

FAVh023 Plakáty, trailery, bonusy

CINEMA OF COMING ATTRACTIONS



-
- Jak Kernanová přistupuje k traileru a jak jej definuje?
 - Jak chápete termíny propagace narativu a narativizace propagace?
 - Jaké tři základní textuální vlastnosti filmů trailery propagují?
 - Které společné rysy trailerů coby *žánru* Kernanová rozpoznává?
 - Jak chápete vaudevillové a cirkusové mody, které autorka v textu zavádí?

Lisa Kernan – Cinema of Coming Attractions

- trailery jako forma reklamy i forma filmového uvádění
-> propagační diskurz a narativní diskurz jsou spojeny (ať už šťastně nebo nešťastně)
- trailer: stručný filmový text, který obvykle zobrazuje obrazy z konkrétního hraného filmu, přičemž prosazuje jeho kvality, a který je vytvořen za účelem uvádění v kinech k propagaci uvedení filmu v prostoru kina
- propagaci a vyprávění je mnohdy obtížné rozlišit v současné populární audiovizuální kultuře
- podle Kernanové jsou trailery *kinematografií – (přicházejících) atrakcí*
- analýza trailerů může větší uvědomění nejen diváckých čtení, ale i variant marketingově založených textů zahrnující současný vizuální kulturní průmysl jako celek
- dochází k *propagaci narativu a narativizaci propagace*
- trailery nás oproti filmům oslovují přímo
- publika u Kernanové jsou implicitně definovaná propagačními diskurzy
- hypotetický divák, který může být čten uvnitř samotných textů – studium publika optikou průmyslu

Lisa Kernan – Cinema of Coming Attractions

- trailery poskytují jedinečné specifické rétorické struktury, které skládají vizuální a zvukové důkazy průmyslových předpokladů o jeho publiku (i touhách potenciálního publika) do kinematografického zážitku o 1-3 minutách
- trailery pro Kernanovou osvětlují, jak si průmysl představoval (v danou chvíli) publikum
- přístup k trailerům jako ke klasické rétorice (umění přesvědčit), protože trailery jsou esenciálně přesvědčující kinematografické texty
- entymémy jako komponenty trailerové propagace tří základních textuálních vlastností filmů: **žánry, příběhy a hvězdy** (v procesu posuzování některých širších ideologických implikací průmyslových předpokladů o zájmech publika o tyto vlastnosti)
- trailery přerámující původní filmové fikční narativy do světa vitrín a prodeje
 - diváctví trailerů zvyšuje implikovaný distanc spekulativní spotřebitelského uvažování zahrnutého v kinematografickém nakupování ve výlohách; odstraňuje závazek sledovat celý film; zároveň jedno z primárních míst, kde diváci „nakupují“

Lisa Kernan – Cinema of Coming Attractions

- návaznost na Gunninga – obrazy jsou vybírány a kombinovány způsoby, které privilegují přitáhnutí pozornosti nad udržováním narativní koherence; přesto udrží vztah k narativu, který propagují
-> zde leží jedinečnost, která konstituuje rétoriku trailerů
- Kernanová chápe trailery jako paratexty i metatexty kvůli jejich citační povaze a rétorické rekonfiguraci scén
- trailery jako hybridní žánr nabízející narativní prostor výpustky a hádanky, kde vlastnosti jako gesta a pohledy, prostorové vztahy, pohyb postav a kamery, dialog, narace, hudba a vyvolání narativní struktury filmu nese partikulární označovací charakteristiky
-> trailery jako kinematografické textuální praktiky, nejen typ reklamy – průsečík „selling“ a „telling“ (trailery jsou reklamy a současně víc než reklamy)
- společné žánrové rysy trailerů:
 - úvodní a závěrečné oslovení diváků prostřednictvím titulků nebo vyprávění, vybrané scény z filmu, montáže rychle střížených akčních sekvencí, identifikace významného obsazení nebo postav

Lisa Kernan – Cinema of Coming Attractions

- sada tužeb, které nespočívají ve spotřebě předmětu, ale v angažování se v zážitku a v procesu vytváření významů prostřednictvím narativního filmu, jehož „vzorek zdarma“ trailer konstruuje
- prostřednictvím traileru je užitná hodnota narativu (užít si film) zahrnutá do výměnné hodnoty (chtít vidět další film) procesem transformování kódů narativního filmu do kódů propagační rétoriky - v tomto procesu nové narativní (přesněji narativně-propagační) kódy rétorických nástrojů jsou produkovány
- rychlé tempo zdůrazňuje plochu filmu coby kinematografický spektakl, zobrazující nejzářivější předměty nebo nejatraktivnější obrazy, stavějící ho jako komoditu na prodej – narativ ale zároveň v tomto procesu nemizí
- trailery nejčastěji používají kódy voice-overového vyprávění, zvuku a překrývání zvuků, hudby, grafiky a nejdůležitěji střihu – diskontinuitní střih, který funguje skrze střídání, kombinaci a zkratku k vytvoření nové trailerové logiky, odlišující se od (ale očividně související s) narativní logiky filmu
- jeden záběr zastupuje počet narativních prvků, jako jsou subjektivita postavy, vztahy mezi postavami, vývoj syžetu a napětí
- trailer může poskytovat falešná vodítka (např. smrt postavy) nebo prvky, které nejsou součástí výsledného filmu (scény, dialogy atd.)

Lisa Kernan – Cinema of Coming Attractions

- přerušování premiérou působivých narážek, že bude filmu akce, přírodních scenerií a vstupů nebo cest do jiných světů či období
- stíračky, hudba nebo grafika v nás udržují vědomí propagačního vzkazu a přechody můžou upozorňovat na žánr nebo příběhové rysy
- trailer umožňuje divákům vytvořit si imaginární (přesto neviděný) film z fragmentů – toužíme nikoliv po skutečném filmu, ale po filmu, který chceme vidět (idealizovaný film)
- trailery zásadní pro formaci nebo legitimaci hollywoodských žánrů
- obvykle trailery kombinují všechny tři apely – žánr, příběh i hvězdy
- průmysl spoléhá na to, že divák doplňuje mezery vzniklé v traileru obvyklými způsoby
- trailery cílí na různé demografické skupiny – sémiotická hutnost - „něco pro všechny“: primární ideologické podepření trailerové rétoriky
- občas trailer nefunguje tak, jak by měl – např. prozrazuje příliš (není potřeba už poté vidět celý film)

Lisa Kernan – Cinema of Coming Attractions

- trailery jako texty, které upřednostňují kinematografické atrakce při procesu propagování různých rysů/vlastností filmu bez toho, aby se vzdaly příběhu
- atrakce mají jen jednu základní temporalitu – střídání přítomnosti/absence při aktu zobrazení
- rozšíření pomocí oznamovacího gesta, které vytváří časový rámeček očekávání
-> podle Kernanové trailery střídají oba tyto temporální mody
- **vaudevillový** a **cirkusový** modus oslovování v trailerech
- vaudeville: generalizace a inkluzivnost atrakcí uvnitř širšího kontextu filmového narativu jako celku
- cirkus: povzbuzuje diváckou participaci, vzniká z rétoriky hyperboly vyčleňující atrakce jako fenomén nebo událost, které přitáhne diváky do kina
- zapouzdřením žánrových prvků a apelů trailery konstruují žánr a zároveň budují žánr přesahující komoditní jednotky (atrakce)

Lisa Kernan – Cinema of Coming Attractions

- vaudevillový modus zdůrazňuje atrakce společně s narativními a žánrovými prvky
 - přetrvává spíš u filmů spoléhajících na lidskou interakci než oslnivé vizuální efekty
 - spektakl prezentovaný jen jako jeden prvek mezi mnoha dalšími
- cirkusový modus nabádá nediferenciované publikum, že spektakl poskytne potěšení a vzrušení všem
 - více do očí bijící propagace kinematografických atrakcí
 - součástí technické vlastnosti
 - apel na smysly (See! Hear! Feel!) a fyzické aspekty zážitku
 - trailery rovněž informují diváky, že film přijde za nimi (jako cirkus)
 - v cirkusovém modu atrakce přesahují narativ
 - dojem filmu jako „události“