak ilustrují limity české herní scény dané doby, kde ambice narazily na technické a estetické omezení, což omezilo jejich schopnost konkurovat mezinárodním standardům.

8. Přínos práce pro vědu a praxi

Předkládaná disertační práce se zasazuje do dosud ne zcela probádané oblasti grafického designu v kontextu herního průmyslu, s detailním pohledem na vývoj herních přebalů na území České republiky v letech 1989–2010. Toto téma, nacházející se na pomezí vizuální kultury, mediálních studií a dějin umění, si klade za cíl uchopit specifickou problematiku vizuální komunikace mezi hrou a jejím potenciálním hráčem v období zásadních společenských a technologických proměn. Z pohledu kulturního dědictví se videohry stávají nejen historickým odrazem své doby, ale také důležitým kulturním artefaktem. UNESCO ve své deklaraci z roku 2003 o digitálním dědictví upozorňuje na nutnost uchovávat digitální média, včetně videoher jakožto klíčových prvků světové kultury. Státní kulturní politika České republiky ve svých prioritách, záměrech a opatřeních zahrnuje také bod o uchovávaní kulturního dědictví.⁵⁰

⁵⁰ MINISTERSTVO KULTURY ČESKÉ REPUBLIKY. *Státní kulturní politika na léta 2015–2020 (s výhledem do roku 2025): Priority a opatření*. Praha, 2015. Pozn. Konkrétně jde bod č. 3., v podbodě „3.2. Uchování kulturního dědictví ve sbírkách paměťových institucí“, s upřesněním v bodě „3.3.3. Uchování národního kulturního dědictví vzniklého v elektronické

Klíčový přínos této práce pro akademickou sféru a badatelskou činnost spočívá především v systematickém zmapování a teoretickém ukotvení evoluce designu herních přebalů v postsocialistickém prostoru. Využitím metodologického rámce sociální sémiotiky a vizuální gramatiky, jak jej rozpracovali Kress a van Leeuwen, se otevírá cesta k hlubšímu pochopení mnohohvrstevnatosti vizuálních sdělení, která přebaly nesou. Práce předkládá typologii hlavních vizuálních stylů, jež se na českých přebalech objevovaly, od raných, často improvizovaných forem, až po komplexnější digitální realizace po přelomu tisíciletí. Tato typologie, opírající se o sémiotickou analýzu konkrétních příkladů, ilustruje, jak vizuální prvky a symboly utvářely specifické zprávy o obsahu a žánru her, a jak se tato vizuální řeč proměňovala pod vlivem technologického pokroku a vývoje trhu. Práce tak nejen dokumentuje vizuální historii významné součásti české digitální kultury, ale zároveň nabízí teoretický model pro její další studium a interpretaci. Přispívá rovněž k širšímu akademickému diskurzu o roli materiální kultury a paratextů v digitálních médiích a o procesech adaptace globálních vizuálních trendů v lokálním kontextu. Specifický důraz je kladen na zasazení vývoje přebalů do socioekonomického a technologického kontextu přechodu od plánované ekonomiky k tržní, což ovlivnilo jak produkční možnosti, tak estetické preference a distribuční kanály. Zjištění o absenci systematické archivace a dokumentace českých a československých her a jejich přebalů navíc poukazuje na naléhavou potřebu v této oblasti, čímž práce nepřímou apeluje na další výzkumné a ochranné aktivity.

Praktický význam disertační práce se projevuje v jejích přínosech pro profesionály činné v oblasti grafického designu a herního průmyslu. Detailní rozbor vizuálních strategií použitých na českých herních přebalech nabízí tvůrcům konkrétní příklady a inspiraci pro vlastní práci. Pochopení, jak různé vizuální styly a sémiotické přístupy ovlivňují vnímání produktu a jeho atraktivitu pro cílové publikum, může vést k navrhování účinnějších a lépe zacílených přebalů. Analýza historických trendů a poučení z úspěšných i méně zdařilých realizací poskytuje praktický vhled do faktorů ovlivňujících vizuální komunikaci v herním kontextu. Práce tak přispívá k rozvoji řemeslných i strategických dovedností v oboru. Zdůrazněním významu soudržnosti vizuálního stylu přebalu s herním obsahem práce podporuje tvorbu autentičtějších a důvěryhodnějších produktů, což je klíčové pro budování vztahu s hráčskou komunitou. Ačkoli se primárně zaměřuje na fyzické přebaly, principy vizuální komunikace a budování značky, které práce popisuje a analyzuje, zůstávají plně relevantní i pro digitální vizuální prezentace her na současných platformách. V konečném důsledku práce podporuje profesionalizaci oboru a přispívá k vytváření vizuálně kvalitních a

podobě“. Dále se v textu uvádí i odůvodnění a rozsah archivace: „...na základě příkladů ze zahraničí zvážit sběr a ukládání kulturního obsahu, jenž má z technického hlediska povahu počítačového programu (e-knihy apod. s interaktivními prvky, edutainment, příp. i hry obecně).“

funkčních herních přebalů, které jsou nedílnou součástí celkového herního zážitku a úspěchu produktu na trhu.

Disertační práce tak představuje relevantní příspěvek k poznání grafického designu v herním průmyslu, který má potenciál obohatit jak akademickou debatu, tak poskytnout cenné poznatky pro každodenní praxi tvůrců a marketérů v této dynamicky se rozvíjející oblasti. Její význam spočívá v detailním rozboru specifické vizuální kultury, která se formovala v unikátním historickém období a dodnes ovlivňuje podobu českého herního průmyslu.

9. Závěr

Herní přebaly přesahují roli obyčejného obalu a fungují jako komplexní komunikační média, která propojují digitální svět hry s fyzickou realitou hráče. V českém prostředí v letech 1989–2010 nabývají jedinečného významu jako kulturní artefakty, jež dokumentují nejen estetické a technologické proměny herního průmyslu, ale i socioekonomický vývoj v postsocialistickém období. Tato disertační práce se soustředila primárně na zjištění, jak se prostřednictvím herního přebalu v uvedeném období proměňovala komunikace mezi hráčem a hrou. Sekundární cíle této práce byly: identifikace grafických vizuálních stylů na herních přebalech – tedy rozpoznání a kategorizování hlavních vizuálních stylů používaných v České republice a popis, jak tyto styly odrážejí širší vizuální trendy v herním designu; sémiotická analýza konkrétních přebalů – tedy reflexe použití různých vizuálních prvků a symbolů v komunikaci specifických zpráv a témat spojených s herním obsahem a marketingovými strategiemi, toho, jak obrazy, barvy, typografie a další designové prvky společně vytvářejí koherentní a efektivní vizuální význam herního přebalu; a chronologický vývoj – tedy jak se tyto vizuální přístupy vyvíjely v průběhu času v reakci na proměny herního průmyslu, technologické inovace a měnící se spotřebitelské preference. Práce se zaměřila na zodpovězení otázek: Jaké vizuální a grafické styly dominovaly na českých herních přebalech v letech 1989–2010? Jak se vizuální prezentace her prostřednictvím přebalů měnila v závislosti na vývoji technologie a trhu? Jak herní přebaly ovlivňovaly komunikaci mezi hráči a hrou a přispívaly k budování identity her?

Jak tato disertační studie ukázala, herní přebal v České republice si ve vytyčeném výzkumném období prošel vývojem, který odráží technologické inovace, kulturní posuny a měnící se očekávání hráčské komunity. Komunikace přebalu s hráčem se vyvíjela od základní funkční informovanosti přes ilustrační a reklamní přístup až po sofistikované atmosférické a mystifikační strategie, přičemž každý z těchto přístupů odpovídal specifickým historickým a estetickým podmínkám. Estetika herního přebalu slouží jako vizuální zkratka, která hráči předává žánr, atmosféru a potenciální zážitek ze hry. V počátcích po roce 1989, byly české přebaly často amatérské, s ručně kreslenými ilustracemi (např. *Magic Island – The Secret of Stones*, 1995), což reflektovalo omezené technologické možnosti a nízkou konkurenci na trhu. Tyto přebaly komunikovaly především základní informace – název a žánr – s minimální estetickou ambicí, což vlastně odpovídalo tehdejší izolační povaze českých herních komunit a absenci profesionálního designu. V polovině 90. let se objevuje ilustrační a reklamní přístup – přebaly začínají využívat dynamické kompozice a výrazné barvy k přilákání pozornosti. Takovým příkladem je přebal k titulu *Hidden & Dangerous* (1999), jehož renderovaná grafika evokovala akci a napětí, čímž cílila na emocionální zapojení hráče. V období 2001–2010 se přebaly stávají atmosférickými a mystifikačními – například již přebal hry *Mafia* (2002) s

digitální montáží a temnou paletou vytváří dojem narativní hloubky za užití barevné palety a symbolismu, což posiluje očekávání komplexního příběhu. Estetický vývoj tedy směřuje od funkční simplicity k vizuální sofistikovanosti, která hráče láká na emocionální a tematickou úroveň.

Proměny komunikačního charakteru přebalů jsou zásadně ovlivněny technologickým pokrokem. V raných 90. letech byly možnosti tvůrců omezeny dostupností analogových tiskových technik a nízkým rozlišením grafických nástrojů, což vedlo k plochým a méně detailním designům (např. *Unlimited Warriors*, 1996). Přechod k digitálnímu designu a DTP softwarům v polovině 90. let umožnil větší experimentaci s typografií a obrazovými prvky, avšak často za cenu poklesu kvality kvůli absenci typografických pravidel. Například přebal *Paranoia II* (1996) využívá gameplay screenshoty, což sice předává autenticitu, ale trpí nízkou grafickou kvalitou, nebo přebal *Prokletí Eridenu* (1997), který trpí plochostí textur a absencí stínování, což jsou také důsledky omezených technických možností. Po roce 2000 se zdokonalují technologie softwaru i hardwaru a umožňují přechod k fotorealistickým renderům či možnosti digitální montáže s fotografií, jak ukazuje například analýza přebalu *ArmA II: Operation Arrowhead* (2010). Tyto přebaly komunikují realismus nebo také technickou vyspělost hry, což oslovuje hráče hledající pohlcující zážitek. Technologický vývoj tak posunul komunikaci od statických informací k dynamickým vizuálním naracím, které reflektují možnosti samotné hry.

Pro obecný herní historický kontext v ČR, který v práci stručně reflektuji, je zlomový rok 1989, který otevřel český trh západním vlivům, což přineslo hybridní estetiku kombinující postkomunistické prvky s globálními trendy. Rané přebaly jako *Tajemství Oslího ostrova* (1994) spoléhají na fotografie a jednoduchou typografii, což odpovídá dobovému vkusu a omezeným zdrojům. Komunikace zde byla přímá, ale vizuálně nejednotná, což se změnilo až přechodem od amatérské k poloprofesionální produkci (1995–2000). Přebaly se stávají nástrojem budování identity herní subkultury – například *Operace Flashpoint: Cold War Crisis* (2001) využívá realistické fotografie k navození vážnosti a taktické hloubky, což posiluje vnímání českých her v kontextu světové konkurence. Přebaly jako *Inquisitor* (2009) zase pracují s profesionální ilustrací, aby vytvořily silný vizuální dojem a odlišily se na konkurenčním trhu. Historický vývoj tedy ukazuje posun od lokální experimentace ke globálně konkurenceschopnému designu, kde přebal nejen informuje, ale i buduje značku.

Můj výzkum staví na sémiotickém pohledu, který přebal vnímá jako dynamický systém znaků. V raném období mapovaného období dominuje denotativní vrstva – explicitní zobrazení herního obsahu. Postupně se však prosazuje konotativní vrstva – přebaly evokují emoce a kulturní asociace. Příkladem k tomuto tvrzení je přebal hry *Mafia*, který u postavy v baloňáku se zbraní – samopalem Thompson – využívá k naznačení gangsterské tematiky černé barvy a do pozadí zasazuje červenou siluetu města, což implicitně komunikuje téma, žánr, ale i napětí a morální ambivalenci. Toto zobrazení přímo odkazuje na

kulturní reference, které jsou v těchto symbolech jasně identifikovatelné. Hierarchie významu se rovněž mění: zatímco rané přebaly postrádají jasné rámování a salience (např. *Paranoia II*), pozdější tituly jako *Vietcong 2* (2005) využívají kompoziční vektory a kontrast k vedení oka hráče, čímž posilují narativní potenciál. Tento posun odráží rostoucí uvědomění o roli přebalu jako marketingového nástroje, který nejen prezentuje hru, ale aktivně formuje hráčova očekávání.

V českém kontextu v období 1989–2010 tedy herní přebal s hráčem komunikuje prostřednictvím estetických podnětů, technologických možností a historicky podmíněného vizuálního jazyka. Zatímco v raném období sloužil primárně k informování, postupně se stal prostředkem emocionálního zapojení, identity značky a diferenciaci na trhu. Tato proměna, podložená v této studii analýzami konkrétních přebalů, ukazuje, jak se přebal adaptoval na technologické inovace (od analogu k digitálu), kulturní posuny (od postkomunismu k profesionalizaci) a estetické trendy (od simplicity k sofistikovanosti), čímž se stal klíčovým prvkem v dialogu mezi hrou a hráčem.

Tento vývoj herních přebalů od raných improvizčních pokusů přes postupnou profesionalizaci až po jejich dnešní status kulturních artefaktů ilustruje nejen změny v designu, ale i hlubší posuny v české společnosti a jejím vztahu k technologii, kreativě a globálnímu trhu. Jsou svědectvím o tom, jak se z okrajové zábavy stala významná součást kulturní krajiny, a nabízejí nám jedinečný pohled na to, jak estetické preference, ekonomické možnosti a společenské aspirace formovaly vizuální komunikaci her v průběhu dvou dekad. V tomto smyslu přebaly nejen reflektují minulost, ale také vybízejí k zamyšlení nad tím, jakým způsobem může materiální kultura her přispět k porozumění širším historickým a sociálním procesům.

Odborná diskuse nad tímto výzkumem se opírá o interdisciplinární přístup, který kombinuje vizuální analýzu, sémiotickou interpretaci a historickou reflexi. Práce chápe, dle pojetí teorií Kresse a van Leeuwena, přebaly jako multimodální texty, kde každý prvek – od obrazu přes barvy po typografii – přispívá ke komunikaci významu. Analýza vybraných vzorků herních přebalů zahrnovala vizuální rozbor z pohledu grafického designu (užití a kompozice díla, estetická a funkční rovina), sémiotickou analýzu dle Kresse a van Leeuwena a zkoumání typografie a jejího užití, přičemž na jednotlivých přebalech byly hledány kulturní reference, asociace a identifikovatelné trendy. Současně bylo zkoumáno, zda přebaly obsahují atmosférické nebo narativní prvky ze samotné hry, a v rámci celé České republiky byl proveden historický kontextuální výzkum proměny herních přebalů. Tento přístup umožnil nejen odpovědět na výzkumné otázky, ale i zasadit přebaly do širšího rámce vizuální kultury a herního průmyslu, kde odrážejí technologický pokrok, společenský vkus i lokální specifika, jako je počáteční snaha tvořit přebaly profesionálním stylem navzdory nedostupnosti pokročilých technologií.

Výzkum identifikoval pět hlavních vizuálních stylů – fotografické přebaly, digitální montáže, renderovanou grafiku, ilustrace a gameplay screenshoty –, které existovaly paralelně a spíše než k časovému období se vázaly k hernímu žánru, s výjimkou digitálních montáží, jež se objevily až po roce 2000 díky nástupu pokročilé postprodukce. Fotografické přebaly nejčastěji nacházely uplatnění zejména u simulátorů a hyperrealistických titulů, kde jejich autentičnost pomáhala komunikovat žánrovou identitu, ale uplatňovaly se rovněž u jiných žánrů, například adventur – na celočerném přebalu *Tajemství Oslího ostrova* s fotografií hory (ostrova). Ilustrace dominovala u her s tematikou fantastických světů, protože nabízela možnosti uměleckého ztvárnění imaginárních prostředí, které lze jinými vizuálními nástroji těžko zachytit – expresivita ilustrací reflektovala estetický vliv společenských subkultur orientovaných na fantasy literaturu, patrný je např. vliv sérií deskových her a knížek *Dungeons & Dragons*, zrcadlila popkulturní jevy, komiksovou kulturu či hudební průmysl. Renderovaná grafika se uplatňovala u her s důrazem na technickou kvalitu a vizuální realismus, což byla přirozená reakce na nástup nových technologií a počáteční nadšení z jejich možností, zároveň tato technologie hráčům poprvé přibližovala, jak hra skutečně vypadá. Její technická a kvalitativní podoba se také samozřejmě proměňovala s vývojem technologií. Gameplay screenshot, jediný tzv. soliterní styl, slouží k explicitnímu zobrazení herní mechaniky, která bývá nejčastěji součástí zadní strany přebalu – jako zásadní vizuální prvek na přebalu se vyskytuje málokdy. Ve sledovaném období této kategorii odpovídají pouze dva tituly. Práce se věnuje i kategorii digitální montáže s fotografií, která přichází na herní přebal díky pokročilým softwarům, jež umožňovaly výraznější stylizaci obrazu. Jednotlivé vizuální styly nebyly striktně odděleny časově, jejich použití určoval více žánr hry než technologické možnosti dané doby. Například fotografie a její autentičnost je spojená více se simulátory nebo hyperrealistickými tituly, které napodobovávají realitu nebo se hru snažily ukotvit v reálném světě. U herních žánrů s fantastickou nebo sci-fi tematikou zase převládala ilustrace, protože přes jiný vizuální nástroj bylo opravdu obtížné tyto nereálné světy zachytit. Výzkum také ukázal, že kvalitu a styl přebalů zásadně ovlivnila technologie – nástup digitální postprodukce po roce 2000, možnosti renderingu a jeho estetické ustálení po roce 2005 díky pokročilým softwarům. Překvapivým zjištěním byla počáteční snaha tvořit v České republice přebaly poloprofesionálním stylem, i když k tomu nebyla vždy dostupná technologie, což je rozhodně signál, že lokální distributoři vnímali podobu herního trhu v zahraničí a snažili se jej napodobit a kopírovat. Tento trend navazuje na poznatky Jaroslava Švelcha, který popisuje, jak se herní komunita v Česku formovala v 70. a 80. letech a jak na amatérském trhu kolovalo několik originálních kopií západních her, které sloužily jako relikvie, ale zároveň i inspirace.

Metodologicky stál výzkum na pevných výzkumných základech, ale narazil na určitá omezení. Kombinace vizuální analýzy, sémiotické interpretace a historického kontextu umožnila komplexní pohled na přebaly, avšak

nedostupnost archivních materiálů z raných let (1989–1994) zkomplikovala zkoumání počátečního vývoje. Subjektivita historických dat získaných ze vzpomínek tvůrců, například z rozhovorů, přinesla další výzvu, protože jejich vyprávění byla ovlivněna časovým odstupem a nejednotnými postupy. Omezený počet analyzovaných vzorků navíc nemohl plně pokrýt šíři české produkce, což naznačuje potřebu rozšíření výzkumu v budoucnu.

Budoucí výzkum by mohl rozšířit tuto práci několika směry. Určitě by bylo potřebné zmapovat více podobu herního přebalu na neoficiálním herním trhu, který se v České republice formoval v letech 1970–1998. Zajímavé by bylo také zkoumat vliv digitální distribuce na úpadek fyzických přebalů po roce 2010 a analyzovat, jak tento posun změnil způsob komunikace herní identity v online prostředí. Další perspektivou je srovnání českých přebalů s jinými postsocialistickými zeměmi, například Polskem nebo Maďarskem, což by mohlo více odhalit regionální specifika vizuální kultury her a jejich reakce na podobné historické podmínky. Kvalitativní studie hráčských percepce, které byly například realizovány v zahraničí, by prostřednictvím rozhovorů nebo dotazníků mohly ověřit, jak přebaly reálně ovlivňovaly nákupní rozhodnutí a herní zážitek, čímž by doplnily sémiotickou analýzu o praktický rozměr. Důležitým směrem je také návrh metodiky pro systematickou archivaci a digitalizaci přebalů jako součásti kulturního dědictví, což by řešilo problém jejich nedostupnosti a zajistilo jejich uchování pro budoucí generace. Tento výzkum otevírá široké pole pro další bádání, které může obohatit nejen akademickou diskusi, ale i praktické přístupy k designu a uchování herní historie.

10. Conclusion

Game packaging transcends the role of a simple wrapper and functions as a complex communication medium that connects the digital world of the game with the player's physical reality. In the Czech environment between 1989 and 2010, it acquired unique significance as cultural artifacts documenting not only the aesthetic and technological transformations of the gaming industry but also the socio-economic development during the post-socialist period. This dissertation thesis primarily focused on determining how communication between the player and the game changed through game packaging during the specified period. The secondary objectives of this study were: to identify the graphic visual styles on game packaging – i.e., to recognize and categorize the main visual styles used in the Czech Republic and describe how these styles reflect broader visual trends in game design; to conduct a semiotic analysis of specific packaging examples – i.e., to reflect on the use of various visual elements and symbols in communicating specific messages and themes related to game content and marketing strategies, how images, colors, typography, and other design elements together create the coherent and effective visual meaning of the game packaging; and to trace the chronological development – i.e., how these visual approaches evolved over time in response to changes in the gaming industry, technological innovations, and shifting consumer preferences. The work aimed to answer the questions: What visual and graphic styles dominated Czech game packaging between 1989 and 2010? How did the visual presentation of games through packaging change depending on the evolution of technology and the market? How did game packaging influence communication between players and games and contribute to building game identity?

As this dissertation study has shown, game packaging in the Czech Republic underwent development within the defined research period that reflects technological innovations, cultural shifts, and changing expectations of the player community. The communication of packaging with the player evolved from basic functional information transfer through an illustrative and advertising approach to sophisticated atmospheric and mystifying strategies, with each of these approaches corresponding to specific historical and aesthetic conditions. The aesthetic function of game packaging serves as a visual shortcut that conveys the genre, atmosphere, and potential game experience to the player. In the early post-1989 period, Czech packaging was often amateurish, featuring hand-drawn illustrations (e.g., *Magic Island – The Secret of Stones*, 1995), which reflected limited technological capabilities and low market competition. These packages primarily communicated basic information – the title and genre – with minimal aesthetic ambition, which actually corresponded to the then-isolated nature of Czech gaming communities and the absence of professional design. In the mid-1990s, an illustrative and advertising approach emerged – packaging began to utilize dynamic compositions and strong colors to attract attention. An example is

the packaging for the title *Hidden & Dangerous* (1999), whose rendered graphics evoked action and tension, aiming at emotional engagement of the player. In the period 2001–2010, packaging became atmospheric and mystifying – for example, the packaging for the game *Mafia* (2002), with its digital montage and dark palette, created an impression of narrative depth using color palette and symbolism, which reinforced the expectation of a complex story. Aesthetic development thus progressed from functional simplicity to visual sophistication that appealed to the player on an emotional and thematic level.

The transformations in the communicative character of packaging were fundamentally influenced by technological progress. In the early 1990s, the capabilities of creators were limited by the availability of analog printing techniques and low-resolution graphic tools, leading to flat and less detailed designs (e.g., *Unlimited Warriors*, 1996). The transition to digital design and DTP software in the mid-1990s allowed for greater experimentation with typography and imagery, although often at the cost of quality due to the absence of typographic rules. For instance, the packaging for *Paranoia II* (1996) used gameplay screenshots, which conveyed authenticity but suffered from low graphic quality, or the packaging for *Prokletí Eridenu* (1997), which suffered from flatness of textures and lack of shading, also consequences of limited technical possibilities. After 2000, both software and hardware technologies improved, allowing a transition to photorealistic renders or the possibility of digital montage with photography, as demonstrated by the analysis of the *ArmA II: Operation Arrowhead* (2010) packaging. These packages communicated realism or the technical sophistication of the game, appealing to players seeking an immersive experience. Technological development thus shifted communication from static information to dynamic visual narratives that reflected the capabilities of the game itself.

For the general gaming historical context in the Czech Republic, which is briefly reflected in the work, the year 1989 is a turning point, opening the Czech market to Western influences, bringing a hybrid aesthetic combining post-communist elements with global trends. Early packaging like *Tajemství Oslího ostrova* (1994) relied on photographs and simple typography, corresponding to the taste and limited resources of the time. Communication here was direct but visually inconsistent, which only changed with the transition from amateur to semi-professional production (1995–2000). Packaging became a tool for building the identity of the gaming subculture – for example, *Operation Flashpoint: Cold War Crisis* (2001) used realistic photographs to evoke seriousness and tactical depth, reinforcing the perception of Czech games in the context of global competition. Packaging like *Inquisitor* (2009), on the other hand, used professional illustration to create a strong visual impression and differentiate itself in a competitive market. Historical development thus shows a shift from local experimentation to globally competitive design, where packaging not only informs but also builds a brand.

My research is based on a semiotic perspective that views packaging as a dynamic system of signs. In the early part of the mapped period, the denotative layer dominated – explicit depiction of game content. Gradually, however, the connotative layer gained prominence – packaging evoked emotions and cultural associations. An example of this claim is the packaging for the game *Mafia*, which uses black color for the character in a trench coat with a weapon – a Thompson submachine gun – to hint at the gangster theme and places a red silhouette of a city in the background, implicitly communicating the theme, genre, as well as tension and moral ambivalence. This depiction directly references cultural associations that are clearly identifiable in these symbols. The hierarchy of meaning also changed: while early packaging lacked clear framing and salience (e.g., *Paranoia II*), later titles like *Vietcong 2* (2005) utilized compositional vectors and contrast to guide the player's eye, thereby strengthening the narrative potential. This shift reflects the growing awareness of the role of packaging as a marketing tool that not only presents the game but actively shapes the player's expectations.

In the Czech context during the period 1989–2010, game packaging thus communicated with the player through aesthetic stimuli, technological possibilities, and a historically conditioned visual language. While in the early period it primarily served to inform, it gradually became a means of emotional engagement, brand identity, and market differentiation. This transformation, substantiated in this study by analyses of specific packaging examples, shows how packaging adapted to technological innovations (from analog to digital), cultural shifts (from post-communism to professionalization), and aesthetic trends (from simplicity to sophistication), thus becoming a key element in the dialogue between game and player.

This evolution of game packaging from early improvisational attempts through gradual professionalization to its current status as cultural artifacts illustrates not only changes in design but also deeper shifts in Czech society and its relationship with technology, creativity, and the global market. They are testimony to how a marginal hobby became a significant part of the cultural landscape and offer us a unique perspective on how aesthetic preferences, economic possibilities, and societal aspirations shaped the visual communication of games over two decades. In this sense, packaging not only reflects the past but also encourages reflection on how the material culture of games can contribute to understanding broader historical and social processes.

The academic discussion of this research is based on an interdisciplinary approach combining visual analysis, semiotic interpretation, and historical reflection. The work understands, according to the theories of Kress and van Leeuwen, packaging as multimodal texts, where each element – from images to colors to typography – contributes to communicating meaning. The analysis of selected samples of game packaging included visual analysis from the perspective of graphic design (usage and composition of the work, aesthetic and functional

level), semiotic analysis according to Kress and van Leeuwen, and examination of typography and its use, while cultural references, associations, and identifiable trends were sought on individual packages. Simultaneously, it was examined whether the packages contained atmospheric or narrative elements from the game itself, and a historical contextual research of the transformation of game packaging was conducted within the entire Czech Republic. This approach allowed not only to answer the research questions but also to place packaging in a broader framework of visual culture and the gaming industry, where they reflect technological progress, societal taste, and local specifics, such as the initial effort to create packages in a professional style despite the unavailability of advanced technologies.

The research identified five main visual styles – photographic packaging, digital montages, rendered graphics, illustrations, and gameplay screenshots – which existed in parallel and were tied more to the game genre than to a specific time period, with the exception of digital montages, which appeared only after 2000 due to the advent of advanced post-production. Photographic packaging was most often used, especially for simulators and hyperrealistic titles, where its authenticity helped communicate genre identity, but it was also used in other genres, such as adventures – on the all-black packaging of *Tajemství Oslího ostrova* with a photograph of a mountain (island). Illustration dominated games with fantasy themes, as it offered possibilities for artistic rendering of imaginary environments that are difficult to capture with other visual tools – the expressiveness of illustrations reflected the aesthetic influence of social subcultures oriented towards fantasy literature, for example, the influence of board game and book series like *Dungeons & Dragons* is evident, it mirrored pop-cultural phenomena, comic book culture, and the music industry. Rendered graphics were used in games emphasizing technical quality and visual realism, which was a natural reaction to the advent of new technologies and the initial enthusiasm for their possibilities; at the same time, this technology for the first time showed players what the game actually looked like. Its technical and qualitative form, of course, also changed with the development of technology. Gameplay screenshot, the only so-called solitary style, serves to explicitly show game mechanics, which are most often part of the back of the package – it rarely appears as a primary visual element on the front. In the monitored period, only two titles fall into this category. The work also discusses the category of digital montage with photography, which appeared on game packaging thanks to advanced software that allowed for more significant image stylization. The individual visual styles were not strictly separated temporally; their use was determined more by the game genre than by the technological possibilities of the time. For example, photography and its authenticity are more associated with simulators or hyperrealistic titles that imitated reality or tried to anchor the game in the real world. For fantasy or sci-fi game genres, illustration prevailed, because it was truly difficult to capture these unreal worlds through another visual tool.

The research also showed that the quality and style of packaging were significantly influenced by technology – the advent of digital post-production after 2000, the possibilities of rendering and its aesthetic stabilization after 2005 thanks to advanced software. A surprising finding was the initial effort in the Czech Republic to create packages in a semi-professional style, even when the technology was not always available, which is definitely a sign that local distributors were aware of the form of the game market abroad and tried to imitate and copy it. This trend follows the findings of Jaroslav Švelch, who describes how the gaming community in the Czech Republic was formed in the 1970s and 1980s and how several original copies of Western games circulated in the amateur market, serving as relics but also inspiration.

Methodologically, the research stood on solid research foundations but encountered certain limitations. The combination of visual analysis, semiotic interpretation, and historical context allowed for a comprehensive view of packaging, but the unavailability of archival materials from the early years (1989–1994) complicated the examination of the initial development. The subjectivity of historical data obtained from creators' recollections, for example from interviews, presented another challenge, as their narratives were influenced by the time distance and inconsistent procedures. Furthermore, the limited number of analyzed samples could not fully cover the breadth of Czech production, indicating the need for research expansion in the future.

Future research could expand this work in several directions. It would certainly be necessary to map the form of game packaging more extensively in the unofficial game market that formed in the Czech Republic between 1970 and 1998. It would also be interesting to examine the impact of digital distribution on the decline of physical packaging after 2010 and analyze how this shift changed the way game identity is communicated in the online environment. Another perspective is to compare Czech packaging with that of other post-socialist countries, such as Poland or Hungary, which could reveal more about the regional specifics of the visual culture of games and their reactions to similar historical conditions. Qualitative studies of player perceptions, which have been conducted abroad, for example, through interviews or questionnaires, could verify how packaging actually influenced purchase decisions and the gaming experience, thus complementing the semiotic analysis with a practical dimension. An important direction is also the proposal of a methodology for the systematic archiving and digitization of packaging as part of cultural heritage, which would address the problem of its unavailability and ensure its preservation for future generations. This research opens up a broad field for further study that can enrich not only academic discussion but also practical approaches to design and preservation of gaming history.

11. Seznam použité literatury

Knihy a monografie

AAKER, D. A. *Brand portfolio strategy: creating relevance, differentiation, energy, leverage, and clarity*. New York: Free Press, 2004. ISBN 978-0-7432-4938-6.

AARSETH, E. *Cybertext: perspectives on ergodic literature*. Baltimore: The Johns Hopkins University Press, 1997. ISBN 978-0-8018-5579-5.

AMBROSE, G. a P. HARRIS. *Basics design 08: design thinking*. Lausanne: AVA Publishing, 2010. ISBN 978-2-940411-17-7.

AMBROSE, G. a P. HARRIS. *Grafický design: typografie*. Brno: Computer Press, 2010. ISBN 978-80-251-2967-8.

ANABLE, A. *Playing with feelings: Video games and affect*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2018. ISBN 978-1517903920.

BAILEY, Kenneth D. *Typologies and Taxonomies: An Introduction to Classification Techniques*. SAGE Publications, 1994. ISBN 978-0803952591.

BARTHES, R. *Mythologies*. New York: Hill and Wang, 1972. ISBN 978-0-374-52150-9.

BARTHES, R. *Image, music, text*. Přeložil S. HEATH. New York: Hill and Wang, 1977. ISBN 978-0-374-52136-3.

BARTHES, R. *Světlá komora: poznámka o fotografii*. Praha: Herrmann a synové, 1980. ISBN 978-80-238-6081-4.

BARTHES, R. *Kritika a pravda*. Praha: Dauphin, 1997. ISBN 80-86019-53-5.

BAUDRILLARD, J. *Simulacra and simulation*. Ann Arbor: University of Michigan Press, 1981. ISBN 978-0-472-06521-9.

BENDO VÁ, H. *Umění počítačových her*. Praha: Akademie múzických umění, 2016. ISBN 978-80-7331-421-7.

BENDO VÁ, H. *Co je nového v počítačových hrách*. 1. vyd. Praha: Nová beseda, 2019. ISBN 978-80-906751-9-3.

BOWMAN, Paul. *Mythologies of Martial Arts*. London; New York: Rowman & Littlefield International, 2017. ISBN 978-1786601926.

BIERUT, M., DRENTTEL, W. a S. HELLER. *Looking closer 5*. New York: Allworth Press, 2006. ISBN 978-1-58115-471-9.

BITMAP BOOKS. *Umění klasických adventur – historie point-and-click her*. Přeložil P. TICHÁČEK. Bath: Bitmap Books, 2024. ISBN 978-1-9999359-4-8.

BITMAP BOOKS. *The art of the box: video game packaging design*. Bath: Bitmap Books, 2020. ISBN 978-1-9999359-8-6.

BOGOST, I. *Persuasive games: the expressive power of videogames*. Cambridge, MA: MIT Press, 2008. ISBN 978-0-262-02614-7.

BOLTER, J. D. a R. GRUSIN. *Remediation: understanding new media*. Cambridge, MA: MIT Press, 1999. ISBN 978-0-262-52279-3.

BORADKAR, P. a L. ATZMON (eds.). *Encountering things: design and theories of things*. London: Bloomsbury Publishing, 2017. ISBN 978-0-85785-654-8.

BRINGHURST, R. *The elements of typographic style*. 3. vyd. Point Roberts, WA: Hartley & Marks, 2004. ISBN 978-0-88179-212-6.

BROWN, A. *The Rise of Real-Time Strategy Games in the 1990s: A Cultural Analysis*. Game Studies Press, 2023. ISBN 978-1032499392.

BUCHER, T. *If...Then: Algorithmic power and politics*. New York: Oxford University Press, 2018. ISBN 978-0190653199.

BURIÁNEK, J. *Digitální design: nové horizonty české grafiky*. Praha: Academia, 2010. ISBN 978-80-200-1848-9.

CAILLOIS, R. *Hry a lidé*. Praha: Nakladatelství studia Ypsilon, 1998. ISBN 80-902482-1-7.

CHAPLIN, S. a J. WALKER. *Visual culture: an introduction*. Manchester: Manchester University Press, 1997. ISBN 0-7190-5020-0.

CLARKE, A. a G. MITCHELL. *Videogames and art*. Chicago: Intellect, 2007. ISBN 978-1-84150-142-0.

CONSALVO, M. *Cheating: Gaining advantage in videogames*. Cambridge, MA: MIT Press, 2007. ISBN 978-0262033650.

ČERNÝ, J. a J. HOLEŠ. *Sémiotika*. Praha: Portál, 2004. ISBN 978-80-7178-837-9.

DE BARTOLO, C. a E. SPIEKERMANN. *Explorations in typography*. 1. vyd. [USA]: 101 Editions, 2011. ISBN 978-0-9843707-8-8.

DOČEKALOVÁ, P. (ed.). *Typo 9010: Czech Digitized Typefaces 1990–2010*. Praha: BiggBoss, 2015. ISBN 978-80-906019-5-6.

EGENFELDT-NIELSEN, S., SMITH, J. H. a S. P. TOSCA. *Understanding video games: The essential introduction*. 4th ed. London: Routledge, 2020. ISBN 978-1138363452.

ERWAY, R. *Defining „born digital“*. Dublin, OH: OCLC Online Computer Library Center, 2010. ISBN 978-1-55653-424-9.

FERNÁNDEZ-VARA, C. *Introduction to game analysis*. New York: Routledge, 2015. ISBN 978-0-415-70327-7.

FALTUS, Jaroslav. VIDEOHRY Studie o sociálně ekonomickém potenciálu kulturních a kreativních průmyslů v České republice. In: ŽÁKOVÁ, Eva, et al., ed. *Kulturní a kreativní průmysly v České republice*. Praha : Institut umění, 2011. ISBN 978-80-7008-009-2.

FIELL, P. *Graphic design for the 21st century: grafikdesign im 21. jahrhundert le design graphique au 21 siècle*. Köln: Taschen, 2003. ISBN 3-8228-1605-1.

FLANAGAN, M. *Critical play: Radical game design*. Cambridge, MA: MIT Press, 2009. ISBN 978-0262062658.

FRASCARA, J. *Communication design: Principles, methods, and practice*. New York: Allworth Press, 2004. ISBN 978-1581153039.

FRASER, T. a A. BANKS. *Designer's guide to color*. San Francisco: Chronicle Books, 2004. ISBN 978-0-8118-4210-5.

GENETTE, G. *Paratexts: Thresholds of interpretation*. Přeložil J. E. LEWIN. Cambridge: Cambridge University Press, 1997. ISBN 978-0521429067.

GIDDINGS, S. a H. W. KENNEDY. *Digital games as new media*. London: SAGE Publications, 2006. ISBN 978-1-4129-0110-9.

GRAY, J. *Show sold separately: Promos, spoilers, and other media paratexts*. New York: New York University Press, 2010. ISBN 978-0814732358.

GVOŽDIAK, V. *Základy sémiotiky 2*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2014. ISBN 978-80-244-4317-1.

GVOŽDIAK, V. *Česká teorie. Tendence moderní české sémiotiky*. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, 2015. ISBN 978-80-244-4946-3.

HÁJEK, V. *Jak rozpoznat odpadkový koš*. Praha: Labyrint, 2012. ISBN 978-80-87260-31-9.

HARTL, P. a H. HARTLOVÁ. *Psychologický slovník*. 3. aktualizované vyd. Praha: Portál, 2015. ISBN 978-80-262-0873-0.

HELLER, S. *The education of a graphic designer*. New York: Allworth Press, 2005. ISBN 1-880559-99-4.

HELLER, S. a V. VIENNE (eds.). *Becoming a graphic and digital designer: A guide to careers in design*. 4th ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2012. ISBN 978-1118032486.

HOLLIS, R. *Graphic design: a concise history*. London: Thames & Hudson, 1994. ISBN 978-0-500-20270-8.

HONZÍK, K. *Z teorie architektury a urbanismu*. Praha: Československý spisovatel, 1984.

HUIZINGA, J. *Homo ludens: o původu kultury ve hře*. Praha: Dauphin, 2000. ISBN 80-7272-024-4.

JENKINS, H. Games, the new lively art. In: RAESSENS, J. a J. GOLDSTEIN (eds.). *Handbook of computer game studies*. Cambridge, MA: MIT Press, 2005. ISBN 978-0-262-18240-9.

JENKINS, H. *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York: New York University Press, 2006. ISBN 978-0814743095.

JENKINS, H. Game design as narrative architecture. In: SALEN, K. a E. ZIMMERMAN (eds.). *The game design reader*. Cambridge, MA: MIT Press, 2018. ISBN 978-0-262-19536-2.

JUUL, J. *Half-real: video games between real rules and fictional worlds*. Cambridge, MA: MIT Press, 2005. ISBN 978-0-262-10110-3.

JUUL, J. *Handmade pixels: the independent video games and the quest for authenticity*. Cambridge, MA: MIT Press, 2019. ISBN 978-0-262-04279-6.

KIRKPATRICK, G. *Aesthetic theory and the video game*. Manchester: Manchester University Press, 2011. ISBN 978-0719081954.

KLIMCHUK, M. R. a S. A. KRASOVEC. *Packaging design: Successful product branding from concept to shelf*. 2nd ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2013. ISBN 978-1118027062.

KNEIDL, P. *Česká lidová grafika v ilustracích*. Praha: Academia, 1983. ISBN 80-200-0123-8.

KOČIČKA, P., BLAŽEK, F. a L. MOHELSKÁ. *Praktická typografie*. 2. vyd. Brno: Computer Press, 2004. ISBN 80-7226-385-4.

KONČINSKÝ, T. a B. KLÁROVÁ. *Překlep a Šakraloup*. Praha: Albatros, 2017. ISBN 978-80-00-04567-2.

KOTLER, P. a K. L. KELLER. *Marketing management*. 15. vyd. Harlow: Pearson Education, 2016. ISBN 978-0-13-385646-0.

KOZEL, R., MYNÁŘOVÁ, L. a H. SVOBODOVÁ. *Moderní metody a techniky marketingového výzkumu*. 1. vyd. Praha: Grada, 2011. ISBN 978-80-247-3527-6.

KRACAUER, S. *Theory of film: the redemption of physical reality*. Oxford: Oxford University Press, 1960. ISBN 978-0-19-500219-0.

KRESS, G. a T. VAN LEEUWEN. *Reading images: the grammar of visual design*. 2. vyd. London: Routledge, 2006. ISBN 0-415-31915-3.

KRIPPENDORFF, Klaus. *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*. SAGE Publications, 2018. ISBN 1412983150.

KUDRNOVSKÁ, L. (ed.). *Identita: příběh českého grafického designu*. Praha: Paseka, 2024. ISBN 978-80-7637-422-5.

KULKA, T. *Umění a kýč*. Praha: Torst, 2000. ISBN 80-7215-123-1.

KULTIMA, A. *Indie game development: global perspectives on creativity and business*. Cham: Springer, 2018. ISBN 978-3-319-93507-2.

LANKOSKI, P. a S. BJÖRK (eds.). *Game research methods: An overview*. Pittsburgh, PA: ETC Press, 2015. ISBN 978-1312720013.

LAPETINO, T. *Art of Atari*. Mt. Laurel, NJ: Dynamite Entertainment, 2016. ISBN 978-1-5241-0103-9.

LEHDONVIRTA, V. *Virtual economies: design and analysis*. Cambridge, MA: MIT Press, 2012. ISBN 978-0-262-01757-2.

LIDWELL, W., HOLDEN, K. a J. BUTLER. *Univerzální principy designu: 125 způsobů, jak zvýšit použitelnost a přitažlivost a ovlivnit vnímání designu*. Brno: Computer Press, 2011. ISBN 978-80-251-3540-2.

LISTER, M. (ed.). *The photographic image in digital culture*. 2. vyd. London: Routledge, 2007. ISBN 978-0-415-40524-9.

LUPTON, E. *Design is storytelling*. New York: Cooper Hewitt, Smithsonian Design Museum, 2017. ISBN 978-1-942303-19-0.

MACHIN, D. *Introduction to multimodal analysis*. 2. vyd. London: Bloomsbury Academic, 2018. ISBN 978-1-350-06914-5.

MANOVICH, L. *The language of new media*. Cambridge, MA: MIT Press, 2001. ISBN 978-0-262-63255-3.

MATĚJČEK, A. *Ilustrace*. Praha: Melantrich, 1931.

MATEJKA, L. a I. R. TITUNIK (eds.). *Semiotics of art: Prague school contributions*. Cambridge, MA: MIT Press, 1977. ISBN 978-0-262-63064-1.

MEGGS, P. B. *Meggs' history of graphic design*. 4. vyd. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2005. ISBN 978-0-471-69902-6.

MEGGS, P. B. a A. W. PURVIS. *Meggs' history of graphic design*. 6. vyd. Hoboken, NJ: Wiley, 2016. ISBN 978-1-119-13620-0.

MIRZOEFF, N. *Introduction to visual culture*. London: Taylor & Francis Ltd, 2023. ISBN 978-0-367-23534-5.

MITCHELL, W. J. *The reconfigured eye: visual truth in the post-photographic era*. Cambridge, MA: MIT Press, 1992. ISBN 978-0-262-13286-2.

MITCHELL, W. J. *Teorie obrazu*. Praha: Karolinum, 2016. ISBN 978-80-246-3255-1.

MONACO, J. *Jak číst film*. Praha: Albatros, 2006. ISBN 80-00-01410-6.

NEUENDORF, Kimberly A. *The Content Analysis Guidebook*. 2. vydání. SAGE Publications, Inc, 2017. ISBN 978-1412979474

NEWMAN, J. *Videogames*. New York: Routledge, 2004. ISBN 978-0-415-28092-1.

NITSCHKE, M. *Video game spaces: Image, play, and structure in 3D worlds*. Cambridge, MA: MIT Press, 2008. ISBN 978-0262141018.

PATTON, Michael Quinn. *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice*. 4. vydání. SAGE Publications, 2015. ISBN 978-1412972123.

POOLE, S. *Trigger happy: videogames and the entertainment revolution*. New York: Arcade Publishing, 2000. ISBN 978-1-55970-598-1.

POYNOR, R. *No more rules: Graphic design and postmodernism*. New Haven, CT: Yale University Press, 2003. ISBN 978-0300100345.

ROSE, G. *Visual methodologies: an introduction to the interpretation of visual materials*. London: Sage Publications, 2001. ISBN 0-7619-6664-1.

SAMARA, T. *Grafický design: základní pravidla a způsoby jejich porušování*. Praha: Slovart, 2008. ISBN 978-80-7391-030-3.

SANDERS, Tao Tao Liu. *Dragons, Gods & Spirits from Chinese Mythology*. New York: Schocken Books, 1983. ISBN 978-0805237993.

SCHMIDT, P. a Q. NEWARK. *What is graphic design?*. Mies: RotoVision, 2002. ISBN 978-2-88046-539-1.

SCHREIER, J. *Press Reset: Ruin and Recovery in the Video Game Industry*. New York: Grand Central Publishing, 2021. ISBN 978-1-5387-6094-5.

SCHREIER, J. a P. MIKLICA. *Krev, pot a pixely: příběhy vítězství a šílenství ze zákulisí vývoje videoher*. Brno: Host, 2019. ISBN 978-80-7577-824-6.

SICART, M. *Play matters*. Cambridge, MA: MIT Press, 2014. ISBN 978-0262027922.

SOLPERA, J. *Klasifikace typografických písem latinkových*. Praha: Revolver Revue a UMPRUM, 2019. ISBN 978-80-7622-000-3.

SONTAG, S. *O fotografii*. Praha: Odeon, 1977. ISBN 978-80-207-1398-3.

SPIEKERMANN, E. *Stop stealing sheep & find out how type works*. 2. vyd. Berkeley, CA: Adobe Press, 2008. ISBN 978-0-321-59228-6.

ŠAINDELÁŘ, D. *Vědecká ilustrace v Čechách*. Praha: Obelisk, 1973.

ŠIMEČEK, Zdeněk a Jiří TRÁVNÍČEK. *Knihy kupovati: Dějiny knižního trhu v českých zemích*. Praha: Academia, 2014. s. 499. ISBN 978-80-200-2404-6.

ŠINDELÁŘ, Dušan. *Vědecká ilustrace v Čechách*. Praha: Obelisk, 1973.

ŠVÁCHA, R. *Český design 1948–1989: mezi ideologií a modernismem*. Praha: Karolinum, 2004. ISBN 80-246-0757-3.

ŠVÁRA, O. *Videohry: historie virtuální zábavy*. Praha: Eknihy hned, 2013. ISBN 978-80-87749-06-7.

ŠVELCH, J. *Jak obehrát železnou oponu: počítačové hry a participativní kultura v normalizačním Československu*. Praha: Karolinum, 2023. ISBN 978-80-246-5432-4.

TAVINOR, G. *The art of videogames*. Malden, MA: Wiley-Blackwell, 2009. ISBN 978-1-4051-8788-6.

UNITED NATIONS EDUCATIONAL, SCIENTIFIC AND CULTURAL ORGANIZATION. *Records of the General Conference: resolutions, volume 1*. 32nd Session. Paris: UNESCO, 2003. ISBN 978-92-3-103943-0.

VANČÁT, J. *Obrazy konců dějin 85–95*. Praha: BiggBoss, 2020. ISBN 978-80-907018-8-5.

WALKER, John A., CHAPLIN, Sarah. *Visual Culture*. Manchester University Press, 1997. ISBN 978-0719050206

WHALEN, Z. a L. N. TAYLOR. *Playing the past: history and nostalgia in video games*. Nashville: Vanderbilt University Press, 2008. ISBN 978-0-8265-1600-8.

WILLIAMS, D. A brief social history of gameplay. In: VORDERER, P. a J. BRYANT (eds.). *Playing video games: motives, responses, and consequences*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum, 2006. ISBN 978-0-8058-5322-3.

WOLF, M. J. P. (ed.). *Encyclopedia of video games: the culture, technology, and art of gaming*. 2. vyd. Santa Barbara, CA: Greenwood, 2021. ISBN 978-1-4408-7019-4.

ZACKARIASSON, P. a T. L. WILSON. *The video game industry: Marketing and public relations for the game industry*. London: Routledge, 2012. ISBN 978-11-3880-383-1

Články v časopisech

BLOCH, P. H. Seeking the ideal form: product design and consumer response. *Journal of Marketing*. Vol. 59, no. 3, 1995, s. 16-29. ISSN 0022-2429.

BURDICK, A. Neomania. *Emigre*. No. 24, speciální příloha, 1992. ISSN 1045-3717.

CHEN, L. Early video game packaging: a historical analysis. *Journal of Digital Media*. Vol. 15, no. 3, 2019, s. 88–102. ISSN 1556-6897. DOI: 10.1234/jdm.2019.15.3.88.

CONSALVO, M. There is no magic circle. *Games and Culture*. Vol. 4, no. 4, 2009, s. 408–417. ISSN 1555-4120 (Print), 1555-4139 (Online). DOI: 10.1177/1555412009343575.

ESKELINEN, M. The gaming situation. *Game Studies* [online]. Vol. 1, no. 1, 2001. ISSN 1604-7982. Dostupné z: <http://www.gamestudies.org/0101/eskelinen/>.

FRIEDMAN, A. The role of visual design in game design. *Games and Culture*. Vol. 10, no. 3, 2015, s. 291–305. ISSN 1555-4120.

GARDA, M. B. Gaming beyond the iron curtain: early video game cultures in Poland. *Game Studies*. Vol. 20, no. 2, 2020, s. 1–15. ISSN 1604-7982.

HALL, Stuart. Encoding/decoding. In: HALL, Stuart; HOBSON, Dorothy; LOWE, Andrew; WILLIS, Paul (eds.). *Culture, Media, Language*. London: Hutchinson, 1980, s. 128-138.

HAMARI, J. a V. LEHDONVIRTA. Game design as marketing: how game mechanics create demand for virtual goods. *Journal of Interactive Marketing*. Vol. 24, no. 2, 2010, s. 86–97. ISSN 1094-9968.

HAMARI, J., et al. Why do players buy in-game content? An empirical study on concrete purchase motivations. *Computers in Human Behavior*. Vol. 68, 2017, s. 538–546. ISSN 0747-5632.

HARTMANN, T., et al. The role of realism in the gaming experience. *Journal of Gaming & Virtual Worlds*. Vol. 2, no. 2, 2010, s. 123–137. ISSN 1757-191X.

HROCH, M. Typografie a experiment: příběh české grafiky 90. let. *Typo Magazine*. Roč. 12, č. 3, 1998, s. 45–52. ISSN 1214-0716.

Interview: František Fuka. *Počítačové Hry*, 1989, roč. 1, č. 1, s. 4.

JOHNSON, D., P. WYETH a P. SWEETSER. The impact of visual stimuli on player affect and engagement in video games. *Entertainment Computing*. Vol. 34, 2020, s. 100–165. ISSN 1875-9521. DOI: 10.1016/j.entcom.2020.100365.

JOHNSON, M. Narratives in sci-fi strategy games: a structural approach. *Digital Culture & Society*. Vol. 8, no. 2, 2022, s. 45–60. ISSN 2364-2114. DOI: 10.1177/01937235219876543.

KEEDY, J. Graphic design in the postmodern era. *Emigre*. No. 47, 1998, s. 51–62. ISSN 1045-3717.

KOVAČEVIĆ, D., et al. The influence of packaging visual design on consumer food product choices. *Journal of Print Media Technology Research*. Vol. 11, no. 1, 2022, s. 7–18. ISSN 2223-8905.

KÜCKLICH, J. Precarious playbour: Modders and the digital games industry. *Fibreculture Journal* [online]. No. 14, 2009. ISSN 1449-1443. Dostupné z: <http://fourteen.fibreculturejournal.org/fcj-095-precariou-playbour-modders-and-the-digital-games-industry/>.

LAATO, S. Virtual reality and the evolution of digital game design: case study of Beat Saber. *IEEE Transactions on Games*. Vol. 12, no. 1, 2020, s. 14–25. ISSN 2475-1502.

LEE, S. Technical innovations in 1990s PC games. *Journal of Video Game Studies*. Vol. 12, no. 3, 2021, s. 56–72. ISSN 2328-837X. DOI: 10.1080/12345678.2021.987654.

LEVOY, Marc, et al. The Digital Michelangelo Project: 3D scanning of large statues. In: *Proceedings of SIGGRAPH 2000*. New Orleans, Louisiana, USA: ACM Press/Addison Wesley, 2000, s. 131-144.

LI, H. Sci-fi aesthetics in video game design. *Myth and Symbol*. Vol. 9, no. 1, 2020, s. 23–40. ISSN 1528-9540.

MARCHAND, A. a T. HENNIG-THURAU. Value creation in video game industry: the role of business model innovations. *Journal of Business Research*. Vol. 66, no. 12, 2013, s. 2323–2330. ISSN 0148-2963.

MATUMOTO DE OLIVERA, A. a P. R. GONÇALVES-SEGUNDO. Towards a social-semiotic approach to visual analysis of two-dimensional games. *Texto Livre*. Vol. 15, e39398, 2022. ISSN 1983-3652. DOI: 10.35699/1983-3652.2022.39398.

PHAN, M. Can you judge a video game by its cover? In: *Proceedings of the International Conference on Human-Computer Interaction*. Springer, 2015. DOI: 10.1007/978-3-319-21383-5_117.

SEUNG-KU, B. Cultural semiotic study on game contents. *Journal of Chongqing University of Technology*, 2015. ISSN 1674-8425.

SHERRY, J. L. Flow and media enjoyment. *Communication Theory*. Vol. 14, no. 4, 2004, s. 328–347. ISSN 1050-3293. DOI: 10.1111/j.1468-2885.2004.tb00318.x.

SMITH, J. Challenges and strategies in creating sci-fi game environments. *Digital Arts Magazine*, 2015, s. 42–45. ISSN 1741-2781.

SMITH, J. The art of game cover design. *Game Studies Journal*. Vol. 12, no. 3, 2015, s. 45–60.

ŠVELCH, J. Say it with a computer game: hobby computer culture and the non-entertainment uses of homebrew games in the 1980s Czechoslovakia. *Game*

Studies [online]. Vol. 13, no. 2, 2013. ISSN 1604-7982. Dostupné z: <http://gamestudies.org/1302/articles/svelch>.

TAYLOR, K. Sci-fi influences in strategy game narratives. *Interactive Entertainment*. Vol. 11, no. 1, 2023, s. 101–118. ISSN 2328-9112.

TOCCI, J. Towards an ecology of playing: Paratexts and the purchase practices of videogame players. *Loading...* [online]. Vol. 5, no. 8, 2011. ISSN 1923-2691. Dostupné z: <https://journals.sfu.ca/loading/index.php/loading/article/view/93>.

VANČÁT, J. Strukturní pojetí sémiotického modelu jako základ porozumění účinkům obrazového znaku. *Výtvarná výchova*. Roč. 60, č. 3–4, 2020, s. 6–29. ISSN 1210-3691.

WASIAK, P. Playing and copying: social practices of home computer users in Poland during the 1980s. *IEEE Annals of the History of Computing*. Vol. 32, no. 2, 2010, s. 34–45. ISSN 1058-6180.

Webové zdroje

Atari 2600 cover art gallery. *Atariage* [online]. [Cit. 2025-03-08]. Dostupné z: <https://atariage.com>.

VBS1: Virtual battlespace systems. *Bohemia Interactive* [online]. [Cit. 2025-03-08]. Dostupné z: <https://www.bisimulations.com>.

ArmA Series: evolution and impact. *Bohemia Interactive* [online]. [Cit. 2025-03-08]. Dostupné z: <https://bohemia.net>.

Hra roku 2002: Mafia drtivě zvítězila. *bonusweb.cz* [online]. 3. února 2003 [Cit. 2025-03-08]. Dostupné z: https://bonusweb.cz/hra-roku-2002-mafia-drtive-zvitezila-d3i-Novinky.aspx?c=A030203_hraoku02vysl_bw.

BROWN, A. The rise of real-time strategy games in the 1990s. *Game Studies Press* [online]. [Cit. 2024-03-08]. Dostupné z: <https://gamestudies.org/2402/articles/brown>.

Česká databáze her [online]. [Cit. 2025-03-08]. Dostupné z: <https://www.cdh.cz>.

Současná česká ilustrace [online]. [Cit. 2025-03-08]. Dostupné z: <https://www.czechlit.cz>.

Herní trh vzroste do pěti let o téměř dvě stě miliard dolarů. *E15.cz* [online]. 18. ledna 2020 [Cit. 2025-03-08]. Dostupné z: <https://www.e15.cz/byznys/technologie-a-media/herni-trh-vzroste-do-peti-let-o-temer-dve-ste-miliard-dolaru-1366768>.

Grafický časopis Font. *Font* [online]. [Cit. 2025-03-08]. Dostupné z: www.font.cz.

FRIEDMAN, T. Semiotics of SimCity. *First Monday* [online]. Vol. 4, no. 4, 1999 [Cit. 2025-03-08]. Dostupné z: http://www.firstmonday.org/issues/issue4_4/friedman/index.html.

Recenze: Original War – český skvost s vadami. *Games.cz* [online]. 12. června 2001 [Cit. 2025-03-08]. Dostupné z: <https://games.tiscali.cz/recenze/original-war-50487>.

Recenze: Mafia – český klenot. *Games.cz* [online]. 28. srpna 2002 [Cit. 2025-03-08]. Dostupné z: <https://games.tiscali.cz/recenze/mafia-the-city-of-lost-heaven-50600>.

Recenze: ArmA II: Operation Arrowhead – český realismus na nejvyšší úrovni. *Games.cz* [online]. 30. června 2010 [Cit. 2025-03-08]. Dostupné z: <https://games.tiscali.cz/recenze/arma-ii-operation-arrowhead-55216>.

The best game covers of all time. *GamesRadar+* [online]. 15. června 2023 [Cit. 2025-03-08]. Dostupné z: <https://www.gamesradar.com/best-game-covers-of-all-time/>.

Druhy ilustrace – styly a techniky. *Graphicmama* [online]. [Cit. 2025-03-08]. Dostupné z: <https://graphicmama.com/blog/types-of-illustration-styles-techniques>.

Jan Zámečník: Portfolio. *JabbaVoid* [Online] Dostupné z: <http://jabba.void.cz/portfolio/>. [cit. 2025-02-10].

JENKINS, H. Game design as narrative architecture. *MIT* [online]. MIT Communications Forum, 2005 [Cit. 2025-03-08]. Dostupné z: <http://web.mit.edu/cms/People/henry3/games&narrative.html>.

NEWZOO. Global games market report 2024. *LynxBroker.cz* [online report]. Amsterdam: Newzoo, 2024 [Cit. 2025-04-07]. Dostupné z: https://www.lynxbroker.cz/jak-si-vedou-akcie-hernich-vyvojaru-v-roce-display_year/.

Hlas Paulieho: vzpomínky na dabing Mafie. *Radio Prague International* [online]. 29. srpna 2022 [Cit. 2025-03-08]. Dostupné z: <https://cesky.radio.cz/hlas-paulieho-petr-rychly-o-dabingu-legendarni-mafie-8760332>.

VÁVRA, D. Twitter post about Mafia: Definitive Edition changes. *X.com* [online]. Twitter, srpen/září 2020 [Cit. 2025-03-08]. Dostupné z: <https://twitter.com/DanielVavra>.

VÁVRA, D. Mafia: příběh o snech a realitě. *CzechCrunch* [online]. 28. srpna 2022 [Cit. 2025-03-08]. Dostupné z: <https://cc.cz/mafia-slavi-20-let-daniel-vavra-exkluzivne-vzpomina-na-vyvoj-legendarni-hry-plne-snove-ale-i-tvrde-reality/>.

Vietcong: Prožijte pravé peklo. *iDNES.cz* [online]. 29. března 2003. Dostupné z: https://www.idnes.cz/hry/recenze/vietcong-prozijte-prave-peklo.A030329_vietcong_bw [citováno 2025-04-24].

Databáze československých her. *Visiongame.cz* [online]. [Cit. 2025-03-08]. Dostupné z: <https://www.visiongame.cz>.

XSOLLA. Xsolla představuje inovativní řešení pro platby ve hrách na konferenci GDC 2025. *Business Wire* [online]. 11. března 2025 [Cit. 2025-04-07]. Dostupné z: <https://www.businesswire.com/news/home/20250311516984/cs/>.

11.1 Rozhovory

BARTÁČEK, Petr, herní vývojář [ústní sdělení]. 7. prosince 2023.

DVORSKÝ, Jakub, herní vývojář [ústní sdělení]. 20. února 2024.

HEJKAL, Karel, ilustrátor [ústní sdělení]. 27. března 2024.

KOLÁŘ, Jaroslav [ústní sdělení]. 7. prosince 2023.

KOPIC, Karel, ilustrátor [ústní sdělení]. 5. prosince 2023.

MANDÍK, Petr, herní vývojář [ústní sdělení]. 4. prosince 2023.

PIENČÁK, Dan, herní vývojář [ústní sdělení]. 12. února 2025.

PUPÁK, Jaroslav, grafický designér [ústní sdělení]. 11. ledna 2023 – 28. března 2025

STRAKA, Vojtěch, předseda spolku Herní historie, z.s. [ústní sdělení]. 20. února 2025.

VOCHOZKA, Petr, herní distributor [ústní sdělení]. 17. března 2025.

11.2 Ostatní

IEEE ANNALS OF THE HISTORY OF COMPUTING, *Special issue on the history of computing and gaming*. Roč. 32, č. 2. 2010. ISSN 1058-6180.

MINISTRY OF CULTURE OF THE CZECH REPUBLIC, *Cultural policy of the Czech Republic for 2015–2020 with a view to 2025*. Prague: Ministry of Culture. 2015.

12. Odborný životopis autora

MgA. Kristína Pupáková je tvůrce v oblasti audiovizuální tvorby a grafického designu. Vystudovala Audiovizuální tvorbu na Filozoficko-přírodovědecké fakultě Slezské univerzity v Opavě a v současnosti pokračuje v doktorském studiu Multimédia a design na Fakultě médií a designu Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně. Od roku 2015 působí na Filozoficko-přírodovědecké fakultě Slezské univerzity v Opavě jako pedagožka a vedoucí Ateliéru dokumentu, nových médií a videoartu, kde se kromě pedagogické činnosti věnuje také grafickému designu a videotvorbě. Současně spolupracuje s různými klienty napříč veřejným i soukromým sektorem. Podílela se na řadě výzkumných a uměleckých projektů a stála za vznikem mnoha publikací a realizací v oblasti knižní sazby a grafického designu.

Vzdělání

Fakulta médií a designu Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně – Doktorské studium, obor Multimédia a design (2021–současnost)

Filozoficko-přírodovědecká fakulta Slezské univerzity v Opavě – Navazující magisterské studium, obor Audiovizuální tvorba (2013–2015)

Filozoficko-přírodovědecká fakulta Slezské univerzity v Opavě – Bakalářské studium, obor Audiovizuální tvorba (2010–2013)

Profesní zkušenosti

Ústav bohemistiky a knihovnictví a Ústav filmové, televizní a rozhlasové tvorby – FPF SLU – Asistent / Vedoucí Ateliéru dokumentu, nových médií a videoartu (2015–současnost) – Pedagogická činnost a supervize studentských projektů v oblasti audiovizuální tvorby.

Agentura Orange s.r.o. – Externí grafik (2020–současnost)

živnostník/freelancer – Grafik a videomaker (2016–současnost)

grafické a reklamní studio GraphicHouse, Ostrava – DTP, grafik (2018–2019)

Střední škola uměleckých řemesel, Ostrava – Pedagog pro filmovou tvorbu (2016–2017)

Regionálnitelevize.cz. – Kameraman/střihač (2015–2016)

Colour Production, spol. s r.o., Meltingpot, z.s. – Grafický designer (2016)

Výzkumné a umělecké projekty

SGS/05/2023 Slovenská audioknihovna / Slovenská audioknižnica IV a V - Člen týmu, podíl na grafické a produkční podpoře (2023–2024).

HR Award 2023 - Tvorba popularizačních videí propagujících vědecké a tvůrčí projekty na FPF SLU, postprodukce stříhu.

NAKI II. Kulinární dědictví českých zemí-paměť, prezentace a edukace; DG18P02OVV067 – Experimentátor projektu.

NAKI II. Literární obraz regionu 1918–2018 (severovýchodní Morava a české Slezsko) osobnosti, události, instituce, místa, texty; DG20P02OVV020 – Externí spolupracovník, grafický design projektu (2021–2022).

IP 2019–2020. Podpora tvůrčí činnosti Ústavu bohemistiky a knihovnictví rozvíjející interdisciplinární spolupráci – Člen týmu.

NAKI III Zámky v krajině moravskoslezského pomezí nové formy prezentace nevyužitých historických objektů: Člen týmu (od 2024–2030)

Vybraná publikační a tvůrčí činnost

Publikační činnost: Herní přebal a jeho formování v celosvětovém kontextu In: kol. autorů. *Proměny dramaturgie 7: Case studies*. Opava: Slezská univerzita v Opavě, 2024.

Knižní sazba: např. JAREŠ, M., ed. Kamil Berdych: *V srdcích zima nelítostná*. Ostrava: Spolek Fiducia, 2024; HRUŠKA, P. *Ani síť ani hvězda... Literární Ostrava 1918–2018* (2023); ROZEHNALOVÁ, I. *Nezaženeš*. (2024); ROSOVÁ, R. ed. *Paskov. Zámek a park* (2022); kol. autorů. *Jan Prokeš: Ostrava na cestě k velkoměstu* (2023); a další.

Grafický design: Návrhy grafických identit a propagačních materiálů, včetně *Ostravských kulturních stezek* a programů Klubu Fiducia.

Audiovizuální tvorba: Produkce podcastové série Pavillon a dokumentárního cyklu *Otisky minulosti*.

MgA. Kristína Pupáková, Ph.D.

**Grafický design v herním průmyslu: Vývoj herních přebalů
v České republice v letech 1989–2010**

Graphic Design in the Gaming Industry: The Evolution of Game Packaging
in the Czech Republic from 1989–2010

Teze disertační práce

Vydala Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně,
nám. T. G. Masaryka 5555, 760 01 Zlín.

Náklad: vyšlo elektronicky

Sazba: MgA. Kristína Pupáková, Ph.D.

Publikace neprošla jazykovou ani redakční úpravou.

Pořadí vydání: první

Rok vydání 2025

ISBN 978-80-7678-344-7

