



Ľudovít Labík

Strihová skladba v spravodajských a publicistických televíznych žánroch

Učebné texty študijného programu
strihovej skladby
Filmovej a televíznej fakulty VŠMU

Doc. Ľudovít Labík, ArtD.

Strihová skladba v spravodajských a publicistických televíznych žánroch

Učebné texty študijného programu
strihovej skladby
Filmovej a televíznej fakulty VŠMU

Mottom učebných textov *Strihová skladba v spravodajských a publicistických televíznych žánroch* je tvrdenie, že „všetka audiovizuálna tvorba je žánrová“.

Ľudovít Labík

**Strihová skladba v spravodajských a publicistických
televíznych žánroch**

Recenzenti: Mgr. Gabriela Kopicová
Doc. PhDr. Martin Ciel, PhD.

Vydala Vysoká škola múzických umení v Bratislave
Centrum umenia a vedy
Ventúrska 3, 813 01 Bratislava 1
www.vsmu.sk

1. vydanie 3,23 AH, 64,62 normostrán

Vedúci redaktor doc. Jozef Puškáš, ArtD.
Jazyková úprava PhDr. Tatiana Žáryová
Grafický dizajn a sadzba Grafické štúdio VŠMU, autor
e-vydanie

ISBN 978-80-89439-34-8

Predhovor	5
Štruktúra žánrov	6
Strihová skladba televíznych žurnalistických žánrov	14
Rámcové rozčlenenie televíznych žánrov	15
Charakterizácia žánrov	18
1. Skupina spravodajských žánrov s dominantnou informatívno-poznávacou funkciou ..	19
1.1. Televízna správa (TV news)	20
1.2. Televízny šot (headline)	23
1.3. Reportážna skratka, riport (action news)	23
1.4. Televízna črta. Koncipovaná reportáž	25
1.5. Televízny fejtón	26
1.6. Televízne vystúpenie	26
1.6.1. Televízny komentár	27
1.6.2. Televízna poznámka	28
1.6.3. Televízne hodnotenie, glosa	29
1.6.4. Televízny príhovor, prejav	29
1.6.5. Televízna úvaha	29
1.6.6. Televízna recenzia	30
1.6.7. Televízny referát	30
1.7. Televízny rozhovor, interview	31
1.8. Anketa (Inquiry)	33
2. Skupina publicistických žánrov s dominantnou analyticko-vysvetľujúcou funkciou ..	35
2.1. Neštylizovaná televízna reportáž – naživo, spravodajská reportáž	36
2.2. Štylizovaná televízna reportáž – magazínová reportáž	37
2.3.3. Televízna anketa	37
2.4.4. Televízna tribúna	39
2.7.1. Magazín, pravidelne opakujúce sa relácie	40
2.7.2. Polytematické relácie, televízne pásmo	40
3. Skupina dokumentárnych žánrov	41
3.1.4.1. Monografia	43
3.1.4.2. Televízny portrét	43
3.1.4.3. Medailón	44
3.2. Dokumentárny film formou zberného materiálu (časozberné nakrúcanie)	44
3.3. Strihový film – mozaika	45
3.4. Televízna kronika	46
3.5. Televízny fíčer	46
3.6. Štylizovaná rekonštrukcia	46
3.8. Metóda Direct Cinema = priamy film	47
4. Skupina náučných (didaktických) žánrov	49
4.2. Výchovno-vzdelávacie	50
4.4.1. Agitačné relácie, agitky, apely	51
4.9. Industriálny film (reklamný, propagačný, objednávkový film)	51
4.9.1. Nábor a tréning	53
4.9.2. Podpora produktu a služby	53

4.9.3. Vytváranie imidžu.....	54
4.9.4. Výučba a tréningovanie	54
4.9.5. Filmy verejného záujmu	54
4.10. Reklama.....	55
5. Skupina zábavných žánrov (entertainment)	56
5.1. Televízny seriál (serial, miniseries).....	56
5.2. Vedomostná súťaž.....	57
5.5. Talkshow	58
5.9. Reality show	58
5.10. Športové prenosy, záznamy prenosov	59
5.11. Relácie pre deti a mládež	60
Žánrové kombinácie a vývojové tendencie	61
Televízna konkurencia.....	62
Záver	63
Použitá literatúra	64
Odkazy s vysvetlením:	64

V živote človeka neexistuje nič, čo by poznal, ale nepomenoval. Vo chvíli, keď predmet alebo myšlienka dostane meno, prirodzené je ďalšie úsilie tieto pomenovania nejako zaradiť do kontextu ľudského poznania. Tak vznikajú aj kategórie, ktorým v literatúre, hudbe a audiovizuálnom umení hovoríme žánre.

S týmto názorom súvisí aj ďalej uvedené tvrdenie, že dokumentárny film je tiež žánrom, ktorý je potrebné vložiť do nejakej štruktúry a usúvzťažiť ho s ostatnými tvorivými počinmi.

Tieto učebné texty nemajú ambíciu byť komplexné. Keďže žánrov a náhľadov na žánre je naozaj veľa, akékoľvek úsilie o komplexnosť, ktoré dnes vznikne, zajtra nemusí platiť. Veď už nasledujúci deň vznikne nové pomenovanie, ktoré bude potrebné do štruktúry vložiť. Dôkazom sú aj v úvode vymenované úsilia žánrotvorcov z predchádzajúcich období, pri ktorých spoločným znakom väčšiny pokusov sa stal neúspech vytvoriť konečný žánrový korpus.

Predložený text poskytuje len návod, ako by sa dalo postupovať pri zaradení konvenčných televíznych žánrov a pri zaraďovaní novovznikajúcich žánrov.

Niektoré žánre nie sú analyzované. Dôvodom je ich triviálnosť, opakujúce sa charakteristické vlastnosti, alebo – naopak – príliš rozsiahla štruktúra, ktorá týmto učebným textom nemôže byť komplexne podchytená. Dôraz je kladený na strihovú dramaturgiu spravodajských a publicistických žánrov. Dokumentárne a zábavné žánre sú v štruktúre zachytené najmä pre celkový náhľad na štruktúru televíznych žánrov.

Žánre sú kategorizované z pohľadu autora strihovej skladby, z pohľadu potreby minimálnych vedomostí študentov, ktoré sú im mnohokrát intuitívne známe, ich rôzne podoby neraz videli v televíznom vyjadrení. Práve spor medzi intuitívnym a vedomým je tým dôležitým faktorom pre filmára. Pomenovanie známej vizuálnej hodnoty môže byť prekvapujúce a len jej uvedomením dochádza k racionálnemu postoju autora k práci s informáciou, analýzou, emóciou a príbehom.

ŠTRUKTÚRA ŽÁNROV

Úvodná téza: Všetka audiovizuálna tvorba je žánrová.

Keďže rozprávanie príbehov existuje od nepamäti, v histórii ľudstva žije nespočetné množstvo príbehov, ktoré sa rozprávali mnohokrátym spôsobom pre rôznych poslucháčov a v rôznom prostredí.

Potreba nájsť spoločné pravidlá v príbehoch viedla bádateľov k hierarchizácii príbehov, hľadaniu spoločných a rozdielnych prvkov, zaradeniu do spoločných kategórií, ktoré pomenovali spoločným názvom žánre. Žánre vznikli najprv v literatúre, neskôr bol princíp ich hierarchizácie prenesený aj do ostatných oblastí audiovizuálnej tvorby vrátane filmovej a televíznej tvorby.

Aristoteles (384 – 322 pred n. l.) vymedzil prvé žánre. Pomenoval ich podľa toho, ako končili: šťastne alebo nešťastne a podľa zložitosti deja. Takto vzniklo prvé žánrové hodnotenie tragédie a komédie s jednoduchým dejom, tragédie a komédie so zložitým dejom.

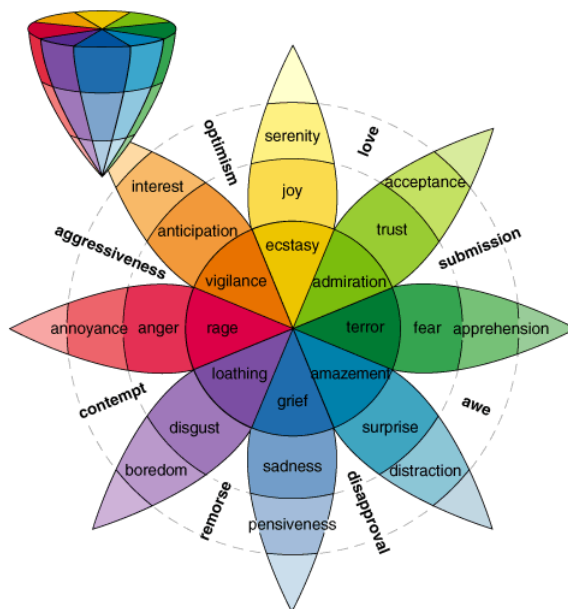
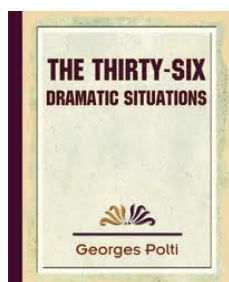
Toto delenie bolo príliš jednoduché, preto časom začali vznikať ďalšie.

J. W. Goethe (1749 – 1832) ich pomenoval sedem.

F. Schiller (1759 – 1805) hovoril o viacerých, sám ich však nesystematizoval.



Georges Polti (1867 – 1946) napočítal 36 emócií a z nich vyvodil *Tridsať šesť dramatických situácií*.¹



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



Willa Catherová (1873 – 1947, ocenená Pulitzerovou cenou) tvrdila, že existujú len dva alebo tri ľudské príbehy, ktoré sa v dejinách príbehu neustále opakujú, akoby sme tie príbehy predtým nikdy nepočuli.



Semiotik **Christian Metz** (1931 – 1993) počet emócií zredukoval na šesť a nazval ich syntagmami, pokúsil sa vložiť celý film do schémy, ale jeho úsilie stroskotalo.



Norman Friedman sa znova pokúsil rozdeliť žánre podľa štruktúry filmu a bol prvým, ktorý pomenoval:

1. **zápletku výchovnú** (Education Plot),
2. **zápletku vykúpenia** (Redemption Plot),
3. **zápletku rozčarovania** (Disillusionment Plot)

– jednoduché formy, keď oblúk príbehu v podobe vnútorného konfliktu mení zmýšľanie a morálku hlavného hrdinu.



Ray Frensham v knihe *Break into Screenwriting* tvrdí, že je len osem základných typov príbehov. Okrem známych žánrov rozlišuje ešte:

1. **Buddy movie**
2. **Film Noir**
3. **Bollywood**



Scenárista **Lorenzo Semple Jr.** tvrdí, že existujú len dva základné príbehy:

1. **Ryba na suchu** (Fish Out of Water)
2. **Zvláštny pár** (The Odd Couple)



Teoretik **Michael Hauge** tvrdí, že existuje len jeden príbeh: **Dávid a Goliáš**. Individualita v boji s okolím.



Americký filmový guru **Robert McKee** v knihe *Story* rozlišuje základné žánre, megažánre a nadžánre, pričom ako samostatnú kategóriu filmov považuje **umelecký film** (Art Narrative), ktorý ďalej delí na **minimalistický** alebo **antištrukturálny**.



Blake Snyder (1957 – 2009) žánre **rozdelil na desať kategórií** podľa toho, ako sú príbehy štruktúrované. Z tohto pohľadu bežné žánre, ako sú romantická komédia alebo životopisný film, nedokážu veľa povedať o príbehu, hovoria len o typológii príbehu. Snyder vytvoril nové kategórie, akými sú:

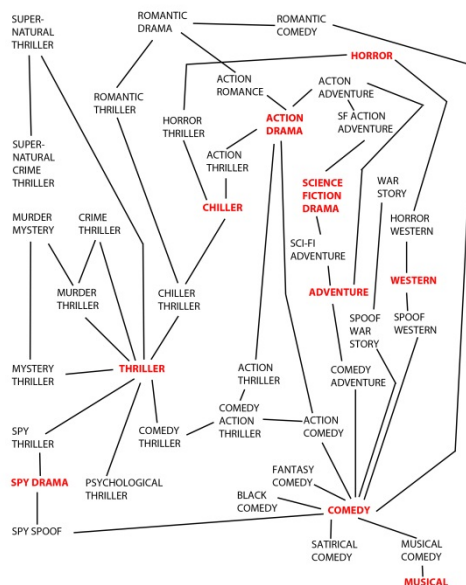
1. **Príšera v dome** (*Monster In The House*; MITH)
2. **Zlaté rúno** (*Golden Fleece*; GF)
3. **Vypustenie ducha** (*Out of the Bottle*; OOTB)
4. **Človek s problémom** (*Dude with a Problem*; DWAP)
5. **Dospievanie** (*Rites of Passage*; ROP)
6. **Vzťah dvojice** (*Buddy Love*; BL)
7. **Psychická záhada** (*Whydunit*; WD)
8. **Zlo víťazí** (*Fool Triumphant*; FT)
9. **Strata identity** (*Institutionalized*; I)
10. **Superhrdina** (*Superhero*; SH)



Christopher Vogler v knihe *A Practical Guide to Joseph Campbell's The Hero with a Thousand Faces* hovorí len o jednom príbehu a pomenoval kostru, ktorá súvisí s akýmkoľvek príbehom, ktorý kedy bol vyrozprávaný.



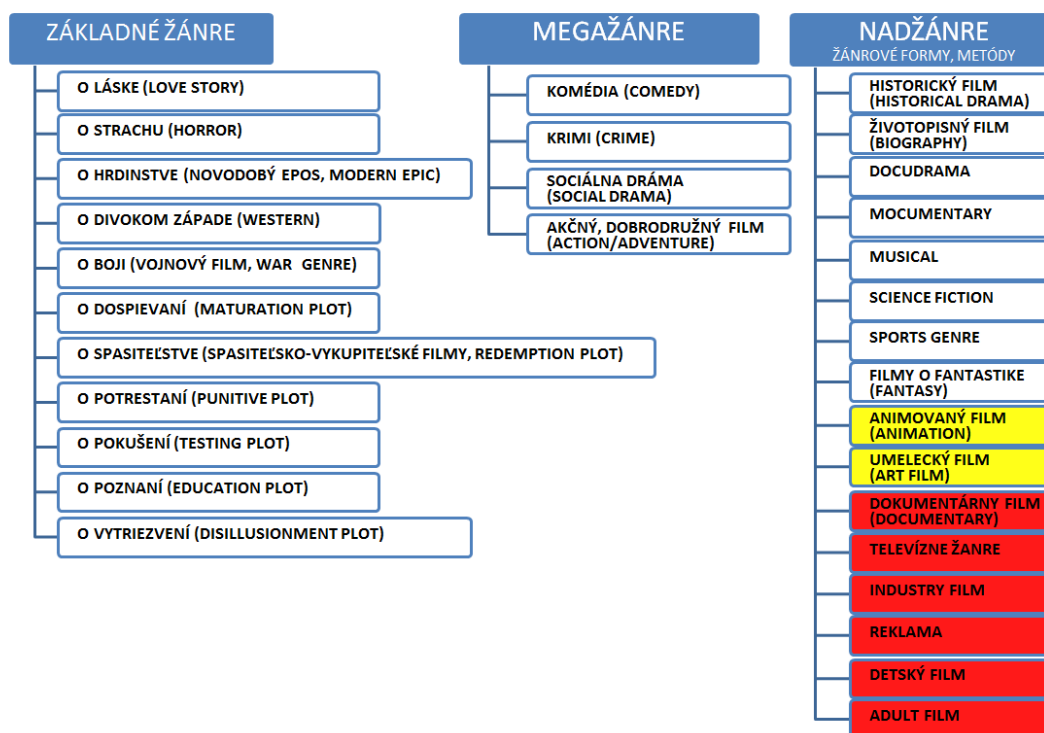
Daniel Chandler¹ v *An Introduction to Genre Theory* sa pokúsil graficky vyjadriť taxonómiu žánrov takto:



Kým väčšina uvedených filmových vedcov analyzuje rozprávanie žánrov hlavne z pohľadu kinematografie, **John Costello**³ na žánre nazerá aj z pohľadu ostatných audiovizuálnych médií:

1. **Akčný film** (Thriller – Action)
2. **Dobrodružný film** (Thriller – Adventure)
3. **Psychologický film** (Thriller – Psychological)
4. **Kriminálny film** (Thriller – Crime)
5. **Vedeckofantastický film** (Science Fiction)
6. **Western** (Western)
7. **Vojnový film** (War)
8. **Filmový epos** (Epic)
9. **Horor** (Horror)
10. **Komédia** (Comedy)
11. **Čierna komédia** (Black Comedy)
12. **Romantická komédia** (Romantic Comedy)
13. **Romantická dráma** (Romantic Drama)
14. **Dobový film** (Period Drama)
15. **Sociálna dráma** (Social Drama)
16. **Životopisný film** (Biographical Drama)
17. **Hudobný film** (Musical Drama)
18. **Erotický film** (Adult/Erotic Drama)
19. **Fantasy film** (Fantasy)
20. **Animovaný film** (Animation)
21. **Umelecký film** (Art Narrative)
- +
22. **Dokumentárny film** (Documentary)
23. **Televízne žánre** (Television genres)
24. **Reklamný film** (Industriálny film)

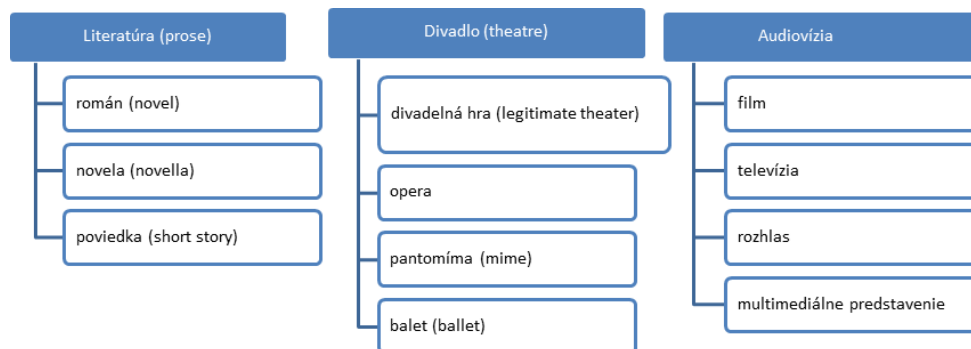
Tu je potrebné zdôrazniť **zaradenie dokumentárneho spôsobu nakrúcania do žánrovej štruktúry** aj zaradenie animovaného filmu a televíznych žánrov do totožného štruktúralného kmeňa. Toto členenie odporuje dlhodobu presadzovanému názoru, že dokumentárny film nie je žáner, ale metóda tvorby. Vychádzajúc zo začiatkovej tézy, ktorá tvrdí, že **neexistuje film, dielo alebo audiovizuálny produkt, ktorý by nebol žánrový** – podobne ako neexistuje nežánrová hudba alebo nežánrový písomný prejav, aj **dokumentárny film je žánrom** a je len otázkou začlenenia, kde (presne) v celkovej štruktúre by sa mal nachádzať. Nasledujúce členenie je inšpirované Robertom McKeeom.⁴



Žánre včlenené do štruktúry Robertom McKeeom, ktoré obsahujú netradičný pohľad.
 Žánre vložené do štruktúry ako analogicky plnohodnotné k žánru animovaného filmu.

V štruktúre žánrov sa okrem dokumentárneho žánru nachádzajú aj televízne žánre, industriálny film (reklamný film), reklama, detský film, pornografický (adult) film... Spoločným znakom všetkých nadžánrov je, že si navzájom „požičiavajú“ určité časti svojich charakterizácií. Dokumentárny film môže byť súčasťou kinoprojekcií rovnako ako súčasťou televízneho vysielania. Podobne je to napríklad s muzikálom, historickým filmom a ďalšími. Dochádza k vzájomnému prelínaniu a dopĺňaniu charakteristík.

V súčasnosti rozoznávame **tri médiá, ktoré sa vyjadrujú rozprávaním príbehu**. V nejakej oklieštenej podobe príbeh rozpráva aj hudba, tanec, výtvarné umenie, architektúra a podobne aj ďalšie umenia, ale z pohľadu komplexnosti a množstva príbehových podrobností sú pre nás najdôležitejšie tieto tri médiá:



Audiovizuálnu tvorbu (vrátane auditívnej) ako celok založenú na neosobnej komunikácii s divákom (čiže bez divadelného žánru, laterny magiky, prípadne hudobnokonzertnej produkcie) možno rozdeliť na štyri hlavné myšlienkové prúdy, ktoré predstavuje:

1. **Filmová produkcia** (určená predovšetkým pre kiná);
2. **Televízna produkcia**, kam patria spravodajské a publicistické žánre, informačno-náučné žánre, reklamy, televízne inscenácie, sprostredkované divadelné, športové, hudobné prenosy, žánre interpretujúce literatúru v podobe pôvodnej alebo prevzatej hranej tvorby atď.;
3. **Rozhlasová produkcia** (v tejto skupine má špecifické postavenie), ktorá prispôsobila žurnalistické žánre zvukovej podobe a je v mnohom predchodcom televíznych žánrov;
4. **Ostatná produkcia**, kam patrí predovšetkým home video, polyekrany rôznych audiovizuálnych konštrukcií, reklamné a propagačné filmy (industriálne filmy) využívané pri rôznych pracovných aj oddychových situáciách.

John Costello⁵ v žánrovom členení dramatických foriem kategorizuje aj televízne žánre (Television genres). Tie sa podľa Costella delia na:

1. **Televízne noviny, posledné udalosti** (Current Affairs)
Spravodajské (žurnalistické) žánre – riporty, reportáže...
2. **Televízny dokument** (Documentary)
Publicistické žánre, dokumentárne žánre – medailóny, fejtóny...
3. **Súťažná relácia o vedomostiach** (Quiz Show)
Otázky sú smerované k vedomostiam súťažiacich.
4. **Súťažná hra** (Game Show)
5. **Talkshow** (Chat Show, Talk Show v USA)
6. **Animácia** (Animation)
7. **Telenovela** (Soap Opera)
Zahŕňa rôzne podoby animácie vo večerníčkoch, reklamách, džingloch, grafikách...
8. **Sitkom – situačná komédia** (Situation Comedy)
Zobrazuje jednoduchý príbeh v jednoduchých bežných priestoroch (obývačka, bar, kancelária, obchod...). Vtipný dialóg archetypálnych postáv zvyčajne v polhodinových seriáloch v niekoľkých sériách na pokračovanie.
9. **Policajná a detektívna dráma** (Police alebo Detective Drama)
10. **Dokumentárna telenovela** (Docusoap)
Prienik medzi telenovelou a dokumentárnym filmom s „reálnymi“ ľuďmi ako protagonistami.
11. **Reality show** (Reality TV)
Prototypom tohto žánru je prvá reality show tohto typu „Big Brother“. Dochádza tu k spolužitiu „reálnych“ ľudí v určitom extrémnom prostredí počas sledovania kamerami vo všetkých hraničných situáciách.

+ žánre, ktoré Costello nespomína

12. Reklama	(Television commercials)
13. Rodinná dráma	(Family drama)
14. Dráma zo súdneho prostredia	(Legal drama)
Môže byť komediálneho charakteru alebo s vážnym riešením morálky.	
15. Zdravotnícka dráma	(Medical drama)
16. Politická dráma	(Political drama)
17. O dospievaní	(Teen drama)
18. Hraný dokument	(Mocumentary)
19. Satira	(Satire)
20. Skeč komédia	(Sketch comedy)
21. Reklamné relácie	(Infomercials)

+ všetky žánre známe z hranej kinematografie.

V podmienkach svetových televíznych dramaturgií by sa tieto žánre dali doplniť o nadžánre a megažánre (metodológia Roberta McKeeho), ktoré sú východiskom pre novovznikajúce televízne stanice. Tie sa špecializujú na takéto nadžánrové a megažánrové skupiny relácií, čím špecifikujú svoj okruh divákov:⁶

1. **Relácie pre deti a mládež**
2. **Informačno-spravodajské televízie**
3. **Kresťanské vysielanie**
4. **Regionálne vysielanie (lokálne televízie)**
5. **Varenie a gastronómia**
6. **Vysielanie komédií**
7. **Erotické vysielanie**
8. **Vysielanie s kriminalistickou tematikou**
9. **Hudobné tv vysielanie**
10. **Vysielanie zo zdravotníckeho prostredia**
11. **Športové vysielanie**
12. **Environmentálne vysielanie**
13. **Vzdelávacie vysielanie**
14. **Dokumentárne vysielanie**
15. **Študentské vysielanie**
16. **Vysielanie cestopisov**
17. **Vysielanie seriálov**
18. **Vysielanie hraných žánrov (v rôznych obmenách)**
19. **Science-fiction vysielanie**
20. **Docudrama**
21. **Vysielanie reality show**
22. **Internetové vysielanie**
23. **... a ďalšie⁷**

Z náčrtu makroštrukturálnych televíznych žánrov je zrejmé, že **televíznu tvorbu je možné rozdeliť na:**

- informačnú
- dramatickú

Najzásadnejším televíznym poslaním je vo vzťahu k divákovi:

- informovať
- analyzovať z krátkodobého hľadiska
- analyzovať z dlhodobého hľadiska
- vzdelávať
- zabávať

Predmetom skúmania televíznej produkcie v tomto texte je strihová skladba – spravodajských, publicistických, dokumentárnych a náučných žánrov a čiastočne aj zábavných žánrov. Štruktúrnym východiskom je členenie autorov Jána Košča, Roberta McKeeho, Josého de Brouckera, súčasné internetové zdroje a strihovo skladobným východiskom skúmania sú pravidlá modernej filmovej reči Syda Fielda, Davida Bordwella.

Strihová skladba televíznych žurnalistických žánrov

Charakterizácia z výkladového slovníka:

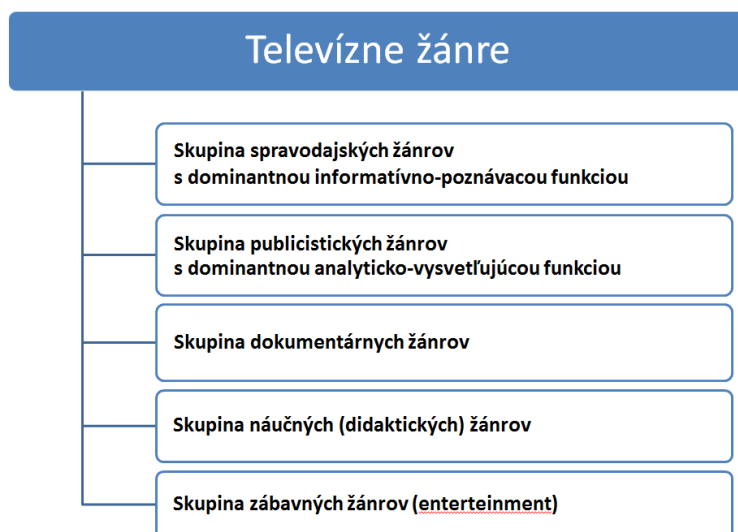
„Televízne žurnalistické žánre sú skupiny televíznych relácií odlišujúce sa navzájom určitými rysmi významovej a formálnej výstavby a to aj v obrazovej aj zvukovej zložke.“

Televízne žánre, rovnako ako žánre iných prostriedkov masovej komunikácie alebo umeleckých druhov, sú historickou kategóriou, vyvíjajú sa a premieňajú sa v závislosti od nových vyjadrovacích prostriedkov, obsahových aj formálnych postupov. V tomto vývoji niektoré existujúce žánre zanikajú alebo sa podstatne premieňajú (fíčery), miešajú sa, iné nové vznikajú a postupne sa zdokonaľujú v súlade s profesionálnou potrebou média. Tak ako predtým rozhlas a potom žurnalistický film aj televízna žurnalistika čerpá poznatky z pravidiel tlačovej žurnalistiky. Množia sa hybridné druhy, ktoré sú potom zárodkom nových svojráznych televíznych žánrov, najmä v oblasti tvorby žurnalistických celkov. V súčasnosti hlavným inšpirátorom zmeny a úprav televíznych žánrov sú vplyvy, ktoré prichádzajú sprostredkované zo satelitných vysielaní CNN, BBC, Euronews, RT, Al Jazeera a z televíznych produkcií, kde hlavným zameraním je komercionalita a s ňou súvisiaca zábava. Slovenská televízia (STV) po roku 1989 sporadicky vytvárala priestor pre nové zábavné televízne formy (napr. Večer Milana Markoviča), ale nové formy žurnalistických prejavov na Slovensko priniesla najprv tv stanica NOVA a potom aj tv Markíza. Pod ich tlakom sa zrútila celá pôvodná štruktúra žurnalistov socialistickej epochy. Sledovanosť spravodajských relácií sa stala základom úspešnosti súkromnej aj verejnoprávnej televízie.

Pri skúmaní východísk televíznej žurnalistiky, a to tlačových a rozhlasových spravodajských žánrov, pre televíznu žurnalistiku pribúda jedna nová – predchádzajúcim žánrom neznáma – rovina. Ide o **obrazovú rovinu žurnalistiky**. Ak kameramanskú stránku budeme charakterizovať ako informačnú a len pre niektoré čiastkové spravodajské žánre ako tvorivo umeleckú, tak **obrazová a zvuková skladba sa popri dramaturgii stáva dominantným faktorom odlišujúcim televízny žánr od tlačového, resp. rozhlasového.**

Rámcové rozčlenenie televíznych žánrov

Televízne žánre je možné členiť z niekoľkých hľadísk. Jedným z riešení je toto delenie:



1. Skupina spravodajských žánrov s dominantnou informatívno-poznávacou funkciou

1.1. televízna správa

- 1.1.1. čítaná, obrazová alebo kombinovaná
- 1.1.2. flešová, rozšírená, komentovaná, reportážna

1.2. šot

1.3. reportážna skratka – riport

1.4. televízna črta

- 1.4.1. agitačná
- 1.4.2. úvahová
- 1.4.3. kritická
- 1.4.4. portrétovej
- 1.4.5. anketová
- 1.4.6. príležitostná

1.5. televízny fejtón

1.6. televízne vystúpenie s obrazovou ilustráciou alebo bez nej

- 1.6.1. komentár
- 1.6.2. televízna poznámka
- 1.6.3. televízne hodnotenie
- 1.6.4. televízny príhovor
- 1.6.5. televízna úvaha
- 1.6.6. recenzia
- 1.6.7. referát

1.7. televízny rozhovor, interview

1.8. anketa

- 1.8.1. informačná anketa
- 1.8.2. interpretačná anketa

1.9. neštylizovaná reportáž

1.10. ...

2. Skupina publicistických žánrov s dominantnou analyticko-vysvetľujúcou funkciou

- 1.1. neštylizovaná reportáž**
- 1.2. štylizovaná reportáž**
- 1.3. publicistická relácia formou zberného materiálu**
 - 1.3.1. televízna reportáž
 - 1.3.2. televízny cestopis
 - 1.3.3. televízna anketa
 - 1.3.4. televízna pohľadnica
- 1.4. televízne vystúpenie, televízna beseda**
 - 1.4.1. televízne vystúpenie
 - 1.4.2. televízna beseda
 - 1.4.3. televízna konferencia
 - 1.4.4. televízna tribúna
- 1.5. záznam zo zhromaždenia alebo zasadania vrátane prejavov zúčastnených**
- 1.6. televízne pásmo využívajúce všetky dostupné formy televízie**
 - 1.6.1. monotematické pásma
 - 1.6.2. polytematické pásma
- 1.7. televízne magazíny**
 - 1.7.1. magazín, monotematické pravidelne sa opakujúce relácie
 - 1.7.2. polytematické relácie
- 1.8. ...**

3. Skupina dokumentárnych žánrov

- 1.1. štylizovaný dokumentárny film**
 - 1.1.1. sociálnopolitický
 - 1.1.2. dobový dokument
 - 1.1.3. historický dokument
 - 1.1.4. portrétny dokument
 - 3.1.4.1. monografia
 - 3.1.4.2. portrét
 - 3.1.4.3. medailón
 - 1.1.5. prírodopisný dokument
 - 1.1.6. zemepisný dokument
 - 1.1.7. turistický dokument
- 1.2. dokumentárny film formou zberného materiálu, časozberné nakrúcanie**
- 1.3. strihový dokument – mozaika**
- 1.4. televízna kronika**
- 1.5. audiovizuálny záznam, citácia prebratého (napr. divadelného) predstavenia**
- 1.6. televízna fičér (feature)**
- 1.7. štylizovaná rekonštrukcia**
- 1.8. metóda Direct Cinema = priamy film, metóda cinéma vérité = film pravda**
- 1.9. ...**

4. Skupina náučných (didaktických) žánrov

- 1.1. náučnopopulárne**
 - 1.1.1. životný štýl
 - 1.1.2. kuchárske receptúry
 - 1.1.3. environmentálne
 - 1.1.4. finančníctvo
 - 1.1.5. zdravie
 - 1.1.6. motorizmus
 - 1.1.7. ...
- 1.2. výchovnovzdelávacie**
- 1.3. jazykový kurz**
- 1.4. osvetové**
 - 1.4.1. agitka, agitačná relácia
 - 1.4.2. apel
- 1.5. inštruktážne**
- 1.6. ilustrovaná prednáška**
- 1.7. náuková beseda**
- 1.8. didaktické pásma**
- 1.9. industriálny film (propagačný, reklamný film)**
 - 1.9.1. nábor a tréning
 - 1.9.2. podpora produktu a služby
 - 1.9.3. predvádzanie produktu
 - 1.9.4. vytváranie imidžu
 - 1.9.5. výučba a poradenstvo
 - 1.9.6. finančná zbierka
- 1.10. reklama**
- 1.11. ...**

5. Skupina zábavných žánrov (entertainment)

- 5.1. televízny seriál**
- 5.2. súťažná relácia o vedomostiach**
- 5.3. súťažná hra**
- 5.4. animované filmy**
- 5.5. talkshow**
- 5.6. sitkom, situačná komédia**
- 5.7. policajná a detektívna dráma**
- 5.8. dokumentárna telenovela**
- 5.9. reality show**
- 5.10. živé prenosy**
- 5.11. relácie pre deti a mládež**
- 5.12. ...**

Mnohé z uvedených žánrov sa vzájomne prelínajú, dopĺňajú a miešajú a ich jednoznačné žánrové zaradenie vzhľadom na diváka nie je vždy možné alebo nevyhnutné.

CHARAKTERIZÁCIA ŽÁNROV

1. Skupina spravodajských žánrov s dominantnou informatívno-poznávacou funkciou

1.1. televízna správa

- 1.1.1. čítaná, obrazová alebo kombinovaná
- 1.1.2. flešová, rozšírená, komentovaná, reportážna

1.2. šot

1.3. reportážna skratka – riport

1.4. televízna črta

- 1.4.1. agitačná
- 1.4.2. úvahová
- 1.4.3. kritická
- 1.4.4. portrétová
- 1.4.5. anketová
- 1.4.6. príležitostná

1.5. televízny fejtón

1.6. televízne vystúpenie s obrazovou ilustráciou alebo bez nej

- 1.6.1. komentár
- 1.6.2. televízna poznámka
- 1.6.3. televízne hodnotenie
- 1.6.4. televízny príhovor
- 1.6.5. televízna úvaha
- 1.6.6. recenzia
- 1.6.7. referát

1.7. televízny rozhovor, interview

1.8. anketa

- 1.8.1. informačná anketa
- 1.8.2. interpretačná anketa

1.9. neštylizovaná reportáž

1.10. ...

Prehľad **spravodajských žánrov** môžeme z iného pohľadu rozlíšiť podľa týchto kritérií:

- **Štruktúra registračného charakteru**

Autor ostáva v pozadí v rovine konštatovania, dochádza k neosobnému logickému popisu priebehu udalosti alebo faktu. Hlavným nositeľom obsahu je autentický obraz a zvuk. Táto štruktúra dobre zodpovedá poslaniu televízie, stavia človeka do pozície očitého svedka, ktorý si vytvára vlastný názor na základe videného a počutého.

Televízne spravodajské žánre

Štruktúra registračného charakteru

Štruktúra reportážneho typu

Štruktúra fejtonistického typu

Štruktúra monologického charakteru

Štruktúra dialogického typu

- **Štruktúra reportážneho typu**

Dominuje logický popis udalosti, ale sprostredkované cez redaktora, ktorý usmerňuje divákovu pozornosť, pričom využíva možnosť vysvetľovať súvislosti udalosti.

- **Štruktúra fejtonistického typu**

Dôraz je kladený na emotívne pôsobenie faktov na diváka, pričom sa môžu využiť všetky dostupné obrazovo-zvukové prostriedky na dosiahnutie želaného cieľa.

- **Štruktúra monologického charakteru**

V obraze je jediný predstaviteľ myšlienky alebo komentára udalosti, ktorý sa obracia na diváka priamo do kamery.

- **Štruktúra dialogického typu**

Pred kamerou je dvojica alebo väčší počet interpretov myšlienok, pričom divák si z ich diskusie vyberá ten postoj, ktorý ho oslovil.

Vymenované formy spravodajských žánrov sú základnými formami, pričom ich kombináciami vzniká nespočetné množstvo podforiem zložených štruktúr. Víťazí tu schopnosť autora variovať a prispôbovať konečnú formu obsahu témy. Víťazí originalita a jedinečnosť schopnosti autora. Je to tvorivá oblasť, ktorú vo vzťahu k potrebe vplývať na diváka etickými postojmi je potrebné radiť do oblasti profesionálnej zdatnosti.

Niektoré z uvedených štruktúr sú modernejšie, iné sa používajú menej, v danej chvíli sú menej populárne, ale je len otázkou času, kedy v snahe zaujať diváka dôjde k renesancii formálneho spracovania. Raz je dominantným kritériom obsah, inokedy forma, téma alebo výstavba. Vo vývoji žánrov nachádzame jeden výrazný rys. Nové žánre vznikajú ako výsledok snahy odkloniť sa od ustálených foriem, a tak vytvoriť diela, ktoré vychádzajú z poznania žánrov, ale tvorivo obohatených originalitou posúvajúcou žáner dopredu.

1.1. Televízna správa (TV news)



Charakterizácia:

Televízna správa je najkratší žurnalistický útvar. Základom televíznej správy podobne ako správy rozhlasovej alebo tlačovej je skutočnosť alebo udalosť, ktorá má určitý vzťah k societe, ktorej je v televíznej forme predkladaný. (Udalosť odohraná v inom svetovom pásme má význam pre nášho diváka len vtedy, keď medzi danou udalosťou a udalosťami priamo dotýkajúcimi sa diváka je nejaká analógia alebo paralela.) Fakty alebo udalosti v televízii môžu byť predkladané slovným prejavom, písaným prejavom, statickým alebo pohyblivým obrazom, grafickým vyjadrením a podobne. **Pri televíznej správe divák dostáva odpoveď na základné žurnalistické otázky: KTO? ČO? KEDY? KDE? AKO? PREČO?**

Čítaná správa je základnou formou správy. Ide obyčajne o krátku a výstižnú, do hovorenej podoby štylizáciu upravenú správu zo zdrojov tlačových agentúr. Táto správa sa svojou konštrukciou podobá rozhlasovej správe, ale pri vzájomnom porovnaní jej základnou výhodou je, že za jej interpretáciou stojí **konkrétny vizuálny a neanonymný človek**, ktorý zvyšuje u prijímateľa psychologickú pravdepodobnosť hodnovernosti a pravdivosti predkladanej správy.

Formálna stránka:

Sila čítanej správy sa zvyšuje aj vzájomnou spätosťou s inými formami spravodajských žánrov, pričom striedaním jednotlivých foriem a myšlienok dochádza k obrazovo zvukovej a myšlienkovu formálnej **rytmizácii**, čím vzniká ďalší rozmer psychologického pôsobenia na diváka.



Čítaná správa obohatená obrazovou informáciou je spojením živého slova so statickým obrazom (fotografiou, písmom, grafom, kresbou alebo počítačovou animáciou), ktorý zvyšuje autenticitu informácie. Prípadné texty, heslá, portréty či simultánny preklad

do posunkovej reči pre nepočujúcich zvyšujú funkčnosť i dosah správy a rozširujú okruh divákov. V súčasnom spravodajstve sa táto forma správy stala častejšou ako len čítaná správa.

Formálna stránka:

Rozšírenosť správy obohatenej obrazovou informáciou úzko súvisí s rozvojom televíznej techniky, ktorá umožnila vkladať obraz do pozadia (klúčovať) za komentátora, graficky ho vyčleniť v časti obrazovky, a tým vlastne z tejto obohatenej správy vytvoriť akýsi hybrid polyekranu.

Audiovizuálna správa je pre televíziu najčastejšou a najcharakteristickejšou formou správy. Tvorí základ všetkých televíznych žurnalistických periodík. Charakterizácia je zhodná ako pri čítanej správe, len sila diváckeho účinku a hodnovernosti účinku je znásobená obrazovou zložkou tejto formy správy. **Ide tu o stručné, výstižné a pohotové audiovizuálne oznámenie o spoločensky významnej udalosti, ktoré je pre diváka nové a neznáme.**

Mimoriadna správa – breaking news – termín používaný v zahraničných televíziách sa vzťahuje na akúkoľvek správu, ktorá svojou mimoriadnosťou vytlačí z programu pôvodne plánovanú informáciu.

Prenajaté správy – franchise news – sú variáciou eyewitness news. Tv stanice často používajú slogan napr. typu: „Správy, ktoré môžete ovplyvniť“, „Správy na vašej strane“. Komentátori v týchto televíziách sa sústreďujú na ponúknuté správy. Najčastejšími takýmito správami sú správy o zdraví, spotrebe, zvieratách, životnom prostredí, boji so zločinom.

Odľahčená správa – light news – je to situácia v spravodajstve, keď sa mení nálada z vážnej a serióznej na uvoľnenú a zábavnú náladu.

Formálna stránka:

Audiovizuálne správy, ako už z názvoslovia vyplýva, majú obrazovú a zvukovú stránku. Obraz zachytávajúci vonkajšiu stránku vecí, javov a udalostí by mal byť konkrétny a vecný, postavený na prvoplánovej kompozícii a bez použitia trikov medzi jednotlivými zábermi (ak za trik nepovažujeme úvodnú alebo záverečnú stieračku, prípadne graf alebo animáciu). Dominantou zvukovej časti je čítaný komentár, ktorého prioritou by mala byť čo najväčšia synchrónnosť, čo najjednoduchšia štylizácia a nekomplikovaná, prvoplánovo jasná aj pre najnižšie sociálne skupiny. Rozsah správy je daný dôležitosťou správy v porovnaní s ostatnými udalosťami vzhľadom na celkovú dĺžku spravodajskej relácie. Doplňujúcou a neestetizujúcou zložkou zvukovej stránky je možné použitie autentických, s obrazom synchrónne zaznamenaných zvukov, rovnako ako obraz charakterizujúci čítanú informáciu.

Rozšírená audiovizuálna správa je obohatená jednou výpoveďou alebo niekoľkými výpoveďami účastníkov udalostí – očitých svedkov udalostí. Autentickými výpoveďami z miesta udalosti dostáva táto forma televíznej správy emotívny prvok, svedok (opinion poll) môže plakať, kričať alebo inak emotívne prejavovať svoj názor alebo postoj, čím táto forma správy môže získať novú vyššiu dimenziu. Kým pri všetkých ostatných formách správy sa vyžaduje redaktorom neutrálna informácia o udalosti, emotívne svedecké výpovede môžu rozšírenú správu posunúť k priamemu silnému osloveniu diváka.

Svedeckú, autentickú výpoveď môže podať z miesta udalosti aj redaktor. Aj v tomto prípade ide o silnejšiu formu vyjadrenia televíznej správy, pretože konkrétny redaktor pred kamerou je symbolom autentickosti a neanonymity. **Nikto sa za nikoho neskrýva, vidíme konkrétnu tvár, s ktorou divák spája všetky ním prijímané informácie.** Pri tejto forme správy dochádza k pozvoľnému prechodu k forme nazývanej reportážna skratka – riport. Zásadný rozdiel je len v dĺžke a hĺbke poňatia televíznej formy.

Formálna stránka:

Strihové umiestnenie očitého svedka závisí individuálne od výstavby konkrétneho príspevku. Do úvahy môžu prichádzať všetky varianty. V prípade redaktora ako očitého svedka býva pravidlom, že aspoň v jednom zábere obrazovej časti stojí pred kamerou, hovorí na kameru, pričom jeho prejav plynulo prechádza na ilustračné zábery z komentovaného prostredia. Pri zvukovej výstavbe sa neráta s mimoobrazovou (nediegetickou) hudbou, ale autentické ruchy prostredia sú zväčša výhodou zobrazenia.



Reportážna správa využíva reportážnu metódu v snahe zobraziť predkamerovú realitu. Reportážna forma vychádza pri svojej konštrukcii z princípu hľadania a objasňovania faktov človekom – redaktorom. Tomuto psychologickému hľadaniu je podriadená aj forma.

Eyewitness news (doslovne preložené: správa očitého svedka) – názov používaný v USA vznikol v roku 1960. Reportéri boli vyslaní k udalostiam tak, aby na vlastné oči zaznamenali priebeh komentovanej udalosti. Názov zodpovedá dnešnej reportáži.

Formálna stránka:

Reportážna správa pracuje s kamerou hľadačského charakteru, kamera so zosilneným subjektívnym faktorom – zvedavá kamera. Strihová skladba môže mať dynamickejší charakter, platí pravidlo o potrebe čiastočnej synchrónnosti textovej a obrazovej časti. Znovu ide o možnosť emotívneho pôsobenia redaktora na diváka a je len na **tvorivosti** autora, ako využije predmetnú skutočnosť a svoje schopnosti v prospech diváka. Dôraz sa kladie na rozprávanie obrazom.

*Na tv stanici Euronews, CNN, BBC, TA3 sa v súčasnosti udomácnila forma reportáže, ktorá má silný výsledný emotívny náboj. Ide o neverbálnu reportáž, ktorá je obohatená autentickými ruchmi a titulkom. Ten časovo a priestorovo umiestňuje reportáž väčšinou v rámci európskeho kontinentu alebo prostredia zaujímavého pre Európu. **Predkladané udalosti bez slov sú také silné, že si divák na základe prežitej emócie sám musí vytvoriť vlastný názor.***

1.2. Televízny šot (headline)



Charakterizácia:

Termín televízny šot vznikol pri vzniku televízie a s ňou pri vzniku televíznych spravodajstiev. Medzi televíznymi pracovníkmi zdomácnel natoľko, že dodnes sú šotom označované televízne formy, ktoré šotmi určite po spracovaní nie sú. Televízny šot bol prevzatý z filmového spravodajstva, termín vznikol z anglického slova „shot“, znamenajúci v preklade výstrel. Toto slovo symbolizovalo jednak operatívnosť spracovania predmetnej udalosti (zachytenie udalosti niekoľkými stlačeniami spúšte kamery), a jednak stručnosť výslednej audiovizuálnej formy.

Formálna stránka:

Televízny šot je jedným z najkratších televíznych žánrov. V dobe vzniku sa skladal z troch záberov, z ktorých prvý udalosť alebo jav exponoval, druhý vysvetľoval a tretí záber udalosť uzatváral. Sprievodným javom bola prísna stručnosť a presnosť vyjadrenia. Dnes šot má mnoho formálnych obmien, ale jeho základnou povinnosťou naďalej ostáva čo najrýchlejšie a najintenzívnejšie informovať. Šot v najkratšej a nerozvinutej forme je východiskom pre vyššiu televíznu formu – pre televíznu reportáž.

1.3. Reportážna skratka, riport (action news)



Charakterizácia:

Základným rozdielom medzi reportážnou správou a reportážnou skratkou čiže skrátene riportom je rozsiahlosť a obsažnosť predkladanej informácie. Riport je charakterizovaný tým, že autor príspevku – redaktor je súčasťou udalosti v danom okamihu a v danom okamihu podáva autentickú správu a osobnú výpoveď o súbežne sa odohrávajúcej udalosti. Okrem konkrétnych skutočností najmä v obrazovej zložke autor príspevku vyjadruje svoje osobné postoje, úsudky, dojmy a závery. Autorskými závermi dochádza k zovšeobecneniu ináč subjektívneho pohľadu na skutočnosť.

Action News – je obdobou riportu v USA. Formát vznikol ako reakcia na **Eyewitness News** a kládol dôraz na rýchlosť pretlmočenia krátkej aktuálnej správy. Vzniklo obmedzenie 90 sekúnd na jednu správu, príznačné boli informácie z blízkeho okolia televízie a súčasťou bola ponuka pracovných príležitostí pre nové talenty v spravodajstve.

Formálna stránka:

Štruktúra základnej podoby riportu je postavená na štyroch hlavných častiach.

1. V úvode redaktor charakterizuje tému, dôvod a príčiny, prečo je na problém upriamená pozornosť. Stojí pred kamerou v PD až PC⁸, v pozadí je jasne čitateľné autentické prostredie, drží mikrofón charakterizujúci jeho tv stanicu, stručne a jasne rekapituluje udalosti.

2. V druhej časti riportu nasleduje obrazová rekapitulácia a obrazový popis udalosti. Dobrým znakom je schopnosť redaktora vytvoriť synchrónny vzťah medzi ilustračnými zábermi prostredia a čítaného textu, ktorý môže byť vytvorený tak na mieste činu (dosiahne sa zvuková jednota), ako aj dodatočne v štúdiu, keď možno získať určitý autorský odstup od udalosti.
3. Riport pokračuje výpoveďou očitého svedka alebo účastníka udalosti, ktorý do príspevku prinesie autentickú emotívnu stránku udalosti (prírodná katastrofa, sociálny problém, národnostný konflikt a i.), a nasmerujú diváka k získaniu vlastného postoja k udalosti.
4. Ukončenie riportu ostáva znova na redaktorovi v „standupe“ – postoji pred kamerou PD alebo PC (výnimočne celok, ak to rekvizita vyžaduje), ktorý rekapituluje predvádzané skutočnosti. Snahou redaktora je duševne sa čo najviac priblížiť téme. Formálne to môže byť vyjadrené jednak funkčným pozadím, jednak rekvizitou, kostýmom alebo iným zástupným znakom reprezentujúcim udalosť. (Prilba pri požiari, opica v zoo, herecký kostým v divadle, pohár s vodou pri problémoch s vodou..., možnosti je nepreberne veľa.)

Štyri výstavbové časti riportu sa zhodujú so štruktúrou vedeckej analýzy s akronymom **IMRAD**. Táto štruktúra je v súčasnosti najdôležitejšou štruktúrou pre vedeckú analýzu problému. Akronym IMRAD zastupuje slová: **I**ntroduction, **M**ethods, **R**esults and **D**iscussion.

1. **Introduction (úvod)** – prečo sa zaoberáme predkladanou problematikou. Aké sú výskumné otázky, očakávané výsledky, aký je účel, čo sa od neho očakáva.
2. **Methods (postup)** – kedy, kde a ako bude analýza vykonaná a aké prostriedky na to použijeme.
3. **Results (výsledky)** – kakým záverom sme dospeli vo výskume. Boli vyslovené tézy potvrdené alebo boli popreté?
4. **Discussion (úvaha)** – čo predkladaná odpoveď znamená a aké sú perspektívy budúcich výskumov.

Ekvivalentom akronymu v slovenčine je UPVU: úvod, postup, výsledky, úvaha.

Obrazová časť riportu je vnútorne dynamická, hľadajúca, autor nezaznamenáva len fakty, aby ich zaregistroval, zachytáva prostredie, okolie, atmosféru (!), podáva kameramanský popis udalosti. Využíva voľnejšiu montáž, kamera upozorňuje na významné prvky nájazdmi (aj prudkými), panorámou dáva fakty do súvislostí. Do súvislostí radí za sebou fakty aj strihová skladba. Forma riportu umožňuje aj neučesaný tvar – ručná kamera, neukončené zábery, nedozreté zábery, preostrenia, výnimočne dĺžka záberov v reálnom čase... Využívanie „stand-up“-ov uprostred riportu sa považuje za neschopnosť redaktora rozprávať fakty obrazom.

Mimoriadne dôležitým emotívnym prvkom riportu je **formálna schopnosť zachytiť atmosféru (!)**.

Text je možné prerušiť a nechať rozprávať len emotívny obraz v kontexte s autentickým zvukom. **Umožňuje strihovo pracovať s temporytmom.**

Riport je audiovizuálnou výpoveďou priameho svedka o konkrétnej a neopakovateľnej udalosti. Obsahuje stanoviská, závery aj zovšeobecnenia. Riport zaznamenáva autentickú

realitu cez osobnosť redaktora – tvorcu metódou dokumentárneho zobrazenia reportážnym spôsobom.

Hoci východiskový žáner deklaruje, že by nemal byť osobný, text riportu môže byť osobný. Je možné z neho cítiť osobné autorské zaujatie, čo v prípade televíznej správy by nemalo byť ani v náznaku. Problémy môžu byť aj kontrapunkticky pomenované, môžu vyhocovať situáciu, burcovať a bojovať. Na konci dochádza k záverečnému (aj osobnému) zhodnoteniu situácie.

Bol to práve riport, ktorý pred niekoľkými rokmi po zmene ekonomických vzťahov v našej spoločnosti spôsobil revolúciu v masovokomunikačných médiách.

*Vznikla najprv TV Nova a potom aj TV Markíza. Ich zásadnou existenčnou nevyhnutnosťou bolo presadiť sa v konkurencii so zabehnutými štátnymi televíziami, prilákať diváka a s nim aj reklamných partnerov. Čo mohlo rozhodnúť o priazni diváka? Samozrejme, dobrý celovečerný film (pre priemerného diváka americký) a potom spravodajstvo, publicistika a zábava. Keby sme siahli po štatistikách diváckej televíznej úspešnosti, jednoznačne by percentuálne zvíťazili televízne noviny ako najsledovanejší základný televízny žurnalistický žáner. A do konkurenčných nových televízií vstúpil **RIPORT**. Dost' bolo anonymity a skrývania sa za cudzie politické chrby! Dost' bolo statiky a rozvláčnosti! Treba šetriť divákov čas, rozhábať ho, podať mu trocha bulváru, je potrebné vytvoriť individuality, ktoré plne zodpovedajú za svoj názor a za svoju prácu!*

Filozofická kategória: Postavenie individuality v historickej dobe!

Prišiel riport a televízie Nova aj Markíza začali víťaziť v plnom rozsahu. Dnes už aj verejnoprávne televízie chápu úlohu formálneho stvárnenia televíznych žurnalistických žánrov a prispôsobujú sa v boji o divákovu priazeň. Preferencie v spravodajstve sa upravili.

1.4. Televízna črta. Koncipovaná reportáž

Charakterizácia:

Televízna črta je publicistický tvar, ktorý zobrazuje človeka v skratke, vyberá si niektoré jeho vlastnosti a zvláštnosti, ale na rozdiel od medailónu alebo monografie nezobrazuje osobnosť komplexne. Táto forma je blízka aj reportáži alebo fejtónu. Črta sa od správy alebo riportu líši tým, že pri nej vždy ide o rekonštrukciu, o audiovizuálnu interpretáciu poznaného faktu – udalosti.

Televíznu črtu možno teda charakterizovať ako najkratšie formálne uzatvorené dokumentárne dielo televíznej žurnalistiky zobrazujúceho človeka a hovoriaceho o človekovi, životnom jave alebo udalosti. Dokumentárne dielo, ktoré vzniká na základe vopred už známej skutočnosti spracovanej metódou rekonštrukcie. Žáner je profesionálne veľmi náročný a zo súčasnej praxe sa takmer vytratil.

Formálna stránka:

Keďže ide o rekonštrukciu poznaného javu, výsledný tvar vzniká na základe možnej literárnej prípravy, ktorej rozsah závisí od obsažnosti a dôležitosti témy. Črta vlastne vzniká pri druhom stretnutí s predkamerovou realitou. Kým pri riporte zobrazovaná udalosť beží súčasne s kameramanským zaznamenávaním udalosti a redaktor nemôže zasiahnuť do behu udalostí, pri televíznej črte je možné ovplyvniť výsledný tvar aj emotívnymi temporytmickými výstavbovými prvkami, archívnymi inožánrovými formálnymi postupmi, hudbou. Kreativita

redaktora nemá obmedzenie (individuálny autorský pohľad, subjektívne formulácie) a aj usmernenie diváka je v jeho rukách.

Má možnosť ovplyvniť verejnú mienku a spoločenské vedomie.

1.5. Televízny fejtón

Charakterizácia:

Televízny fejtón je audiovizuálny žáner televíznej žurnalistiky, ktorého téma sa viaže k jedinému faktu aktuálnej sociálnej reality. Obsah a forma sú založené na nápade a na originálnej obrazovo zvukovo textovej interpretácii. Tvar sa vyznačuje vnútornou gradáciou a vyúsťuje do prekvapujúcej pointy. Predmet fejtónu nemusí mať len kritické alebo satirické zameranie, ako by sa mohlo na prvý pohľad zdať. Jeho námetom môže byť nejaká zaujímavosť, kuriozita, zvláštnosť. Silou fejtónu je, že zasahuje vnútorný život diváka, že aj vzdialené problémy dokáže stvárniť do podoby prístupnej divákovi. Divák za obrazom a slovom príspevku musí vycítiť človeka, ktorý mu odhaľuje svoje vnútro, radosť, žiaľ, úsmev, rozhorčenie, lásku...

Formálna stránka:

Základom fejtónu je myšlienka (nápad), ktorá vyúsťi do pointy. Závery fejtón nezovšeobecňuje. Obyčajne obrazové zobrazenie je menej variabilné ako textová časť, čo však nevylučuje štylizáciu obrazu, používanie obrazových symbolov, gradáciu, opakovanie, elipsu, antitétu, synekdochu, eufemizmus, metaforu, alegóriu... Rakurzy kamery, optické stvárnenie, veľkosti a dĺžky záberov. Celá formálna stránka sa úplne podriaďuje potrebe vyúsťenia do pointy.

1.6. Televízne vystúpenie

Charakterizácia:

V porovnaní s tlačou alebo rozhlasom jedine v televízii je možné šíriť informáciu prostredníctvom viditeľnej osoby. Touto personifikáciou sa môže zvýšiť význam informácie, ale výsledok môže byť aj opačný, pretože divák okrem myšlienky má možnosť sledovať aj vedľajšie javy informácie, ako je mimika, gestikulácia, fyziognómia, oblečenie, zafarbenie a modulácia prejavu... Pri autorskej interpretácii je vylúčená anonymita, divák poznáva tvár interpreta, spôsob formy interpretácie, vzniká vizuálny kontakt, vytvárajú sa emocionálne vzťahy, vzniká sympatia alebo antipatia.

Spoločným znakom televíznych vystúpení je, že:

- významovotvorná zložka spočíva predovšetkým v textovej časti žurnalistického prejavu,
- vystúpenie sa vždy viaže ku konkrétnej osobe autora, a to aj v prípade, že ide o interpretáciu myšlienok neprítomného autora redaktorom, čo vylučuje anonymitu myšlienok vo vzťahu k divákovi,
- majú veľký mediálny dosah, oslovujú alebo jednotlivcov, alebo určité sociálne skupiny s rovnakým postavením v spoločnosti, ovplyvňujú verejnú mienku,
- obyčajne autorsky rozoberajú jednu spoločensky významnú udalosť.

Formálna stránka:

Pri televíznych vystúpeniach existujú rôzne možnosti využitia názorných materiálov v podobe obrazu vo všetkých variantoch. Obraz buď pokrýva celú obrazovku, alebo kľúčovaním statického či pohyblivého pozadia dopĺňa myšlienkovú stránku vystúpenia. Takéto pozadie môže byť v dvoch polohách. Obraz môže konkrétne dokumentárne ilustrovať hovorené slovo, alebo nemusí prinášať žiadnu konkrétnu informáciu, len dokumentovať, ilustrovať v rámci globálnej obrazovej alebo zvukovej symboliky. Platí pravidlo o vyváženosti formy a obsahu, zákon jednoty, keď sa obraz a zvuk vzájomne dopĺňajú.

Televízne vystúpenie môže byť:

- napísané a čítané, interpretované autorom alebo niekým iným,
- napísané a spamäti interpretované,
- s bodovým scenárom voľne interpretované,
- improvizované.

1.6.1. Televízny komentár

Charakterizácia:

Komentár sa postupne vyvíjal zo správy podobne ako iné žánre. **Komentár k správe pridáva výklad tak, aby divák správu správne pochopil.**

Televízny komentár v porovnaní s textovým komentárom má už spomínanú výhodu, že divák komentár vníma vo vlastnom individuálnom prostredí počas plynutia času a osobnosť komentátora vníma s jeho špecifikami. Komentár môže byť:

- vysvetľujúci,
- popularizujúci,
- podnecujúci,
- kritický,
- polemický...

Formálna stránka:

Spríevodnou obrazovou formou sú ilustračné zábery vo všetkých podobách. Pri náplni obrazovej kinetickej podoby je potrebné dbať na obsahovú zhodnosť ilustračných záberov so zvukovou zložkou komentára.

Televízny komentár je možno schematicky vyjadriť takto:

1. vzbudenie záujmu
2. hlavný fakt a jeho vzťah ku skutočnosti a divákovi
3. analýza faktu
 - sprievodný fakt č. 1
 - sprievodný fakt č. 2
 - sprievodný fakt č. 3...
4. dôsledok na predmetnú realitu
5. zovšeobecnenie a záver

Vzbudenie záujmu je všeobecnou umeleckou kategóriou, od ktorej sa autor odráža pri realizácii akéhokoľvek umeleckého diela. V hudbe sú to prvé taktý s prvou melódiou, v beletrii možno prvá veta, prvý odsek, prvá strana alebo kapitola, po ktorej čitateľovi musí byť jasné, že knihu chce dočítať, v maliarstve prvý pohľad asociujúci prvý pocit,

v architektúre prvý celkový pohľad na architektonické dielo... v televíznej žurnalistike prvá veta, ktorá osloví/neosloví... Autora príspevku je možné obrazovo riešiť v PD alebo PC. V americkej kinematografii sa pojem vzbudenie záujmu nazýva **CALL TO ACTION**.

Hlavný fakt a jeho zaradenie do kontextu znamená vymenovanie všetkých uhlov pohľadov, ktoré prichádzajú do úvahy pri náhlade na problematiku. Nastáva pozvoľný prechod k ilustračným záberom.

Analýza faktu dochádza k zaradeniu faktu do historického, kultúrneho, politického, spoločenského kontextu v širších súvislostiach.

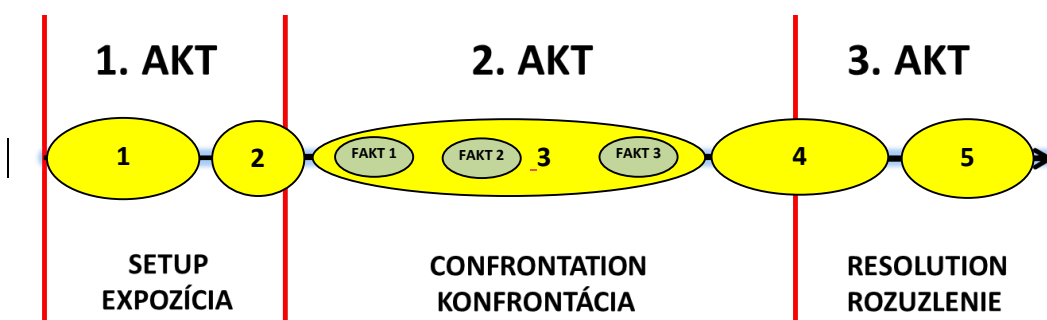
Vymenovanie podružných čiastkových faktov je dobré postaviť podľa zásad nezáujatosti a keby predkladateľmi faktov mali byť očití oponentní svedkovia, je nevyhnutné dbať na vyváženosť oponentných príspevkov.

Dôsledok na predmetnú realitu má najvyššiu mieru potreby obrazovej a zvukovej synchronity. Tu je najväčšia možnosť získať si diváka pred záverečným zhodnotením.

Záverečné komentárové zhodnotenie so zovšeobecnením je možné riešiť PD alebo PC autora komentára, kde znovu dochádza k osobnému kontaktu so zvýšenou možnosťou zdôraznenia problematiky a postoja k nej.

Porovnaním s americkou trojaktovou štruktúrou by sme objavili zhodu s niektorými štruktúrálnymi prvkami.

- | | |
|---|--|
| 1. Vzbudenie záujmu | opening image, call to action, inciting incident |
| 2. Hlavný fakt | debate, 1. turning point |
| 3. Analýza faktu | 2. akt |
| Vymenovanie čiastkových faktov | darkest point, 2. turning point |
| 4. Dôsledok na predmetnú realitu | climax |
| 5. Záverečné zhodnotenie | resolution, final image |



1.6.2. Televízna poznámka

Charakterizácia:

Základom televíznej poznámky je spoločenský fakt, ktorý autor formou monologicky hovoreného prejavu vysvetľuje a hodnotí, zaujíma k nemu stanovisko a usiluje sa o myšlienkové ovplyvnenie diváka. Najúčinnnejšou poznámkou je forma autorskej poznámky, kde autor osobne sprostredkúva svoj názor.

Formálna stránka:

Z formálneho hľadiska ide o zobrazenie človeka v PD alebo PC, zväčša bez pohybu kamery a zvláštnych efektov. Súčasťou je sugestivita autora, keď najdôležitejším kritériom diváka je hodnotenie „verím-neverím“. K záveru dochádza nielen skúmaním pravdivostnej hodnoty faktov a argumentov, ale aj skúmaním výrazu autora, oblečenia, skúmaním očí, vrások a podobne. Psychologické vlastnosti vzniknutého vzťahu sú veľkým predpokladom kladného výsledku televíznej poznámky.

1.6.3. Televízne hodnotenie, glosa

Charakterizácia:

Glosa podobne ako televízna poznámka stavia na dominante faktu a argumentov v snahe ovplyvniť divákov názor. Rozdiel je len v možnosti využitia zveličenia, satiry, irónie, metafor... Môže mať charakter kritickej poznámky, môže byť polemická, provokujúca a expresívna.

Formálna stránka:

Rovnako ako pri televíznej poznámke. Veľmi častou formou glos sú improvizované glosy, ktoré kladú veľké nároky na autora, jeho vedomosti a jeho schopnosť prispôbiť sa okamžitej situácii.

1.6.4. Televízny príhovor, prejav



Charakterizácia:

Televízny prejav je osobný, monologický, autorský prejav zvyčajne spoločensky významnej osobnosti, ktorá osobitým prejavom chce ovplyvniť názory divákov. Nemal by sa čítať. Prejavy pomáhajú vytvárať tesnejší vzťah medzi občanmi a predstaviteľom spoločenskej štruktúry.

Osobitou formou televízneho prejavu je prejav hlásateľiek pri predstavovaní televíznych relácií divákovi.

Formálna stránka:

Pri prejave sa nepoužívajú ilustračné zábery, dôraz je kladený na osobnosť prejavu, na jeho slovo a reč.

1.6.5. Televízna úvaha

Charakterizácia:

Televízna úvaha sa často môže prelínať s televíznou poznámkou alebo prejavom. Podobne ako obidve príbuzné formy aj úvaha vychádza z určitej myšlienky, citátu alebo faktu, ktorý rozvíja tak, aby ju/ho divákovi čo najdôkladnejšie predostrela. Dominujú vzťahy, súvislosti, väzby, menej fakty alebo čísla. Autor úvahy spravidla **necháva otvorený koniec, ktorý vedie**

divákov k utvoreniu vlastného názoru, a práve divácke vytváranie názoru je hlavným rozdielom v porovnaní s inými spomínanými formami.

Formálna stránka:

Pri úvahe sa nepoužívajú ilustračné zábery, dôraz je kladený na osobnosť prejavu, na jeho slovo a reč.

1.6.6. Televízna recenzia

Charakterizácia:

Pri recenzii ide o kritický rozbor umeleckého (filmového, literárneho, hudobného), odborného, vedeckého alebo politického diela, ktorý obsahuje jeho odôvodnené hodnotenie z ideovej, odbornej, vedeckej alebo umeleckej stránky.

Televízna recenzia je podmienená skutočnosťou, že prebieha v čase, teda divák sa k nej nemôže vrátiť tak, ako je to pri písanej recenzii. Na rozdiel od tlačovej recenzie jej úlohou teda nie je osloviť určitú skupinu prijímateľov (napr. autora diela, úzky okruh znalcov, ktorí poznajú posudzované dielo), ale osloviť čo najširšiu divácku obec (ktorej hodnotené dielo je neznáme) a tomu prispôbiť aj výrazové prostriedky.

Cieľom televíznej recenzie je získať diváka, aby si posudzovanú knihu prečítal, pozrel film, vypočul hudobné dielo, navštívil divadelné predstavenie. Je tu mierne zvýraznená reklamná poloha pred analytickou polohou.

Formálna stránka:

Aj v tejto forme je rozhodujúca zvuková rovina autorskej výpovede postavená na komentári. Recenzent môže použiť ukážky z hodnoteného diela (ukážky filmu, divadla, fotografie, citovať literárnu ukážku), umožňuje maximálne využitie pohyblivého obrazu. Temporytmickými vzťahmi, často vychádzajúcich zo vzťahov predmetnej reality, môže posilniť emocionálnu stránku televíznej recenzie.

1.6.7. Televízny referát

Charakterizácia:

Ide o monologický prejav o spoločensky významnej, politickej, kultúrnej či športovej udalosti. Je to jednoznačne informačný formát, jeho cieľom je dodať divákovi informácie o udalosti, ktoré ho zaujímajú. Referát popisuje udalosti chronologicky, skracuje čas výberom rozhodujúcich faktov, uplatňuje sa lineárna metóda radenia faktov. Redaktor ako priamy účastník a svedok významnej udalosti referuje verejnosti o jej priebehu (napr. politickom prejave). Rozpráva o tom, čo sa stalo, ale nijako sa nezaujíma, ako sa to stalo. V referáte sa odpovedá na základné otázky: Kto? Čo? Kedy? Prečo? **Referát nemá zhrnutie, redaktor nerobí sám závery, uplatňuje všeobecne deklarovany postoj.**

Formálna stránka:

Na zvýšenie autenticity je možné referát robiť priamo v prostredí, ktorého sa týka. Za redaktorom sa v druhom pláne objavuje priestor so zvukovou kulisou. Skladba má voľné

tempo, strih je na slovné frázy. Redaktor využíva details z udalosti, citáty, anekdoty, približuje sporné situácie, fotografie, grafy, je možné použiť výpoveď očitého svedka.

Najčastejšími prostriedmi referátu sú:

- tlačová konferencia,
- medzinárodné kongresy, odborové stretnutia,
- manifestácie, demonštrácie a spoločenské nepokoje,
- prírodné katastrofy a nehody,
- športové a kultúrne podujatia,
- súdne procesy.

1.7. Televízny rozhovor, interview



Charakterizácia:

Rozhovor má **dialógový charakter**, striedajú sa kladené otázky s odpoveďami respondenta na ne. Pri porovnaní s rozhlasovým alebo novinovým rozhovorom je výhodnejší televízny rozhovor, keďže televízia umožňuje priniesť autentickú podobu, zachytiť prejav človeka v konkrétnom prostredí v priestore a čase.

Interview je umením kladenia sokratovských (zaujímavých a zrozumiteľných) otázok. Je to spôsob kladenia otázok významnej osobnosti na sprostredkovanie informácií alebo vysvetlenia názoru, ktoré majú svoj význam len vtedy, keď ich porozpráva práve interviewovaná osoba v prvej osobe a vlastným hlasom.

Interview (rozhovor) delíme na:

- **Oficiálny (protokolárny) rozhovor.** Redaktor vyslovuje vopred dohodnuté otázky a uspokojuje sa so získanými odpoveďami. Otázky sú formulované presne a jednoznačne.
- **Informatívny rozhovor (anketové interview).** Jeho zmyslom je získať od opýtaného informácie, ktoré obyčajne nie sú oficiálnym stanoviskom, sú osobným stanoviskom opýtaného. Respondent v ňom hovorí o svojich názoroch a plánoch viac, ako doteraz povedal v iných situáciách.
- **Reportážne interview (svedecký rozhovor).** Respondent rozpráva o nejakej udalosti, ktorej bol svedkom.
- **Portrétny (psychologický) rozhovor.** Predstavuje osobnosť opýtaného.
- **Dokumentárne interview.** Odborník vysvetľuje fakt alebo problém.
- **Diskusný rozhovor (prieskumné interview).** Pri tejto forme je cieľom hľadanie ciest na riešenie problémov. Redaktor nielen kladie otázky, ale aj zaujíma stanoviská a uvádza logické argumenty na podporu týchto stanovísk.
- **Imaginárne interview.** Falošné, významnej osobnosti sa do úst vkladajú odpovede, ktoré chce utajiť.
- **Predstierané interview.** Redaktor sa vydáva za niekoho iného, aby ho získal.
- **Reklamný rozhovor.** Vychádza z informatívneho, len jeho náplňou sa stáva reklamná informácia.
- **Mikrointerview.** Pozostáva najviac z dvoch otázok.

Rozdiel medzi rozhovorom a interview: Rozhovor je kratší a závisí úplne od respondenta. Interview sa uskutočňuje s dopredu naplánovaným zámerom, nevzniká náhodne a redaktor

pripravené otázky formuluje predovšetkým z pozície diváka a ak je informovanejší ako divák, tak zo svojej pozície ako pozície občana.



Formálna stránka:

Najdôležitejšou zásadou rozhovoru je možnosť čo najlepšie vidieť respondentovi do tváre, čo najlepšie registrovať jeho „stav duše“. Z toho vychádza postavenie kamery – PD, D pohľad spoza ramena redaktora. En face. Rozhovory sa zväčša neopakujú a keďže v exteriéri je k dispozícii len jedna kamera,

platí zásada, že osoba redaktora a ním kladené otázky nie sú také dôležité, aby zazneli v synchróne, ako sú dôležité synchrónne snímané odpovede opýtaného. Dokonca aj asynchrónne kladená otázka s pohľadom na opýtaného má svoj význam, pretože výraz a sústredenie opýtaného počas kladenia otázky má svoje psychologické vyznenie. Kladenie najdôležitejších otázok je možné urobiť aj dodatočne.

Pri rozhovore má veľký význam otázka, jej forma a význam. Platí tu zásada: „Aká otázka, taká odpoveď.“ Popisné a stereotypné otázky evokujú aj rovnaké odpovede.

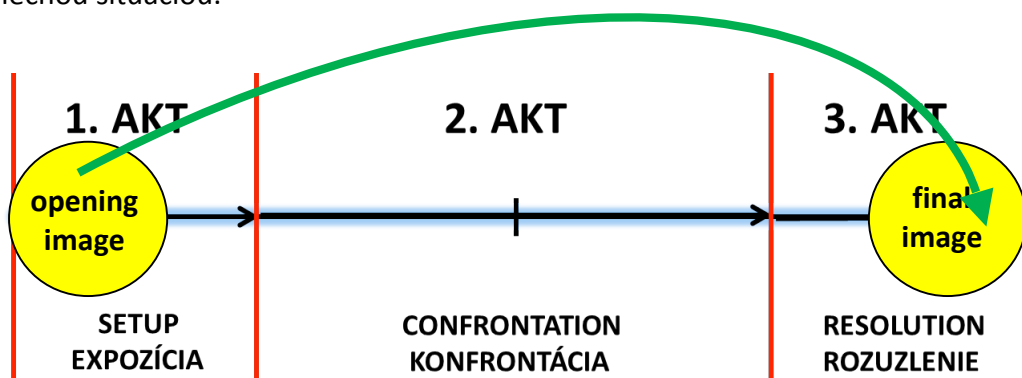
Televízny rozhovor by mal vychádzať z týchto zásad:

1. Rozhovor musí byť vedený v mene diváka. **Téma** musí byť pre diváka zaujímavá.
2. Redaktor musí vymyslieť takú sieť otázok – **dramaturgiu**, aby odpovede niesli čo najviac dôležitých a účelných informácií.
3. Úspech rozhovoru je daný **spôsobom** kladenia otázok.
4. Všetky redaktorove snahy by mali viesť k **pozitívnemu** výsledku. Psychologicky pohľadom pomáhať vyjadrovaniu myšlienok.
5. Vyzdvihnúť **osobnosť** opýtaného. Zbaviť ho rezervovanosti a pretvárkou, dať mu priestor, zabudnúť na presadzovanie svojej vlastnej osobnosti.

Aby bol rozhovor vecný, otvorený, konkrétny a zrozumiteľný, musia byť splnené aj kritériá:

- Otázky musia byť krátke a konkrétne.
- Otázky vo svojej postupnosti musia tvoriť logický celok.
- Otázky by mali byť postavené tak, aby vytvárali určitý dramaturgický kruh. (Končia začiatkom.)

Pri porovnaní s teóriou trojaktovej štruktúry ide o naplnenie kontrastu medzi úvodnou a konečnou situáciou.



Pre úspech rozhovoru alebo interview je dôležitý aj **výber respondenta a redakčná príprava redaktora**. Výber respondenta je dôležitý aj z dlhodobého hľadiska konštruovania určitej verejnej témy a vytvárania verejnej mienky. Medzi hlavné zásady prípravy redaktora platí:

1. Nadviazanie dobrého osobného vzťahu, **zbavenie respondenta trémy a strnulosti**.
2. Vytvorenie pocitu **útulnosti** a komornosti prostredia.
3. Umiestniť respondenta do takej **polohy** stáť alebo sedieť, ktorá je pre neho čo najprirodzenejšia z hľadiska kamery, osvetlenia, bránice, okoloidúcich ľudí...

1.8. Anketa (Inquiry)

Charakterizácia:

Nesystematický prieskum otázkou, obyčajne pri malej skupine respondentov, ktorí nespĺňajú štatistické kritériá. Je jedným z najprestížnejších televíznych žánrov. Ak reportáž zobrazuje udalosť, anketa sa pokúša udalosť vysvetliť a riešiť. Z definície vyplýva, že anketa sa v žánrovom zaradení nachádza na rozmedzí medzi spravodajským a publicistickým tvarom. Je vytvorená jedným redaktorom alebo skupinou redaktorov, pričom anketa môže byť vysielaná aj na pokračovanie.

Anketa môže byť:

- informačná
- interpretačná

Informačná anketa je zameraná na registráciu neprvoplánových informácií, prípadne na zdôraznenie zabudnutých informácií. Interpretačná anketa zdôrazňuje vzťah k divákovi tým, že ho núti vytvárať si názor na predkladanú tému.

Ankety možno členiť:

- aktuálna anketa – vzniká pod tlakom aktuálne prebiehajúcej udalosti,
- lokálna anketa – je formou aktuálnej ankety a zaoberá sa okrajovými, lokálnymi otázkami,
- magazínová anketa – poukazuje na globálnejšie problémy,
- investigatívna anketa – jej cieľom je odhaľovať skryté problémy.

Formálna stránka:

Spracovanie ankety má päťstupňový postup, ktorý sa dá prirovnať k vedeckému skúmaniu.

1. položenie správnej otázky
2. zhrnutie poznatkov k otázke (dokumentácia)
3. definovanie pracovných predpokladov pri zachovaní rovnocennosti všetkých vzťahov
4. overenie si pracovných predpokladov s respondentmi
5. formulácia záveru

Iným vyjadrením tejto štruktúry je:

1. problém
2. predpoklad
3. overenie
4. úsudok (záver)

Pričom: problém + predpoklad predstavujú = **tézu**, overenie je zastúpením **antitézy** a úsudok (záver) je **syntézou** problému.

Ďalším vyjadrením tejto štruktúry je:

1. konflikt
2. argumenty jednej názorovej strany
3. argumenty druhej názorovej strany
4. fakty
5. fakty odborníkov
6. úsudok o tom, kto z názorových skupín má pravdu

2. Skupina publicistických žánrov s dominantnou analyticko-vysvetľujúcou funkciou

- 2.1. neštylizovaná reportáž
- 2.2. štylizovaná reportáž
- 2.3. publicistická relácia formou zberného materiálu
 - 2.3.1. televízna reportáž
 - 2.3.2. televízny cestopis
 - 2.3.3. televízna anketa
 - 2.3.4. televízna pohľadnica
- 2.4. televízne vystúpenie, televízna beseda
 - 2.4.1. televízne vystúpenie
 - 2.4.2. televízna beseda
 - 2.4.3. televízna konferencia
 - 2.4.4. televízna tribúna
- 2.5. záznam zo zhromaždenia alebo zasadania vrátane prejavov zúčastnených
- 2.6. televízne pásmo využívajúce všetky dostupné formy televízie
 - 2.6.1. monotematické pásma
 - 2.6.2. polytematické pásma
- 2.7. televízne magazíny
 - 2.7.1. magazín, monotematické pravidelne sa opakujúce relácie
 - 2.7.2. polytematické relácie

Publicistika je novinárska, prípadne spisovateľská činnosť informujúca verejnosť o aktuálnych otázkach a komentujúca ich v novinách, rozhlase a televízii. Je po spravodajstve druhá základná zložka novinárskych celkov. Publicistiku môžeme rozdeliť do dvoch skupín podľa používaných postupov a podľa prístupu novinára k stvárňovanej udalosti:

- **Publicistika racionálneho typu** – postupy tvoria analýza a syntéza, porovnávanie, vysvetľovanie, dokazovanie a argumentovanie, z čoho vyplýva logicko-pojmové stvárňovanie témy. Publicistika racionálneho typu je charakteristická výkladovým slohovým postupom a približuje sa náučnému štýlu.
- **Publicistika emocionálneho typu** – umelecké vyjadrovanie, beletristika, logická fantázia, alegorickosť, expresivita, širšie zovšeobecňovanie, z čoho vyplýva obrazno-emocionálne stvárňovanie. Táto publicistika sa približuje umeleckému štýlu.

Publicistika, podobne ako spravodajstvo, stvárňuje aktuálne javy.

Kým v spravodajských textoch je primárna novosť, v publicistike sa dostáva do popredia autenticnosť a analýza.

Publicistické texty sú charakteristické pre periodiká s dlhšou periodicitou a pre rozšírené vydania denníkov.

Publicistika (lat. *publicus* = verejný, obecný) je označenie typu žurnalistickej tvorby a výsledku takej tvorby, ktorá je zameraná na verejnosť a určená na publikovanie. Na rozdiel od spravodajstva okrem informácií obsahuje aj **autorov subjektívny názor** na niektoré aktuálne témy. **Publicistika používa analýzu, hodnotenie, subjektívne postoje, presvedčovacie prostriedky, prípadne emotívne prvky.**

Publicista je človek, ktorý aktívne vytvára publicistiku, to znamená, že sa vyjadruje k rôznym často aktuálnym témam, predovšetkým hospodárskym, politickým, sociálnym či kultúrnym v novinách, televízii, rozhlase v oblasti filmu alebo na internete.

Charakterizácia:

Tento televízny žáner považujeme často za najšpecifickejšiu možnosť televízie. Vzhľadom na vývoj televízie dnes rozlišujeme dva pohľady na reportáž:

- **Neštylizovaná televízna reportáž – priamy prenos**
- **Štylizovaná reportáž**

2.1. Neštylizovaná televízna reportáž – naživo, spravodajská reportáž



Zväčša ide o priamy, živo vysielaný prenos, počas ktorého má divák možnosť získať ten najautentickejší pocit „byť pri tom“, byť okamžite autenticky informovaný o „behu dejín“. Spomeňme si na športové prenosy z hokejových majstrovstiev sveta alebo na priamy prenos z vesmírnych úspechov ľudstva atď. Variantom živého prenosu je záznam prenosu.

Redaktor (reportér) je človek, ktorý požičiava svoje zmysly divákovi, je zvedavý, kriticky objektívny, je pozorovateľom a anketárom. Reportáž je kolektívnym dielom.

Formálna stránka:

- **Lineárnosť.** Takáto reportáž z hľadiska deja prebieha bez možnosti zásahu režiséra do časovej štruktúry reportáže. Neraz sa odvíja len na základe odhadu možnosti vývoja.
- **Časová totožnosť.** Čas filmový (televízny) je totožný s časom reálnym.
- **Improvizácia režiséra.** Nemožnosť presnej scenáristickej prípravy zvyšuje nároky na schopnosť improvizácie vo všetkých tvorivých profesiách. V réžii, strihu, zvuku, kamere, grafike, ozvučení... a podobne.
- **Jednota priestoru.** Časová totožnosť neobmedzuje autora v nevyhnutnosti dodržať jednotu miesta. (Reportáž zostavená zo záberov z rôznych prostredí a miest.) Jednota priestoru vzniká jednotou myšlienky, ktorá je tu rovnako zásadná ako pri ostatných filmových a televíznych žánroch.
- **Jednota zvuku.** Zvuk vo všetkých svojich prejavoch – v hovorenom slove, hudbe, ruchoch pracuje len s takými formami, ktoré sú myšlienkovito odôvodniteľné ako funkčné, bez vnášania inotajov a nejasností, ktoré by diváka mohli dezorientovať a odpútať od základného televízneho faktu predkamerovej reality priameho prenosu.
- **Strihová skladba** jednoznačne smeruje k prvoplánovej zrozumiteľnosti, jasnosti a prehľadnosti. Orientuje v priestore, aktéroch podujatia a spolu s ostatnými formálnymi prvkami odpovedá na otázky známe zo spravodajstva: **KTO? ČO? KEDY? KDE? AKO? PREČO?** Netoleruje sa strihačova svojvôľa neodôvodniteľnej rytmizácie, umelá zvuková štylizácia, vnášanie samoučelných trikov. Všetky trikové postupy podliehajú prísnej logike predviesť divákovi čo najzrozumiteľnejšie predkamerovú udalosť.
- **Komentár** sa síce vo všeobecnosti obmedzuje v charakterizácii udalosti, ale výnimky potvrdzujú pravidlo a pri správne odhadnutej situácii a forme práve subjektívny

komentár má tú najsilnejšiu estetickú možnosť ovplyvniť diváka. Spomienku na Gaba Zelenaya alebo Karola Poláka pri športových prenosoch rovnako ako na poloanonymné komentovanie živých prenosov pri zamatovej revolúcii pri štrnganí kľúčmi.

Neštylizovaná reportáž – naživo a spravodajská reportáž je veľmi často materiálom podkladom pre ďalšie rôzne formy reportáží, správy, besedy, konferencie, rozhovory atď.

2.2. Štylizovaná televízna reportáž – magazínová reportáž



Charakterizácia:

Pri štylizovanej televíznej reportáži ide zásadne o iný autorský prístup k stvárneniu reality, ako je to pri priamom prenose. Informuje diváka o udalosti ako o uzatvorenej udalosti. Zásadným spôsobom sa tu uplatňuje **autorský vklad** a vplyv na diváka je **sprostredkovaný autorským názorom**. Predmetom štylizovanej reportáže je síce aktuálna sociálna realita, no na rozdiel od priameho prenosu **udalosť nie je cieľom, ale zámienkou štylizovanej reportáže. Cieľom je odhaľovanie podstaty deja, odhaľovanie väzieb a súvislostí**. (Tak, ako znie reklamný slogan denníka SME.)

Na rozdiel od referátu, ktorý je interpretáciou získaných poznatkov, reportáž je interpretáciou prežitej skúsenosti. Cieľom je dať divákovi možnosť precítiť, čo redaktor videl, prežil a precítil. Tento typ reportáže patrí medzi najovplyvňujúcejšie žánre v televízii, má zväčša charakter autorského diela a je možné z neho vyčítať rukopis autora.

Tri najdôležitejšie funkcie reportáže:

1. osobné podanie informácie,
2. pochopenie spoločenského javu alebo interpretovaného javu,
3. priblíženie informácie divákovi.

Formálna stránka:

- Autorský **výber faktov** a ich časové umiestnenie v dramaturgickom celku. Úmyselne porušená časová os výstavby, linearita, práca s časom slúži autorovi na vyjadrenie zámeru.
- **Dramaturgická výstavba** podliehajúca autorskému zámeru, autorom usmernená a zásadne ovplyvnená. Možný je dokonalý scenár.
- **Kamera** je oslobodená od informatívnej povinnosti, pracuje so všetkými dostupnými štylistickými postupmi v snahe pôsobiť na emócie diváka.
- **Štylistické figúry** známe zo všetkých druhov umení sú možným stavebným prvkom na dosiahnutie autorovho cieľa.
- **Tempo a rytmus** ako základné strihačské veličiny sú tu osobnostným prvkom autorov, režiséra a strihača podobne ako je to pri vyšších dramatických žánroch.
- **Zvuková stránka** (pokiaľ nejde o zámer) je neimprovizovaná, dajú sa z nej vylúčiť chyby, ktoré pri priamom prenose môžu byť funkčné, ale pri štylizovanej reportáži by zbytočne odvádzali pozornosť od autorského zámeru.
- **Hudba a ruchy** sa stávajú významným emotívnym vyjadrovacím prostriedkom.

2.3.3. Televízna anketa

Charakterizácia:

Anketa⁹ je nesystematický prieskum názorov metódou otázky obyčajne malej skupiny respondentov, ktorí nespĺňajú štatistické kritériá.

Televízny variant ankety vytvára najlepší priamy zdroj informácií o verejnej mienke. Je dôležitým nástrojom novinára a slúži ako základ alebo doplnok všetkých základných dokumentárnych žánrov. Dôležitým aspektom je hodnovernosť alebo vedeckosť predkladaných informácií.

Formálna stránka:

V dokumentárnych žánroch nie je dominujúcim faktorom vedeckosť ankety, ale pri jej príprave a realizácii je potrebné zohľadniť tieto všeobecné zásady:

- Musí byť jasné, kto uskutočňuje anketu.
- Kto je objednávateľom ankety.
- Koľko ľudí je súčasťou ankety.
- Akým spôsobom boli ľudia vybratí.
- Aká sociálna skupina sa podieľa na ankete.
- Sú výsledky založené na odpovediach všetkých opýtaných?
- Dôvody na nepostihnutie všetkých respondentov.
- Kedy bola uskutočnená vo vzťahu k zásadnej udalosti.
- Akým spôsobom bola uskutočnená. Osobne, telefonicky, on-line alebo poštou.
- Popis výberových chýb.
- Aké otázky boli položené.
- Poradie otázok môže mať vplyv na výsledky.
- Porovnanie s inými anketami.

Od seriózných ankiet je potrebné odlíšiť „Push ankety“. Je to forma ovplyvňovania verejnej mienky šírením manipulačných informácií o objednávateľových konkurentoch prostriedkami ankety.

2.4.2. Televízna beseda



Charakterizácia:

Beseda je veľmi rozšírený televízny žáner. Jeho podstatou je **rozhovor viacerých osôb na danú tému pod vedením moderátora**, ktorý je obyčajne zástupcom televízie. Beseda môže mať rôzne podoby. Rozličné názory sú kladené vedľa seba bez konfrontácie, s rozborom bez konfliktu alebo konfrontačne s adrenalínom (pri zachovaní televíznej vymoženosti „Tu a teraz...“). (Relácia Aréna na stanici Nova.) Možnosťou televíznej besedy je aj možnosť telefonovania divákov s aktívnou možnosťou ovplyvniť smerovanie besedy. Miestom besedy je štúdio alebo autentické prostredie. Môže sa vysielat naživo alebo zo záznamu.

Formálna stránka:

- Každá časť problematiky musí mať v besede svojho **hlavného predstaviteľa**, ktorý má právo prvej odpovede.
- Ak to situácia umožňuje, ostatní spolubesedníci hlavnú odpoveď doplnia tak, aby divák dostal čo **najkomplexnejšiu odpoveď**.
- Ak niekto z besedujúcich dá nepresnú alebo neúplnú odpoveď, ostatní besedníci nesmú dopustiť, aby nepresná alebo čiastočná informácia prenikla k divákovi ako konečná informácia.
- Besedníci si môžu klásť otázky navzájom.
- V prípade, že moderátor vzhľadom na svoju neznalosť problematiky alebo zo stresu z vysielania predčasne preruší diskutujúceho, je potrebné sa k odpovedi vrátiť a **myšlienku dokončiť**.

Charakter besedy je do značnej miery ovplyvnený osobnosťou moderátora. Jeho úlohy sa dajú zhrnúť do týchto zásad:

- **pripravenosť** – moderátor musí byť na besedu pripravený, má disponovať faktami,
- **usmerňovanie** – jeho úlohou nie je len vyslovovanie otázok, ale aj proporcionálne usmerňovanie, ľahké posudzovanie, arbitrovanie,
- **pochopiteľnosť** – robí všetko pre to, aby tok myšlienok besedujúcich usmernil k divákovi,
- **udržanie témy** – nepripustiť príliš veľké odbočenie od ústrednej myšlienky (samozrejme, ak to nie je poslaním besedy),
- **objektivita** – vytvárať priaznivú atmosféru, preukázať takt a zmysel pre spravodlivosť,
- **nesebapresadzovanie** – nesnažiť sa o sebapresadzovanie (na to sú iné televízne žánre), nedominovať.

Strih sleduje človeka, ktorý má slovo v PD, D. Veľký detail nie je primeraným výrazovým prostriedkom. Vo chvíli nejasnej situácie, kto z diskutujúcich preberie iniciatívu, strihač radí celkový všetko zachraňujúci pohľad. Ak strihač vidí, že niektorý z diskutujúcich ovplyvní priebeh nasledujúcej diskusie, zaradí záber naňho napriek tomu, že zatiaľ nedostal slovo. Vytvára jeho expozíciu a pre diváka dramatické napätie a informáciu o budúcom priebehu besedy.

2.4.3. Televízna konferencia (obdoba tlačovej konferencie)



Charakterizácia:

Je druhom besedy, pri ktorom **viac účastníkov kladie otázky jednému alebo dvom odborníkom**. Otázky sú kvalifikované, sú formulované profesionálmi – novinármi, odpovede obyčajne autoritatívne na úrovni vyhlásení. Otázky a odpovede sa striedajú, nedebatuje a nepolemizuje sa.

Formálna stránka:

Úvod a záver je podobne členený ako pri besede. V podstate sa riešia odpovede v PD záberoch. Otázky sú riešené deduktívnou formou skladby v radení za sebou najprv orientačný C a po ňom PC, PD záber.

2.4.4. Televízna tribúna



Charakterizácia:

V porovnaní s besedou tribúna je **charakterizovaná väčším kontaktom s divákmi** (zväčša telefonickým). Úlohou tribúny je uspokojiť záujem divákov formou otázok a odpovedí na určenú tému.

Formálna stránka:

Podobne ako pri besede. Najdôležitejším predpokladom úspešného kontaktu tribúny s divákom je permanentná informovanosť diváka o možnosti kontaktu s tribúnou vysielaním telefonického čísla.

2.7.1. Magazín, pravidelne opakujúce sa relácie



Charakterizácia:

Magazín sa skladá z väčšieho počtu kratších príspevkov s možnosťou rôznych žánrov, ktoré **sú spojené do jedného celku obyčajne moderátorom**. Jednotlivé príspevky – rozhovor, reportáž, beseda, recenzia, portrét... – sú síce relatívne samostatné, ale pri ich tvorbe sú vzhľadom na celok koncipované do určitej jednotiacej štruktúry. Magazínové formy rozlišujeme ako monotematické a polytematické. Zvyčajne majú pravidelný vysielací čas. Niektoré typy magazínov sa nemusia opakovať (strihový magazín).

2.7.2 Polytematické relácie, televízne pásmo



Charakterizácia:

Skladá sa z radu po sebe idúcich rôznorodých prvkov – z hranej scény, autentického rozhovoru, z fotografií, rekvizít, filmových šotov, reportáží, ankiet, v pásme sa spieva, tancuje, recituje... **Televízne pásmo je typom zloženej relácie, v ktorom sú jednotlivé časti presne komponované vzhľadom na jednu jedinú tému.**

. Skupina dokumentárnych žánrov

3.1. štylizovaný dokumentárny film

- 3.1.1. sociálnopolitický
- 3.1.2. dobový dokument
- 3.1.3. historický dokument
- 3.1.4. portrétny dokument
 - 3.1.4.1. monografia
 - 3.1.4.2. portrét
 - 3.1.4.3. medailón
- 3.1.5. prírodopisný dokument
- 3.1.6. zemepisný dokument
- 3.1.7. turistický dokument

3.2. dokumentárny film formou zberného materiálu, časozberné nakrúcanie

3.3. strihový dokument – mozaika

3.4. televízna kronika

3.5. audiovizuálny záznam, citácia prebratého, napr. divadelného predstavenia

3.6. televízny fičer (feature)

3.7. štylizovaná rekonštrukcia

3.8. metóda Direct Cinema = priamy film, metóda cinéma vérité = film pravda

3.9. ...

Podobne ako hraný film aj televízny **dokumentárny film nevyhľadáva príležitosti využívať hercov a kulisy televíznych štúdií** (čo však nevylučuje ich občasné funkčné využitie). So scenárom nepracuje tak precízne ako pri hranom filme, no na druhej strane autor trávi oveľa viac času skúmaním prostredia a hľadaním faktov. Dôležitá je **autenticita** situácie.



Televízna dokumentárna tvorba vychádza z filmovej dokumentaristiky, ale pri vzájomnom porovnaní získala širší dosah ako filmová, a to z troch dôvodov:

1. Jej dokumentárne cykly sú významne dostupnejšie ako pôvodné filmové dokumenty v kinách.
2. Disponuje množstvom východiskového použiteľného televízneho materiálu.
3. Technologická televízna rýchlosť a formálna univerzálnosť sú možno dôvodom, prečo filmový dokument nie je už taký rozšírený. (Výnimkou sú Papierové hlavy D. Hanáka, My zdes J. Vojteka, Slepé lásky J. Lehotského, výnimkou v zahraničí je Michael Moore s jeho filmami, Erik Gandini v Taliansku...)

Dokumentárne relácie sa neviažu priamo k určitému dňu. Zhrňujú tému alebo prinášajú argumenty k nejakému problému určitej doby, osvetľujú súvislosti, pozadia, príčiny a následky, hlbšie objasňujú podstatu, využívajú autentické, overiteľné, dôveryhodné dokumenty, presvedčivé dôkazy (filmový záznam, písomný dokument, zvukový záznam, fotografie, svedectvá priamych zúčastnených).

Jedným z hlavných kritérií, ktoré odlišujú dokumentárne žánre od publicistických, je, že vznikajú na základe predchádzajúceho poznania zobrazovanej skutočnosti a aj na základe zistenia, či dejinná udalosť skončila dobre alebo nie, teda **na základe overenia si faktov**. Súčasťou je koncepčná autorská príprava aj za pomoci literárneho a technického scenára.

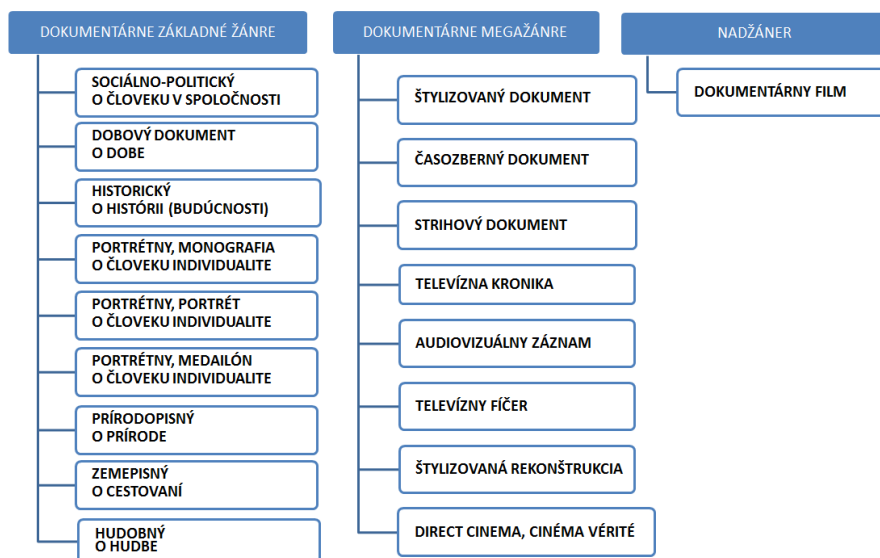
Úlohou dokumentárnej tvorby je autorským poznaním určitého problému, sociálnych faktov, poznaním nových poznatkov, poznaním človeka v rôznych jeho podobách **vytvoriť pravdivý obraz človeka**. Pravdivý obraz človeka aj v prípade, že vytvoríme dokumentárny film o plameniakoch alebo o Tatrách. Úlohou takého dokumentu je aktivizovať divákov, vplývať na nich, pomáhať ľuďom orientovať sa v spoločenských vzťahoch a hodnotách.

Vzhľadom na tému dokumentárnych filmov (videofilmov) televízne dokumentárne diela rozdeľujeme na **základné dokumentárne žánre**:

1. **Sociálno-politické** – základný dokumentárny žáner zobrazujú človeka v jeho sociálnom prostredí, človeka vo vzťahu k svetovým dejinám i lokálnym udalostiam ovplyvňujúcim jeho svet a myslenie.
2. **Dobové dokumenty** – základný dokumentárny žáner zachytávajúci človeka vo vzťahu k dobe alebo k dlhšiemu alebo kratšiemu úseku v dejinách človeka.
3. **Historické dokumenty** – základný dokumentárny žáner čerpajúci námet z histórie, pomáha chápať historické súvislosti a vývoj ľudskej spoločnosti.
4. **Portrétné dokumenty** – základný dokumentárny žáner, kde stredobodom je človek, zvyčajne vynímajúci sa vo svojom sociálnom prostredí vzhľadom na určité svoje jedinečné špecifikum.
5. **Prírodopisné dokumenty** – rozširujú poznanie o prírode, jej histórii a budúcnosti.
6. **Zemepisné dokumenty** – rozširujú poznanie o priestore, v ktorom človek žije.
7. **Turistické dokumenty** – rozširujú poznanie človeka v oblasti poznávania kultúr, posilňujú internacionalizmus a rozvíjajú svetonázor.

Popri rôznych prúdoch pri náhlade na dokumentárny film existuje aj názor, že: „Dokumentárny film neexistuje.“

Z hľadiska náhladu na žánre ako na nadžánre, megažánre a základné žánre by bolo možné ich rozdeliť takto:



Uvedené žánre nie sú výpočtom všetkých žánrov, ktoré v histórii dokumentárneho filmu vznikli a vyvíjali sa. V skupine megažánrov by mali ešte byť:

- romantizmus (Robert Flaherty)
- mestská symfónia (Dziga Vertov: Muž s kamerou)
- kino-pravda (Dziga Vertov)
- spravodajské týždenníky – newsreel tradition (Leni Riefenstahlová)
- dokumentárne filmy bez slov – documentaries without words (Koyaanisqatsi, Baraka)
- docufiction (kombinácia hraného a dokumentárneho filmu) atď.

Z určitého pohľadu cinéma vérité alebo cinema direct nie je žánrom, ale nadžánrom. Môže byť chápaný ako žánrová forma alebo metóda prístupu filmára. Podobne ako v hranom filme nie je, povedzme, žánrom thriller – je to nadžáner, žánrová forma nadradená megažánru alebo základnému žánru (napr. o zločine, t. j. detektívka, kriminálka a gangsterka alebo filmy o spasiteľstve, o láske...)

Neoddeliteľnou súčasťou dokumentárnej tvorby je jeho **etická** stránka. Je ešte nedávnou minulosťou, keď sa do popredia zobrazovania človeka staval človek politicky spoľahlivý, keď sa do popredia stavali činy a udalosti, ktoré popierali historické skúsenosti, prekrúcali dejiny a v mene vízie budúcnosti deformovali objektívnu realitu. Preto je tu **potrebné vyzdvihnúť etiku filmového dokumentu** ako celok, **ako meradlo hodnotenia a ako mierku jeho spoločenskej užitočnosti**. Dokumentárny film bez nadčasovej etiky sa stáva len dokumentom doby, a nie dokumentom človeka o človeku.

3.1.4.1. Monografia

Charakterizácia:

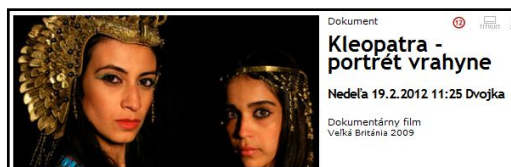
Dokumentárna monografia je audiovizuálnou výpoveďou o jednej osobe, veci, predmete alebo o jave. Opiera sa o skutočnosti overené praxou a vedeckými poznatkami.

Najčastejšie vznikajú monografie o významných ľuďoch. Témou monografií je človek a výsledky jeho činnosti.

Formálna stránka:

1. **Východiskom** pre vznik monografií je **obyčajne vedecká práca, prípadne knižná monografia**, podľa ktorej potom vzniká scenár a technický scenár.
2. **Subjektívny pohľad** autora je obmedzovaný, fakty sú objektivizované.
3. **Štylizované figúry** sú obmedzované objektívnou rovinou výkladu faktov.

3.1.4.2. Televízny portrét



Charakterizácia:

Televízny portrét podáva **charakteristickú audiovizuálnu skratku osobnosti a jej vzťahu k spoločnosti, stručný popis najvýraznejších črt**

osobnosti. Zachytáva postoj osobnosti v určitých situáciách, v konkrétnom spoločenskom prostredí v určitej spoločenskej dobe. Osobnosť je charakterizovaná jednak objektivizovaným komentárom, jednak výpoveďou samotnej osobnosti a jednak ľuďmi z blízkeho okolia portrétovaného človeka. Okrem portréту jednotlivca sem možno zaradiť aj portrét skupiny ľudí, ktorých spája rovnaký záujem či podobné životné pohnútky.

Pri výbere osobnosti je dôležitý **dramaturgický výber osobnosti**, ktorú zobrazujeme. Stále kladieme dôraz na otázky: „Pre koho ten film je?“, „Čo tým medailónom chce autor dosiahnuť?“

Formálna stránka:

1. Formálne je **portrét ovplyvnený spoločenskou oblasťou**, v ktorej zobrazovaná osobnosť vynikla. Inak bude komponovaný portrét o spisovateľovi (úryvky z diela, divadelné ukážky, záznam spoločenských ocenení), ak bude komponovaný portrét o vedcovi, kde môžu dominovať výpočty, vzorce, vedecká analýza a syntéza.
2. Dôraz je kladený na vizuálnu stránku výpovede, **dominuje proces tvorby** a výsledky tvorby, **tvorca je mierne v pozadí**.
3. **Kamera nie je vecne popisná**, estetizuje realitu, dáva priestor pocitu.
4. **Hovorené slovo** pracuje so všetkými štylistickými formami, umožňuje pátos, glorifikáciu i nadčasovosť.
5. **Strihová skladba nie je ničím obmedzená**. Najvýznamnejším strihovým stavebným prvkom je rytmizácia skladby, čiže práca s tempom a rytmom.

3.1.4.3. Medailón



Charakterizácia:

Medailón sa charakterizuje ako ucelené a uzavreté dramaturgicky komponované audiovizuálne dokumentárne dielo, ktoré vzniká na základe poznania tvorby konkrétneho človeka (verejného činiteľa, vedca, umelca, športovca vynálezcu...). Okrem monografických faktov medailón obsahuje aj výber z diela, tvorby, autentické zábery zo športových úspechov, výsledky vynálezov v praxi a podobne. **Medailón má zväčša oslavný charakter, neobsahuje kritické prvky osobnosti alebo jeho tvorby**, ako to môže byť pri monografii.

Formálna stránka:

Je podobná ako pri televíznom portréte.

3.2. Dokumentárny film formou zberného materiálu (časozberné nakrúcanie)

Charakterizácia:

Variantom blízkym strihovému filmu je **časozberné nakrúcanie** určitého spoločenského javu. Ide o dokumentárnu formu hľadajúcu odpoveď na otázku, ktorá bude známa až v budúcnosti.

Helena Třeštíková, česká dokumentárna režisérka, pri hľadaní odpovede rovnako pre seba ako pre určitú sociálnu skupinu, nakrúcala časozberným spôsobom na tému súdržnosti novovzniknutých mladých manželstiev. Hľadala odpoveď na otázku, ako sa manželstvo vyvíja a aké faktory ovplyvňujú jeho stabilitu. Dohodla sa s niekoľkými párami vstupujúcimi do manželstva na ich výpovediach komentujúcich stav ich predkamerového vzťahu. Prichádza s kamerou približne v polročnej periodicite, dáva slovo obidvom partnerom osobitne a po určitej dobe (šiestich rokoch) vzniká dielo, ktoré nesie v sebe znaky spoločensko-sociálneho aspektu, psychologického a vedeckovýskumného hľadania. Film získal niekoľko ocenení. Po formálnej stránke sa kamera sústredila na psychológiu vypovedajúcich – zábery sú v PC, PD a D.

Obmedzenie vonkajších zásahov strihača, zvukára či hudobníka. V tomto dokumente je dominantná psychológia výpovede.

Formálna stránka:

1. Stanovenie dramaturgického cieľa, **nastolenie základnej autorskej otázky**, ktorá v autorskom zastúpení zaujíma predovšetkým diváka.
2. Stanovenie filmárskej **metódy a periodicity nakrúcania** na dosiahnutie odpovede na základnú otázku.
3. Dohovor s hlavnými respondentmi o spolupráci.
4. Zastavenie časozberného nakrúcania a prezentácia.
5. Pokračovanie časozberného nakrúcania.
6. **Zaradenie výsledného diela** do určitého vedeckovýskumného filmového alebo nefilmového kontextu.

3.3. Strihový film – mozaika



Charakterizácia:

Strihový film vzniká z fragmentov a prvkov iných audiovizuálnych diel vytvorených publicistickými, spravodajskými, dokumentaristickými, ale aj filmovo umeleckými metódami pôvodne s celkom iným autorským zámerom, než nadobudli vo svojej novej podobe strihového filmu. Vytvorením takejto novej mozaiky vzniká aj nový obsah aj nový tvar.

Strihové filmy vznikajú na rôznu tému. Ide o strihové filmy rekapitulujúce či už kratšie alebo dlhšie obdobia v širších dejinných udalostiach rovnako ako v lokálnych meradlách, v spoločenských politických vzťahoch rovnako ako kultúrnych, športových či dokonca spoločenských agitkách.

1. Pri vzniku strihových filmov je možné použiť filmové podklady, ktoré z hľadiska filmovej jednoty nespĺňajú predpoklad ideálnej strihovej väzby. (Jeden záber alebo sekvencia je pôvodne z 35 mm filmového materiálu, iný je čiernobiely a evidentne s inou filmovou poetikou či štylizáciou. A predsa výsledný tvar zaujme a splní autorský zámer. Tak ako pri iných žánroch, aj tu platí **priorita dramaturgickej myšlienky ako jednotiaceho základu pre zásadnú myšlienkovú väzbu.**
2. Keďže ide o rôznorodý východiskový filmový materiál, najdôležitejším jednotiacim postupom je hovorené slovo – **formálna jednota hovoreného slova.**

3. Napriek zásadnej nevyhnutnosti hovoreného slova ako jednotiaceho prostriedku aj pri strihovom filme ide predovšetkým o audiovizuálne dielo s dôrazom na vizuálne, čo znamená, že aj tu zásadnou úlohou režiséra je nevyhnutnosť vyťažiť z vizuálnej stránky maximum na dosiahnutie cieľa. Možnosťou sú **vizuálne sekvencie**, ktoré majú vlastnú výpovednú hodnotu bez sprievodného komentára.
4. **Zvukovoruchová a hudobná výstavba** je ďalšou možnosťou autora filmovo zjednotiť obrazový prejav.

3.4. Televízna kronika



Charakterizácia:

Osobitým typom strihového filmu je **televízna kronika**. Vzniká na konci určitej časovej periódy (na konci roka) z archívnych materiálov, o ktorých sa dopredu vedelo, že budú predlohou pre tieto kroniky a už pri ich vzniku dochádzalo k zjednocovaniu kameramanskej štylizácie, alebo archívne podklady vznikali nezávisle pre spravodajské a iné účely. Čiastkové televízne kroniky sa môžu stať podkladom pre dobovo širšie koncipované kroniky.

Formálna stránka:

Je podobná ako pri mozaike.

3.5. Televízny fíčer

Charakterizácia:

Fíčer je žáner, ktorý osciluje medzi publicistikou a umeleckou tvorbou. V zásade **ide o potrebu prítlačivo stvárniť spravodajskú tému**. Na zainteresovanie diváka je pre autora možné použiť každý výrazový prostriedok, či už patrí do žurnalistiky alebo nie.

Fíčer je výsledkom trendu v televíziách, ktorý sa nazýva „docutainment“ – vznikol zložením slov dokumentary a entertainment (zábava). Ak prevláda zábavná forma realizácie relácie, tento žáner spĺňa podmienky zaradenia do 5. skupiny zábavných žánrov.

Za fíčer možno považovať relácie – pásma, ktoré nám napríklad približujú boj amerických policajtov so zločincami alebo záchranárov bojujúcich o záchranu ľudských životov alebo hmotného majetku. Ide o amatérskou kamerou autenticky zachytené konfliktné situácie komentované a zasadené do určitého dramaturgického kontextu.

3.6. Štylizovaná rekonštrukcia



Charakterizácia:

Na rozdiel od časozberného nakrúcania **pri rekonštrukcii je hlavnou motiváciou filmové autorské osvetlenie udalosti odohrávajúcej sa v minulosti**. Rekonštrukcia smeruje k vytvoreniu ilúzie reality interpretovanej osobitným autorským pohľadom.

Etika rekonštrukcie

Nemenovaný český režisér svojho času robil rekonštrukcie udalostí v Lidiciach. Bolo potrebné ukázať autentickú hrôzu a zverstvá nemeckých vojakov páchané na českom obyvateľstve. Vymyslel scénu, v ktorej zvolal deti do desať rokov do miestnej telocvične, nechal ich zobliecť donaha a potom im v uzavretom priestore povedal, že už nikdy neuvidia svojich rodičov. Nakrútil zábery so zošokovanými deťmi, kvíliacimi, správajúce sa autenticky, ako tomu bolo počas skutočnej udalosti v Lidiciach. Film na jednej stránke získal historickú autenticitu, film rekonštrukcia sa podaril, ostala však otázka etiky vzťahu tvorcu k deťom.

Úvaha: „Ktoré z dvoch etických posaní je dôležitejšie? Etické poslanie ľudstvu alebo konkrétnym ľuďom?“

(Tu vzniká zaujímavý efekt odlišných reakcií väčšinového respondenta v euroamerických krajinách oproti respondentom v ázijských krajinách. Podľa výskumov MUDr. Františka Koukolíka euroamerické prostredie kladie dôraz na individualitu, ázijské prostredie dáva prednosť kolektívu.)

Rekonštrukcia môže byť verná, fakty sú interpretované dokumentárne na základe potvrdených historických údajov a rekonštrukcia môže byť aj štylizovaná, kde autor úmyselne upravuje historické fakty alebo chýbajúce jednoducho domýšľa v zmysle dosiahnutia žiadanej diváckej odozvy.

Rekonštrukcia často prekračuje hranice dokumentárneho filmu a stáva sa stavebným princípom fabulovaného hraného filmu.

Film *Amadeus* Miloša Formana a film *Zabudnite na Mozarta* režiséra Miloslava Luthera sú výborným príkladom na poslanie rekonštrukcie ako audiovizuálneho umeleckého diela. Obidva filmy majú spoločné dve veci. Je to jednak historická postava W. A. Mozarta a je to aj spoločná osobnosť scenáristu, ktorý napísal najprv scenár pre amerického diváka dodržiavajúc faktografické prvky len podľa potreby a potom na inú žiadosť napísal scenár, ktorý prísne vychádzal z potvrdených historických záznamov.

Úvaha: „Ktorý z týchto dvoch filmov má väčšie opodstatnenie a prečo?“

Formálna stránka:

Zo žánrového hľadiska je rekonštrukcia v televízii veľmi frekventovanou a pre diváka veľmi príťažlivou formou. Umožňuje všetky formálne postupy. Induktívnu metódu, deduktívnu metódu, umožňuje preberanie odkazov na hranú tvorbu, môže byť inšpirovaná históriou, vedeckou fantáziou, kriminálnymi udalosťami, riešením sporov, hľadaním nápravy v narušených medziľudských vzťahoch. Žáner nemá formálne obmedzenie.

3.8. Metóda Direct Cinema = priamy film

Charakterizácia:

Hnutie ako dokumentárny prúd vzniklo v roku 1958 v Quebecu a USA. Tento druh pokusu o pravdivé dokumentárne zobrazenie je založený na premise, že ľudia – objekty nakrúcania nevedia o tom, že sú nakrúcaní. Ide o „pozorovací princíp“ autora. V histórii bolo podmienené vznikom ľahkých prenosných kamier. Väčším problémom než pri začiatkových

existujúcich technických problémoch (synchron obrazu a zvuku) boli problémy tohto prúdu súvisiace s etikou nakrúcania.

Formálna stránka:

Direct Cinema má veľa spoločných prvkov s cinéma vérité.

- Používanie ľahkých a ľahko prehliadnuteľných kamier.
- Strihová skladba nadväzuje na formotvornú stránku kamery a pravdu sa snaží zachytiť nekontinuálnym strihom.
- Strihová skladba je najdôležitejším faktorom pri tvorbe štruktúry, zmyslu a témy filmu.
- Dôležitým faktorom nakrúcania je kvalitný zvuk.

Metóda cinéma vérité = film pravda

Charakterizácia:

V preklade „pravdivé zobrazovanie“. Žáner je založený na kombinovaní naturalistického záznamu skutočnosti so štylizovanými výrazovými prvkami.

Kamera je prostriedkom na provokovanie respondentov a provokatívny prístup k zovšedneným témam. Zámerom autora je vyjadriť objektívnu pravdu tak, ako ju on vidí pred kamerou. Autor s kamerou sa tak stáva katalyzátorom udalosti. Výsledný filmový záznam má silne antropologický, sociálny a politický význam.

Táto metóda filmovania bola a je predmetom kritiky.

Formálna stránka:

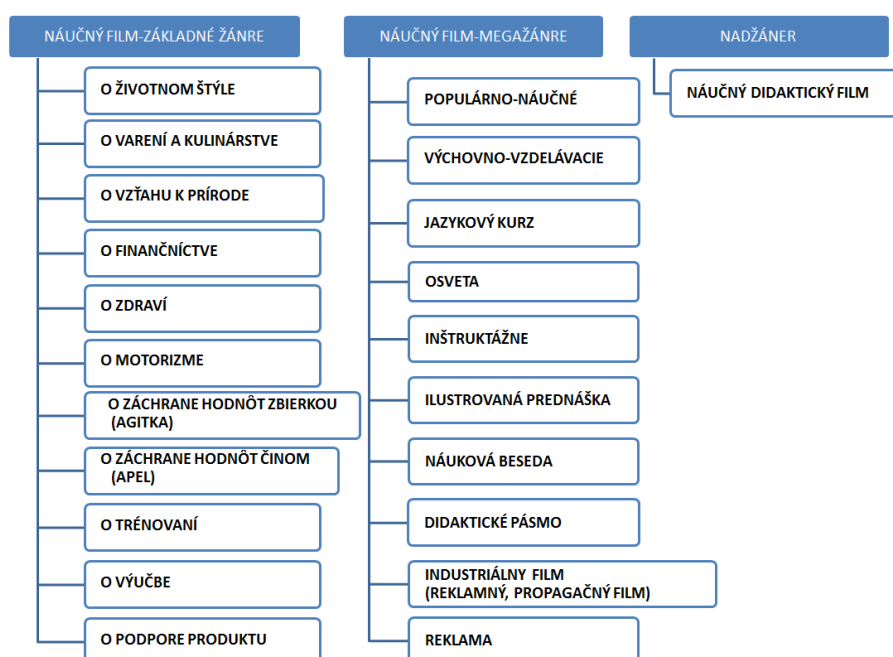
- Samotná prítomnosť kamery sa stáva provokujúcim faktorom.
- Takmer vždy ručná kamera je vždy pre respondentov aj pre divákov priznaná, reaguje na udalosti rýchlo a sníma kontinuálne bez zastavenia do chvíle, kým sa pred kamerou už nič nedeje.
- Strihová skladba nadväzuje na formotvornú stránku kamery a pravdu sa snaží zachytiť nekontinuálnym strihom.
- Strihová skladba je najdôležitejším faktorom pri tvorbe štruktúry, zmyslu a témy filmu.
- Zvukové zariadenia (mikrofóny, šibenice) sú súčasťou obrazového nakrúcania.
- Autor alebo nim poverená osoba je ku kamere otočená chrbtom a neustále hľadá provokujúce situácie.

Cinéma vérité je veľmi silno zastúpené v dokumentárnej tvorbe českých dokumentaristov. Hlavným predstaviteľom tohto hnutia je Karel Vachek, ktorý tento myšlienkový prúd presadzoval z pozície pedagóga dokumentárnej tvorby na FAMU (od roku 1994).

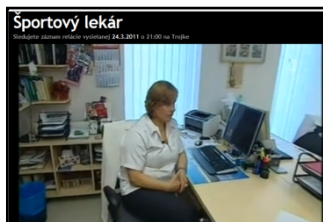
4. Skupina náučných (didaktických) žánrov

- 4.1. populárno-náučné**
 - 4.1.1. životný štýl
 - 4.1.2. kuchárske recepty
 - 4.1.3. environmentálne
 - 4.1.4. finančníctvo
 - 4.1.5. zdravie
 - 4.1.6. motorizmus
 - 4.1.7. ...
- 4.2. výchovno-vzdelávacie**
- 4.3. jazykový kurz**
- 4.4. osvetové**
 - 4.4.1. agitačná relácia, agitka
 - 4.4.2. apel
- 4.5. inštruktážne**
- 4.6. ilustrovaná prednáška**
- 4.7. náuková beseda**
- 4.8. didaktické pásmo**
- 4.9. industriálny film**
 - 4.9.1. nábor a tréningovanie
 - 4.9.2. podpora produktu a služby
 - 4.9.3. predvádzanie produktu
 - 4.9.4. vytváranie imidžu
 - 4.9.5. výučba a poradenstvo
 - 4.9.6. finančná zbierka
- 4.10. reklama**

Na náučný (didaktický) film sa dá nahliadať ako na nadžáner. Ako súčasť televíznych žánrov je možné z pohľadu McKeeho štrukturalizácie vyjadriť ho grafom:



4.2. Výchovno-vzdelávacie



Charakterizácia:

Úlohou vzdelávacích relácií v televízii je rovnako ako pri iných médiách šíriť nové poznatky, informovať divákov a prispievať k vzdelanostnej úrovni obyvateľstva.

Niekoľko tematických okruhov pre vzdelávacie relácie: príchod počítačov, internetu, mobilných telefónnych sietí, bankové služby, rozvoj a podpora podnikateľského sektora, zdravotná prevencia, občianska náuka pred referendum alebo pred voľbami...

Formálna stránka:

- **Prísna podriadenosť formy obsahu témy.** Formálna strohosť. Obmedzenosť emotívnych zvukov, ruchov, obmedzenosť emotívnej hudby...
- **Absolútna overenosť predkladaných faktov.**
- **Dominantné postavenie slovného sprievodu** v porovnaní s vizuálnou stránkou. Slovný prejav má populárno-náučný charakter a je interpretovaný komentátorom, moderátorom alebo odborníkom.
- **Primeranosť slovníka** sprievodného slova aj najnižším sociálnym skupinám. Didaktická prax: Od bližšieho k vzdialenejšiemu, od známeho k neznámemu.
- **Názornosť** – potreba čo najčastejšieho synchrónneho spojenia obrazu a zvuku.
- **Sústavnosť a postupnosť.** Za sústavnosťou sa skrýva potreba opakovania určitej dôležitej informácie. (Opakovanie je matkou múdrosti.) Za postupnosťou sa skrýva logická nadväznosť predkladaných myšlienok.
- Kritériom kvality výchovnej relácie, podobne ako je to pri všetkých televíznych žánroch, je **spätná odozva**.



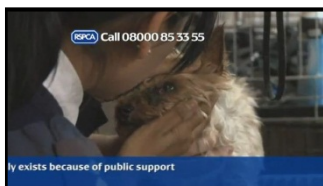
Formou vzdelávacej relácie je:

1. televízna prednáška
2. televízny kurz (jazyka)
3. populárno-vedecký film
4. populárno-náučný film
5. osvetový film
6. inštruktážny film
7. televízna beseda



Televízne prednášky a kurzy môžu mať monologický rovnako ako dialogický charakter. V prípade besedy môže ísť o improvizovanú aj štylizovanú formu, pričom v možnostiach besedy je aj možnosť vyvolania spätnej väzby, to znamená možnosť priameho zapojenia divákov do didaktického procesu prostredníctvom telefónu alebo internetu. Osvetový film si všíma napríklad kultúru bývania, životné prostredie, všeobecnú hygienu. Inštruktážny film slúži ako názorný prostriedok na zvládnutie nejakého predmetu alebo činnosti.

4.4.1. Agitačné relácie, agitky, apely



Charakterizácia:

Ide o samostatnú žánrovú skupinu, ktorej úlohou je **presvedčiť diváka k určitému dobromyseľnému činu** zväčša sa týkajúceho finančnej podpory, darcovstva krvi, rasovej znášanlivosti, náboženského aspektu spoločnosti, určitého spoločenského, sociálno-politického pohľadu jednotlivca alebo skupiny ľudí. Ide o krátku presvedčovaciu audiovizuálnu formu založenú na citovo podfarbenej alebo racionálne presnej argumentácii.

Formálna stránka:

- Predpokladom sú vlastnosti, ako sú stručnosť, presnosť, výstižnosť, naliehavosť.
- Záberová náplň musí zasiahnuť city divákov s podobným efektom, ako je to pri **katarzii** dramatického diela. V divákovi za každú cenu treba narušiť jeho pancier uzavretosti a pohodlnej odmietavosti na dosiahnutie lokálnej zmeny jeho myslenia – dosiahnuť vytýčený cieľ.
- Formálne je všetko dovolené na dosiahnutia cieľa. Ukázať biedu, krv, nešťastie, hrôzu prírodných katastrof, nepríjemný zvuk, použiť vtieravú hudbu, prudké strihovorytmické zmeny.

Telethon je typ televízneho vysielania v USA, ktorý trvá niekoľko hodín alebo dní, pričom jeho úlohou je získať peniaze na charitatívne, politické alebo iné účely. Mnohokrát je doplnený o zábavnú zložku (enterteiment).

The People in Need Trust je charitatívna relácia v Írsku.

Pledge drive je typ vysielania v USA sústredený na získanie prostriedkov pre samotné tv vysielanie vzhľadom na to, že televízia nie je dotovaná štátom.

Licht ins Dunkel je charitatívne vysielanie v Rakúsku, ktoré sa uskutočňuje raz ročne na Vianoce počas 14 hodín na stanici ORF2. Získané peniaze sú určené postihnutým.

Namiesto termínu telethon sa v Rakúsku používa termín **Fernsehmarathon**.

Úsmev ako dar je charitatívna relácia slovenskej televízie s vysielacím časom ku koncu roka (do roku 2011 bola takouto reláciou Konto nádeje).

4.9. Industriálny film (reklamný, propagačný, objednávkový film)

Charakterizácia:

Mnoho industriálnych filmov sa zdá byť dokumentárnymi alebo mocumentary filmami. To zdanie vyplýva z podobnosti použitého jazyka, spôsobu výberu lokácií, vidíme tam reálnych ľudí, počujeme synchrónny zvuk, príjemný komentár a vnímame iné nám známe výrazové prostriedky. Najvýznamnejší rozdiel je, samozrejme, v účele alebo v celi predvedeného diela.

- Dokumentárny film má obyčajne významný sociálny aspekt, upozorňuje diváka na sociálnu alebo politickú tému. Výhradným cieľom industriálneho filmu je urobiť obchodný vzťah. Industriálny film vytvára tlak na diváka, aby niečo kúpil, podporuje niečo alebo vyzýva na účasť v niečom.
- Industriálny film nemožno vnímať pasívne. Ak tak divák robí, je to chyba.
- Industriálny film núti diváka zaujať postoj a následne urobiť rozhodnutie.

- Môže ísť o všeličo, od výmeny poisťovne, vstupu do klubu boháčov po podporu zdravia, podporu charity až po voľbu dovolenky na Vianočných ostrovoch.
- Reakcia diváka nemusí byť okamžitá. Niekedy filmy naznačujú možnosti pre budúcnosť.
- Zákazníci na industriálny film prichádzajú z rôznych prostredí. Objednávateľom sa stáva každý podnikateľ, ak po niečom túži, má peniaze a oslovuje filmára, aby naplnil svoj obchodno-marketingový zámer.

V praxi sú hlavnými zákazníkmi industriálnych filmov **priemysel, obchod, univerzity, vládne inštitúcie, záujmové organizácie, charity a cirkev ...** Títo zákazníci majú záujem odovzdať divákovi obchodné posolstvo.

Existujú 4 zásadné situácie, ktoré v industriálnom filme vo vzťahu k objednávateľovi treba prekonať.

1. **Nekonvenčnosť.** Film je potrebné urobiť inak, ako bol robený doteraz.
2. **Opisnosť.** Zákazník obyčajne chce pri objednávkovom filme popísať každé oddelenie závodu a spomenúť zo svojho prostredia všetkých nepodstatných reprezentantov. Dôležitý je spôsob nahovorenia komentára.
3. **Reprezentatívnosť.** Veľkou túžbou objednávateľa je, aby bol on ako majiteľ alebo šéf závodu vo filme viditeľný. Jeho ukázanie môže za určitých okolností byť funkčné, ale zväčša to tak nie je.
4. **Nezávislosť od kolektívneho rozhodovania.** Kolektívne rozhodovanie vo filme nemôže priniesť nikdy dobrý výsledok. Ak si skupina niečo odhlasuje, neznamená, že odhlasovaný záver je dobrý.

Formálna stránka:

Industriálne filmy sa neraz v rámci svojich podžánrov navzájom prepájajú.

Film napríklad môže na jednej strane podporovať nejaký výrobok a zároveň môže ukazovať postup práce, ktorým tento produkt možno v praxi použiť.

Mnohé Industriálne filmy vyzývajú diváka, aby niečo urobil. „**Call to action**“ môže získať mnohé podoby. Vstúpiť do armády, navštíviť krajinu alebo divadelné predstavenie, prejaviť ohľaduplnosť k chorým alebo starým, udržiavať svoju záhradku...

Pravidlá pre komunikáciu s objednávateľom:

1. Hneď na začiatku komunikácie so zákazníkom je nevyhnutné definovať hlavnú myšlienku (posolstvo), ktoré sponzor chce adresovať. Je potrebné žiadať od objednávateľa ústrednú myšlienku vyjadrenú v jednej vete, ktorú by film sprostredkoval divákovi. Ak to objednávateľ nevie, je potrebné ho k nej nejakým spôsobom nasmerovať. A ak sa to podarí, úlohou filmu je túto myšlienku mať vždy v prvom pláne.
2. Potrebné je definovať prvky filmu, ktoré sú pre film zásadné. V prípade niektorých požiadaviek, ktoré sú neprimerané (cenníky alebo prehnané predstavy), treba objednávateľa odhovoriť od takýchto požiadaviek.
3. Potrebné je definovať človeka zastupujúceho objednávateľa. Ušetrí to stretnutia s manažmentom objednávateľa, kde zaznievajú mnohé, navzájom protichodné, možno aj nesplniteľné predstavy.
4. Objednávateľ aj autor by si mal byť istý svojím finančným rozpočtom. Ak je rozpočet určený na sedemtisíc eur, nemožno očakávať výsledok v cene desaťnásobku. Väčšina objednávateľov nemá predstavu o skutočných nákladoch na vznik filmu.

5. Objednávateľ zvyčajne nemá predstavu ani o časových nárokoch na vznik filmu. Všetci by najradšej mali film vyrobený včera. Je potrebné vytvoriť časový harmonogram.

6. Treba zistiť, kde sa film bude premietiť.

- Bude to pred veľkopočetným alebo malopočetným obecnstvom?
- Dá sa divákovi do rúk dodatočný písomný materiál?
- Bude prítomný konferenciér so sprievodným slovom?

Všetky takéto informácie majú možnosť ovplyvniť spôsob realizácie filmu.

Dôležité body, ktorých sa treba držať pri vzniku industriálneho filmu.

1. **Identifikácia.** Identifikácia diváka s problematikou.
2. **Diváci.** Poznanie divákov, pre ktorých je film určený.
3. **Skutoční ľudia alebo herci.** Obidve interpretujúce skupiny sú vhodné a zároveň majú svoje žánrové technicko-estetické obmedzenia.
4. **Animácie a vizuálne efekty.** Pomáhajú zrozumiteľnosti a vytvárajú u diváka pocit bohatosti vynaložených prostriedkov.
5. **Humor.** Temporytmický prostriedok zmeny vnímania diváka.
6. **Narácia.** Spôsob nahovorenia komentára.
7. **Prístup k téme.** Objednávateľ vyjadrí svoj zámer, ale je na autorovi, aby ten zámer pretlmočil vhodným spôsobom. Je mnoho spôsobov, ako sa ujať témy, ale zásadným kritériom je vyrozprávať príbeh, ukázať niečo zvláštne (čudné), čo obyčajne nevidíme, a ukázať proces. Ak to dodržíme, nemôžeme sa pomýliť.

4.9.1. Nábor a tréningovanie

Charakterizácia:

Pri vytváraní filmu na tému nábor (napr. do armády v Iraku) rozhodujúcimi stavebnými prvkami sú výhody, ktoré divák prijatím podmienok náboru získa:

- dobrý plat vzhľadom na mladý vek
- dobré možnosti pre športovanie
- priateľstvá
- vzdelávanie
- spoznávanie sveta
- služba vlasti

4.9.2. Podpora produktu a služby

Charakterizácia:

V tomto žánri úloha autora filmu je zhodná s úlohou obchodníka. Súčasťou prípravy sú otázky pre zadávateľa:

- Na čo slúži produkt?
- Ako sa s ním zaobchádza?
- Ako sa líši od konkurenčného výrobku?
- Aké sú jeho najväčšie výhody?

Formálna stránka:

Práca na takomto žánri môže byť mimoriadne zaujímavá, pretože umožňuje využitie všetkých technických a filmovoestetických výdobytkov. Môže umožniť cestovanie.

4.9.3. Vytváranie imidžu

Charakterizácia:

Je to žáner, ktorý v sebe skrýva obrovské množstvo peňazí.

Posolstvom týchto filmov nie je nevyhnutne ísť hneď kúpiť nejaký výrobok. Úlohou žánru je **zvýrazniť divákov záujem alebo získať povedomie o určitej spoločnosti**.

Niekedy sú tieto filmy robené na to, aby sa nejaký produkt alebo spoločnosť udržala v povedomí. Na našom trhu boli dlho imidžové reklamy na energetickú spoločnosť a to napriek tomu, že mala na trhu takmer monopol a nemala žiadneho vážneho konkurenta.

4.9.4. Výučba a tréning

Charakterizácia:

Je to skupina filmov, ktorá sa stáva čoraz populárnejšou. Predovšetkým v oblastiach športových záujmov, udržiavania zdravia, v oblasti internetových tutoriálov atď. Veľkým odberateľom sú školy, závody (Baťa, Ford, Škoda...), nemocnice, obchodné reťazce.

Inou možnosťou týchto filmov je demonštrovanie bezpečnosti pri práci alebo prevencia nebezpečenstva.

Formálna stránka:

Je možné použiť minidramatický príbeh, ktorý má všetky dôležité aspekty veľkého dramatického diela (mocudrama). Dôraz je postavený na hovorenom slove a na osobe trénera. Ten musí spĺňať psychologické podmienky akceptovateľnosti.

4.9.5. Filmy verejného záujmu

Charakterizácia:

Táto skupina filmov sa nachádza niekde medzi bežnými dokumentárnymi filmami a platenými objednávkovými filmami. Hlavným objednávatelom sú vládne organizácie a ich dôležitými témami je:

- zdravie
- xenofóbia
- kultúrnosť atď.

Častými objednávatelmi sú cirkvi, Červený kríž, Amnesty International... Na rozdiel od predchádzajúcich žánrov, ktorých cieľom je finančná prosperita objednávateľa, úlohou filmov verejného záujmu je nezištná služba verejnosti.

Formálna stránka:

Môžu použiť všetky formálne prostriedky na dosiahnutie svojho cieľa.

Vzťah k zákazníkovi

- Dôležité je spoznať objednávateľa. Medzi objednávateľmi sa môžu vyskytovať grafomani, uponáhľaní šéfovia, vykonávatelia, nerozhodní alebo nesystematickí tvorovia. Z toho vyplýva veľká možnosť osobných problémov.
- Mnohí objednávateľia túžia vidieť výsledky hneď. Vtedy je potrebné ich pripraviť na **dlhodobú spoluprácu**.
- V žiadnom bode komunikácie sa nesmie zabudnúť, že **film sa nerobí pre objednávateľa, ale pre objednávateľovho diváka**.

4.10. Reklama

Charakterizácia:

Je tou formou komunikácie audiovizuálneho priestoru, ktoré nabáda diváka:

- ku kúpe produktu
- k vytvoreniu vzťahu k určitému produktu
- k využitiu služby
- k sympatii politického alebo sociálneho hnutia.

Producentom reklamy je solventný podnikateľ – záujmová zisková alebo nezisková skupina, ktorá v spoločnosti presadzuje svoj nápad a vôľu prostredníctvom masovokomunikačných prostriedkov. Jedným z najdôležitejších a najdrahších šíriteľov reklamy je televízia. Reklama sa delí podľa aj takto:

- Komerčné reklamy sa snažia predat' svoj produkt vyzdvihovaním značky svojho výrobku. Niektoré druhy produktov a služieb je zakázané ponúkať reklamou (napr. cigarety).
- Nekomerčné reklamy, pri prostredníctvom sa presadzujú politické organizácie, záujmové skupiny, náboženské a filozofické skupiny a vládne organizácie. V niektorých krajinách (napr. Francúzsko) je tento typ reklám zakázaný.

Televízie vkladajú reklamu v čase najsledovanejších relácií. Reklamné kampane môžu trvať týždne, mesiace aj roky. V európskom televíznom priestore je dĺžka reklám obmedzená na 12 minút (20 %) na jednu hodinu a najkratší programový úsek by nemal byť kratší ako 20 alebo 30 minút.

Formálna stránka:

- Základom je nápad a jeho formálne stvárnenie. Humor.
- Obmena existujúcich úspešných reklamných sloganov, ktoré niekedy pretrvávajú aj celé desaťročia.
- Tradičná alebo počítačová animácia, časté sú špeciálne a vizuálne efekty.
- Môže mať podobu sloganov, piesní, melódií (džinglov).
- Najčastejšia dĺžka reklamy je 30 sekúnd a objednávateľia sú schopní do výroby krátkej reklamy vložiť obrovské finančné prostriedky.
- Využívanie populárnej hudby (Beatles, Queen, Madonna, The Polyphonic Spree...)
- Častým znakom je nekontinuálny strih, elipsa a vertikálna montáž.
- Využívaná je trojaktová štruktúra – úvod, stred a záver.

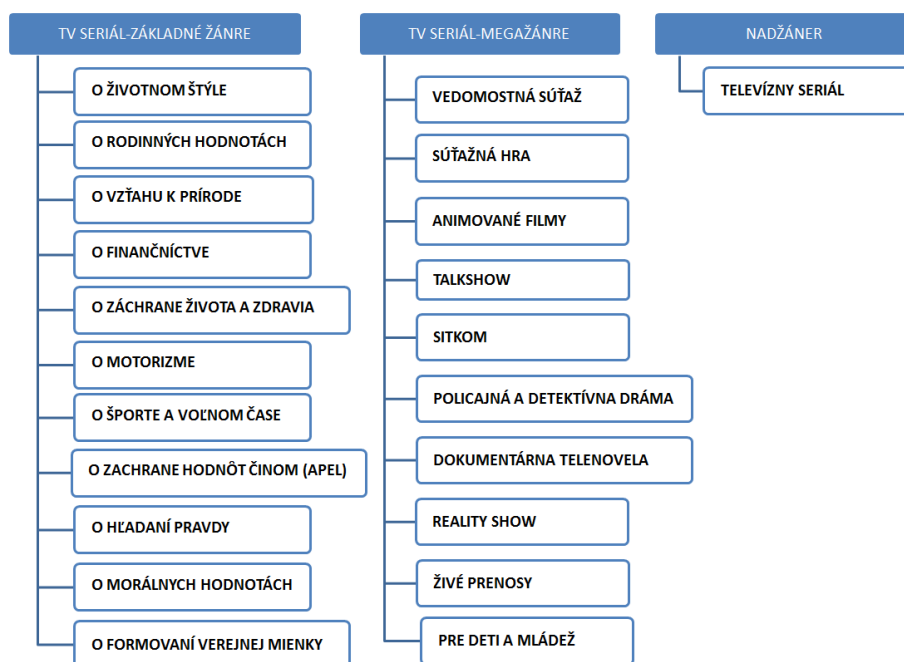
5. Skupina zábavných žánrov (entertainment)

- 5.1. televízny seriál
- 5.2. súťažná relácia o vedomostiach
- 5.3. súťažná hra
- 5.4. animované filmy
- 5.5. talkshow
- 5.6. sitkom, situačná komédia
- 5.7. policajná a detektívna dráma
- 5.8. dokumentárna telenovela
- 5.9. reality show
- 5.10. živé prenosy
- 5.11. relácie pre deti a mládež
- 5.12. ...

Skupina zábavných televíznych žánrov je mimoriadne rozsiahla a prekračuje rámec tohto textu. Keďže za zábavu je možné považovať aj prijímanie informácií, vnímanie dokumentárnych filmov a aj pri náučných žánroch je rozhodujúcou vlastnosťou zábava, nedá sa táto skupina televíznych žánrov jednoznačne oddeliť od predchádzajúcich žánrových skupín. Tým, čo ju charakterizuje ako osobitnú skupinu je dôraz kladený na zábavu (entertainment).

Hore uvedené žánre by sme vedeli charakterizovať ako megažánre (McKeeho štrukturálna charakterizácia). Sú len niektorými z obrovského množstva žánrov obsiahnutými hranými filmami, animovanými filmami alebo aj dokumentárnymi filmami (ktorých dominujúcou formálnou stránkou je zábava).

5.1. Televízny seriál (serial, miniseries)



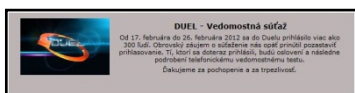
Charakterizácia:

Z hľadiska žánrového zaradenia ide o nadžáner. Je protikladom samostatných dramatických tvarov. Je to zväčša dramatické dielo, ktoré pozostáva z viacerých dielov a vysiela sa na pokračovanie a je závislé od vyvíjajúceho sa príbehu. Dlhšie seriály sa delia na série, ktorých charakteristickým znakom je buď časové obdobie, kedy vznikli, alebo tematický príbehový prvok.

Formálna stránka:

- V úvode sa používa rekapitulácia predchádzajúceho deja (recapping segments).
- Zvrät (prekvapenie) v príbehu na konci dielu (cliffhangers, plot twist)
- Nepravý protagonista (false protagonist)
- Red herring čiže nepravý (zavádzajúci) motív, ktorého sa divák drží, aby bol vzápätí z omylu vyvedený.

5.2. Vedomostná súťaž



Charakterizácia:

Vedomostná súťaž rozširuje vzdelávaciu funkciu televíznych relácií o funkciu zábavy (Komenský: Vyučovanie hrou) a o funkciu oddychu. **Princíp vedomostnej súťaže spočíva v odpovediach na predkladané otázky** určitého odboru nielen súťažiacimi, ale predovšetkým odpoveďami divákov nesúťažne v ich domácom prostredí. Tu spočíva odpoveď na otázku, prečo vedomostné súťaže patria medzi najsledovanejšie relácie vo všetkých televíziách (Milionár rovnako v Amerike ako na Nove alebo v Markíze). Dokážu zaktivizovať diváka, dať mu pocit „múdrejšieho“ alebo „silnejšieho“, pretože pri nevedomosti ho neznemožňujú a nezosmiešňujú. (Aspoň nie priamo, len skryto a neadresne.) Umožňujú divákovi snívať o peniazoch a zosobniť sa so súťažiacimi.

Formálna stránka:

- Každá súťaž musí mať **pevné a nemenné pravidlá**.
- **Jednoznačne a presne formulované a predovšetkým korektné otázky**.
- Vedomostná súťaž musí vytvoriť **možnosť spätného kontaktu diváka** a aspoň teoreticky mu umožniť, aby sa mohol súťaže zúčastniť.
- Vedomostná súťaž pracuje s **formálnym stereotypom**. Je dobré, aby autori súťaže na začiatku definovali formálne prvky, ktoré budú opakovať. Napr. hudobné džingle a iné hudobné leitmotívy, dominantné príznačné veľkosti záberov (VC štúdia z nadhľadu), svietenie a postavenie kamier, **funkčne stereotypný strih a radenie záberov**, funkčne stereotypný prejav moderátora...
- **Prerušenie súťaže vo vyhranenej situácii** má rovnaký alebo možno ešte lepší psychologický efekt ako pri prerušení hraného filmu pred kulmináčnym bodom.
- **Otvorený koniec súťaže** je najsilnejšou možnou motiváciou pre diváka, aby si po časovej perióde znovu sadol k televízoru a sledoval svoju obľúbenú vedomostnú súťaž.

5.5. Talkshow



Charakterizácia:

Je televíznou reláciou, v ktorej jeden človek (celebrita alebo skupina ľudí) rozpráva na rôzne témy o svojej práci, osobnom živote, politike, športe, umení, prípadne o projektoch, ktoré predstavuje divákovi. Znakmi talkshow je:

1. možnosť vzniku empatie (spoluúčasť) diváka,
2. identifikácia diváka s protagonistom,
3. sociálny aspekt problematiky.

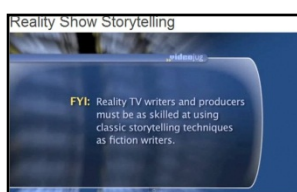
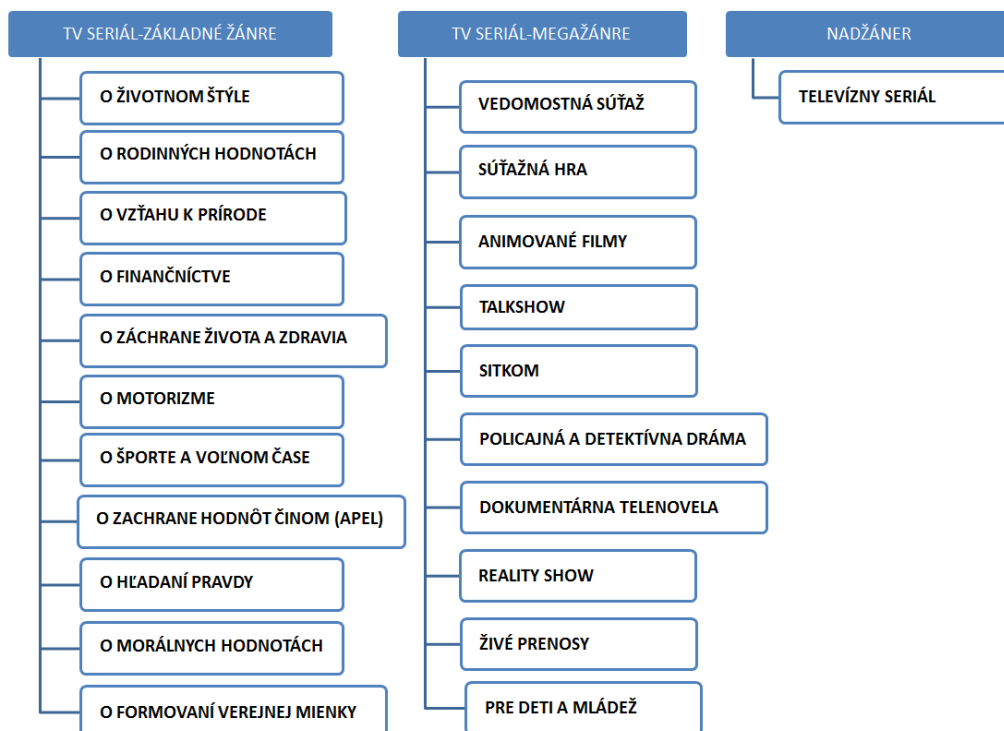
Z hľadiska vysielacieho času talkshow dostávajú priestor v menej sledovaných časoch.

Formálna stránka:

Hostia často sedia na začiatku relácie na svojom mieste, ale niekedy prichádzajú zo zákulisia a sú predstavovaní. Častá je prítomnosť divákov v štúdiu, ktorí umocňujú autenticitu prostredia a diváckych reakcií podobných divadelnému predstaveniu.

5.9. Reality show

Náhľad na reality show ako nadžáner vyzerá takto:



Charakterizácia:

Reality show je takou televíznou reláciou pokúšajúcou sa predviesť situácie, ktoré sa nedajú presným scenárom predviesť a kde účastníkmi dramatických, akčných alebo humorných situácií nie sú herci, ale obyčajní ľudia. Žáner existuje od vzniku televízií,

ale jeho veľké a masové rozšírenie nastalo až okolo roku 2000 s televíznymi formátmi „Big Brother“ a „Survivor“. Reality show môže predvádzať mnoho formálnych nápadov. Hra, kvíz, varietná show, situácie o prežití alebo show založená na voyeurizme. Základnou charakterizáciou je potreba senzácií (alebo, ako to Ejzenštejn pomenoval, „atrakcií“) na pripútanie diváka za každú cenu. Finančným motívom realizácie show sú reklamné vstupy pri najvyššej sledovanosti. Priestorom sú exotické destinácie s nenormálnymi situáciami a s výstrednými charaktermi.

Formálna stránka:

- Podobne ako súťaž musí mať reality show tiež pevné pravidlá, ale na rozdiel od súťaže je možné v záujme vrcholnej sledovanosti pravidlá v priebehu mnohomesačnej či dokonca niekoľkoročnej prezentácie meniť a dopĺňať. V zásade urobiť všetko pre to, aby sme diváka pripútali k obrazovke.
- Pre vznik kontroverzných situácií je nevyhnutné nekorektné vystupovanie organizátora opäť s primárnym záujmom dostať aktérov reality show do emočne nezvládateľných situácií.
- Spätný kontakt divákov a čo možno najdeformovanejší a najkrajnejší emočný prejav na diváckej strane je vítaný.
- Improvizácia a manipulácia sú zásadnými prvkami komunikácie s respondentmi.
- Odpočítavaný čas (ticking time) je dramatizujúcim prvkom. Jedným z mála nemenných pravidiel reality show je pravidelné postupné vyraďovanie účastníkov vzhľadom na reálny čas.
- Jediný víťaz s cieľovou prémieou.

5.10. Športové prenosy, záznamy prenosov



Charakterizácia:

Športové televízne prenosy sú vyhľadávanou reláciou. Umožňujú svojim divákovi zúčastniť sa športovej udalosti v plnej emočnej aktivite napriek tomu, že sú fyzicky vzdialení. Vysielacie práva na vrcholné športové podujatia, ako sú majstrovstvá sveta, olympijské hry alebo futbalové finálové zápasy, sú mimoriadne drahé a podliehajú prísnyim pravidlám o tom, kto môže prenos sledovať.

Formálna stránka:

- Zdôrazňovanie morálnych hodnôt. **Športová česť**, tolerancia, krása športu, výkon, tvorivosť, vytrvalosť, nasadenie, kolektivismus, apolitickosť, spájanie kultúr, krajín a národov.
- Zaznamenávanie mnohými kamerami umiestnenými v športovom priestore, z čoho vyplýva zámer **čo najlepšie diváka informovať** o priestore, výkone, emócií a estetike športového výkonu. Kamery sú umiestnené na miestach divákov, v športoviskách, vo vzduchu, ale aj priamo na aktéroch športových výkonov.
- **Tempo a rytmus** strihu sa podriaďuje prísnej logike vyplývajúcej z charakteru športového podujatia a jeho najdôležitejšou úlohou je čo najpresnejšie informovať o dianí na športovisku.

- **Komentovanie** sprostredkujúce športovú udalosť. Jedným komentátorom je televízny profesionál a druhým športový profesionál. Pri náročných podujatiach sa využíva striedanie komentujúcich. Dôležitý je prenos emócie z komentátora na diváka.
- **Rozhovory** s účastníkmi športových podujatí, trénermi, hráčmi, organizátormi...
- Reklamy a upútavky, ktoré predchádzajú športovému prenosu.
- **Výrazná grafika** umožňujúca dokonalú orientáciu diváka vo všetkých aspektoch podujatia. (Čas, športový výkon, charakterizácia športového výkonu, priebežné výsledky.)
- Záznamy a opakovania vynikajúcich výkonov v normálnej rýchlosti aj spomalene z rôznych uhlov snímania.

5.11. Relácie pre deti a mládež



Charakterizácia

Detské relácie sú nadžánrom v rámci žánrovej klasifikácie. V televíziách sú častými doobedňajšie pásma vyplnené kúzelníkmi, šašami, súťažami, výučbovými reláciami, animovanými rozprávkami. Večerným zaužívaným formátom je večerníček a počas sviatkov rodinný film s detskou dramatickou zápletkou a s neagresívnym dramatickým napätím.

Formálna stránka:

- zdôrazňovanie morálnych hodnôt (dobro víťazí nad zlom), tolerancia
- estetika
- tvorivosť
- samostatnosť
- aktivita
- vzťah kolektivismu a individualizmu, rodinné hodnoty
- motivácia

Súčasnosť je mozaikou ľudskej dávnominulej histórie, nedávnej histórie a prítomnosti. Miešajú sa vplyvy kultúr minulých aj prítomných, náboženských aj filozofických, miešajú poznatky vedecké aj nevedecké, splýva a aj naopak vyhraňuje sa psychológia muža a ženy. Všetko so všetkým súvisí.

Niet preto dôvodu, aby k podobnému procesu nedochádzalo aj v rámci audiovizuálnej kultúry a najmä pri jej každodennej forme – televíznej tvorbe. Všetko sa mieša so všetkým a ak výsledná forma prijímateľa osloví, nikde nie je chyba.

Seminár filmových televízií Slovenska.

Na workshope je napätá situácia. Ostrý a kontroverzný publicistický príspevok, ktorý dáva síce priestor zástupcom obidvoch protichodných názorov, ale predsa len z podtextu príspevku je cítiť, že autor príspevku je na strane súperiacich strán. Komisia to zaregistruje a autorovi vytýka jeho neobjektívnosť. Podľa platných pravidiel žurnalistiky televízny žurnalista (redaktor) nemá profesionálne právo dať pocítiť divákovi svoj názor. Komisia príspevok neuznáva a z vavrínov víťazstva sa teší iný príspevok, ktorý nesie rovnako charakteristiku „investigatívny“.

Najbohatším filmárom dokumentaristom je Michael Moor. Jeho bohatstvo znamená úspech u strednej triedy a získal ho filmami, ktorých hlavným charakterizačným znakom je neobjektívnosť, ba dokonca demagógia. Niet filmára, ktorý by ho nepoznal. Slovenská filmárka Zuzana Piussi čelí trestnému obvineniu..., český filmár a pedagóg Karel Vachek je známy svojou slabosťou k provokácii.

Pravidlo úplnej objektivity autora vo vzťahu k riešenej problematike príspevku dnes už neplatí.

Provokácia vyjadrená žánrom môže byť rovnako úspešná a užitočná tak, ako boli v minulosti užitočné konvenčné objektívne postupy.

Dodnes si pamätám porevolučnú publicistiku Radka Johna v TV Nova. Pamätám si ju, pretože bola tematicky silná a vhodne formálne spracovaná. A určite v riešení predkladanej problematiky Radek John nebol nestranný.

Trvalé oslovenie diváka (katarzia) nie je závislé od dlhometrážnej dramatickej tvorby.

„Žiadne profesionálne pravidlo nie je také silné, aby mohlo byť silnejšie ako myšlienka. Ak je myšlienka dosť silná a prijímateľ je schopný a ochotný ju prijať, tak myšlienka nepotrebuje pravidlá. Toto je vývoj!“

Tak, ako platí toto pravidlo pre fabulu hraného filmu, pre hudbu, maliarstvo, architektúru, tak platí aj pre televízne žánre.

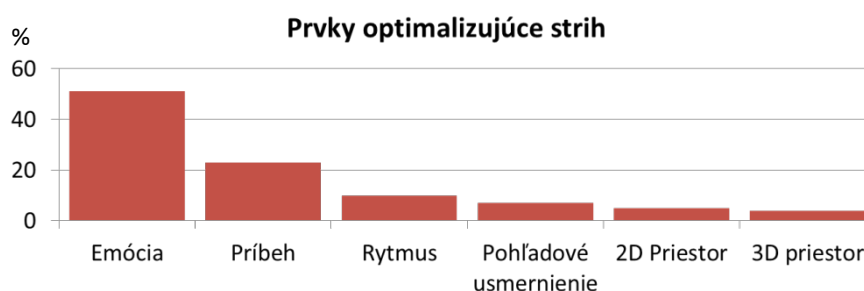
Televízna konkurencia

Elektronické meranie sledovanosti televíznych programov pomocou peplemetrov umožnilo vyhodnocovať sledovanosť jednotlivých televízií a stanoviť relatívne objektívne kritériá kvality relácií jednotlivých televízií. Odhady sledovanosti sa využívajú pri cenotvorbe komerčného vysielacieho času a na plánovanie reklamných kampaní. Podľa týchto údajov sa vytvára nová programová štruktúra. Na Slovensku peplemetrové meranie združuje STV, Markízu, JOJ, TA3 a Asociáciu mediálnych agentúr (AMA). V súčasnosti sa prieskum robí v 1 200 domácnostiach, sleduje sa aj internetové vysielanie, a to aj z archívu. Monitoruje sa 100 celoplošných a 20 regionálnych televíznych vysielaní. Meranie sledovanosti sa uskutočňuje najmenej v 50 krajinách a celkovo asi v 41 000 domácnostiach.

Záver

Podľa amerického teoretika strihovej skladby Waltera Murcha¹⁰ existuje 6 prvkov, ktoré zabezpečujú optimálne vnímanie diváka filmovej skladby záberov.

- 1) EMÓCIA – Emotion 51 %,
- 2) PRÍBEH – Story 23 %,
- 3) RYTMUS – Rhythm 10 %,
- 4) SÚSTREDENIE POHLĎADU – Eye-trace 7 %,
- 5) 2D PRIESTOR PREMIETANÉHO PLÁTNA – Two-dimensional plane of screen 5 %,
- 6) 3D PRIESTOR PRÍBEHU – Three-dimensional space of action 4 %



Aj keď emócia v spravodajských a publicistických žánroch nie je priamym formálnym prvkom, s ktorým žáner priamo narába, predsa len výsledkom televíziou predkladanej informácie alebo analýzy (či už kladnej alebo zápornej) je jej **emocionálne chápanie divákom**. Aj tu platí pravidlo, že ak informácia zaujme, divák je spokojný a následne je emocionálne naplnený. Ak divák informáciu, prípadne analytickú konštrukciu neprijme, bude hľadať chyby v technickom vyhotovení predkladaného žánru. Emocionálna nenaplnenosť ďalej spôsobí vyhľadávanie chýb vo formálnom prejave redaktora, kameramanskom spracovaní (ručná kamera), v dramaturgii a technickom spracovaní zvuku (odstup druhého zvukového plánu) a aj v strihovej skladbe väzieb záberov a v bohatosti, výbere a radení obrazového materiálu.

Aj pre spravodajstvo a publicistiku je dôležitý dobre a úsporne vyrozprávaný príbeh, strihový a vnútrozáberový rytmus a riešenie obrazovej kompozície.

Aj tu platí najdôležitejšia povinnosť filmára: „**Šetriť čas divákovi.**“

Význam 3D priestoru pre vnímanie diváka sa bude v budúcnosti zväčšovať, ale význam vyjadrenia emócie a dôležitosti vyrozprávania príbehu v audiovizuálnych žánroch nikdy nedosiahne.

Problematika televíznych žánrov ako celku je nesmierne obsiahlou kategóriou, ktorá nemôže byť plne obsiahnutá týmto textom. Dôraz bol položený na spravodajské, publicistické, náučné a industriálne žánre, dokumentárne a zábavné žánre sú naznačené pre zaradenie do štruktúry televíznej tvorby, ich analýza je zväčša blízka analýze filmovej tvorby a niekedy s ňou identická.

Použitá literatúra

- ARISTOTLE, preklad S. H. Butcher.** *Poetics*. Orange Street Press, 1998.
<http://classics.mit.edu/Aristotle/poetics.html>.
- BROUCKER, José de.** *Pratique de l'information et écritures journalistiques*. CFPJ, 1995. ISBN 10-2859001204.
- COSTELLO, John.** *Writing a Screenplay*. Trafalgar Square Publishing, 2004. ISBN 1904048315.
- HLADKÝ, Miroslav.** *Žurnalistika v televízi*. Brno : Novinář, 1986.
- KOŠČO, Ján.** *Žurnalistické žánry v televízi*. Brno : Novinář, 1984.
- KUČERA, Jan.** *Úvahy pred obrazovkou*. Praha : Famu Praha, 1978.
- MCKEE, Robert.** *Story*. New York : Harper Entertainment, 1997. ISBN 0-06-039168-5.
- MISTRÍK, Jozef.** *Štylistika*. Slovenské pedagogické nakladateľstvo, 1989. ISBN 067-035-89.
- MOURIQUAND, Jacques.** *L'enquete*. Paris : Guides du Centre de formation et de perfectionnement des journalistes, presse et communication d'entreprise, 1995. ISBN 10-2859001050.
- MURCH, Walter.** *In The Blink of Eye, 2nd edition*. Los Angeles : Silman James Press, 2001. ISBN 1-879505-62-2.
- ROSENTHAL, Alan.** *Writing, Directing and Producing Documentary Films and Videos*. Southern Illinois University Press, 2002. ISBN 0-8093-2448-2.
- TUŠER, Andrej.** *Ako sa robia noviny*. EUROKÓDEX, 2003. ISBN 8089447236.
- VEĽAS, Štefan.** *Teória a prax novinárskych žánrov*. Praha : UK, 1997. ISBN 80-223-1167-7.

Podobný okruh literatúry nájdete v on-line katalógu ÚK a ŠIS VŠMU:
www.vsmu.sk/page0/kniznica.html

Odkazy s vysvetlením:

¹ Obrázok stiahnutý z adresy

<http://www.fractal.org/Bewustzijns-Besturings-Model/Index-BBM.htm>

<http://www.fractal.org/Bewustzijns-Besturings-Model/Nature-of-emotions.htm>

voľný pre ďalšie šírenie

² <http://users.aber.ac.uk/dgc/chandler.html>

³ <http://www.armedwithpens.com/staff/john-costello/>

⁴ McKEE, Robert, *Story*, Harper Entertainment, 1997, ISBN 0-06-039168-5, str. 79.

⁵ COSTELLO, John, *Writing a Screenplay*, 2004, ISBN 1 904048 31 5, str. 45.

⁶ http://en.wikipedia.org/wiki/Television_program

⁷ ROSE, Brian G.: *TV Genres a Handbook and Reference Guide*

alebo <http://www.ranker.com/fact-lists/tv-programs/genre>

⁸ Veľkosti záberov: EVC - extrémne veľký celok, VC – veľký celok, C – celok, AP – americký plán, PC – polocelok, PD – polodetail, D – detail, VD – veľký detail

⁹ <http://cs.wikipedia.org/wiki/Anketa>

¹⁰ MURCH Walter, *In The Blink of Eye*, Silman James Press, ISBN 1-879505-62-2, str. 18.