

# VERTIKÁLNE ČLENENIE AUDIOVIZUÁLNEJ ŠTRUKTÚRY VZHĽADOM NA ÚSPECH U DIVÁKA

21. novembra sme oslávili Svetový deň televízie.

Televízia zohráva veľkú úlohu pri šírení informácií a poznania. Zároveň je aj nástrojom, ktorý odráža i determinuje životné podmienky a túžby ľudí.

Každá televízia bojuje o úspech u diváka. V našich podmienkach obyčajne bojuje všetkými prostriedkami.

TV by mala byť výchovným a kultúrnym nástrojom na formovanie svojich divákov.

Sú tieto potreby navzájom zlučiteľné? Bojovať o diváka a zároveň ho vychovávať?

V koncepte mojej úvahy budem pracovať s porovnávaním filmových princípov s princípmi televízneho vysielania.

1. *Príbeh a charakter.*

Je príbeh a charakter v ňom osadený tak mimoriadne silný, aby zaujal diváka?

2. *Emócia.*

Má náš film emóciu? Graduje, strieda temporytmus, charaktery prejavujú svoj emocionálny život dostatočne impulzívne?

3. *Estetika.*

Majú kameramanské riešenie, lokácie, svietenie, kamera, hudba a zvuky, kostýmy... mimoriadne estetické riešenia?

4. *Inovácia a prekvapovanie.*

Je náš príbeh v niečom nový a prekvapujúci?

5. *Asociácia a analógia.*

Kompozície záberov, tvary predmetov, posunky a dialógy vytvárajú subtext ovplyvňujúci obrazotvornosť diváka? Pracujeme s asociáciou a analógiami?

6. *Filozofia a morálno-etický princíp.*

Smeruje film k rozhodujúcej téme filmu? Je v téme obsiahnutý filozofický konflikt?

# 1. PRÍBEH A CHARAKTER

Prvým zo šiestich faktorov ovplyvňujúcich členenie audiovizuálnej štruktúry je príbeh a charakter.

## Téza č. 1

Konfliktov v televíznom vysielaní je dostatok.

Konfliktov, ktoré sú predpokladmi vzбудenia záujmu diváka, je v televíznom vysielaní dostatok.

Antickú divadelnú drámu charakterizuje:

dialogická forma – dialóg musí byť dramatický, prostredníctvom neho sa vytvárajú charaktery postáv,

dramatický konflikt – vyvoláva dramatické napätie. Dramatický konflikt nemôže existovať bez dramatických charakterov. Konajúce postavy v dramatickom konflikte nemôžu existovať bez príbehu a príbeh je základnou výstavbovou jednotkou televízneho programu.

Konfliktov v televíznom vysielaní je dostatok.

Príbeh je charakterizovaný dialogickou formou a dramatickým konfliktom.

Aj súčasná televízia musí byť dramatickou. Nestačí, aby bola informatívnu alebo popisujúcou svet. Zástupcami dramatického smerovania televíznych programov sú televízne trendy predovšetkým z amerických televíznych vysielaní. Priniesli žánre ako je dokudráma, dokufiction a mocudráma, ktoré v našich podmienkach sa nepresadzujú tak intenzívne ako v zahraničných televíziách.

Hlásatelia, redaktori a ostatní spravodajci sa stávajú hrdinami, osobnosťami prinášajúcimi správu z riskantných prostredí nasadiac svoje pohodlie dávajú do stávky okrem pohodlia aj svoj život. Majú oblečenú neprestrelnú vestu a komentujú zabitie svojho kolegu novinára, ktorý nakrútil svoju vlastnú smrť. Vojna vošla do našich obývačiek v priamom prenose podobne ako futbalový zápas alebo vstup človeka na mesiac. Dramatické prvky sa v televíznych žánroch vkladajú do žánrov, kde v minulosti nemali nikdy svoje miesto.

Okrem pokusov dramatisácie predpovede počasia, dramatisujú sa vedomostné súťaže (Taxík), politické diskusie (napr. Kotel na Nove) a ďalšie.

Pre charakterizáciu filmového hrdinu platia štyri podmienky:

1. Silná dramatická potreba, túžba, snaha po dosiahnutí cieľa.
2. Silný uhol pohľadu.
3. Jedinečné vlastnosti hrdinu (čudné charakterové alebo vizuálne vlastnosti).
4. Zmena vo vnímaní sveta hrdinom.

Na rozdiel od filmovej drámy, v televíznom programe dramatická konfliktná postava nemusí prejsť zmenou, ale jej uhol pohľadu sa dostáva do sporu s udalosťou alebo ďalšími názormi. Situácia musí byť jedinečná a hrdina redaktor musí vynikať túžbou zachytiť udalosť za každú cenu. Divák neuverí predvádzanej udalosti, kým nenastane medzná situácia, ktorá presvedčí o pravom charaktere hrdinu – televízneho sprostredkovateľa a jeho hrdinu.

## 2. EMÓCIA – CIT

Cit je prejavom vzťahu k ľuďom, predmetom a javom objektívnej skutočnosti, k tomu, čo robí, k udalosti alebo situácii. Emóciu považujeme za najsubjektívnejší stav človeka a je neovplyvnená vôľou. Emóciu človek prežíva a podlieha jej.

Televízia využíva psychologickú štruktúru osobnosti človeka vo svoj prospech a svojimi empatickými prostriedkami pôsobí na diváka. Človek prejavuje dve hlavné emócie. Radosť a bolesť. Každá z nich má svoje variácie.

Radosť zastupujú láska, šťastie, smiešnosť, extáza...

Bolesť zastupuje hnev, pohrdanie...

Pretože emócia je vo svojom priebehu krátka, aby sme diváka udržali v napätí, je dôležité nepravidelne pravidelné striedanie týchto emócií. Ak televízny hrdina niečo získa, vzápätí inú hodnotu stratí, po strate získa a tak ďalej.

# EMOČNÉ KONTRASTY

## BIPOLÁRNOSŤ

<b>extáza</b> (ecstasy)	<b>radosť</b> (joy)	<b>pokoj</b> (serenity)	<b>láska</b> (love)
<b>obdiv</b> (admiration)	<b>dôvera</b> (trust)	<b>prijatie</b> (acceptance)	<b>podriadenie</b> (submission)
<b>teror</b> (terror)	<b>strach</b> (fear)	<b>obava</b> (apprehension)	<b>úcta</b> (awe)
<b>úžas</b> (amazement)	<b>prekvapenie</b> (surprise)	<b>rozptýlenie</b> (distraction)	<b>nesúhlas</b> (disapproval)
<b>žiaľ</b> (grief)	<b>smútok</b> (sadness)	<b>zádumčivosť</b> (pensiveness)	<b>ľútosť</b> (remorse)
<b>odpor</b> (loathing)	<b>protivnosť</b> (disgust)	<b>nuda</b> (boredom)	<b>pohrdanie</b> (contempt)
<b>zúrivosť</b> (rage)	<b>hnev</b> (anger)	<b>mrzutosť</b> (annoyance)	<b>agresivita</b> (aggressiveness)
<b>opatnosť</b> (vigilance)	<b>očakávanie</b> (anticipation)	<b>záujem</b> (interest)	<b>optimizmus</b> (optimism)

Do protikladu tu staviame dvojice emócií:

extáza	– zádumčivosť
radosť	– žiaľ
pokoj	– agresivita
láska	– odpor
obdiv	– pohrdanie
dôvera	– hnev
prijatie	– zúrivosť
podriadenie	– nesúhlas
záujem	– nuda
očakávanie	– smútok
optimizmus	– strach
a ďalšie	

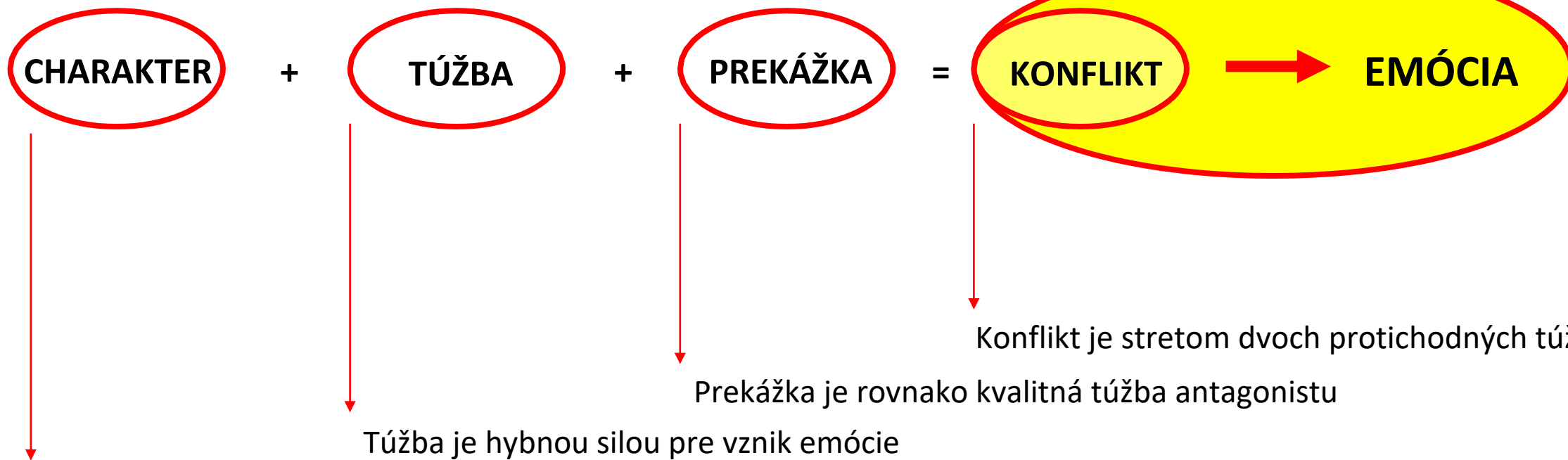
Ako východisko sa dá použiť Poltiho tabuľka. Vlastnosťou emócie je Bipolárnosť. Na to, aby jednotlivé emócie v audiovizíi vynikli, potrebujeme ich dať do konfliktných a kontrastných vzťahov. Aby nám vynikla jedna emócia, musí byť postavená do kontrastu s inou emóciou v opačnej citovej polohe.

Aj v televíznom vysielaní do protikladu staviame dvojice emócií.



# Cesta k emócií diváka

Emócia znamená puto medzi príbehom a divákom



Ak sa divák rozhoduje pozerat alebo nepozerať televízny príbeh, dôvodom nie je vo väčšine televíznych žánroch vlastné rozmýšľanie alebo vlastná mozgová aktivita diváka. Do procesu sledovania vstupuje ako pasívny konzument. Očakáva obdržanie emócie. Televízny divák chce a musí dostať emóciu. Televízny hrdina so svojim charakterom je dopravným prostriedkom televíznej emócie. Motorom napredovania je túžba televízneho hrdinu. Na ceste pri naplnení jeho túžby musia prichádzať prekážky, ktoré spôsobujú konflikty. Tie sú zásadným väzbovým materiálom k divákovi. V konfliktoch vzniká spojenie televízneho tvorcu a diváka.

Frank Capra:

„Urobil som chyby tvoriac drámu. Pôvodne som si myslel, že dráma je, keď herec plače. Ale v skutočnosti dráma je, keď divák plače.“

„I made some mistakes in drama. I thought the drama was when the actors cried. But drama is when the audience cries.“,

Televízia výrazne pomáha divákovi k emočnému vzrušeniu divákov hojným využívaním plačúcich hrdinov. Bežne sa prejavujú v telenovelách.

## Téza č. 2

Televízia je čoraz vhodnejším nástrojom ako prejav egoizmu.

Televízia je čoraz vhodnejším nástrojom ako prejav egoizmu.

UNESCO nabáda pracovníkov médií, aby znižovali počty programov násilného charakteru.

# 3. ESTETIKA

Estetický charakter filmového zobrazenia je daný:

- a) národnosťou
- b) žánrom
- c) technikou
- d) autorským postojom k estetike
- e) postojom filmových profesií k estetike

Rozhodujúcim faktorom úspechu nad rovinou príbehu a emócie je estetika.

Estetika má dve charakterizačné tendencie:

- a) približovanie sa k realite
- b) vzdáľovanie sa od reality štylizáciou.

K realite sa blížia spravodajské žánre, zábava sa od reality často vzdáľuje.

## Národná televízna estetika.

Vychádza z prirodzených psychologických tradícií národa, ktorý je tvorcom určitého audiovizuálneho produktu.

Ak pri charakterizácii členov národa nachádzame náhľadové stereotypy, ktoré zväčša nie sú platné, televízna estetika je pravdivým reprezentantom jeho kultúrnej a sociálnej úrovne.

Televíznym programom sa nastavuje priemerná úroveň národa. Cieľová skupina prijíma všetky typy informácií, ktoré sa stávajú základom ich komunikačných vzťahov. Hľadanie informačných komunikačných vzťahov aj s tak blízkym národom ako sú Poliaci alebo Ukrajinci sa zväčša deje na informáciách medzinárodného, globálneho charakteru. Všetci poznajú futbalistu Messiho, prezidenta Obamu alebo Euro. Poliaci nepoznajú Noru Mojsejovú, slovenských Vyvolených, športové výsledky slovenských atlétov.

Ukazovanie názorov a životného štýlu nástupcov Nory Mojsejovej je sporné. Nora bola postavená ako vzor stredného človeka. Podobne súčasné zobrazovanie elity v televízii má tiež svoje sporné stránky. Ukázať televízneho hrdinu, ktorý dosiahol cieľ vynaložením úsilia a dosiahol nejaký stupeň sebauspokojenia je dobrým cieľom televízneho programu. Ukázať hrdinu s cieľom dosiahnutia hmotného dostatku, ktorým následne plytvá a demonštruje svoju dominanciu v priestore (nad hrdinom pred televíznou obrazovkou), ktorý takýto cieľ zatiaľ nedosiahol - je sporný.

Televízia musí nastoľovať hrdinov, ktorí budú ukazovať dosiahnuteľný cieľ snaženia lokálnej spoločnosti.

Okrem národnej estetiky vieme rozoznať žánrovú estetiku, technickú estetiku, autorskú estetiku a ďalšie.

Samuel Goldwyn:

„Široké plátno robí film dvakrát škaredým.“

„A wide screen just makes a bad film twice as bad.“,

Naše televízne prijímače sa zväčšujú a ukazujú detaily, ktoré predtým viditeľné neboli. Vzniká potreba funkčne pracovať s príbehovým detailom podobne ako pri filme.

## Dialektika estetiky.

Skúmanie krásy škaredosti a skúmanie škaredosti v kráse bude jedným z najväčších úsilí a najväčších možností televízie pri zobrazovaní filmových príbehov v budúcnosti.

Televízna estetika nie je a nikdy nebude uzatvorenou a definitívnou filozofickou kategóriou. Otázka postavenia erotiky, násilia, vulgarizmov... bude naďalej diskutovanou témou.

## Téza č. 3

Televízny program je kolektívnym dielom všetkých filmových profesií a jeho najväčšou estetickou hodnotou je celková komplexná estetika programu.

Televízny program nenapĺňa estetické kritériá len tým, že jedna filmová profesia vo svojich vyjadrovacích prostriedkoch predstihuje ostatné tvorivé profesie.



# KLIŠÉ

Alfred Hitchcock:

„Je lepšie z klišé vychádzať, ako sa k nemu dopracovať.“

*KLIŠÉ* môže byť opakujúcimi sa frázami, situáciami, konvenčnými postupmi, ktoré sa svojím opakovaním stávajú neestetickými a málo tvorivými.

Variantom klišé je parafráza, ktorá rovnako vychádza z nejakej významnej interpretácie umeleckého diela a napodobuje ho úmyselne nepresnou citáciou, zosmiešnením alebo odkazom.

Variantom klišé v televíznych vysielaniach sú osvedčené a opakujúce sa programy typu: XY krajina má talent, Faktor X, Superstar...

Alfred Hitchcock hovorí:

„Je lepšie z klišé vychádzať, ako sa k nemu dopracovať.“

Niektoré televízne relácie z klišé nielen vychádzajú ale pri niektorých reláciách v klišé aj zostanú.

# 4. INOVÁCIA A PREKVAPOVANIE

Darren Aronofsky:

*„Najväčším zločinom je nudiť diváka. Neznášam nudu. Ak niekto spí na mojom filme, zabijem ho, chcem, aby ľudia za svoje peniaze dostali, čo chcú.“*

„I think the biggest crime is to bore an audience. Really, I can't stand being bored. If anyone sleeps in my film, I'll kill ya because I just don't – I just want to get people their money's worth.“

televízny program musí (!) prekvapovať. Aj televízni diváci sú platiacimi divákmi.

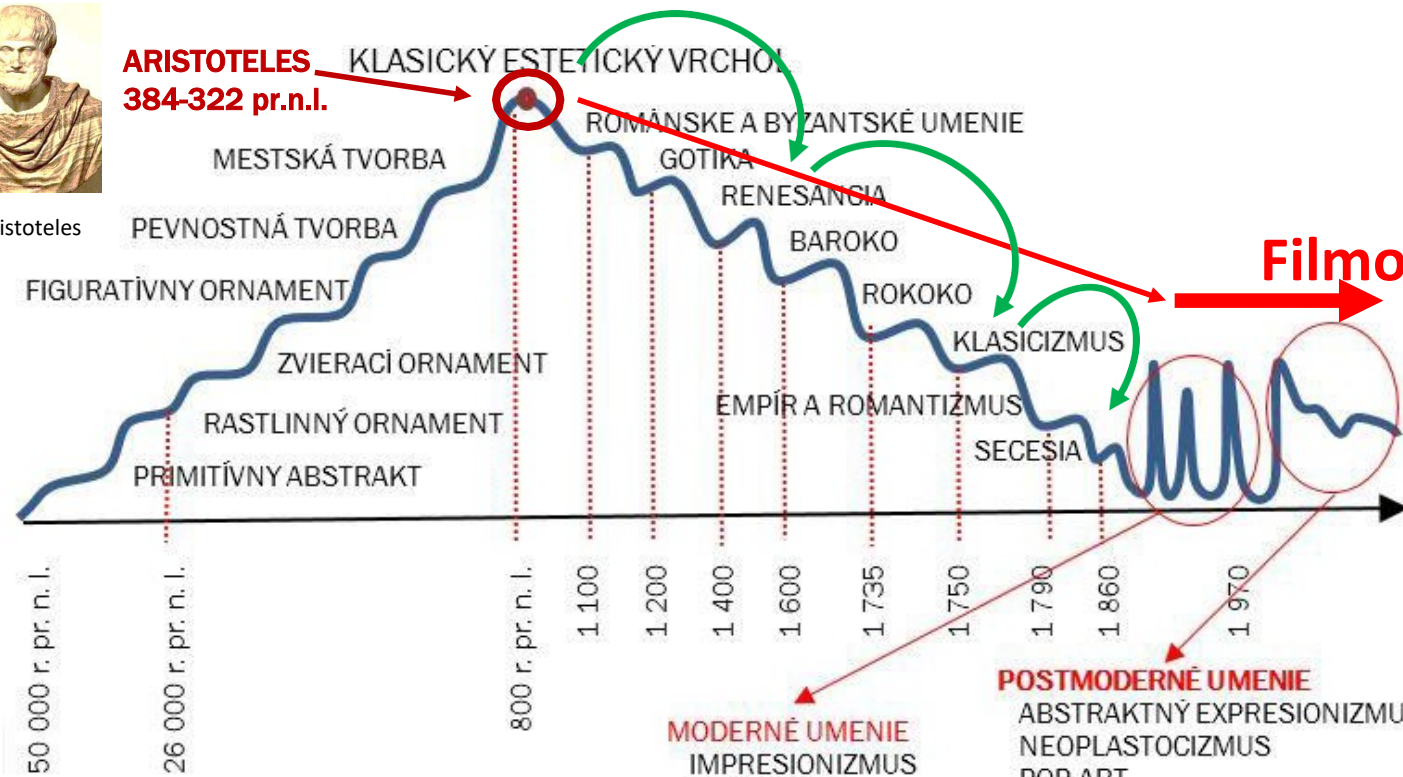
Téza č. 4

Recyklácia nápadov a žánrov v televízii je nutná.



Aristoteles

**ARISTOTELES** 384-322 pr.n.l. **KLASICKÝ ESTETICKÝ VRCHOL**



**Filmové umenie**

- MODERNÉ UMENIE**
- IMPRESIONIZMUS
  - FAUVIZMUS
  - KUBIZMUS
  - DADA
  - EXPESIONIZMUS
  - FUTURIZMUS
  - SYMBOLIZMUS
  - SURREALIZMUS

- POSTMODERNÉ UMENIE**
- ABSTRAKTNÝ EXPRESIONIZMUS
  - NEOPLASTOCIZMUS
  - POP ART
  - HARD-EDGE PAINTING
  - MINIMALIZMUS
  - LYRICKÁ ABSTRAKCIA
  - FLUXUS
  - POSTMINIMALIZMUS
  - FOTOREALIZMUS
  - KRAJINNÉ UMENIE
  - PERFORMANCE ART
  - KONCEPTUÁLNE UMENIE
  - VIDEO ART
  - PSYCHEDELIC ART
  - OUTSIDER ART

# Recyklácia umenia

viac o recyklácii:

Everything is a Remix

<http://everythingisaremix.info/>

Zelená krivka dejín umenia je pokusom naznačiť recykláciu umenia v dejinách makroštruktúry kultúry človeka. Preto ak dochádza k recyklácii v televízii, v teórii umenia a ďalších mikroštruktúrálnejch prvkoch expandujúceho audiovizuálneho umenia, nedá sa to považovať nenormálny stav, ale skôr za nutný stav.

## Téza č. 5

Divák neuverí predvádzanej udalosti a predvádzanému hrdinovi, kým ho nedostaneme pod tlak a nedostaneme do medznej situácie, ktorá presvedčí o pravom charaktere hrdinu – televízneho sprostredkovateľa a jeho hrdinu.

Je PROVOKÁCIA ako metóda odhalenia dokumentárneho hrdinu v medznej situácii pre televízne vysielanie nutná?

Vo filme platí pravidlo, že charakter hrdinu nespoznáme dovtedy, kým charakter nedáme do medznej situácie. Kým sa hrdina do nej nedostane, len predstiera svoje vlastnosti, ktorým môžeme alebo nemusíme veriť.

Medzná situácia v dokumentárnom filme vzniká metódou provokácie.

Toto režijné dokumentaristické presvedčenie spočíva v téze:

„Kým reálneho človeka v reálnom prostredí nevyprovokujeme strhnutím jeho masky, nespoznáme, akým je.“



V roku 2004 vošiel do národného povedomia dokumentárny film Český sen. Film vystupuje proti expanzii obrích nákupných centier v ČR a proti ich negatívnym dopadom. Dôsledkom bolo vizuálne zobrazenie reálnych ľudí ako hlupákov, ktorí podľahli demagógii reklamy.

Takto rozprávaný príbeh okrem toho, že odhalil pravdu, zároveň im ublížil.

Metóda provokácie je metódou procesu dokumentárnej tvorby na FAMU.

Nie je táto metóda eticky spochybniteľná?

Český sen je výsměchem obyčejným lidem a jejich obyčejným starostem. Český sen uměle vyrábí povýšené intelektuální zrcadlo pinožícím se členům lidské společnosti. Hle, jak jste hloupí. Jak na takovou blbost můžete skočit? Vždyť jsme vás sem nezvali. Naše reklama vás přece odrazovala. Toto není žádná výzkumně-umělecká práce, protože nemá co zkoumat. Lidé jsou od nepaměti spořiví, šetřiví a střídaví. To nemusel žádný výzkum zkoumat. To ví každý, kdo má pět pohromadě.

[http://www.ceskatelevize.cz/specialy/ceskysen/index.php?load=ohlasy\\_akce](http://www.ceskatelevize.cz/specialy/ceskysen/index.php?load=ohlasy_akce)

Toto je jeden z názorů na internetu:  
Český sen je výsměchem obyčejným lidem.

## Téza č. 6

Televízia musí nastoľovať predovšetkým dosiahnuteľných hrdinov, ktorí budú ukazovať cieľ snaženia lokálnej spoločnosti. Hrdinov, ktorí sú v našej tesnej blízkosti, nie sú ohradení ochrankou ani...

Potreba vytýčenia elity národa vo všetkých sférach pôsobenia.

Divadla Husa na provázku o českej vízii ako východiska k „divadelnému“ dokumentu o českej identite.

V divadelnom priestore brnenského divadla sa stretáva elita Českej republiky. Ludvík Vaculík je významným spisovateľom, Václav Havel exprezidentom, je tu významný český filozof, absolvent Harvardskej univerzity, bývalý disident... A ďalší.

Výsledkom provokácie elity je správa, že Elita, ktorá reprezentuje český národ možno ani elitou nie je. Voči protagonistom ako ľuďom, alebo ako profesionálom diváci strácajú úctu.

Je to spôsob budujúci národnú identitu? Má vôbec zmysel malý národ? Nebolo by lepšie sa radšej rýchlo naučiť nemecky alebo anglicky a zaviesť to do médií?



Téza č. 7

Zásadná etická otázka autora je:

„Neubližujem niekomu neoprávnene?“

„Vytváram predpoklady pre jeho šťastie, spokojnosť a vyrovnanosť?“

# 5. ASOCIÁCIA A ANALÓGIA

Asociácia je mimoriadne dôležitá rovnako v audiovizuálnom tovare, ako aj v živote. Všetko, čo človek v živote vníma a registruje, je u neho prefiltrované asociačným princípom. Asociáciu pre človeka znamenajú predmety, tvary, farby, plochy, ľudia, zvieratá, kompozície, svetlo... všetko asociuje.

Psychologicky blízkym druhom vnímania je analogické vnímanie človeka.

Analógia je spoločná rovnakosť určitých vlastností medzi dvoma alebo viacerými objektmi, ale zároveň rôznosť iných znakov. Vyhľadávanie analógií a usudzovanie z určitých už známych súvislostí na neznáme súvislosti sa označuje ako analogický úsudok.

Poznáme vždy svojho televízneho diváka? Alebo sa spoliehame, že sa v tom množstve konzumentov nejaký divák nájde? Televízne spoločnosti zaviedli formát pilot na overenie plánovanej cieľovej skupiny. Má prísne kritéria skúmania sledovanosti a až po overení úspešnosti dochádza k vývoju seriálu. Tu vzniká otázka vynútenia a nanútenia. Princíp vynútenia znamená ukazovať to, čo divák chce a princíp nanútenia znamená princíp, že divák by mal niečo dostať aj keď nechce. Ideálnym stavom je miešať obidva atribúty dohromady tak, aby obidva princípy boli spoločne distribuované. Príkladom je prelomový (ale zároveň vysmievaný) seriál „Jednoducho Mária“, ktorý na jednej strane dával divákovi konvenčný príbeh o tom ako „Chudá holka k šťastiu prišla“, no na druhej strane mal významné edukačné poslanstvo cez podnecovanie menejvzdelaného diváka ku samovzdelávaniu, aktivite a rozširovaniu svojich obzorov. Seriál mal obrovský sociologický dosah na zvyšovanie sociálnej úrovne obyvateľov predovšetkým v Južnej Amerike. Majú naše seriály okrem zábavného aj edukačný dopad? Aký?

# 6. FILOZOFIA A MORÁLNOETICKÝ PRINCÍP

Najvyššou metou a poslaním filmára popri tvorbe filmového príbehu, emócie, estetiky, inovácie, asociácie je pre tvorcu filozofická nadstavba filmového príbehu. Podstatou filozofie je kladenie otázok a následné hľadanie odpovedí na položené otázky. Tie sú z oblasti materiálneho poznania, ľudských vzťahových hodnôt a duchovného poznania.

## Téza č. 8

Neexistuje väčšia alebo menšia manipulácia v audiovizuálnom priestore.  
Vždy ide o manipuláciu.

Dôležité je komu a čomu slúži.

Pri televíznom vysielaní ide o manipuláciu s divákom. Nedokážeme hovoriť o väčšej alebo menšej manipulácii. Vždy ide o manipuláciu. Interpretácia tej istej správy na BBC alebo RT je rozdielna. Rozdielnym je cieľ manipulácie. Čo autor manipuláciou chce dosiahnuť. Podobne ako pri filmovom zobrazení aj v televíznom programe by konečným formálnym prvkom mala byť nádej. Náznak nádeje na riešenie problému, nádej na víťazstvo dobra nad zlom, nádej na zmysel života.

# *FILOZOFICKÝ ROZPOR*

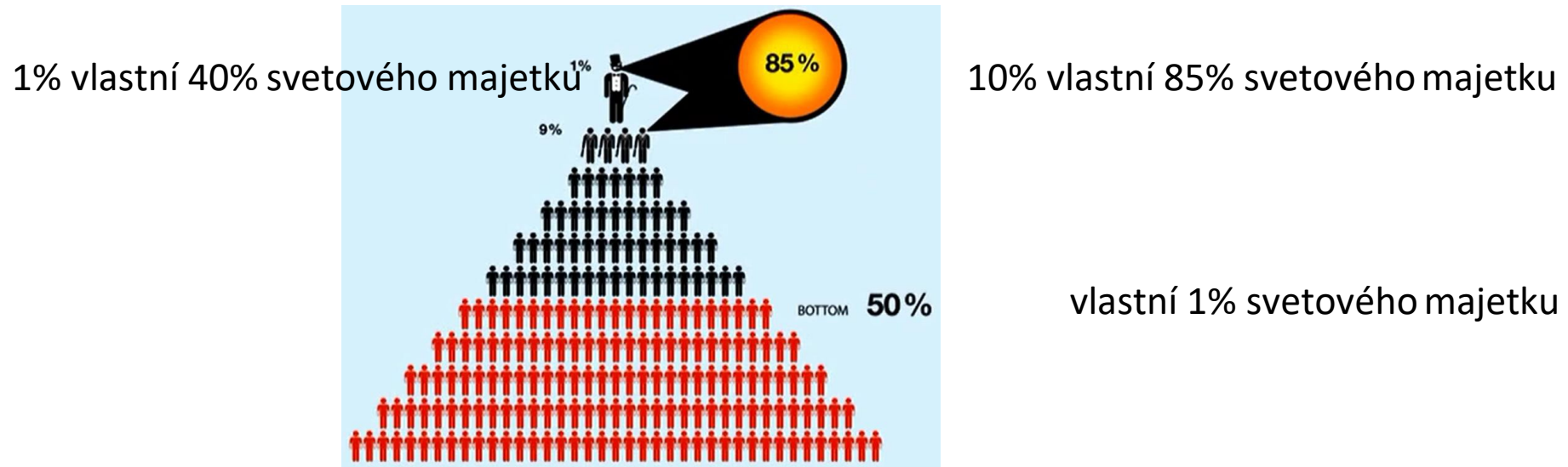
Novodobá dráma si rovnako vyberá hrdinov, ktorí bojujú s osudom, „donquichotsky“ s veternými mlynmi, bojujú so svojou neporaziteľnou vlastnosťou, alebo inou determinovanosťou a len sporadicky nad ňou víťazia. Hoci divák už na začiatku rozprávania vie, že hrdina nezvíťazí, aj tak proces boja hrdinu je dramaticky tak strhujúci, že opakovane je pripravený tie dramatické situácie prežívať. Pri boji s veterným mlynmi hrdina nesmie ubližovať nevinným.

# Altruistická teória MUDr. Františka Koukolíka

Horná časť spoločnosti vlastniaca 100% majetku

Stredná časť spoločnosti vlastniaca 50% majetku

Spodná časť spoločnosti vlastniaca 0% majetku



MUDr. Koukolík chodí už pravidelne prednášať na FTF VŠMU. Jeho posledná prednáška bola zameraná na tému „Identita národa a schopnosť národa prežiť a udržať si svoju identitu“.

Okrem iných tém pomenoval tézu existencie sociopatov, ktorí sú na čele spoločnosti aj globálnej aj lokálnej a pomenoval potrebu národa alebo sociálnej skupiny brániť sa.

Za zdravú spoločnosť označil takú spoločnosť, ktorá má silnú tú časť altruistickej strednej spoločnosti, ktorá je v boji proti nespravodlivosti ochotná obetovať 3 krát viac zo svojho 50% majetku na to, aby horná časť spoločnosti stratila čo len časť svojho 100% majetku.

# Skúška správnosti tvorcu filmového a televízneho tvorcu.

## 1. *Príbeh a charakter.*

Je príbeh a charakter v televíznom programe v ňom osadený tak mimoriadne silný, aby zaujal diváka?

## 2. *Emócia.*

Má náš televízny program emóciu? Graduje, strieda temporytmus, charaktery a hrdinovia prejavujú svoj emocionálny život dostatočne impulzívne?

## 3. *Estetika.*

Majú kameramanské riešenia, lokácie, svietenie, kamera, hudba a zvuky, kostýmy... mimoriadne estetické riešenia primerané žánru?

## 4. *Inovácia a prekvapovanie.*

Je naše televízne zobrazenie (Ján Kučera: téza umeleckého obrazu) v niečom nový a prekvapujúci?

## 5. *Asociácia a analógia.*

Kompozície záberov, tvary predmetov, posunky a dialógy vytvárajú subtext ovplyvňujúci obrazotvornosť diváka? Pracujeme s asociáciou a analógiami?

## 6. *Filozofia a morálno-etický princíp.*

Smeruje televízny program k rozhodujúcej téme?

Ako skúška správnosti audiovizuálneho projektu vzhľadom na úspech u diváka slúži šesť základných otázok.

Úvahou o filozofickej nadstavbe televízneho diela je ukážka z filmu *Láska, ktorou opouštím Jána Špátu*, v ktorej uzatvára svoj stofilmový a pritom jeden celoživotný film.

[Ján Špáta hovorí o radosti a zmysle života.](https://youtu.be/PBvWXUIWS-A)  
<https://youtu.be/PBvWXUIWS-A>





Téza posledná:

Televízni hrdinovia nemusia byť vložený do medznej situácie, aby sme boli presvedčení, že nás nechcú oklamať. Musia však byť ochotní obetovať „časť svojho majetku“ v túžbe naplniť svoj sen a presvedčenie a zároveň neubližovať nevinným.

Existuje presvedčenie, že zobraziť kladnú postavu v audiovizuálnom diele je omnoho ťažšie ako ukázať zápornú postavu. Záporná môže mať rôzne obmeny a odtiene svojej zloby, kladná postava je kladná a musí byť presvedčivá.

Hrdinovia v Špátových filmoch sú kladní hrdinovia, ktorým veríme od prvého slova, že sú čestní, primerane múdri a to čo hovoria, myslia úprimne a bezolstne.

Televízni hrdinovia nemusia byť vložený do medznej situácie, aby sme boli presvedčení, že nás nechcú oklamať. Mali by však byť ochotní obetovať „časť z toho, čo by mohli mať“ v túžbe naplniť svoj sen a presvedčenie.

Ďakujem za pozornosť.