

Abstrakt:

Cílem této bakalářské práce je nahlédnout film *Anthropoid* (Sean Ellis, 2016) z hlediska jeho *plurimediální sítě*. Tento koncept pochází od německých literárních vědkyň Astrid Erll a Stephanie Wodianky, které jej taktéž aplikují na filmové médium. „Hustota“ *plurimediální sítě* filmu určuje jeho míru setrvání v *kolektivní paměti* určité skupiny, pro záměry této práce české společnosti. Čím „hustší“ *plurimediální konstelace* určitého snímku je, tím větší má tendenci udržet se v *kolektivní paměti*. Taková *sít'* může být konstruována cílenými marketingovými strategiemi vzešlými z propagační kampaně filmu, spontánními, neutrálními i zaujatými reakcemi novinářů či společnosti na přípravu snímku, nebo na snímek samotný – dále může být *plurimediální sít'* ovlivněna čistě pragmatickými aspekty jako je datum nebo místo premiéry, vzhled plakátů nebo produkty, které se k filmu pojí (např. propagační předměty). Dílo, které se svou *sítí* obstojí, nazývají německé autorky *vzpomínkovým filmem*. Tato práce si ze širokého pole vlivných faktorů na přijetí filmu veřejností vybírá mediální reflexi dění okolo díla *Anthropoid* v letech 2015, 2016 a v části roku 2017, tedy klíčového období, ve kterém se o něm zpravovalo nejvíce. Tento postup by měl pomoci určit, zda můžeme *Anthropoid* označit v českém kontextu za *vzpomínkový film*, či nikoliv.