

Plakáty, trailery, bonusy

BONUSOVÉ MATERIÁLY

Podněty k diskuzi

- Jakými způsoby hrají paratexty roli v procesu vytváření hodnoty?
- Jak se liší konstrukce hodnoty u fikčních a non-fikčních programů v souvislostech příkladů, které Gray uvádí?
- K jakým postupům se můžou tvůrci paratextů uchýlit pro budování hodnoty daného programu?
- Jak chápete Grayovu práci s termíny *aura* a *autor* a jak se odlišují od termínů *hype*, *promo* a *synergie*? Jak se jeho pojetí *aury* liší od Benjaminovy?
- Do jakých kategorií dělí Skopal funkce storyboardu na DVD a jak jednotlivé vysvětluje?

Bonus Materials: Digital Auras and Authors

- paratexty nefungují jen způsobem, který nám říká „o čem text je“ apod., ale může být důležitý i z hlediska, jak uděluje *hodnotu* textu, situující ho jako produkt a/nebo umělecké dílo
 - hodnota není vlastností textu, ale spíš něco, co je produkováno pro text – paratexty zdrojem mnohé z této produkce
- marketéři musí najít cestu, jak oznámit, že jejich film/TV seriál nabízí lepší zážitek než tisíce jiných dostupných programů
- hype, promo a synergie nám můžou lehce připomenout, že jsou v první řadě produktem studiové mašinerie
 - > některé paratexty vytváří uměleckou auru kolem jejich přidružených textů – vytváří figuru autora, obklopují text auru, trvají na jeho jedinečnosti, hodnotě a autenticitě v jinak standardizovaném mediálním prostředí, tím pádem přebírají až dosud průmyslovou entitu a vytvářejí z ní umělecké dílo
- netýká se jen fikčních děl, ale i nonfikčních, u nichž se snaží vytvořit morální a občanskou hodnotu
 - show o lidském zevnějšku spoléhají na paratexty při boji proti chápání reality TV jako exploatační, přebytečné, nereálné a nesmyslné – pomocí obrazu programů jako filantropických, starajících se a důležitých

Bonus Materials: Digital Auras and Authors

- bonusové materiály orazítkovávají své texty autenticitou a trvají na nárokování textu statutu velkého umění – DVD přiřazují textu dojem aury
- speciální edice pravidelně pokládány za obsahující pravou verzi textu (director's cut), opravdové umělecké dílo a uplatňující nárok pravého textu
- paratexty ožívují auru i autora, stávají se primárními místy pro generování obojího jako diskurzivních hodnot v dnešním mediovaném prostředí
- hodnoty neexistují *jen* v paratextech ani nejsou uznávány rovnoměrně všemi členy publika
 - do určité míry mohou paratexty determinovat, co se počítá jako filmové/televizní umění
- v „novém“ modelu se reality TV show rozlévá/rozptyluje do paratextů – aplikace, návody, DVD
 - paratexty se kromě jiného snaží „vyřešit“ vnitřní problémy žánru reality TV
 - snaží se zkompletovat text, ale snaha nemusí být úspěšná

Bonus Materials: Digital Auras and Authors

- DVD přináší všechny druhy paratextů (trailery, rozhovory, dokumenty,...) k publikům, který je sledují, než aby spoléhala na aktivní vyhledávání ze strany diváků – zároveň jim dodává víc autority, protože jsou digitálně integrovanou součástí show
- diváci dostávají pečlivě vytvořenou sadu významů navzdory slibům o interaktivnosti – konstruuji jasnou „správnou interpretaci“ (v případě *Sedm* dokázala ovlivnit recenze DVD, které se snažilo i delegitimizovat nežádoucí kritiky) -> můžou tak schovat nebo přemocť jiné interpretace
- DVD můžou obohatit textuální zážitek
 - pokud nabízí „pravý“ text, redukuje autenticitu uvedení v kině nebo původního vysílání
 - přidávají hodnotu nebo význam, ne jen interpretační rámce
- hodnota filmu/programu se vyvíjí v čase
- DVD *Pána prstenů* se snaží obohatit narativu questu, aktivně budují auru nadřazené uměleckosti filmů
 - > návrat do mytických předkulturních průmyslových vizí umění
 - oblast fantazie kinematografické produkce a recepce, do níž producenti, obsazení, štáb a fanoušci nápodobně můžou vstoupit
 - vykreslení příběhu Tolkiena a *Pána prstenů* jako questu

Bonus Materials: Digital Auras and Authors

- hodnota díla je z velké části paratextuálně konstruovaná
 - zatímco Benjamin uvažuje tak, jako kdyby se aura rodila společně s textem, aura musí být přidělena paratexty
- reprodukce mohou měnit text, přidávat kontext, „tradici“, „přítomnost“ a tím pádem zvyšovat auru
- namísto pouhého říkání, jak skvělé dílo je, nám DVD např. prostřednictvím galerií s obrázky *ukazují*, jak skvělou práci každý člen štábu udělal
- bonusové materiály nás učí jak a proč obdivovat film/TV seriál, čímž naznačují stupeň, do něž film/seriál je rozhodně uměleckým předmětem zasluhujícím si ocenění
- tendence narativu jednoho Autora navzdory demonstrace uměleckého kreativního přispění pracovníků, kteří jsou standardně chápáni jako below-the-line
- DVD umožňují text *vlastnit* a přispívají ke sběratelství
- rovněž ilustrují, jak multimediální konglomeráty mohou zapojit paratextuální sítě, aby brandovaly své produkty a zvýšily nápadnost a hloubku jejich významů napříč synergistickým spektrem
- DVD staví své diváky do pozice zasvěcenějších, důvtipných, esteticky naladěných a rozumných diváků
 - vycházení vstříc fanouškům a respektování jejich nároků

Bonus Materials: Digital Auras and Authors

- oživení aury a autora ještě výraznější v současné televizi, která byla pokládána za nižší formu kultury (i kvůli absenci archivu a efemérní povaze média)
- při opakování programu je tento paratextuálně přeformulovaný jako „televizní dědictví“ apod.
- další významný dopad na změnu vnímání: DVD – hodnota vlastnictví, kvalita obrazu a zvuku, vysoká cenu oproti filmům -> wish list (divák musí na DVD šetřit)
- producenti a showrunneři TV viditelnější než dříve – sílí i jejich hlas a konstruují se jako autoři
- *funkce autora* (Foucault) naznačuje konstantní úroveň hodnoty, pole konceptuální a teoretické koherence, stylistickou jednotu a historickou figuru na křižovatkách jistého počtu událostí
 - pomáhá např. určit, co je a co není Star Trek, a odlišit od formulovité televize „bez tváře“
 - > autoři jako diskurzivní konstrukce
- paratexty mohou přidávat hodnotu nebo i devalvovat text (až moc hypu např. diskvalifikuje text jako umění)
- někteří lidé komunity přikládají hodnotu jistým formám paratextů, přesto jsou od textu odpojování jinými
 - producenti mají tendenci obklopovat text paratexty, které pravděpodobně přidají hodnotu jejich požadovanému publiku

(Ne)viditelné vrstvy filmového obrazu

- storyboard většinou ukrytý divákovi se stává viditelný díky DVD
- digitální film nahrazuje „kino-oko“ konceptem „kino-štětec“ – grafický modus s expresivními kvalitami
-> digitální film se mění ze série fotografií na sérii obrazů a počítačové nástroje hrají stejnou roli jako barva a štětec pro malíře
- interface DVD umožňuje proměnu filmu v „dokument“ o svém vlastním zvyku a „autorské interpretace“ dostupné na DVD stvrzují znalost významu
- „spacializovaný“ čas produkce reprezentovaný jednotlivými na sebe kladenými vrstvami produkčního procesu
-> DVD Final Fantasy – doplňkový materiál z chronologického řazení sekvencí ukázaných v různých fázích produkce od storyboardu přes dílčí fáze počítačově generovaného obrazu po kompletní vizualizaci
- proměnlivost DVD spočívá v divácké volbě, které posiluje dojem kina nebo televize (jakožto různých dispozitivů)
- DVD vytváří prostor pro posilování synergetických vazeb filmu na vedlejší produkty

(Ne)viditelné vrstvy filmového obrazu

- rétorika vysokorozpočtových filmů spočívá na příslibu zážitku, který bude přetrvávat ve formě *vzpomínek* na tento zážitek
- trailer (součástí DVD) „virtuálním ohlédnutím“ a touha vidět film je touhou po vzpomínkách na něj
 - DVD kondenzuje rétoriku příslibu zážitku a možnosti zážitek zopakovat ve stejném či jiném médiu
- zhmotnění, ukotvení a konzervování vzpomínek představují „suvenýry“ (trička, plakátky, hračky,...)
 - film není jediným narativním ani vizuálním pramenem potěšení
- storyboardy jako prostředek recyklace filmového narativu a „upomínka“ na filmový zážitek
 - vzpomínkou na svůj vlastní zrod i druhotnou recyklací divácké zkušenosti

(Ne)viditelné vrstvy filmového obrazu

- storyboard v DVD:
 - jako exponát „filmového muzea“
 - jako „autonomní obraz“
 - jako převyprávění
 - jako filmová škola
- role kresby jako muzejního exponátu posilovaná občas tím, že je občas od režiséra
- storyboard může aktualizovat dosud neviditelné sémantické vazby a vytvořit strukturu mise-en-abime -> moment aktu produkce v samotném textu
- DVD vytahuje primární a sekundární materiál pro film studies z archivů společností
 - jsou ale především prostředkem fetišizace textu a nabízejí divákovi možnost odbočky od samotného filmu pomocí intertextuální extenze jeho jednotlivých prvků – např. k vyprávění týkajícího se autora storyboardu
- storyboardy doplňkovým materiálem, jímž průmysl oslovuje sběratele jako „insidera“, znalce, kterému je dovoleno nahlédnout do tajemství filmové produkce

(Ne)viditelné vrstvy filmového obrazu

- na DVD zpravidla storyboardy nejdramatičtějších a nejatraktivnějších scén
-> opakování a připomenutí obrazů, které divákovi utkvěly v paměti a storyboard je určen k upevnění vzpomínky a stává se nemateriálním suvenýrem
- storyboard upevněním vzpomínek a potvrzením, že byly skutečně získány -> přímou vizualizací a zhmotněním toho, co diskurz nabízí – vzpomínky
- storyboardy jako mikronarativy, jejichž časovost je závislá na volbě diváka – občas ale i pravidelným přechodem -> sekvence se tak vlastně stává animovaným filmem
- opakování využití stejného narativu v různých médiích, která vytváří „intermediální textualitu“ – narativní diskurz splývá s propagačním a je spojen s potěšením mnohonásobné konzumpce příběhů s nerozřešenou dramatickou situací a alternativními verzemi téže epizody
- trailery v Novém Hollywoodu připomínají seriály raného filmu
- storyboard přichází *po* filmové verzi a je na ni závislý
 - založeno na oživení vzpomínky a vybízí k paralelní komparaci s filmem
 - mohou být ale i scény, které se ve filmu neobjevují – pracují s vizuálními gagy apod, díky čemuž mohou být autonomní

(Ne)viditelné vrstvy filmového obrazu

- „dokumentarizovaná“ verze odhaluje zahlazené vrstvy
 - odhalení ústředním námětem a proces opakování hlavní atrakcí
 - > fetišizují film jako zjevný výsledek produkčního procesu
- prezentace použití technologie součástí exhibicionistické strategie ukázat výsledek „řemeslné“ dovednosti
 - snaha rozšířit kompetenci diváka a posílit možnost čtení filmu v rovině samotného textu a vztahu „historický autor – historický divák“ – paralelní ke čtení fikčnímu
- strategie „DVD jako filmová škola“ a storyboard, který je součástí, směřuje pozornost přímo ke konstrukci filmu, technickým a stylistickým prostředkům, k filmu jako artefaktu, a obrací se na diváka jako „cinefila“
- vzhledem k narůstající roli digitální technologie je nutné se při exhibici řemeslného mistrovství obrátit k prezentaci předchozích verzí a skrytých vrstev tohoto obrazu