

Plakáty, trailers, bonusy

THREE WORDS TO TELL A STORY: THE MOVIE POSTER
TAGLINE

Mahlknecht - Three words to tell a story: the movie poster tagline

- Jaké základní otázky ve vztahu k taglinu si Mahlkecht pokládá?
- Které typy apelu, které tagliny uplatňují, ve svém textu vysledoval?
- Jaké funkce mohou tagliny plnit ve vztahu k ostatním složkám plakátu?
- Jaké funkce mohou plnit v souvislosti s různými verzemi plakátů?
- Proč chápe Mahlkecht tagliny jako *žánr*?
- Jak rozumíte jeho použití termínu *izotopie*?

Mahlknecht - Three words to tell a story: the movie poster tagline

- tagline dlouhodobě ustanoven jako užitečný nástroj k podnícení potenciálního diváckého zájmu a stal se pevnou součástí filmové propagace
- psaní copy textů pro plakáty a trailery prvním krokem v marketingu, zakládají strategický směr propagace
- výzkumné otázky:
 - jaké funkce tagline předvádí kromě přitáhnutí pozornosti?
 - jaký je vztah mezi taglinem (rámujícím) a plakátem (rámovaným) stejně jako mezi taglinem a dalšími prvky na plakátu?
 - jaké informace o filmu nám dává a jak je sděluje?
 - jaké rétorické nástroje zapojuje?
 - jak se tagliny odlišují od sebe a jak se měnily v historii?
- občas nám může analyticky pomoci rozlišovat mezi taglinem a headlinem (titulkem)
- hlavní funkcí – zachytit zájem publika a přilákat ho do kina (sdílí s plakátem) + prozradit, o čem film je, a apelovat uměleckými hodnotami

Mahlknecht - Three words to tell a story: the movie poster tagline

- Mahlknecht přebírá od Kernanové tři rétorické apely (žánr, příběh, hvězdnost), z nichž jeden obvykle na plakátech dominuje
+ přidává apel kvality a technických vymožeností
- některé plakáty mohou mít více kratších taglinů namísto jednoho dlouhého
- zájem nejen o to, *co* nám říká, ale i *jak* to říká
- různé plakáty k jednomu filmu mohou disponovat různými tagliny
-> mohou zavádět odlišné prvky filmu a jeho příběhu
- pro DVD nebo při znovu uvedení do kin se mohou objevit nové plakáty i tagliny
- tagline klíčovou součástí plakátů od té, kdy se plakáty staly klíčovou částí celonárodní propagace hollywoodských filmů (od 30. let)

Mahlknecht - Three words to tell a story: the movie poster tagline

- funkce taglinů zůstává stejná, způsob se mění
 - v určitých obdobích lze vysledovat přetrvávající postupy (obsah a styl)
 - > klasický Hollywood využíval jméno studia stejně jako hvězdy (souvislost se studiovým systémem a jeho rozpadem v šedesátých letech) – každé studio mělo svoji image, kterou bránilo a propagovalo; značka studia coby marketingový nástroj zastarala
- tagliny nezávazně spojeny s technologickými změnami (zvuk, Technicolor, širokoúhlé formáty, 3D)
- oproti běžnému chápání současné reklamy tagliny nejsou „hlasitějšími“ a se silnějším apelem než dříve – naopak dříve křičely, ačkoliv to nekorespondovalo s obsahem sdělení
- občas nápisy dominují nad grafikou -> potřeba analýzy vizuální prezentace taglinů
- otázka, jestli se tagline a obraz doplňují – jestli sdělují sjednocený koncept
 - tagline může být i nezávislý na obraze, ale může jej rovněž znovu zdůrazňovat, případně ho vysvětlovat

Mahlknecht - Three words to tell a story: the movie poster tagline

- užívání superlativů pro zdůraznění kvality
 - dnes superlativy spojeny s kritickým oceněním a citací zdroje tvrzení (podle Mahlknechta však nejde o pravý tagline, protože nevznikl přímo od marketingových pracovníků + může dojít i k úpravě citace)
 - zřídka propagace pracuje i s negativní kritikou (např. dva palce dolů u Lynchova *Lost Highway*)
- ke zvýšení přesvědčovacího potenciálu se tagliny mohou uchýlovat k rétorickým figurám, díky čemuž Mahlknecht chápe tagline jako literární žánr
- jedním z nejčastějších druhů taglinů seznam
 - umožňuje opakování syntaktických struktur, aliteraci, paralelismy
- izotopie – princip umožňující zřetězení promluv/výpovědí
 - konstituován všemi textuálními segmenty, které jsou spojeny jedním kontextuálním sémem
- originalita taglinu *Sedmi nevěst pro sedm bratrů* tak spočívá ve formálních aspektech než skutečném významu – zapamatovatelný pro formu, ne obsah
- dnes – více obsahově zaměřený přístup
- může dojít i k narušení izotopu (*Klub rváčů*) -> „list with the twist“ (často i pro dosažení humoru)

Typy slovních figur v taglinech

Table 1. Frequent schemes used in movie taglines.

Kind of scheme	Description	Tagline	Film
Rhyme	Repetition of syllables at the end of words	How would you like to tussle with Russell? The bride gets the thrills! Father gets the bills! Remember, remember the 5th of November.	<i>The Outlaw</i> (1943) <i>Father of the Bride</i> (1950) <i>V for Vendetta</i> (2005)
Chime	Key words in a phrase begin with identical sounds or letters	A horror horde of crawl-and-crush giants clawing out of the earth from mile-deep catacombs!	<i>Them</i> (1954)
Assonance and alliteration	Three or more repetitions of a vowel or consonant	Beware the stare that will paralyze the <u>ill</u> of the <u>orld</u> The Man... The Music... The Madness... The Murder... The Motion Picture... [added emphasis]	<i>Village of the Damned</i> (1960) <i>Amadeus</i> (1984)
Anaphora	Repetition of words at the beginning of phrases	Come to Laugh, Come to Cry, Come to Care, Come to Terms.	<i>Terms of Endearment</i> (1983)
Epistrophe	Repetition of words at the end of phrases	Be afraid. Be very afraid.	<i>The Fly</i> (1984)
Epanalepsis	Repetition of a word toward the beginning and end of a phrase	A She-Bang To End All She-Bangs! Boys will be boys. Enough is enough.	<i>Cat Ballou</i> (1965) <i>Space Cowboys</i> (2000) <i>Enough</i> (2002)
Anadiplosis	Repetition of a word toward the end of one phrase and the beginning of the next	A general who became a slave. A slave who became a gladiator. A gladiator who defied an emperor.	<i>Gladiator</i> (2000)
Parison	Marked parallelism between successive phrases	Fear can hold you prisoner. Hope can set you free.	<i>The Shawshank Redemption</i> (1994)
Antimetabole	Repetition of a pair of words in a phrase in reverse order	Her life was in their hands. Now her toe is in the mail. The year of the movie. The movie of the year.	<i>The Big Lebowski</i> (1998) <i>Nineteen Eighty-Four</i> (1984)
Antithesis	Incorporation of binary opposites in a phrase	High school girl by day... and a woman by night... Life is in their hands — death is on their minds! After a night they can't remember comes a day they'll never forget.	<i>On the Loose</i> (1951) <i>12 Angry Men</i> (1957) <i>Dude, Where's My Car?</i> (2000)

Typy tropů v taglinech

Kind of trope	Description	Tagline	Film
Hyperbole	Exaggerated or extreme claim	The most magnificent picture ever! MGM's love story with 1,000 laughs!	<i>Jezebel</i> (1938) <i>The Reformer and the Redhead</i> (1950)
Rhetorical question	Asking a question so as to make an assertion	She has a nice job. And a nice baby. What more could a single girl want?	<i>A Touch of Love</i> (1969)
Epanorthosis	Making an assertion so as to call it into question	What did you learn after school today?	<i>3:15</i> (2009)
Ellipsis	A gap or omission that has to be completed	This man will bring order to the universe ... or not.	<i>Chaos Theory</i> (2007)
Metonym	Use of a portion, or any associated element, to represent the whole	When all else fails, they don't. <u>The Fastest Gun To Kingdom Come!</u> From Tombstone to Abilene even the best of them feared Cole Younger! [added emphasis]	<i>G.I. Joe</i> (2009) <i>Cole Younger, Gunfighter</i> (1958)
Metaphor	Substitution based on underlying resemblance	Their Love was a Flame that Destroyed!	<i>The Postman Always Rings Twice</i> (1946)
Oxymoron	Yoking of two terms that are ordinarily contradictory	Crime is a disease. Meet the cure. The true story of a real fake.	<i>Cobra</i> (1986) <i>Catch Me if You Can</i> (2002)
<i>Puns:</i>			
Antanaclassesis	Repetition of a word in two different senses	He's quite engaging. She's otherwise engaged.	<i>Four Weddings and a Funeral</i> (1994)
Paronomasia	Use of words alike in sound but different in meaning	Exorcise your rites.	<i>The Craft</i> (1996)
Syllepsis	Use of a word understood differently in relation to two or more other words, which it modifies or governs	Sea evil. Don't get mad. Get everything.	<i>Ghost Ship</i> (1998) <i>The First Wives Club</i> (1996)
Paradox	An apparently self-contradictory, false, or impossible statement	Bernie may be dead, but he's still the life of the party!	<i>Weekend at Bernie's</i> (1989)
Simile	Explicit comparison between two things of unlike nature	An epic of miniature proportions. Falling in love with Redhead is like falling around with a buzz saw ... you're sure to get hurt!	<i>A Bug's Life</i> (1998) <i>Redhead</i> (1941)
Irony	A statement that means the opposite of what is said	Hate is like a loaded gun! Check in. Unpack. Relax. Take a shower. A nice place to visit.	<i>Crossfire</i> (1947) <i>Psycho</i> (1998) <i>Abduction</i> (2009)