

# Plakáty, trailery, bonusy

---

IN THE WORLD, JUST OFF SCREEN & CONCLUSION „IN  
THE DNA“

# Podněty k diskuzi

---

- Jakým způsobem mohou hračky nebo videohry prodlužovat textualitu a fikční svět:
  - hračky,
  - videohry,
  - ARG (alternate-game-reality)?
- Jaké způsoby obohacení diváckého prožitku zesilují hračky série *Star Wars* ve vztahu k příběhu, genderu či interakci a proč?
- Jak Gray uvažuje o videohrách v souvislostech vstupů do fikčního světa a jeho poznávání?
- V čem spočívá rozdíl mezi začleněnými a nezačleněnými paratexty?

# In the World, Just Off Screen: Toys and Games

---

- studium paratextů vyzývá logiku „primárních“ a „sekundárních“ textů, originálů a „spinoffů“, shows a „periferií“, která se objevují při diskuzích o paratextech
  - v tomto pohledu -> tradiční film/TV program centrem textuální interakce a jediným zdrojem autentické textuality, paratexty jako obtíž zaneřádující ulice, kyberprostor atd. a připíchnuté k programu v cynickém pokusu vyždímat víc peněz
- paratexty hrají důležitou roli v produkci, vývoji a expanzi textu
  - filmy/TV programy jsou pořád předpokladem existence paratextu, ale nejsou nezbytně zodpovědné za všechny populární významy
- pro některá publika mohou určité paratexty být nesmyslné, ale pro jiná mohou být důležité
- některé paratexty mají pomíjivou existenci, jiné dovolují podstatně větší časovou investici od publik
  - > *Star Wars* hračky jsou pro spoustu fanoušků i nefanoušků centrem chápání a angažování se k ikonickému textu
  - hračky komplikují ustanovení dichotomie autentického textu a prázdných vydělávajících paratextů
  - > ARG (alternate reality game) zvyšují zapojení do programu, nebo rozšiřují a zesilují zážitek z programu
- světy se mohou rozvíjet a obživnout v paratextech

# In the World, Just Off Screen: Toys and Games

---

- hračky jsou schopné posilovat nebo zeslabovat ustavená témata a vytvořit svůj vlastní podstatný otisk do SW univerza -> posilují/zeslabují významy z filmů
- zbraně u postaviček získávají moc a relevanci – pevně zasazují spoustu postav jako válečníky, i když jsou ve filmu jako mírumilovní
  - zvolené barvy přispívají k vyznění, že jde o akční figurky stavěné na konflikt
  - podtrhují název a deklarují ústřední rámec nikdy nekončící série velkých vesmírných bitev
- u popisu figurek se opakují témata, přídavná jména a slovesa
  - vylepšují a zdůrazňují jisté významy, zmnožují je a vynášejí je mimo film do světa dětských her a zvou dítě, aby se zapsalo do hvězdných válek
- speciálně u první trilogie (1977-83) byly hračky primárně ty, které držely text naživu
- spousta figurek jsou naprosto okrajové postavy ve filmech a jsou pojmenovány jen díky hračce
  - zbraně nebo prostředky se ani nemusí ve filmech objevovat
  - > SW nabízejí diváckou narativizaci – příklad s Boba Fettem, za jehož popularitou stála hračka
- hračky zajišťovaly, že SW a jeho významy zůstaly relevantní a cirkulovaly, byly přidávány a osvěžovány
  - > nebyly sekundární nebo náhodnou, ale stěžejní částí primárního textu

# In the World, Just Off Screen: Toys and Games

---

- role nostalgie po dětství, rodiny a přátel apod.
- SW nejenom prodlouženy, ale v čase přibývaly v hračkách/paratextech
- hračky se podílejí na „genderingu“ -> SW hlavně pro kluky
- hračky hrají důležitou roli v determinování toho, co SW je a znamená pro společnost jak ocelek
- hračky přispívají do fikčního světa a nabízejí publiku náhled vkročení do tohoto světa a přispění do něj -> povzbuzují ke hře s fikčním světem a paratexty prodlužují toto pozvání ke hře
- videohry umožňují hráčům vstoupit do světa a prozkoumat je způsoby, které film/TV program často vylučuje a/nebo rozvíjí významy a styl programu  
- může například dále/blíže uskutečnit horor filmu -> pokračuje a zvyšuje horor z textu (př. *Věc*)
- narativ ve hrách je pořád důležitý, ale hry dovolují hráči odlišný bod vstupu do narativu, a tak (stejně jako spoilery u *Ztracených*) ukazují, jak různá divácká užití a potěšení z narativu jsou
- videohry tvoří můstek ke známému fikčnímu světu, ale rovněž „překvapují“ publikum rozšířením světa a změnou jejich vztahu k a „konsumpcí“ tohoto světa a tohoto textu

# In the World, Just Off Screen: Toys and Games

---

- videohra *Simpsonových* vyzývá logiku textu a paratextu, primárních a sekundárních textů a obývá mezní prostor mezi těmito kategoriemi
  - rozšiřují svět *Simpsonových* a mody zapojení se do světa
- u *Matrixu* dovolení hry publikům zkoumat narativ zve ke hře se světem a rozšíření toho, jak může fungovat
  - vyžadování toho, aby zkoumali svět, ale na druhou stranu riskuje omezení toho, jak film/TV program může fungovat
- RPG jako „vzpamatování se“ inspirovaná původní show a vyvíjející se z ní, tím pádem posouvající fikční svět do nového konsumpčního a performativního prostoru, zosobněného sestavenou skupinou hráčů a rozšiřující jeho parametry
  - signifikantně otevírají svět
- machinima (např. *The Sims*) funguje často jako vids nebo fan fikce, přidává příběhy do rozšiřující se diegeze textu, dokonce snad dává formu fantextu a fanouškovskému kánonu – „fanonu“
- výzva leží ve změně účelu hry k vytvoření rozpoznatelného fikčního světa a předvádění vlastních příběhů v jeho rámci
- zapojení se do hry není nezbytné angažování se se show
  - > paratext/hra se může stát textem samotným

# In the World, Just Off Screen: Toys and Games

---

- ARG – víceplatformová, multimediální skládačka (puzzle) nebo hra, často spojená s TV programem/filmem
  - fungují jako vstupní paratexty i jako in medias res paratexty
- životaschopné generátory fikčního světa a textuality – *What happened in Piedmont?* Navržené k vytvoření šumu kolem *Kmene Andromeda*
  - text by ale mohl klidně fungovat odděleně od seriálu
- pro některá publika je text nejzajímavější, nejvíc zapojující a nejsmysluplnější na „předměstí“ -> ta se pro ně stávají centry
  - v takových případech poznámka o centru/periferii, textu/předměstí musí být revidovaná ke zvažení pro migraci individuálních diváků nebo komunity diváků k a z předměstí – nebo jejich občasnou migraci k a z předměstí – a souběžně snižující se důležitost toho, co jsou analytici jinak v pokušení nazývat „jádro“ textu – film/TV program
- hračky a hry často zesilují, prodlužují nebo přímo vytvářejí prostory pro sebe samotné a obecněji pro text

# Conclusion: „In the DNA“: Creating across Paratexts

---

- paratexty přispívají do textu a jsou často podstatné části textu  
-> částí kreativního procesu a nejen marketingové „doplňky“ nebo „vedlejší produkty“, za něž je mediální průmysl a akademici často považovali
- ignorovat textuální roli paratextů znamená neporozumět jejich estetickým, ekonomickým a socio-kulturním rolím  
-> textuální *začleněné* a *nezačleněné* paratexty
- jednoduché a tvrdé dělení mezi marketingem a brandingem na jedné straně a mezi interakcí, networkingem a diváckou účastí na druhé je neudržitelné
- paratexty matou a narušují spoustu našich hierarchií a dvojic toho, na čem záleží a na čem ne v mediálním světě
  - speciálně dlouhotrvající pojetí, že marketing a kreativita jsou nebo by mohly být od sebe odlišitelné
  - klíčovým zájmem analytika by měl být textuální dopad paratextu



# Conclusion: „In the DNA“: Creating across Paratexts

---

- když paratext přidává a rozvíjí fikční svět a vyprávění, dostáváme komplexnější entitu
- paratexty otravné, když se nezajímáme o přidružený text, nebo do něj ničím nepřispívají, případně z něj vytahují
  - příklad: *Temný rytíř* a Domino pizza – nezačleněné paratexty
- v případech začleněných paratextů jsou producenti i publika povzbuzeni dívat se na paratexty jako mnohem více než jen marketingový nástroj, i když mohou být zároveň i jím, a chápat tvorbu paratextů jako část aktu tvorby textů obecně
- s ohledem na povahu paratextů bychom mohli přehodnotit, jaké pracovníky chápat jako „marketéry“ a které jako „kreativce“
- úspěšné paratexty jsou zpravidla začleněné, zatímco neúspěšné jsou nezačleněné