



Učebnice mediální výchovy

Publikace byla vytvořena English and Media Centre a poprvé publikována ve Velké Británii.
www.englishandmedia.co.uk

Z britského originálu přeložilo a upravilo o.s. Aisis

Editorka a českého překladu: Mgr. Helena Jiráková



S edicí EMC angličtina pro 7.-9. ročník získávají učitelé jistotu, že naplní cíle výuky angličtiny v těchto ročnících vysoce kvalitními postupy, prostřednictvím kreativních, zábavných a logicky uspořádaných aktivit a her.

Každá lekce se zaměřuje na dovednosti a postupy při práci s médii a poskytuje rámec, v němž mohou žáci rozvíjet své analytické a vyjadřovací schopnosti. Cvičení a texty v *Knize o médiích* rozvíjejí v průběhu tří let u žáků dovednosti vyjadřovat se, poslouchat, vědomě číst a kreativně psát.

Učebnice mediální výchovy staví do popředí následující prvky učení se médiím:

- vysoké tempo a silné zaměření na koncepty
- různé styly výuky a práce ve skupinách
- přístupy k televizní a filmové tvorbě a jejímu pozadí, které jsou žákům pochopitelné
- příležitosti k společnému a cílenému čtení, psaní a tvorbě
- zlepšení vyjadřovacích schopností žáků pomocí tradičních mediálních forem, zastávání určitých rolí a her
- zaměření na jazyk v souvislostech.

V lekcích se objevují díla z hlavního proudu televizní a filmové tvorby, populární i alternativní produkce. Byla vybrána, neboť jsou inspirativní a provokující. Lekce obsahují: studie o populární kultuře (*Big Brother, Simpsonovi a Teletubbies*), mediální debaty (zkoumání fenoménu celebrit a reklamního průmyslu zaměřujícího se na mladé lidi), analýzu čtyř krátkých filmů, které vybízejí k zamyšlení nad způsobem ztvárnění, nad tématem etnika, identity a postižení.

Na videu najdete tři krátké filmy (*Out, Doma mimo domov a Patterns*), dokumentární film *Vyfoťte se*, části z *Big Brother*, zprávu o začátku vysílání *Teletubbies* v Moskvě a několik televizních reklam.

CD ROM, který je součástí kompletu, obsahuje dlouhodobé, střednědobé i krátkodobé plány ke každé lekci, srozumitelné poznámky, filmová políčka, kopie některých klíčových textů s poznámkami i bez nich, další aktivity a materiály. Všechny mohou být vytištěny a podle potřeby přizpůsobeny.

English & Media Centre

EDICE EMC ANGLIČTINA PRO 7.-9. ROČNÍK

Napsali Jenny Grahame a Kate Domaille

Upravili Sabrina Broadbent a Lucy Webster

Design a uspořádání: Fran Stowell

Obal: Blaise Thompson

Tisk: Giunti Industrie Grafiche, Prato-Italy

Upraveno online: Hugh Morris

Vydalo English & Media Centre, 18 Compton Terrace, London N1 2UN

© 2001

ISBN: 0 907016 75

Poděkování

Děkujeme Alexovi Metcalfemu, Maureen Blackwoodové, Amandě Suttonové a Kirsten Sheridanové za jejich cenné podněty a za podporu, Isabele a Alici Fitzsimonovým za fotografie a výtvarnou část, Becce Huntové, Lindseymu Pinnickovi, Heidi Jacobsenové, Kate Goldsmithové a Di Marcusovi za komentáře a návrhy a mnoha učitelům a žákům, kteří materiál ozkoušeli a zhodnotili.

Poděkování si zaslouží následující osoby a společnosti:

Alex Metcalfe za film Out a za rozhovor; BBC Worldwide za části Breakfast News (21/11/00); The Daily Mail za „Mohou být Teletubbies skutečně dobří pro malé děti?“ (20.5.97); Maureen Blackwoodová a Sankofa Film and Video Workshop za Doma mimo domov; Harper Collins a Matt Groening za část Simpsonovi: Kompletní průvodce k naší oblíbené rodině; Dave Cobban a HHCL za reklamy na Juice Up, Fruit Shoot a Big Dave Pot Noodle; Ammanda Suttonová a Little Gem Productions za Vyfoťte se; BBCWW Ltd za písemnou i obrazovou část z magazínu © star a Kate Holtonová za rozhovor; Comic Relief za úryvek z interview Aliho G s Beckhamovými; Kirsten Sheridanová za možnost použít její film Patterns a za rozhovor; Národní autistická společnost. ICT za úryvek článku „Strachy a porozumění: Shrnutí nedávného průzkumu o dětech a televizních reklamách“, publikován ICT v říjnu 1998; Komise pro stížnosti na tisk za úryvky z Etického kodexu novináře; The Guardian a autor za „Hello for Teens“; Britvic za popis „Juice Up“ a za „Britvic Drinks Cabinet“. Britská verze Big Brother je vytvořena Bazalem pro Channel 4; Big Brother je originálním formátem od John de Mol Produkties B.V.

Snažili jsme se zjistit a uvést veškerá autorská práva. Došlo-li nedopatřením k opomenutí některých práv, uvítáme váš podnět a tento stav napravíme.

Out – Chápání televizní a filmové tvorby	6
Vytváření příběhů, přetvoření příběhu ve film Sledování 4minutového filmu Out	
Pustíme se do Teletubbies – Televizní případová studie	14
Pochopení Teletubbies Přitažliví, nebo příšerní? Prodávání Teletubbies	
Doma mimo domov – Film a příběh	28
Zhlédnutí filmu Podrobné sledování filmu Poselství a významy	
Podívejme se na Simpsonovy – Televizní kultura	38
Titulky seriálu Sledování jedné epizody Simpsonovský průmysl Co řekli o Simpsonových	
Prodej mladým – Reklamy pro mladé	57
Čtení reklam Zkoumání reklamních kampaní Reklama na Starcrunch	
Vyfoťte se – Lekce o dokumentech	70
Portrét Lízy Analýza 9minutového filmu Vyfoťte se Zahrajte si na tvůrce filmu „Jeden den života...“	
Celebrity! – Zkoumání mediální tematiky	83
Celebrity, časopisy a čtenáři Zahrajte si na celebrity Stinná stránka toho být celebritou	
Televizní Big Brother – Intermediální studium	95
Sledování Big Brother Kdo je Big Brother? Hraní rolí v televizní talk show	
Patterns – Film a ztvárnění	109
Sledování Patterns Významy Patterns Přetvoření Patterns z povídky na scénář a na film Vytváření Patterns	

Cíle

Učebnice mediální výchovy je částí nové edice English and Media Centre pro 11-14-leté. Kniha pro žáky 7.-9. ročníku vznikla proto, aby naplňovala požadavky Národního kurikula a Rámce pro výuku angličtiny; má poskytnout řadu kontroverzních a provokativních mediálních, televizních a filmových děl a kreativních přístupů k nim. Aktivity jsou strukturovány tak, aby se vešly přibližně do šedesátiminutových hodin, a každá lekce je navržena tak, aby vyšla na tři až čtyři týdny. Lekce se zaměřují hlavně na následující aspekty efektivní výuky médií (v souladu s kurikulem angličtiny):

- vysoké tempo a silné zaměření na koncepty výuky
- různé styly výuky a formy skupinové práce žáků
- aktivní, na žáky zaměřené přístupy k televizní a filmové tvorbě a jejich tvůrčím souvislostem
- příležitost ke společnému, řízenému čtení a psaní
- zlepšení mluvního projevu pomocí tvorby, hraní rolí a simulačních aktivit.

Jak knihu používat

Většina lekcí v knize je postavena na studiu televizní a filmové tvorby s výjimkou lekce Celebrity. Zatímco u dvou lekcí (Studium Simpsonů a Práce na Teletubbies) stačí, aby učitel pustil jakoukoli epizodu, všechny zbývající lekce jsou podpořeny konkrétními výňatky z doprovodného videa.

Detailní časové rozvržení videa, pomocné a doplňkové aktivity k jeho sledování, materiály a praktické úkoly lze najít v Poznámkách pro učitele, stejně jako zvětšené, barevné verze filmových políček pro analýzy v této knize.

Pozn. editora: pro lepší představu do textu vkládáme krátké vysvětlení, čeho se filmy týkají, a přeložené dialogy, které jsou v textu označené modře.

Některé kapitoly korespondují s metodickou příručkou Cíle mediální výchovy ve výuce angličtiny v 7.-9. ročníku (film Out, Vyfoťte se, reklama na Juice Up, Patterns).

Hledání rovnováhy mezi rozsahem a pokroky žáků

Kniha umožňuje výběr až tří lekcí na každý rok. Dohromady tyto materiály a aktivity pokrývají širokou škálu mediálních žánrů, konceptů a výukových cílů. Lekce byly vytvořeny k tříletému postupnému rozvíjení znalostí médií a dovedností analýzy; dále k rozvoji dovedností mluvního projevu, poslechu, čtení a psaní. I když nemusí být nutně probírány v uvedeném pořadí, odráží sled lekcí v učebnici tento záměr postupného rozvíjení. Ačkoli lekce byly vytvořeny k naplnění různých cílů 7.,8. a 9. ročníku, v učebnici není žádná zmínka o Rámci a lekce nejsou přiřazeny ke konkrétnímu ročníku. Tyto informace jsou k dispozici v Průvodci učitele na CD ROMu.

V této lekci se naučíte:

- pochopit, jak text, zvuk a obraz spolu vytvářejí významy filmového či televizního díla
- vysvětlit, jak se příběhy mění, jsou-li adaptovány do jiného média
- určit různé techniky práce kamer, práce se zvukem, osvětlením a barvami a zhodnotit jejich efekt
- rozumět důležitosti střihu v televizní a filmové tvorbě

Vyprávění příběhů

Přípravná fáze

Práce třídy

- Pozorně si přečtěte příběh

Malého chlapce Johna odrazuje od čtení jeho nevlastní otec, který umí sám sotva číst. Jednoho dne je John otcem přistižen, jak si při světle baterky čte knihu v komoře. Otec začne být agresivní a knihu zničí. Tato událost Johna hluboce ovlivní. Vyrostle z něj novinář a amatérský boxer.

Je to velmi jednoduchý příběh, který klade mnoho otázek. Některé z možných otázek jsou navrženy zde:

- Proč je Johnův nevlastní otec Gary tolik proti Johnovu čtení?
- Co ho ten den tolik rozcílí?
- Jak se při tomto incidentu cítí John?
- Jak se s tím jako dospělý vypořádá?

- Mluvte o každé z těchto otázek a použijte fantazii, abyste přišli na možné odpovědi

Převyprávění příběhu

Práce jednotlivců a skupin

■ Ve tříčlenné skupině zaujme každý roli jedné z postav příběhu – John, jeho nevlastní otec (Gary) a jeho matka (Tina). Za pět minut napište o události slovy vaší postavy. Snažte se použít fantazii, abyste doplnili mezery. Než začnete, rozhodněte se jako skupina, zda příběh vyprávíte:

- jako by se to dělo nyní, v přítomnosti
- jako by se to právě stalo
- jako by už uplynul nějaký čas a vy si vzpomínáte na tuto událost později v životě
- ve formě deníku, dopisu příteli nebo konverzace

Seznámení se s příběhy

■ Přečtěte ostatním svou verzi a porovnejte různé myšlenky a pocity, které jste popsali. Poté si vyměňte všechny tři verze s jinou ze skupin, abyste viděli, s jakými rozdíly jste událost interpretovali.

Tentýž příběh, různé interpretace

Práce třídy

- Učitel vybídne několik skupin, aby nahlas přečetly své tři verze příběhu. Při poslechu přemýšlejte o:
 - různých vysvětleních události
 - různých způsobech, jak jste se ji rozhodli popsat
 - různých formách, které jste použili k vyprávění příběhu.

Přetvoření příběhu ve film

Příběh slouží jako začátek krátkého filmu. Na následujících dvou stranách najdete 27 filmových políček, každé zobrazuje jeden záběr z filmu. Nejsou v žádném konkrétním pořadí. Uvidíte, že na fotografiích je pět lidí; dva z nich jsou John jako dospělý a jeho osobní trenér.

- Než začnete radit obrázky podle své představy příběhu, zjistěte, kolik toho již víte o filmové tvorbě a jejím speciálním vyjadřování. Napište čísla všech obrázků, které jsou podle vás:

- detailní záběry
- dlouhé záběry
- záběry z nadhledu, záběry natočené shora dolů
- záběry z podhledu, záběry natočené zdola nahoru
- záběry, v nichž se kamera pohybuje.

Příklad ke každému typu záběru je na této straně dole.

- Čeho jste si všimli ohledně barvy těchto obrázků? Co myslíte, že rozdíly barev znamenají?

K poznání by vám mělo pomoci, že:

- obrázky černého boxera představují Johna jako dospělého
- papír v odpadkovém koši na obrázku 20 je oznámení o Garyho pohřbu.

- Poznamenejte si obrázky nebo představy, které vás překvapují či zarážejí. Mluvte o tom, co by podle vás mohly znázorňovat.



detailní záběr



dlouhý záběr



záběr z nadhledu



záběr z podhledu



pohybující se kamera

Out



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



13



14



15



16



17



18



19



20



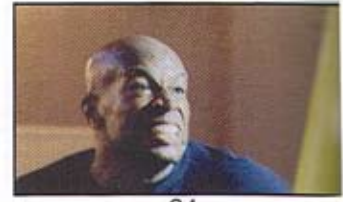
21



22



23



24



25



26



27

Vyprávění příběhu filmu **Skupinová práce**

Učitel vám dá list s filmovými políčky, které si rozstříháte. Budete představovat střihače filmu, záběry dáte do pořadí, které vypráví příběh neefektivněji.

■ Sestavte z 27 obrázků vlastní film. Každý záběr představuje několik vteřin z filmu. Budete se muset zamyslet nad následujícími otázkami:

- Z hlediska koho bude příběh zobrazován?
- Kterým políčkem příběh začíná a kterým končí?
- Jak bude ve filmu zobrazen dopad události na Johna jako dospělého?
- Jaký význam má oznámení o Garyho pohřbu?

■ Když jste vytvořili sled obrázků, se kterým jste spokojeni, nalepte jej na list papíru. Mezi obrázky nechte dostatek místa na poznámky, legendu a přímou řeč.

■ Nyní se zamyslete nad zvukovým doprovodem. Přemýšlejte o následujících bodech:

- zda chcete do svého filmu zahrnout dialog a jestli ano, kdo s kým bude mluvit
- zda chcete mluvený komentář vypravěče, nebo řeč jedné osoby komentující děj
- jaké další zvuky zahrnete (např. hudbu nebo zvukové efekty).

■ Pod každý obrázek napište podrobnosti ke zvukovému doprovodu, který jste zvolili.

■ Připravte se na prezentaci své verze příběhu před třídou.

Seznámení s vytvořenými filmovými příběhy **Práce třídy**

Každá skupina ve třídě by již měla mít vytvořen svůj sled obrázků pro krátký film. Je to vlastně obrázkový scénář s popisky (v angličtině storyboard) – obrázky bývají buď malované, nebo fotografické. Použitím obrázků umožňuje tvůrci ukázat, jak bude film vypadat.

- Porovnejte různé verze příběhu. Mluvte o rozdílech mezi nimi a zaměřujte se na následující:

Sled vašich obrázků

- kterými obrázky svoji verzi začnete
- který je poslední obrázek vašeho příběhu
- jak ovlivňují úvodní a závěrečné záběry význam příběhu

Rozvinutí příběhu

- jak se liší „prostředky“ vašich příběhů

Plynutí času

- jak jste si poradili se ztvárněním Johna jako dospělého (Začíná příběh jako dospělý a pak se dívá zpět na minulost, nebo jste příběh seřadili chronologicky, od dětství do dospělosti?)
- jaký by tím mohl vzniknout rozdíl ve vyznění příběhu

Oznámení o pohřbu

- jakou má důležitost v každém z vašich příběhů

Zvukový doprovod

- jaké různé názory měla každá skupina na použití zvuku
- co bylo důležitější – slovo, hudba, nebo zvukové efekty
- co působilo lépe – dialog (řeč), nebo mluvený komentář (vypravěč vyprávějící příběh)
- jaké různé nápady jste měli ohledně hudby, která doprovází obrázky

V této aktivitě jste pracovali jako střihači – jinými slovy jste vytvořili příběh výběrem a spojením řady filmových záběrů. Mnoho lidí si myslí, že nejzajímavější část tvorby filmu je psaní scénáře a natáčení obrazu. Ve skutečnosti, jak jste zjistili, je nejtěžší a často nejvíce kreativní část sestřihání zvuku a obrazu, aby vyprávěly příběh, který dává divákům smysl. Dobrá práce, střihači!

Sledování Out

První dojmy z filmu Sledování třídy

Obrázky, se kterými jste pracovali, jsou částí krátkého filmu nazvaného Out, režírovaného Alexem Metcalfem podle jeho původního scénáře.

- Sledujte film, aniž byste cokoli psali.
- Po zhlédnutí filmu mluvte o svých prvních dojmech. Bylo to to, co jste očekávali?
- Jak se Alexova verze liší od vašeho sledu obrázků?

- Co myslíte, proč Alex vložil do filmu následující:
 - diskusi o Johnových novinách
 - trénink boxu
 - plán pohřbu.

- Co myslíte, proč se film jmenuje Out?

Out od Alexandra Metcalfa

Osoby:

Malý John

Velký John

Matka

Její přítel Garry

Trenér

V kuchyni: Matka myje nádobí a volá syna. (Syn John si čte ve špajzu knihu)

(malý John:) (úryvek z knížky)

Plavba mohla začít. Lord Chamber byl nachystán a štíty byly aktivovány.

(máma:) Johne!

Johne!

(malý John:) (úryvek z knížky)

Už nebylo nic, co by odlet zdržovalo. Loď odlétla a nechala atmosféru cizí planety za sebou.

V šatně tělocvičny

(velký John:) Ty noviny jsou na nic. Snad budu mít časem více možností.

(trenér:) Jsi připravený, Johne?

(velký John:) Jasně, kámo.

(trenér:) Minulý týden jsem četl tvoje noviny. Abych si je prohlédl.

(velký John:) To nejsou moje oblíbené noviny, jen pro ně píšu.

(trenér:) Jsi na to připravenej?

(velký John:) Na co?

(trenér:) Ne každý dosáhne toho, co chce.

(velký John:) Tys to nepochopil, o tom to není. Je to o tom, kolik námahy do toho vložíš. Koukni, kámo, o tom se nebudeme bavit.

Začněme.

V kuchyni:

(máma:) Ahoj zlato. Dáš si čaj? Uniklo mi, že je John venku.

(Garry:) Venku? To není až tak jistý.

On chce John dál chodit do školy. Já nevím. Takhle bude vzdělanější než já. Kancelářina. To se bez toho neobejde?

(máma:) Garry, podívej se na podlahu. Sundej si boty a dej si čaj, já zatím uklidím to bahno.

Ve špajzu:

(máma:) Oh!

(Garry:) Co se děje?

(máma:) Nic!

(Garry:)řve na Johna

Ty! Myslel jsem, že jsi venku! Co děláš? Čteš si!

Řekl jsem ti, je to k ničemu! Takhle se nic pořádného nenaučíš. Pojď sem!

Ven! Vylez!

Vylez, vylez!

To už nebudeš dělat, rozumíš? Dej mi to.

(máma:) Garry, Garry, ne!

(Garry:) řve na Johna

Dej mi to!

Dej to sem!

Slyšel jsi mě?!

Padej! Budeš raději zametat ulice než se učit! Tak padej!

Rozuměl jsi mi? Rozuměl jsi mi?

Dej mi to.

(máma:) Garry!

V tělocvičně:

Velký John boxuje čín dál zuřivěji, do toho je slyšet Garryho řev: „Rozumíš?“

Velký John brečí u box. pytle

(trenér:) Johne, jsi v pohodě, kámo?

(velký John:) Sorry, brácho. Necháme to na příští týden.

(trenér:) Dej vědět, kdybys mě potřeboval.

John se vypoťácí ven, vytáhne z kapsy Garryho parte a vyhodí ho do koše.

Opětovné sledování Out Sledování třídy

■ Zhlédněte film ještě jednou, tentokrát pozorně sledujte, jak Alex sestříhal film. Všimněte si následujících bodů:

- rychlost a tempo střihu (jak pomalu nebo rychle se záběry střídají na začátku, uprostřed a na konci?)
- pohledy zpět („flashbacky“) – jak je film sestříhán mezi současností a minulostí
- zvukový doprovod – způsob, jak zvuk z jedné části přechází na zvuk další části
- osvětlení a barva filmu – např. kontrast mezi teplými barvami tělocvičny a chladnými šedými tóny pohledů zpět do minulosti.

Analýza a recenze Out Skupinová práce

■ Mluvte o tom, čeho jste si všimli při druhém sledování. Pak si přečtete následující komentáře, které napsal tvůrce filmu Alex.

V krátkých filmech nemáte moc času na sdělení informací, proto pomáhá všechno, co je jednoznačné.

Zjistil jsem, že pokud scéna nepůsobí dobře, je to obvykle chyba scénáře nebo vztahu tempa dialogu a pohybu kamery.

Příběh začíná a končí pomalu; jeho prostřední část běží šílenou rychlostí. Nějakou dobu trvalo, než tempo bylo správné. Chtěl jsem pomalý začátek ke zdůraznění normality domu, když tam Gary není. Pomalé tempo na konci umožňuje divákům a Johnovi přemýšlet nad minulými událostmi.

Johnova reakce na Garyho smrt je znovuprožití potyčky a vypořádání se s tím... Doufám, že si diváci všimnou Johnova přání posunout se nyní dopředu.

Film byl natočen za dva dny, jeden den byl na zkoušky. Úpravy obrazu a střih zabraly deset dní; sestavení zvuku šest měsíců!

Garyho jsem udělal bílého a ne černého jako Tinu a Johna v určité naději, že by to mohlo zbořit jakékoliv ještě existující schematizace.

Cílem díla není poskytnout plnohodnotné drama, ale spíše nechat diváka samotného s pocitem drtivých zákazů a nevyřešeným vztahem mezi Johnem a jeho rodinou.

■ Vyberte si tři komentáře, které vás obzvláště zaujaly nebo které vám pomohly lépe pochopit, jak byl film vytvořen a sestřihán.

■ Své tři komentáře použijte jako základ k napsání skupinové recenze na Out pro jiné 7. třídy, které film ještě neviděly. Ve společném článku se snažte psát o některých z následujících myšlenek, pojmů a frází:

práce kamer	zvukové efekty	charakterizace
barvy a osvětlení	zvukový doprovod	příběh
hudba	tempo	pohledy zpět
atmosféra	konflikt	rozřešení
minulost	přítomnost	budoucnost
ukončení	střih	

Pustíme se do Teletubbies

V této lekci se naučíte:

- různé způsoby zkoumání televizní a filmové tvorby, zvuku a příběhů
- kdo vytvořil Teletubbies a jak pořad funguje
- proč jsou pořady jako Teletubbies důležité pro BBC
- jaké jsou reklamy na Teletubbies, jak je pořad šířen
- některé z obav a debat o vztahu dětí a televize.

Co víte o Teletubbies?

Úvod Práce třídy

O: Je to zaoblené a roztomilé, existuje to ve čtyřech jasných barvách, má to obrázky v bříšku a anténu na hlavě. Co je to?

Je jasné, o čem mluvíme: o Teletubbies. Byly vytvořeny pro miminka a batolata, asi jste je dávno přerostli; ale ať je milujete, nebo se vám hnusí, Teletubbies je stále jedním z nejpoblíbenějších britských televizních seriálů všech dob a jeden z největších zlatých dolů BBC.

Tubby-kvíz Práce třídy

■ Udělejte tento jednoduchý kvíz, abyste zjistili, kolik toho víte o Teletubbies.

1. Který z Teletubbies je největší?
2. Který z nich je nejmenší?
3. Každý z Teletubbies má svůj oblíbený předmět. Kdo koloběžku a víte co mají ostatní?
4. Jaká jsou oblíbená jídla Teletubbies?
5. Kdo nebo co je Noo-Noo a co dělá?
6. V jakém typu domu Teletubbies žijí?
7. Jak poznají, že je čas jít spát?
8. Jací tvorové s nimi obývají Teletubbyland?
9. Napište tři z oblíbených slov nebo frází Teletubbies.
10. Jaký je vztah mezi Teletubbies a hadrovou panenkou?
11. Jmenujte pět dalších zemí, které vysílají Teletubbies.

■ Zkontrolujte odpovědi, abyste viděli, kolik bodů máte správně. Později v této lekci můžete, ve chvíli, kdy o nich budete znát více informací, vymyslet vlastní Tubby-kvíz.

Fakta o Teletubbies Skupinová práce

■ Přečtěte si fakta o Teletubbies na následující straně. Procvičte si studijní schopnosti tím, že si budete dělat poznámky. Použijte následující otázky, abyste své poznámky lépe zorganizovali.

- Kdo vlastní Teletubbies?
- Jak jsou Teletubbies vytvořeni?
- Kolik stojí Teletubbies?
- Kdo sleduje Teletubbies?
- Jak funguje Tellytubby?

Pustíme se do Teletubbies

■ Mluvte o tom, co vám přijde obzvláště zajímavé nebo překvapivé.

Teletubbies jsou obrovští! S kloboukem na hlavě měří Dipsy 10 stop.

Hlavy Teletubbies jsou velmi těžké. Oxid uhličitý vydechovaný herci se uvnitř hromadí, proto je mohou mít na sobě jen 10 minut v kuse. Víčka a ústa Teletubbies jsou řízena kabely, která jdou přes paže dolů k ovladačům, s nimiž herci pracují. Uvnitř hlavy je zabudovaná vysílačka, takže každý Teletubby může slyšet instrukce režiséra; aby viděli, dívají se herci skrze ústa.

Protože jsou Teletubbies tak velcí, musí být všechno ostatní také velké, i králíci. Je to speciální rasa Flemish superkrálíci, kteří dorůstají až do hmotnosti dvou kamenů.

Všechny rekvizity jsou dvakrát větší než ve skutečnosti včetně míče Laa-Laa a toasteru Teletubbies. Vysavač Noo-Noo je dost velký, aby se do něj vešel malý člověk, který ho řídí přes televizní monitor.

Natáčí se 10 hodin denně s hodinovou přestávkou na oběd. Od dubna do října bylo natočeno 100 epizod – v zimě se nedá natáčet, protože není dost světla.

Prostor k natáčení Teletubbies pokrývá 6 akrů země ve Stratfordu nad Avonem. Nic se netočí ve studiu, území je zcela vytvořeno člověkem. Technické přístroje jsou uloženy v ocelových kontejnerech, které jsou zeleně natřeny a skryty v umělých kopcích a údolích. Tráva je skutečná, ale mluvicí květiny ne.

Teletubbies vytvořila Anne Woflová z Ragdoll Productions, která též přišla s Roland Rat (pro TV AM), Rosie and Jim a Tots TV. Poslední produkce Ragdolu je Tweenies, která je touto dobou ve Velké Británii stejně populární jako Teletubbies.

Koncem roku 2000 bude existovat 365 epizod Teletubbies – hodně VELKÉ OBEJMUTÍ pro každý den roku.

Kostýmy Teletubbies jsou vyrobeny z elastické látky jako obří Babygros. Po umytí trvá osm hodin, než dostane původní objem, používají se k tomu hřebeny na psy.

Teletubbies jsou v současnosti vysílány v 70 zemích 90 různými televizními společnostmi a byli přeloženi do 36 různých jazyků.

BBC na Teletubbies vydělala ohromnou sumu peněz; pořad byl prodán do zemí po celém světě včetně Portugalska, Jihoafrické republiky, Nového Zélandu, Holandska, Singapuru, Japonska, Dánska a Izraele. Ale Ragdoll Productions si vede stejně dobře: vlastní vysílací práva pro Ameriku, kde je pořad vysílán v 346 veřejných televizích a každý týden sledován téměř 100 miliony lidí. Amerika bude pokračovat ve vysílání Teletubbies do roku 2008.

Anne Woodová říká, že to jsou „technická miminka“. Byla inspirovaná měkkými hračkami, ke kterým děti přilnou a mají v nich emocionální podporu, a kouzlem technologie – proto ta televize v bříšku.

Prvních 260 epizod Teletubbies stálo 8,5 milionu liber – největší rozpočet, který kdy byl za dětský program utracen. Ragdoll Productions zaplatilo 500 tisíc liber, BBC zbytek peněz.

Pustíme se do Teletubbies

Tváře Teletubbies Práce dvojic

■ Nyní se podívejte na nákres jednoho z Teletubbies zblízka. Obrázek nakreslila Alice, které je šest a tři čtvrtě. Čeho jste si všimli na rysech tváře – tj. na tvaru očí, nosu, úst a uší?

! Poznamenejte si, jak byl obrázek nakreslen. Už jsme za vás začali:



velké špičaté uši

Po – od Alice, 6 a tři čtvrtě roku

■ Přečtěte si následující výňatek z odborné publikace a запиšte si slova a věty, které by vám mohly pomoci vysvětlit, proč jsou Teletubbies tak působiví a přitažliví.

Psychologové zjistili, že určité rysy působí mimořádně na malé děti a jejich matky. Děti reagují úsměvem a žvatláním na velké oči, které jsou posazeny daleko od sebe. Důležitá je také vzdálenost mezi nosem, ústy a bradou. Malý zvednutý nosík je méně hrozný než velký nebo křivý nos. Zaoblené rysy obrácené vzhůru – obloukovité obočí, usmívající se ústa, špičaté uši – jsou opravdu uklidňující a roztomilé, zatímco protáhlé klesavé linie jsou spojeny se strachem a zlem, jak ukazují i kreslené seriály Disneyho studia.

Pouzdro s údaji o současnosti Domácí úkol

■ Představte si, že vaše škola zakopává pouzdro s údaji o současnosti, které má být vykopáno v roce 2121. Pouzdro obsahuje populární předměty z roku 2000, aby ukázalo dětem budoucnosti druhy hraček, se kterými jsme si hráli na přelomu tisíciletí. Jedním ze zakopaných předmětů je sada hraček Teletubbies.

! Napište krátký popis Teletubbies, v němž dětem budoucnosti vysvětlíte, jací Teletubbies jsou, jaké vydávají zvuky, jak se pohybují a chovají. Vysvětlete co nejjasněji, jak byli vytvořeni, aby působili na malé děti.



Pustíme se do Teletubbies

Zhlédnutí jedné epizody Teletubbies

Sledování titulků Skupiny sledují

Podíváte se na úvodní titulky a první úsek jedné epizody Teletubbies. Budete sledovat pozorněji a po menších úsecích, než jste zvyklí. Každá skupina se zaměří na jedno z následujících témat:

Zvuk a jazyk pořadu

- Hlasy
- Použitý druh jazyka
- Jak spolu Teletubbies komunikují
- Hudební nástroje, zvukové efekty, písně



Vizuální strana pořadu

- Barvy
- Tvary
- Různé předměty, lidé, zvířata, místa atd.



Jak je v pořadu použita kamera

- Zůstává kamera na místě, nebo se pohybuje?
- Jsou začleněny různé druhy záběrů, například detailní či dlouhý záběr? Jsou záběry pořízeny z předu, nebo také z nadhledu a z podhledu?



Pohyby

- Rychlé, nebo pomalé? Rychlé a trhané, nebo pomalé a mírné?

Osobnost každého z Teletubbies

- Jaké vlastnosti mají společné a čím se od sebe liší?

Písmena a barvy v titulcích

- Co vám připomínají?

■ Po zhlédnutí sekvence napište poznatky své skupiny do myšlenkové mapy spolu s dalšími věcmi, o kterých jste diskutovali.

! Po druhém zhlédnutí představte podrobně třídu, co jste vypracovali. Bude z toho zřejmé, jak všechny prvky působí společně v sekvenci.

Pustíme se do Teletubbies

Sledování celé epizody

Třída sleduje

■ Při sledování přemýšlejte o těchto otázkách:

- Co se vlastně děje v pořadu Teletubbies? Jaký příběh či příběhy se tu vypráví a jak jsou uspořádány?
- Co se děje ve filmu, který je promítán v bříšku Tubbyho (dvakrát zhruba uprostřed epizody)?
K čemu je tam tato část?
- S kým a s čím si hrají v této epizodě?
- Je pořad vzdělávací, nebo čistě zábavný? Co by mohl učit, pokud vůbec něco?

! Abyste se v pořadu lépe orientovali, překreslete si následující tabulku. První dva sloupce použijte k poznamenání si toho, co se děje v jednotlivých částech epizody. Poté můžete mluvit o tom, co napíšete do pravého sloupce.

Co se děje? Napište ve správném pořadí různé věci, které se zde odehrávají	Kde se to děje? Který z Teletubbies je zapojen? Kdo nebo co je ještě do děje zapojeno?	Kdo se co učí? Je v tom ponaučení?
Titulky		
Teletubbies se loučí		

Dokument o Teletubbies:

Teletubbies: Ranní zprávy na BBC

V Estonsku se jim říká Teletupsud, v Maďarsku jsou známí jako Teletubbic. Teletubbies jsou bezesporu jedním z největších trháků pocházejících z Velké Británie. Nyní začíná vysílání Teletubbies v ruské televizi pod názvem Telepusiki, pusiki znamená v ruštině bílá bouře.

Přes kopce k nám častokrát si Telepusiki chodí hrát.

Toto je ruská televizní verze Teletubbies. Postavy jsou stejné jako v britském originálu, jména také. Prostředí je ovšem typicky slovanské. Žádné tubby toasty, ale pusí lívance, ty jsou více ruské.

Vysílání Telepusiki začíná tento víkend. Snad vám nikdo nebude mít za zlé, když si budete myslet, že se Teletubbyland nachází někde severně od Moskvy. Teletubbies jsou již nadabováni do 36 různých jazyků a sledováni dětmi v 19 zemích. Co na to ale říkají zaměstnanci ruské televize?

„Lidi si myslí, že Telepusiki je naprosto ruský produkt s ruskými postavami. Dříve si totéž mysleli například o Alence v říši divů, ta byla ruskou národní postavou.“

Je těžké uvěřit, že na této planetě žije někdo, kdo nezná Teletubbies. Rusové o nich donedávna neměli ani ponětí. Teletubbies teď dorazili i k nim. Jedna věc je jistá: Rusko se tím určitě navždy změní.

Pustíme se do Teletubbies

Změní se také životy těchto herců. Dříve se živili dabováním amerických telenovel do ruštiny. Jejich novou prací je nahrát zvuk do více než 360 epizod Telepusiki. Některé z nich poběží ode dneška v televizi.

„Nemusíme sice říkat tolik vět,“ říká jeden z dabérů, představitel Dipsyho, „zato vydáváme všechny ty divné zvuky.“

Úsilí se vyplatí. Podívejme se na skupinu tříletých dětí, které ve školce v Moskvě sledují Telepusiki úplně poprvé. A závěr? Určitě je to zaujalo a zabavilo. To je další pozitivní odezva na Teletubbies. Jak je vidět, děti na celém světě Teletubbies milují.

Steve Rosenberg, BBC News, Moskva.

To je roztomilé!

Po zprávě o Teletubbies následuje ...

Po zhlédnutí epizody Práce skupin

■ Poznamenejte si do tabulky, kdy a kde vidíme:

- sluníčko (označte ho sluncem)
- větrný mlýn (označte ho hvězdou)
- trumpetu (označte ji kroužkem).

■ Mluvte o následujících tématech:

- Co znamená každá z výše uvedených věcí pro děti, které pořad sledují?
- Jak forma či struktura pořadu zapojuje diváky?
- Je znát, že se Teletubbies něco v každé části naučí?
- Co si myslíte, že by si malí diváci mohli pamatovat z epizody, kterou jste právě viděli?

■ Porovnejte tabulku vlastní skupiny s jinou skupinou. V čem byly vaše názory na to, jak pořad působí, podobné?

Telepusiki – Teletubbies v Moskvě? Práce třídy

Teletubbies již nejsou na přední straně novin ve Velké Británii, ale jejich pověst stále roste. Nejsou populární jen zde, ale po celém světě.

■ Sledujte zprávu z BBC Breakfast News o zahájení ruské verze Teletubbies.

■ Mluvte o všem, co vám na této zprávě připadá zajímavé a překvapivé.

■ Čeho jste si všimli na tónu hlasu a komentářích zpravodaje?

■ V jaké informaci v televizní zprávě můžete najít odpověď na otázku, proč jsou Teletubbies tak populární po celém světě?



Pustíme se do Teletubbies

Novinový článek k Telepusiki

Domácí úkol

■ Napište pro dětskou rubriku v Radio Times článek o 250 slovech o spuštění Teletubbies v Rusku.

Váš článek by měl zahrnovat:

- nadpis, který čtenáře upoutá
- temperamentní, ale jednoduchý jazyk, který zapůsobí na docela malé děti
- nejdůležitější fakta z příběhu
- více informací o tom, jak se Teletubbies prodávali v jiných zemích
- použijte některé ze skutečností, kterými jste se již v této lekci zabývali
- nápady pro ilustraci a rozvržení.



Máte-li přístup k internetu, můžete o Teletubbies zjistit více na těchto webových stránkách:

www.bbc.co.uk/education/teletubbies

www.ragdoll.co.uk

www.pbs.org/teletubbies



Teletubbies – přitažliví, nebo příšerní?

Teletubbies jsou nesmírně populární na celém světě, a to ne pouze mezi miminy a batolaty. Mnoho dospělých lidí různého věku je také sleduje a v současné době se na ně hojně dívají i studenti. Otázka zní, proč?

■ Jako třída brainstormujte některé z důvodů úspěchu pořadu u dospělých.

Rozhodování se Práce skupin

Zde je 13 výroků lidí o Teletubbies. Některé dávají pozitivní argumenty, proč je mít rád, některé jsou negativní nebo neutrální.

■ Diskutujte o nich a snažte se najít alespoň jeden příklad z pořadu, abyste objasnili každý výrok.

■ Pokuste se najít dvě tvrzení, se kterými souhlasí celá vaše skupina.

1. Pořad působí uklidňujícím dojmem a vyvolává pocit bezpečí.

2. Nikdy se nic nestane – je to tak nudné!

3. Mnoho věcí se opakuje, což se malým dětem moc líbí.

4. Nejsou tam žádní dospělí, kteří by se pletli do cesty.

Pustíme se do Teletubbies

5. Nic se neděje příliš rychle, takže to děti stačí sledovat.

6. V pořadu není nic výchovného.

7. Tvary a barvy jsou uklidňující a roztomilé.

8. Podporuje to děti, aby se dívaly příliš mnoho na televizi.

9. Děti by se měly učit o skutečném světě, ne o iluzorní zemi.

10. Ukazuje to svět očima dítěte.

11. Je tam příliš dětského žvatlání a hloupých zvuků, které batolata učí špatným návykům.

12. Děti vždy vědí, co od pořadu očekávat.

13. Je dobré mít pořady, které jsou pouze zábavné a nemusí být vždy výchovné.

■ Poslechněte si názory ostatních na Teletubbies. Pak jako třída přečtete následující komentáře a diskutujte o nich. Většina z nich je od Anne Woodové a Andrewa Davenporta, kteří Teletubbies vytvořili. Popisují, jak o své show přemýšlejí.

Děti se na věci potřebují dívat o hodně více než dospělí. Naše forma jim umožňuje poslouchat a sledovat; věci potřebují vidět stále znovu a znovu.

Teletubbies jsme uspořádali z úhlu pohledu velmi malého dítěte. Pořad učí děti poslouchat. Protože tak mnoho z prostředí, v němž děti vyrůstají, je brzdy v učení se poslouchat! Teletubbies je přivádí k soustředění na poslech.

Výzkumníci z univerzity Sheffield Hallam tvrdí, že jednoduchý opakující se jazyk používaný postavami Teletubbies pomáhá vylepšit čtení a psaní dětí. Výzkumníci říkají: „Děti, které by se normálně o psaní nezajímaly, se mohou přetrhout, když píšou o těchto známých postavách.“

Pro děti je snazší naslouchat jiným dětem a vidět věci pro mimina.

Jedním z úkolů Teletubbies je pomoci dětem stát se televizně „zdatnými“; až vyrostou, bude tu spíše svět obrazovek než knih.

Zvuk je použit aktivním způsobem. Je tu ponechán prostor, aby děti reagovaly. To se týká předvídání dějů, o kterých nejprve uslyší.

Naše nápady se vyvíjejí sledováním dětí v našem speciálně konstruovaném obchodě a pomocí skupin, které sledujeme. K nim se řadí i jednotlivé rodiny po celých britských ostrovech... natáčíme děti při sledování pořadů, abychom se poučili z jejich řeči těla a z toho, o čem mluví. Poznává se, když je něco zaujme.

Pustíme se do Teletubbies

Teletubbies – přátelé, nebo nepřátelé?

Práce třídy

■ Zde je novinový článek publikovaný krátce poté, co se Teletubbies poprvé objevili v televizi. Jeden přečte článek nahlas. Poslouchejte.

Mohou být Teletubbies skutečně dobří pro malé děti?

Jeden zpívá kantonsky, ostatní často nesrozumitelně brebentí a všichni mají sklon hodně tancovat.	1
Ale vypadá to, že Teletubbies sotva mluví anglicky, kvůli čemuž se mnoho rodičů diví, co přesně učí nejnovější výchovný program BBC jejich děti...	2
„Přeslazený“ způsob mluvy Teletubbies – Tinky Winky, Dipsy, Laa-Laa a Po – vyvolal mezi rodiči odpor.	3
Někteří si BBC stěžovali, že to nesmyslné dětské žvatlání je chabá náhrada za písně a příběhy v dlouhotrvajících Playdays, které Teletubbies nahradili v dopoledních hodinách. Tvůrci pořadu trvají na tom, že seriál odráží dobu technologie, kdy „nikdo již s malými dětmi nemluví“ a kdy „děti chodí čím dál častěji do školy beze slov“.	4
Namítají, že seriál je „zaměřen na děti“, povzbuzuje dvou až pětileté děti, aby se učily tím, že si budou s postavami hrát ...	5
Je to natočeno v Teletubbylandu – ve skutečnosti na travnatém kopci ve Warwickshire – postavy žijí s králíky a s „trubkami“, které vypadají jako ponorkové periskopy a vyskakují ze země, aby podávaly hlášení z „reálného světa“.	6
Živí se pudinky a tousty a ve svém „tubbytronic Superdrome“ domě žijí s vysavačem nazývaným „Noo-Noo“.	7
Čtyři Teletubbies, kteří jsou představováni herci v kostýmech, byli popsáni, že vypadají jako „velká mimina převážená svými plenami“. Po, červená, je nejmenší Teletubby a je „vysoce vznětlivá“. Její speciální píseň znamená „rychle, rychle, rychle“ nebo „pomalu, pomalu, pomalu“ v kantonštině, i když se to děti nikdy z pořadu nedozví.	8
Laa-Laa je žlutá a platí za „nejšťastnější, nejměvavější a druhou nejmenší z Teletubbies“. Její oblíbené slovo je „pěkné“.	9
Dipsy je druhý největší a zelený. „Trochu se vyčleňuje, jak se snaží být cool“. Slova jeho zvláštní písničky jsou „Bptum, bptum, bptum“.	10
Tinky Winky je modrý, největší a nejmírnější Teletubby, který „miluje tancování a padání“. Jeho písnička zní „Tinky Winky biddle biddle boddle“.	11
Spisovatel a spolutvůrce Andrew Davenport řekl, že Teletubbies byli vyzkoušeni sedmi „testovacími skupinami“ dětí a rodičů po celé zemi. Trval na tom, že je program v tradici klasických pořadů pro děti jako Watch With Mother a The Flowerpot Men, připustil, že všechny tyto pořady byly zaměřeny na nejmladší děti ve věkové skupině.	12
„Jsou úmyslně nastaveny na nízký věk, aby děti dostaly pocit, že vědí o málo více než Teletubbies, protože ti nevědí nic,“ řekl.	13
Tiskový mluvčí BBC připustil, že dostali „pěkných pár“ stížností od rodičů.	14
Jedna matka, Sarah Spicerová, řekla, že její syn Stefan byl dychtivým divákem Playdays, ale Teletubbies ho vůbec nezaujali, takže je přestal sledovat po první epizodě. Pan Spicer z Ilandyssulu, Cardiganshire, řekl: „Je to příliš přeslazené, s příliš častým tancováním okolo a děláním nesmyslných věcí, zatímco v Playdays byly zajímavé příběhy a nápady, které jste mohli sledovat a o kterých jste mohli mluvit.“	15
Anne Woodová, kreativní ředitelka Teletubbies, odmítla stížnosti tím, že řekla: „Přišla výmluvná kritika od úzké skupiny lidí, kteří měli předem danou představu o tom, co výchova je. My nejsme škola, jsme zábavný pořad pro malé děti. Máme zodpovědnost jednat s našimi diváky s respektem.“	16
	17
	18
	19
	20
	21
	22
	23
	24
	25
	26
	27
	28
	29
	30
	31
	32
	33
	34
	35
	36
	37
	38
	39
	40
	41
	42
	43

Pustíme se do Teletubbies

Rozebírání článku Práce ve dvojicích

- Znovu si článek se svým partnerem přečtete.
- Domníváte se, že autor tohoto článku věří, že Teletubbies je spíše dobrý, nebo špatný pořad? Uveďte argumenty pro svá tvrzení.

Článek předkládá celou řadu faktů o Teletubbies a různé názory na ně.

- Napište pět faktů a pět názorů či pohledů na Teletubbies.
- Co myslíte, že znamenají následující slova z článku?

odpor (6. řádek)

připustit (31. řádek)

„zaměřen na děti“ (11. řádek)

„testovací skupina“ (29. řádek)

V tomto článku jsou uvozovky použity několika způsoby, plní různé funkce. V následujících příkladech jsme použili kurzivu, abychom vás upozornili na slova v uvozovkách.

„Přeslazený“ způsob mluvy Teletubbies.

Postavy žijí s králíky a s „trubkami“.

Laa-Laa je žlutá a platí za „nejšťastnější, nejusměvavější a druhou nejmenší z Teletubbies“.

Pan Spicer řekl: „Je to příliš přeslazené, s příliš častým tancováním okolo a děláním nesmyslných věcí.“

Tiskový mluvčí BBC připustil, že dostali „pěkných pár“ stížností.

■ U každého z těchto příkladů zkuste přijít na to, proč byly uvozovky použity a jakou funkci plní. Pak ke každému druhu najděte jiný příklad.

■ Článek zmiňuje několik dalších pořadů pro děti. Napište jejich jména a pokuste se vysvětlit, v čem jsou Teletubbies podobní a v čem se od každého z nich liší.

■ Andrew Davenport vysvětluje že pořady Teletubbies byly testovány na skupinách dětí a rodičů po celé zem. Co myslíte, proč BBC pořad testuje?

Tento článek je především o obavách rodičů, zda jsou Teletubbies dobří pro malé děti.

- Všimněte si vyjádřených obav a znepokojení. Zaznamenejte je do tabulky způsobem, jaký vidíte dole.
 - Do levého sloupce soustředte různé obavy.
 - Do prostředního sloupce uveďte, jak tvůrci brání pořad vůči každé obavě.
 - Do třetího sloupce uveďte, co si vy o každém tvrzení myslíte.

Pustíme se do Teletubbies

Obavy rodičů	Pohledy tvůrců	Vaše názory
<i>Příliš dětského žvatlání</i>	<i>Je to pořad „zaměřený na děti“</i>	<i>Myslím, že jejich hlasy jsou vtipné</i>

Psaní o Teletubbies Domácí úkol

- Použijte vše, co jste dosud v této lekci udělali, k vypracování jednoho z těchto zadání:
- Napište krátký článek, vytvořte kvíz, hru nebo rébus o Teletubbies pro časopis, který pravidelně čtete, například pro Shout, Big, Mizz. Nejdříve se pozorně podívejte na časopis, abyste se přizpůsobili jeho stylu a jazyku.
- Napište text pětiminutového dokumentu či bodu diskuse pro rozhlasovou talk show. Pokuste se sestavit pětiminutové rozhlasové vysílání o Teletubbies, které obsahuje různé úhly pohledu, jimiž jste se ve třídě zabývali. Pokud máte ve třídě diktafon, můžete svůj příspěvek skutečně nahrát a přehrát ho třídě.
- Napište dopis Anne Woodové z Ragdoll Productions, v němž jí sdělíte, co si myslíte o Teletubbies a jejich úloze ve výchově velmi malých dětí.

Prodávání Teletubbies

Nepřekvapí vás, že hračky, potraviny a jiné prodejní předměty Teletubbies se prodávají v ohromném množství. Kdo z vás něco z toho má, někdy měl, nebo má mladšího sourozence, který takový předmět má?

Sepište různé výrobky, které v jakékoliv době vašeho života kdokoli ve třídě vlastnil, a rychle hlasujte, abyste poznali:

- které výrobky jsou nejpopulárnější
- které jsou nejvíce neobvyklé
- které vás nejvíce uvádějí do rozpaků.

Počítání ceny zboží Práce skupin

- Přečtěte si následující informace:

Pustíme se do Teletubbies

Vzkvétal obchod s recyklovatelnými hračkami Teletubbies, které lidi skupovali a pak prodávali s ohromnými zisky. Jedna žena inzerovala v Loot (deník s bezplatnou inzercí), že prodá celou sadu hraček Teletubbies za 1 000 liber. Tou dobou se každá z postaviček prodávala za 10,99 až 13,99 libry.

Videa Teletubbies jsou zdaleka nejprodávanějším produktem, který BBC kdy vyrobila.

Zboží Teletubbies byl klíčový prvek v celém plánování, od začátku Ragdoll trvala na tom, že bez prodeje tematického zboží nelze pořad dělat.

V prvním roce vysílání vydělala BBC 23 milionů liber prodejem předmětů Teletubbies.

Před Vánoci 1997 byly v hračkářstvích boje, když byl milion předem vyrobených postaviček Teletubbies vyprodán; výrobci měli za to, že mohli prodat nejméně třikrát tolik hraček.

Na internetu existují stovky neoficiálních webových stránek Teletubbies.

Každá země, která Teletubbies vysílá, má vlastní zboží, a většina národních verzí má své oficiální webové stránky.

Chcete-li vyrábět a prodávat zboží s motivy Teletubbies, musíte odvést 10% procent z ceny produktu. Těchto 10% se rozdělí v tomto poměru:
6% jde Ragdoll Productions
4% dostane BBC
vy, výrobce, si necháte zbylých 90% prodejní ceny.
Takže výrobci, produkce i televizní společnosti na zboží vydělávají.

Nemůžete si ovšem koupit tričko Teletubbies pro dospělé. Anne Woodová, ředitelka Ragdoll Productions, je zakázala.

Kdo to řekl?

■ Přečtěte si následující komentáře o zboží Teletubbies. Zkuste přiřadit každý komentář vždy k jedné z uvedených osob. Mluvte o důvodech, proč jste osoby ke komentářům přiřadili.

■ Pak se ve skupině rozhodněte, se kterým výrokem nejvíce souhlasíte a proč.

Lidé

Margaret, školní sociální pracovnice
Anne Woodová, ředitelka Ragdoll
Louise, rodič

Peter, učitel
Annie, svobodná, teta
Hugh, rodič

Steve, 17 let - student

Pustíme se do Teletubbies

Co řekli

„Dělá to děti velmi materialistické v příliš nízkém věku – již se dívají svrchu na jiné děti, jejichž rodič si nemohou všechny ty cetky dovolit.“

„Myslím, že jsou celkem roztomilé – každé dítě rádo něco sbírá a neublíží mu to.“

„Nebylo by to tak špatné, kdyby to bylo výchovné, ale všechny ty bezcenné krámy – nic se od žádného z nich nenaučí!“

„Je to tak skvělý nápad – a proč by děti nemohly mít tvořivou zábavu se svými hračkami?“

„Nemůžete zakázat toto zboží. Jeho prodej je součástí naší doby. Skutečnost je, že musíme naši práci financovat z tohoto zdroje. Televizní společnost nedá nezávislému producentu všechny peníze na tvorbu pořadů. Do rovnováhy se dostáváme prodejem reklamních předmětů.“

„Myslím si, že by BBC neměla vydělávat peníze na fantazii batolat.“

„Je to děsné mrhání penězi – totéž bylo s hračkami Power Rangers a Toy Story – když to šílenství odezní, lidé se jich zbavují.“

Vytvořte vlastní postavu do Teletubbies

Práce skupin

■ Společně vytvořte novou osobu, zvíře, nebo zařízení do pořadu Teletubbies, které může být prodáváno jako zboží.

Zajistěte, aby byl váš produkt užitečný, jiný než ostatní a hodnotný. Pomůže vám, když se zamyslíte, jak by každý z výše jmenovaných lidí o vašem produktu přemýšlel – pokuste se potěšit co nejvíce lidí. Budete muset zvážit následující:

- jak přesně se vaše postava či výrobek hodí do seriálu
- jak se bude lišit od všech existujících postav
- čím váš výrobek přiláká diváky – co bude dělat
- kolik bude stát a kde se bude prodávat.

■ Připravte si stručné hlášení pro zbytek třídy. Ve vašem hlášení uveďte následující:

- řekněte vaše názory na řadu existujících produktů Teletubbies
- detailně popište své nové zboží a vysvětlíte, proč to bude dobrý doplněk v pořadu a proč se hodí pod vánoční stromek
- popište produkt co nejpůsobivěji. Je-li to možné, doplňte popis výtvarným návrhem či reklamními materiály.

Doma mimo domov

Doma mimo domov

Vy „doma mimo domov“ Práce jednotlivců

- Podívejte se na název filmu, který zhlédnete: Doma mimo domov a zamyslete se nad otázkami:
 - Co pro vás název znamená?
 - Vlastníte nějaký předmět, který vám připomíná domov a který si s sebou berete, když jedete na neznámé místo?
 - Máte nějaké místo mimo domov, kde se cítíte bezpečně a klidně?
- Napište odstavec nebo dva o předmětu, suvenýru, fotografii, či dokonce vzpomínce, která vám připomíná domov, když jste na neznámém místě. Pokud nechcete psát o sobě, můžete napsat o něčem, co slouží některému členu vaší rodiny.
Ve vaší práci:
 - vysvětlíte, co tvoří váš „domov mimo domov“ a co nejpodrobněji danou věc popište
 - uveďte, odkud a od koho věc máte a s čím ji máte spojenou
 - napište, proč je pro vás tak významná a jaké pocity ve vás vyvolává.

Začátek filmu Třída sleduje

Učitel vám pustí první záběry Doma mimo domov až do filmových titulků.

- Mluvte o svých prvních postřezích. K rozvedení diskuse použijte následující otázky:
 - O čem podle vás film bude? Každý názor doložte obrazem či detailem ze sekvence.
 - Jaký podle vás bude styl filmu a jaký typ příběhu asi vypráví? Použijte některá z přídavných jmen:

Pomalé Zamyšlené Romantické Depresivní Jemné
Veselé Realistické Nudné Dramatické

- Jaké další informace by vám pomohly přijít na to, o čem film je?

Základní informace o filmu Práce dvojic

- Přečtěte si informace o filmu. Uvidíte, jestli vám napoví, jaký asi bude zbytek filmu.
 - Film je dlouhý 11 minut.
 - Poprvé byl vysílán na Channel Four jako část série krátkých filmů.
 - Byl vyroben produkční společností jménem Sankofa.
 - Je založen na skutečném příběhu.
 - Hudební doprovod úvodních záběrů se jmenuje „Vlaky a čluny a letadla“.
- S partnerem sepište, co očekáváte od filmu. Až to dokončíte, papír si schovejte. Na konci lekce si budete moci znovu projít své představy a zjistit, zda byly na místě. Při vyjadřování svých názorů použijte některé z následujících částí vět.

Myslím si, že film bude o ... , protože ...
Jedním z důvodů, proč si to myslím, je, že ...
Také jsem si všiml, že ... Proto se domnívám ...

Doma mimo domov

Na druhou stranu by mě zajímalo ...
Předpokládám, že nálada filmu bude ...
Usuzuji tak z ...
Na základě informací o filmu bych řekl, že ...

Zhlédnutí filmu

Zhlédnutí filmu Třída sleduje + práce jednotlivců

■ Sledujte film, aniž byste si cokoli psali. Všechny následující krátké aktivity vám pomohou v přemýšlení, jak spolu zvuk, obraz a mluvené slovo tvoří významový celek.

■ Na list A4 nakreslete šest rámečků ve tvaru televizní obrazovky.

■ Do těchto šesti rámečků nakreslete šest obrazů, které si z filmu jasně pamatujete. Snažte se zakreslit, co každý obraz ukazoval, ale také jak to ukazoval. Obraz je například:

- detailní záběr přes celou obrazovku, dlouhý záběr, nebo záběr z velké vzdálenosti
- ve stejné výšce jako kamera, natočen z nadhledu, nebo z podhledu
- ostrý a zaměřený, nebo rozmazaný a zrnitý.

■ Porovnejte své obrazy se sousedovými.

- Jsou podobné, nebo rozdílné?
- Co pro vás který obraz znamená?
- Tvoří některé z obrazů zvláštní představy či dojmy? Připomínají vám něco?

■ Překreslete si následující tabulku. Do levého sloupce запиšte každý z vámi zvolených obrazů. Do prostředního sloupce si poznamenejte, jaké asociace ve vás vyvolává. Až budete mít za sebou sledování filmu, budete schopni napsat do třetího sloupce, co podle vás obraz znamená a proč ho režisérka použila.

Nezapomenutelné obrazy	Asociace/dojmy	Podrobné sledování - význam
letišťe	cestování; přílety a odlety, procházení letiště; sám	

Hraný film beze slov

Osoby:

Africká matka

Její 3 děti

Nejstarší dcera

Britské sousedky

Doma mimo domov

Záběry:

Na letišti

- Africká matka se dívá na odlétající letadla (je zaměstnaná na letišti), tečou jí slzy
- U oběda si prohlíží časopis o afrických domech z hlíny

Doma

- Opět časopis o afrických domech z hlíny
- Na zahradě chladný pozdrav se sousedkou
- Začne kopat do hlíny
- Děti jí pozorují, začnou stavět s ní
- Za pár dní domek postaven
- Sousedky sledují
- Matka leží uvnitř na zemi
- Děti jsou ze školy, nejstarší dcera si všimne nápisu na chodníku "Divoši"
- S matkou se snaží nápis smýt
- Dcera si lehá v domku k matce
- V noci někdo ničí domek
- Ráno matka s dcerou koukají na zkázu, brečí
- Děti sázejí na místě domku slunečnice
- Slunečnice vyrostly

Jaký je příběh? Práce ve dvojicích

■ Se svým partnerem shrňte příběh filmu do nejvýše 25 slov. Napište svůj výtah doprostřed jedné strany a zprava i zleva nechte hodně místa. Pokuste se uvést co nejvíce informací o příběhu. Nemusíte používat celé věty. Co jste napsali, odložte stranou na později.

Jiný způsob vyprávění příběhů? Práce ve dvojicích

V čem byl tento film podobný a v čem se lišil od typů příběhů, které obvykle v televizi sledujete?

- Napište do dvou sloupců:
- jakékoli znaky, které působily podobně jako u jiných druhů televizních dramát
 - jakékoli znaky, které působily rozdílně.

Pár bodů je zde navrženo, aby se vám lépe začínalo.

Podobnosti	Rozdíly
Vypráví se tu příběh, který má začátek, prostředek i konec.	Mezi každou částí příběhu je velký skok.
Je to o normální rodině s jedním rodičem.	Je to o černé rodině, což je stále neobvyklé.

Doma mimo domov

Hra na vizuální paměť

Pomocí této aktivity lze dobře poznat, kolik si toho pamatujete a co už víte o filmovém zobrazení. Následujících devět záběrů je z filmu.

■ Očíslujte je v pořadí, v němž se objevují ve filmu.

■ Přiřadte každý záběr k jednomu z níže uvedených pojmů. Uvidíte, jak dobře znáte filmové termíny. (Každý termín můžete použít více než jednou.)

Záběr z dálky (ZD)

Extrémně detailní záběr (EDZ)

Záběr středu (ZS)

Záběr z pohledu (ZP)

Záběr z nadhledu (ZN)

Dvojjaběr (2Z)



1



2



3



4



5



6



7



8



9

A konečně ... Práce třídy

■ Společně přečtěte následující odstavec a hledejte odpovědi na otázky:

- Mění se po přečtení následujících informací váš pohled na příběh?
- Myslíte si, že chýše vyvolala v tisku povyk?
- Myslíte si, že matka ze skutečného života udělala dobře, že si stěžovala na obal novin?

Doma mimo domov

Film *Doma mimo domov* je založen na skutečném příběhu, o kterém informoval místní a celostátní tisk na začátku 90. let. V tisku byla velikost chýše značně nadnesená. Některé noviny uváděly, že v ní jsou záclony a satelit. The Daily Star uveřejnil zfalšovanou fotku chýše s dvojitými okny pod nadpisem: „Tohleto je chýše z bahna v Dagenham“; The Sun nadepsal svou zprávu „Pěkná chýše bahňáků“. Chýše byla zničena jako důsledek tiskových reportáží. Žena, která ji postavila, si stěžovala speciální parlamentní komisi na rasistické články. Nakonec se zapojila do budování organizace Presswise, která vede kampaně na ochranu práv obyčejných lidí proti nespravedlivému zacházení médií.

Podrobné sledování filmu

Poznávání filmového jazyka Třída sleduje + práce skupin

■ Film ještě jednou pozorně zhlédněte. Tentokrát bude vaše skupina zodpovědná za jednu z oblastí. Učitel vám dá seznam scén pro připomenutí děje, s tabulkou, do které budete zaznamenávat své poznatky. Film sledujte ve třech oddělených částech, mezi nimi budou krátké přestávky na sepsání poznámek.

Vaše skupina má za úkol sledovat jednu z následujících oblastí. Až své názory ve skupině proberete, budete informovat zbytek třídy o tom, čím jste se zabývali. K tomu budete potřebovat dokonalé poznámky.

Oblast 1: Práce kamery

- Čeho jste si všimli na:
 - druhu záběrů, které režisér použil – například detailní záběry, záběry z dálky atd.
 - úhlech kamery – záběry z nadhledu, přímé záběry nebo záběry z podhledu
 - pohybu kamery – pohyby nahoru a dolů, ze strany na stranu, přibližování atd.
 - zarámování záběru – co můžete vidět v pozadí, co je nejdůležitější částí obrazu?

Oblast 2: Osvětlení a barva

- Je osvětlení v každém záběru jasné, nebo šeré, přírodní, nebo umělé?
- Jakou hlavní barvu jste v každém záběru objevili?
- Jakým dojmem to působí?

Oblast 3: Tvary a struktury

■ V některých scénách jsou na obrazovce dominantní určité tvary a struktury. Zkuste popsat či načrtnout na správném místě v tabulce všechny obrazy, které vám připadají mimořádně důležité pro význam a náladu příběhu.

Oblast 4: Zvukový doprovod

- Čeho jste si všimli ohledně zvuku v každé scéně?
- Jaké druhy zvuku jsou slyšet? Jak to působí?
- Je to přirozený zvuk „naživo“ (tj. zvuk, který je součástí děje příběhu), nebo zvuk dodaný později k vytvoření atmosféry?

Oblast 5: Postavy

- Kdo je nejdůležitější postavou v každé scéně?
- Co o něm/ní můžete říct z jeho/její řeči těla a výrazu?

Hlášení třídě Práce třídy

■ Poslechněte si analýzu každé skupiny, při vlastní prezentaci poskytněte dostatek času na psaní poznámek. Ke konci hodiny byste měli mít kompletně vyplněny všechny sloupce v tabulce.

Rekapitulace Práce třídy

Je to příběh beze slov.

■ Mluvte o tom, co podle vás je výhodou a nevýhodou vyprávění příběhu s pomocí obrazů a zvuků beze slov. Proč podle vás režisérka zvolila právě takovouto formu příběhu?

Zvuk a význam – experiment Práce skupin

■ Udělejte si experiment. Vyberte si jednu z těchto scén:
Narozeninová party Femi (24 vteřin), nebo rodinná večeře s rybou a hranolky (49 vteřin).

■ Ve skupině napište scénář ke zvukovému doprovodu vámi zvolené scény. Měla by v ní mluvit Miriam (máma), Fumi (dcera), nebo jedno z mladších dětí. Nebo to může být konverzace mezi nimi. Může to být ve formě:

- mluveného komentáře
- vnitřního monologu (myšlenky, které se postavě honí hlavou)
- dialogu.

Váš zvukový doprovod udělejte stejně dlouhý jako je scéna. Bude krátký, proto pečlivě volte slova. Až to budete mít napsané, přesvědčte se, že to zní dobře. Poté to přečtete třídě, zatímco na videopřehrávači scéna běží.

Přehrávka zvukových verzí Práce třídy

■ Srovnajte různé verze a mluvte o tom, které působí nejlépe.

- Co dodává mluvené slovo k významu scény?
- Jaké techniky používá režisérka místo slov?
- Co myslíte, že je efektivnější, a proč?

Doma mimo domov

Poselství a významy

Poselství a významy

Dvojice + práce skupin

■ Vraťte se k 25-slovnímu shrnutí, které jste napsali po prvním zhlédnutí filmu. Srovnajte svou verzi se sousedovou. Jak se liší? Rozhodli jste se zmínit tytéž věci? Co každý z vás vynechal?

Slova a významy

Vámi použitá slova jsou často zajímavou ukázkou toho, jak jste interpretovali význam příběhu.

- Podívejte se na pár dalších shrnutí a mluvte o rozdílech, kterých jste si všimli:
 - v použitých přídavných jménech
 - v námětech příběhu
 - v detailech, které jste zmínili, a částech, které jste nezmínili.
- Nyní si přečtete následující dvě verze příběhu a mluvte:
 - o přídavných jménech a detailech použitých v každé verzi a o motivech, které popisují
 - o čemkoli, s čím nesouhlasíte
 - o tom, která verze se více blíží vaší vlastní interpretaci filmu.

Propagace Channel Four před vysíláním filmu

Film o osamělé Miriam, která ve své zahradě postaví chýši z bahna a jejím prostřednictvím se svými dětmi sdílí vzpomínky na africký venkov.

Tisková zpráva Sankofa, produkční společnosti filmu

Miriam žije se svými čtyřmi dětmi v přeplněném domě na předměstí blízko svého pracoviště, letiště Heathrow. Stálé prolétání letadel nad hlavou připomíná Miriam, jak vzdálená je od svých venkovských afrických kořenů a jak málo vědí její děti, hlavně nejstarší dcera Fumi, s níž Miriam nevychází, o této části sebe.

Sled událostí vede Miriam k tomu, aby ve své zahradě postavila chýši z bahna, magické místo, které ji vyvede z osamělosti její existence na předměstí. Štěstí trvá jen krátce, než si toho všimnou sousedé.

DOMA MIMO DOMOV je sladkohořký film, v němž je použito minimum dialogů; místo nich tvoří zvukový doprovod zesílené a navrstvené „přirozené“ zvuky různých míst, které spolu s řečí těla a výrazy tváře herců vyprávějí příběh.

O čem to celé je?

Práce dvojic

■ Podívejte se na následující tři slovní spojení. Do myšlenkové mapy brainstormujte, co pro vás každé z nich znamená.

hrubiáni

chýše
z bahna

záclony

■ Nyní se podívejte na tři obrázky dole, které zobrazují, jak jsou tato slovní spojení použita v kontextu celého filmu. Jinou barvou doplňte všechny další myšlenky, které vás napadnou.

Doma mimo domov



■ Přečtěte si komentáře od režisérky filmu Maureen Blackwoodové.



Obrazy a významy Práce třídy

V angličtině často zkoumáme, jak mohou být pocity, myšlenky a názory vyjádřeny slovy. Na filmu *Doma mimo domov* a na jiné televizní a filmové tvorbě je zajímavé to, že jsou pocity a myšlenky zobrazeny více pomocí obrazů než slovy.

■ Vraťte se k tabulce obrazů, kterou jste vypracovali po prvním zhlédnutí (strana 29). Zkuste vyplnit třetí sloupec – vysvětlit, proč se Maureen Blackwoodová rozhodla vybrat určité obrazy. Ujistěte se, že vaše tabulka nyní obsahuje následující předměty a že jste vysvětlili, co podle vás znamenají:

chýše

půda

slunečnice

ryba a hranolky

graffiti

Doma mimo domov

Vaše vlastní interpretace Práce ve dvojicích

■ Níže je seznam výroků různých lidí o filmu. Použijte celou práci, kterou jste dosud udělali, včetně komentářů Maureen Blackwoodové a diskusí třídy, abyste:

- diskutovali o každém tvrzení
- vybrali 3 tvrzení, která se nejvíce blíží vaší interpretaci filmu
- našli alespoň jeden příklad ke každému tvrzení.

1. Je to film o osobní identitě.

2. Film je o osamělosti a izolaci v londýnských předměstích.

3. Je to o osobním právu být odlišný.

4. Film je o rasismu.

5. Ukazuje to, že by lidé měli zapadnout do životního stylu místa, kde žijí.

6. Film je o konfliktu mezi různými generacemi.

7. Můžete nést svůj domov v srdci, ať jste kdekoliv.

8. Máma by měla nechat Fumi vyrůst jako normálního západního teenagera.

9. Děti by se měly naučit respektovat svou kulturu a tradice.

10. Film je o držení se svých práv a kultury.

11. Když byla chýše zbořena, Miriam se zničily sny.

12. I když došlo ke zničení chýše, rodina to přežila a posílilo ji to.

13. Film by měl vidět každý člověk z jakékoli kultury.

14. Tento film je obzvlášť důležitý pro lidi z kulturních menšin.

Kreativní psaní Domácí úkol

■ Vyberte si jedno ze zadání, které zpracujete:

- báseň
- povídka
- části deníku Fumi, nejstarší dcery
- mluvený či myšlený monolog jedné z postav, souseda nebo zástupce obecního úřadu, který přišel chýši zbořit
- novinový článek pro Heathrow Gazette o konfliktu Miriam s jejími sousedy a s obecním úřadem

Porovnání příběhů

Práce ve dvojicích

- Přečtěte si práci druhého a mluvte o následujících bodech:
 - jak se příběh mění, je-li napsán a ne sledován na obrazovce
 - zda různé druhy psaní vysvětlují různé prvky příběhu a jeho poselství
 - co z efektu filmu se ztratí, jsou-li místo obrazů použita slova
 - čeho se dosáhne použitím slov namísto obrazu.

Sled obrazů Práce jednotlivců

- S použitím některých myšlenek a technik, kterými jste se v této lekci zabývali, nakreslete vlastní sled obrazů pro váš film nazvaný Doma pryč z domova. Učitel vám dá list, který vám ukáže, jak zobrazit vlastní myšlenky. Zadání vašeho filmu:
 - použijte dva až tři předměty či obrazy, kterými zobrazíte „domov“
 - nezačleňte více než 6 různých scén
 - dávejte pozor na záběry a pohyb kamery, použijte některé z postupů, které jste se již naučili
 - nepoužívejte slova. Napište přehled vašich nápadů na zvukový doprovod (hudby i zvukových efektů).

Psaní o Doma mimo domov

- Napište o tom, jak je v Doma mimo domov použit zvuk, obraz a filmové postupy k vytváření významů a působení. Při plánování této slohové práce použijte tabulku, kterou jste vyplnili při rozboru filmu. Mohli byste to vystavět takto:
 - začněte svým 25-slovným shrnutím filmu
 - napište jeden odstavec o každém tvrzení, které jste si vybrali. Používejte příklady z tabulky k doložení každého tvrzení
 - okomentujte sílu obrazů, které Maureen Blackwoodová použila, a účinek toho, že se ve filmu nemluví
 - zakončete práci vlastním názorem na film – co se vám na něm líbilo a nelíbilo, co vám připomněl a komu byste ho doporučili.

Podívejme se na Simpsonovy

Tato lekce je celá o Simpsonových – proč je seriál vtipný, jak byl vytvořen, kdo na něm vydělává a proč je populární na celém světě. V lekci:

- se naučíte, jak spolu zvuk, slova a obrazy vytvářejí význam
- zjistíte, odkud Simpsonovi pocházejí, jak jsou napsáni a tvořeni, propagováni a prodáváni
- zjistíte, jak diváci po celém světě na Simpsonovy reagují
- dostanete příležitost vymyslet novou, britskou verzi Simpsonových

Titulky seriálu

Téměř každý televizní pořad začíná titulní sekvencí, která diváky připraví na pořad, který budou sledovat. Titulní sekvence Simpsonových vám řekne téměř vše, co o „první americké rodině“, o městě, v němž žijí, o jejich osobnostech a způsobu života potřebujete znát. V následující aktivitě zhlédnete několikrát titulní sekvenci.

První sledování *Třída sleduje*

■ Při prvním zhlédnutí si nic nezapisujte. Beztak tuto sekvenci už možná znáte nazpaměť, přesto má smysl se na ni opět podívat, protože na rozdíl od většiny seriálů nás úvod do Simpsonových často překvapí změnou určitých detailů. Například řádky, které Bart píše na tabuli, jsou v každé epizodě jiné.

■ Zapište si stručně tři obrazy či momenty, které vám připadaly nejvtipnější.

■ Porovnejte své zapsané postřehy s postřehy svého souseda. Vybrali jste tytéž věci? Udělejte si ve třídě anketu, kdo co vybral.

Druhé sledování *Práce ve skupinách*

■ Sekvenci opět zhlédnete a tentokrát se ve skupinách zaměřte na jeden z následujících úkolů:

Skupina A *Obrazová složka sekvence*

- Kolik různých míst je v sekvenci zachyceno?
- Co se o nich dozvídáme?
- Jaký je přechod od jedné scény k další?
- Jakých druhů kamerových záběrů a technik jste si všimli?
- Je tento vizuální styl typický pro krátké kreslené seriály?

Skupina B *Začátky a konce*

- Co se odehrává v úvodních záběrech sekvence?
- Co se odehrává v závěrečných záběrech?
- Jaký je rozdíl mezi těmito dvěma částmi?
- Co začátek a konec sekvence vypovídá o rodině a o celém pořadu?

Podívejme se na Simpsonovy

Skupina C Jaké je město Springfield?

- Jaké aspekty města jsou ukázány v titulní sekvenci?
- Které obyvatele Springfieldu tu můžete vidět a co dělají? (Možná budete potřebovat vidět sekvenci zpomaleně a vícekrát).
- Co nám obyvatelé o městě Springfield naznačují?

Skupina D Zvuk

- Co můžete říct o stylu hudby a její atmosféře?
- Jaké hudební nástroje jsou použity?
- Jaká je Lisina role v hudbě a v čem je důležitá?

Skupina E Měníci se věci

- Co píše Bart na tabuli v titulní sekvenci?
- Co se stane, když rodina běží a když doběhne na pohovku na konci titulní sekvence?
- Jakých detailů jste si všimli v obývacím pokoji Simpsonových, např. obrazů, ornamentů apod.?

Do třetice všeho dobrého Práce ve skupinách

- Při posledním sledování titulní sekvence se zaměřte na jednoho člena rodiny Simpsonových (učitel vám řekne, na kterého) a poznamenejte si:

- kde ho/ji vidíte
- co dělá
- co se dozvídáte o jeho/její osobnosti a chování.

Sdělte své postřehy Práce třídy

■ Každá skupina řekne své postřehy. Poslouchejte pozorně a pište si poznámky, budou se vám hodit pro zpracování následujícího samostatného úkolu.

Analýza titulní sekvence a práce s poznámkami Domácí úkol

■ S použitím poznámek, které jste si udělali, popište, co jste se o Simpsonových dozvěděli z titulní sekvence. Každý postřeh, který uvedete, doplňte příkladem ze sekvence. Je důležité umět psát o televizním seriálu, tak s chutí do toho!

K napsání slohové práce použijte tuto osnovu:

- Napište úvodní odstavec o Simpsonových, o tom, jak začíná a končí titulní sekvence.
- Zvolte si některé z následujících bodů a ke každému napište jeden odstavec:
 - město Springfield – místa ukázaná v titulní sekvenci a o čem každé vypovídá
 - co jsme se dozvěděli o povaze každého člena rodiny z jeho chování v titulní sekvenci
 - co jsme se dozvěděli o Simpsonových jako o rodině
 - pravidelně se objevující obyvatelé Springfieldu. (Můžete si vybrat dvě nebo tři méně významné postavy a vysvětlit jejich role v seriálu.)

Podívejme se na Simpsonovy

- Napište odstavec o vtipných věcech, které se mění epizodu od epizody.
- V závěru popište, jak sekvence působí na různé věkové skupiny.

Jedna žákyně 8. ročníku začala svoji slohovou práci takto:

Simpsonovi je americká kreslená situační komedie. Přestože je seriál animovaný, postavy jsou žluté a chovají se přehnaně, život je zachycen pravdivě. Seriál se totiž soustředí na každodenní konflikty a hádky, které probíhají v normálních rodinách. Zesměšňuje to americký způsob života.

Rodinky a rodiny... pozadí a souvislosti

Od začátku 50. let 20. století, kdy se televize stala součástí rodinného života Američanů, se v ní vždy vysílaly pořady o rodině – a většina z nich byla vtipná. Každý z následujících seriálů patří mezi nejoblíbenější pořady v hlavním vysílacím čase své doby.

50. léta

I Love Lucy. Potrhlá žena, nerudný, ale milující manžel, který je hlavním členem hudební skupiny, a dokonalé dítě.

60. léta

Adamsova rodina. Zvláštní, svéhlavá širší rodina v začarovaném hrůzostrašném domě; i tak se mají členové rodiny moc rádi.

The Munsters. Podobné, ale vytvořené konkurenční společností.

1960-1966

Flinstonovi. Rodina z doby kamenné a první seriál, který je zaměřen na děti i na dospělé. Také je to první kreslený seriál o lidech. Nejdéle vysílaný seriál před Simpsonovými. Později byl přepracován na Jetsonovy a posazen do 21. století.

70. léta

The Patrige Family. Rodina hudebníků s jedním rodičem, kde hraje i idol dospívajících David Cassidy.

Happy Days. Nostalgické podání života americké rodiny z malého města 50. let.

Love Thy Neighbour. Roztržky mezi bílou rasistickou rodinou a jejich černými přáteli.

80. léta

Diff´rent Strokes. Rodina s adoptovanými dětmi různých ras.

The Cosby Show. Velmi populární pořad o úspěšné rodině Haxtablových. Často napodobovaný jinými seriály.

No Problem. Brixtonská černá rodina bez rodičů – malá sledovanost na Channel Four.

90. léta

Roseanne. Rodina rozhádaných, ale milých povalečů.

Two Point Four Children. Rodina hašteřivých, ale sympatických flákačů ze střední třídy.

The Royle Family. Rodina hádavých, ale milých povalečů z pracující třídy.

Podívejme se na Simpsonovy



Adamsovi - 60. léta



The Partridge Family - 70. léta



The Royle Family - 90. léta

Rozčlenění vybraných situačních komedií Práce ve dvojicích

- Doplňte co nejvíce názvů situačních komedií. Pak každý název napište na proužek papíru, abyste s nimi mohli pohybovat.

- Vyberte několik názvů a rozřídte je podle následujících bodů:
 - na americké a britské
 - na ty, kde vystupují rodiny ze střední třídy, nebo z pracující třídy
 - na ty, kde vystupují rodiny se dvěma rodiči, s jedním rodičem, s nevlastními rodiči či dětmi, rozšířené rodiny
 - na ty, kde vystupují rodiny ze současnosti, minulosti a budoucnosti
 - na ty, kde vystupují šťastné, běžné rodiny a hádavé, neobvyklé rodiny.

- Pravděpodobně existuje více způsobů rozdělení seriálů – vymyslete co nejvíce jiných způsobů.

- Již toho poměrně dost víte o rodinných seriálech včetně Simpsonových. Proč je tedy podle vás rodina tak častým námětem komedií? Co očekáváte, že v těchto seriálech najdete? Čím se liší Simpsonovi od ostatních?

Simpsonovi – trocha historie Práce třídy

Simpsonovi byli vytvořeni Mattem Groeningem, tvůrcem kreslených seriálů. Seriál byl poprvé vysílán 14.1. 1990, časem se stal jedním z nejsledovanějších pořadů světa. V prvním roce vysílání se svými 24 miliony pravidelných diváků předčil nejpopulárnější situační komedii té doby (The Cosby Show). Přes dvě miliardy dolarů se vydělalo prodejem zboží s motivy Simpsonových. Seriál získal popularitu ve více než 100 zemích (Radio Times, 17.-13. června, 2000).

Kreslený seriál bývá považován za něco pro děti. Ovšem jedním z nejvýznamnějších faktorů úspěchu Simpsonových je, že je to právě kreslený seriál v hlavním vysílacím čase. „Hlavní vysílací čas je pojem, který znamená dobu mezi příchodem z práce a uložením se k spánku, kdy je celá rodina pohromadě a může sledovat televizi – mezi 18:00 a 21:00 (pro děti) a do 22:00 pro dospělé. Říká se mu hlavní vysílací čas, protože v něm sleduje televizi největší počet diváků. Je to proto i nejlepší (a nejdražší) doba pro vysílání reklam. Pořad musí být velmi úspěšný, aby si zajistil vysílání v hlavním vysílacím čase. Je skutečně velmi neobvyklé pouštět v tuto dobu kreslené seriály.

Věděli jste to? Práce ve dvojicích

- Ve dvojicích si přečtete následující fakta. Vyberte si tři fakta, která vám připadají obzvláště zajímavá, a přečtete je třídě spolu s tím, co vás k nim napadá.

Podívejme se na Simpsonovy

1. Simpsonovi jsou vytvořeni podle rodiny Matta Groeninga, podle ní jsou i pojmenováni.
2. Mattova první práce byl kreslený seriál nazvaný Život v pekle, jenž později inspiroval Simpsonovy.
3. Rodina Simpsonových se poprvé objevila v 30-60-vteřinových scénkách před a po reklamách vložených do The Tracey Ullman Show.
4. Springfield, domov Simpsonových, je nejběžnější název města ve Spojených státech.
5. Bart je anagram od „brat“ (česky spratek).
6. Každá epizoda Simpsonových obsahuje přes 250 000 filmových políček.
7. Žlutá kůže Simpsonových je možná inspirovaná velmi populární satirickou postavou jménem Yellow Kid (Žluté dítě), která se objevila v novinových komiksech okolo roku 1900.
8. Simpsonovi byli hlavním důvodem úspěchu britského satelitního kanálu Sky One.
9. Simpsonovi byl první kreslený seriál po Flinstonových ze 60. let, který se objevil v televizi v hlavním vysílacím čase.
10. Tvorba jednoho dílu Simpsonových od prvního setkání nad scénářem do vysílání trvá 9 měsíců.
11. Běží 13. série Simpsonových (2001) a na obzoru je celovečerní film.
12. V každém okamžiku se vytváří až 8 dílů seriálu.
13. Každá nová postava musí být nakreslená ve stylu Simpsonových vytvořeném Mattem Groeningem, který na něj má autorská práva.

Co si o Simpsonových zatím myslíte? Domácí úkol

■ Napište o svém vztahu k Simpsonovým, použijte jeden z těchto názvů:

- Deset důvodů, proč miluji Simpsonovy
- Deset věcí, které se mi na Simpsonových nelíbí.

Zde jsou některé z věcí, o kterých byste mohli psát:

- jak, kdy a kde je sledujete (nebo co byste raději sledovali místo nich)
- postava/postavy, které máte rádi či nerádi a proč
- vaše oblíbená epizoda, fráze nebo vtip ze Simpsonových a čím jsou pro vás mimořádné (nebo příklady ze seriálu, které vám přišly obzvláště iritující)
- proč jsou podle vás Simpsonovi tak populární (ať je máte, nebo nemáte rádi).

Na konci této lekce se můžete ke své práci vrátit, abyste viděli, zda se vaše názory změnily.

Podívejme se na Simpsonovy

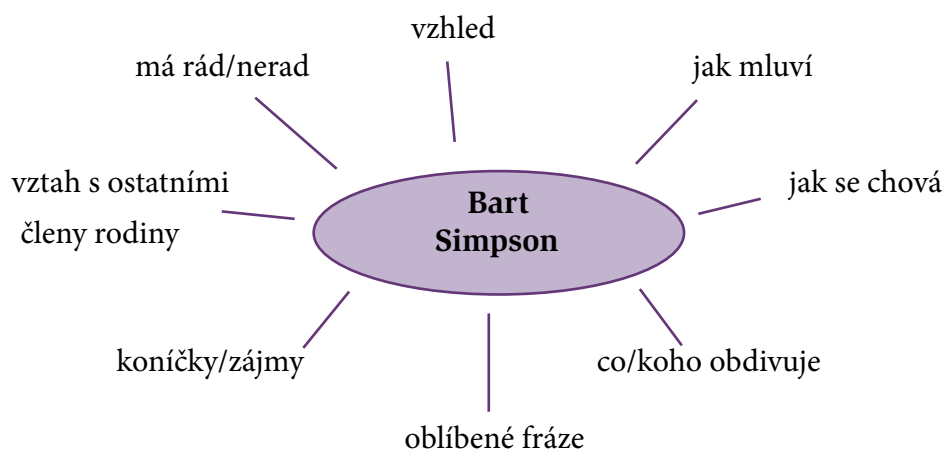
„Rodina z pekla“?

Analýza charakteru hlavních postav Třída sleduje + práce ve skupinách

Ať již jste, či nejste fanoušky Simpsonových, pravděpodobně o nich něco víte – je nemožné je neznat. Pro začátek uvidíte jednu nebo dvě části Simpsonových. Učitel vám přidělí jednu z postav k analýze.

■ Vyplňte schéma připravené pro postavu ze Simpsonových podle toho, co o ní víte, co o ní ví ostatní ve skupině a podle toho, čeho jste si všimli v titulní sekvenci a dalších částech seriálu. Použijte následující schéma a zpracujte si ho na list papíru formátu A3, abyste mohli své myšlenky ukázat třídě.

■ Najděte příklady ke každému z bodů schématu a připište je na list různými barvami.



■ Vaše schéma porovnejte s biografií, kterou Matt Groening autorizoval v knize Simpsonovi: Kompletní průvodce k naší oblíbené rodině. Jsou to studie postav určené pro skutečné maniaky do Simpsonových, Groening jim říká Simpsnáci. Obsahují mnoho detailních odkazů na předešlé epizody a na americkou kulturu. Do vlastního schématu doplňte informace z této knihy (úryvky z ní naleznete níže), které jsou podle vás užitečné.

Prezentace postav

■ Ukažte svou studii postavy třídě. Pak můžete nechat hlasovat, abyste zjistili, která postava je nejoblíbenější, a diskutovat o důvodech proč.

Sledování jedné epizody

Před sledováním Práce třídy

Nyní zhlédnete jednu epizodu ze Simpsonových. Vaším úkolem bude naučit se dávat příklady pro objasnění vašich tvrzení při posuzování televizních seriálů v písemném i mluvním projevu. Pro lepší pochopení jsme zvolili příklady z epizody Homer Badman ze 6.série. Tato epizoda je též obsažena na videu s názvem Temné stránky Simpsonových.

Podívejme se na Simpsonovy

Abyste dobře porozuměli epizodě Homer Badman, musíte si uvědomit, že Američané jsou obzvláště citliví na sexuální obtěžování a zajímají se o osobní život veřejných osob. Proběhlo mnoho skandálních soudních případů včetně obvinění celebrit, politiků a dokonce i prezidenta Clintona kvůli nevhodnému chování. Scénáristé Simpsonových zesměšňují každého s krajními názory a přesvědčením, od rasistů a fundamentálních křesťanů po feministky, ochránce životního prostředí a komunisty. V této epizodě satirizují (zesměšňují) lidi, kteří protestují proti diskriminaci podle pohlaví, ale tajně se baví čtením časopisů a sledováním videí „pro dospělé“ a vydělávají na tom peníze.

HOMER J. SIMPSON

Věk: 36.

Váha: Mezi 239 a 260 librami.

Povolání: Pracovník/bezpečnostní dozorce v sektoru 7G v springfieldské atomové elektrárně. (Drží rekord elektrárny za nejvíce let v práci na pozici nováčka.)

Ceny: Cena C. Montgomeryho Burnse za mimořádný výsledek na poli dokonalosti (poté co Burns zjistil, že je Homer impotentní kvůli vystavení se radiaci), zaměstnanec měsíce ve springfieldské atomové elektrárně (za záchranu elektrárny před roztavením), výherce soutěže springfieldské atomové elektrárny v krkání, cena Grammy „Za vynikajícího ducha, mluvené slovo a holičské album roku“ za jeho práci s Be Sharps. Trofeje ze setkání střední školy za to, že nejvíc přibral, za nejvíc vypadaných vlasů, nejvíc zlepšený zápach a za nejmenší cestování.

Oblíbená jídla: Koblihy, vepřová kůrka, Chippos, Krusty Burgers, vepřové kotlety, steak, většina mořských živočichů a pražené arašidy s medem.

Oblíbený nápoj: Duff.

Operace: Třikrát zmeškaná operace kvůli jeho lásce k výše uvedeným jídlům.

Oblíbená zábava: Sezení na gauči, sledování televize a pití piva.

Oblíbený obchod: Kwik-E-Mart.

Říká: „Oh!“, když je rozčilený; „Mmm...“, když je sváděný.

Zajímavosti: Považován za yetiho. Maskot springfieldského týmu Isotope. Poslán do psychiatrické léčebny. Manažer country zpěvačky Lurlen Lumpkin. Provozovatel služeb sněhového pluhu pana Plowa. Člen kvarteta holičství Be Sharps. Letěl do vesmíru jako astronaut NASA. Obviněn ze sexuálního obtěžování za sundání bonbonu ve tvaru Venuše Melské ze zad slečny, která mu hlídala děti. Soused bývalého prezidenta George Bushe st.. Terč pro dělovou kouli v kočovné extrémní show Hullabalooza. Neznalý asistent super teroristy Scorpio v jeho spiknutí s cílem převzít východní pobřeží. Šel do ringu s nejtěžším šampionem světa. Alkoholový pirát během krátké springfieldské prohibice. Koketoval s homofóbií. Namluvil postavu „Poachie“ ze seriálu „Itchy & Scratchy“.

MARGE SIMPSONOVÁ

Věk: 34.

Velikost bot: 13AA.

Role v rodině: drží rodinu pohromadě.

Je známá: Svým čtvercovým koláčem.

Občas lze v jejích vlasech najít: Vysoké finanční obnosy, kočky, kohouty a Maggie. **Povolání:** Stávkující učitelka springfieldské základní školy, pracovnice v atomové elektrárně, servírka v drive-in, springfieldská policistka, prodavačka preclíků.

Kriminální záznam: Odsouzená za krádeže v obchodech.

Obdivuje: Arta Ziffa, p. Burnse, Moe, hráče springfieldských Isotope Flashe Baylora.

Politické smýšlení: Fandí Mary Bailey.

Dvakrát hlasovala pro Jimmyho Cartera.

Barva vlasů: Modrá č.56.

Oblíbený zpěvák: Tom Jones.

Sexuálně ji naladí: když jí někdo žužlá loket, Homerův kabát „Mr. Plow“.

Výstřednosti: Vaří s méně než 8 druhy koření. Myslí si, že brambory jsou bezva. Zapřela, že má dva Milhousovy zuby, i když je opravdu měla. Často spí nahá. Má chodidla s plovacími blánami.

Zajímavosti: Hlavní role v hudebním vystoupení „Oh! Streetcar.“ Uvažovala o románu s profesionálním hráčem kuželek, Jaquesem. Přišla s nápadem, že by Springfield mohl pořádat hudební festival. Zorganizovala bojkot města proti seriálu „Itchy & Scratchy“, aby zabránila násilí v televizních kreslených pořadech. Stala se závislou na hazardních hrách. Nakrátko přestala milovat svého syna Barta poté, co kradl v obchodě. Byla na útěku se zločinnýmousedem Ruthem Powersem. Užívala si hýčkání po nervovém zhroucení v Rancho Relaxo. Překonala strach z létání, když se vyrovnala s tím, že její otec byl stevard.

Pověřená panem Burnsem, aby namalovala jeho portrét. Jednou povzbuzovala Lisu, aby se smála, i když byla v depresi.

BART SIMPSON

Věk: 10.

Osobnost: Je prohnaný, dosahuje podprůměrných výsledků, nenávidí školu, je neuctivý, bystrý.

Známa falešná jména: Rudiger, El Barto.

Schopnosti: Má velký repertoár praktických vtipů a způsobů pomsty; jeho šprýmy sahají od vandalismu po mezinárodní podvod. Specialitou je: jako Prank volá do Moeovy taverny.

Objevy: Kometa, která téměř zničila Springfield, Blinky, tříoká ryba.

Idol: Klaun Krusty

Bývalé lásky: Jessica Lovejoy, Laura Powers.

Zajímavosti: Uřízl hlavu soše zakladatele města Jebediah Springfielda. Zdecimoval australský ekosystém skokanem. Udělal frašku ze školní akce s balóny – balón předělal na sochu ředitele Skinnera. Vyhnal Agnese Skinnera ze záchodu, když na toalety vhodil rozbušku. Mylně pokládán za génia po výměně testů s premiantem čtvrté třídy Martinem Princem. Donucen vyrobil nemrznoucí víno při školní výměně ve Francii. Způsobil manželskou hádku, když vyfotil opilého Homera skrývajícího se s břišní tanečnicí, princeznou Kashmir. Vedl válku s mladým tyranem ze sousedství, s Nelsonem Muntzem. Měl krátkou kariéru odvážlivce se zraněními. Téměř se vzdal své sestry poté, co zničil její hlavní bod programu svátku Dikůvzdání. Nerozhodně s Toddem Flandersem v turnaji minigolfu. Zachránil život panu Burnsi, když daroval vzácnou krev nula negativní. Vedl vzpouru na kampu vedeném klaunem Krusty. Pomohl klaunu Krusty očistit jméno a udal Sideshow Boba za loupež v Kwik-E-Matt. Proslavil se v Krustyho show jako „chlapec: Já to neudělal“. Udal Krustyho za daňový podvod. Vyhrál slona v rozhlasové soutěži. Splnil krátký úkol jako dědic pana Burnse. Prodal svoji duši za pět dolarů.

Podívejme se na Simpsonovy

MAGGIE SIMPSONOVÁ

Věk: 1.

Role v rodině: Nejmladší dítě Simpsonových cucající dudlík.

Cena: (podle snimače v supermarketu) 847,63 dolarů.

Jediný opravdový nepřítel: Gerald, mimino s jedním obočím.

Obratnost: Malá. Často přepadává.

Zajímavosti: Rozvázala Barta a Lisu, kteří byli svázáni nechvalně známým hlídačem dětí Banditem. Ví, co to je kredenc. Umí přečíst „E=MC2“ a načmárat „MAGGIE SIMPSONOVÁ“. Občas pije z misky pro psa. Praštila Homera do hlavy paličkou a zaútočila na něj tužkou, když imitovala násilí z kreslených seriálů. Pravděpodobně otci zachránila život, když chytila láhev s pivem, která letěla na jeho hlavu. Vedla vzpouru miminek v kreativní škole Ayn Rand. Střelila Charlese Montgomery Burnse.

LISA SIMPSONOVÁ

Věk: 8.

Role v rodině: Moralistické prostřední dítě.

Jednou se nazvala: „Nejsmutnější dítě ve druhém ročníku“

Hraje na: Saxofon (a někdy na kytaru).

První slovo: „Bart“.

První láska: Suplující učitel pan Bergstrom.

Druhá láska: Nelson Muntz.

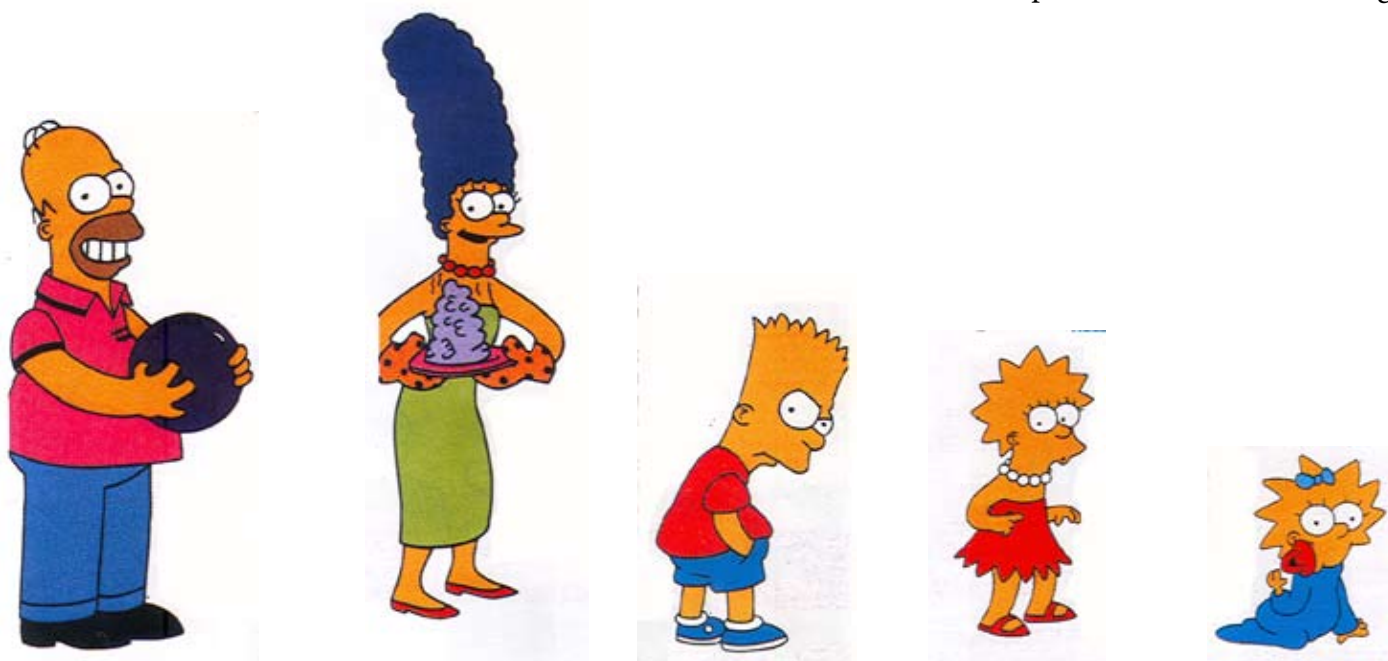
Věčná láska: Několik herců, kteří se jmenují Corey.

Překonané závislosti: Coreyova horká linka, Trucker's Choice, prášky na udržení se vzhůru.

Zajímavosti: Učena jazzmanem Bleedingem Gurnsem Murphym. Dala otci zabrat kvůli nelegálnímu přijímání kabelové televize. Vyhrála regionální soutěž v esejích, ale prohrála národní soutěž ve Washingtonu, D.C. poté, co ztratila víru ve vládu. Krátkou dobu byla Malá Miss Springfield, než ji rozčarovalo sponzorování Laramieho cigaretami. Touží po ní Ralph Wiggum. Znechucená nečestností mluvící panenky Malibu Stacey spoluvytvořila málo se prodávající panenku Lisa Lví srdce. Brankářka v dětském hokeji. Zjistila, že Jebediah Springfield byl pirát. Pomohla panu Burnsovi ve znovuzískání jeho ztraceného majetku. Dokončila druhou třídu jako první ženská kadetka na vojenské akademii Ramelwood. Odmítla zúčastnit se „Pestré úsměvné hodiny rodiny Simpsonových“.

Z knihy Simpsonovi: Kompletní průvodce k naší oblíbené rodině
(The Simpsons: A Complete Guide to our Favourite Family)

©Harper Collins a Matt Groening



Podívejme se na Simpsonovy

Práce s dějovou linií

Práce ve dvojicích

■ Přečtěte si následující klíčové momenty epizody:



Homer bere Marge na Cukrovinkový průmyslový veletrh.



Nechávají feministickou studentku Ashley Grantovou hlídat děti.



Při show ukradne Homer hromady sladkostí.



Homer ukradne sladkost - vzácnou repliku Venuše Melské.



Když Ashley odveze domů, uvidí Venuši nalepenou na jejím zadku. K její nelibosti sladkost seškrábne.



Příští den obklopí dav demonstrantů dům, nazývají Homera sexistickým prasetem za sexuální obtěžování Ashley.



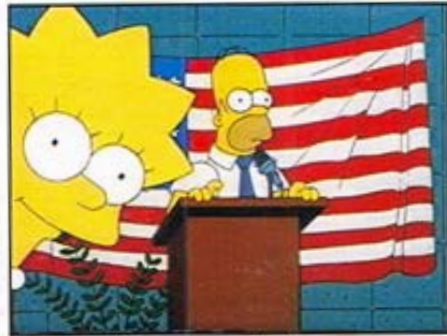
Demonstranti ho pronásledují všude; život je nesnesitelný.



Objeví se v televizní show Rock Bottom, ale jeho rozhovor je extrémně sestříhán, aby vyzněl senzačně a tím se stal nepravdivý.



Homer se stává cílem médií, která ho trýzní.



Lisa a Marge přesvědčí Homera, aby vystoupil v televizi s prohlášením o své nevině.



Správce Willie řekne Homerovi, že potají natáčel páry v autech. Ukazuje Homerovi video s incidentem s Ashley, které dokazuje, že je Homer nevinný.



Homer pustí videokazetu Ashley, která připustí, že se mýlila. Homerova tvrdá zkouška skončila, je vysílána veřejná omluva. Rodina je usmířená a Homer se vrací k televizi.

Podívejme se na Simpsonovy

V čem je vtip? Práce dvojic

■ Podívejte se na tabulku níže. Děj je nastíněn v levém sloupci. Do středního sloupce jsme přidali některé detaily, které činí epizody Simpsonových vtipné.

- Pročtěte si tabulku. Jakých druhů humoru jste si všimli? Následující příklady vám pomohou uvážit:
- jakými způsoby se postavy chovají, například Homerova nenasytnost v show se sladkostmi
- absurdní dějová linie (už jste někdy slyšeli o gumové Venuši Melské?)
- média (opravdu by média udělala okolo takového případu tak velký povyk?)

Do pravého sloupce tabulky zaneste, co je podle vás vtipné. První zápisy jsme udělali za vás.

Dějová linie	Detaily	Humor
Homer oznamuje, že bere Marge na Cukrovinkový průmyslový veletrh.	Chce ji vzít s sebou, protože tak budou moci odnést více sladkostí.	Je nenasytný jako dítě!
Děti zůstávají doma s Ashley Grantovou, feministickou studentkou.	Barta zabavuje videohrou o kuchání.	To si dělá legraci z nechutností ve videohráčích a z feministek, které by je obvykle odsoudily.
Na veletrhu si Homer a Marge naberou tuny sladkostí.	Mezi nimi jsou gumové telecí hlavy, drtiče čelisti a tak dále.	Poznámka o hlouposti cukrovinkového průmyslu.
Homer ukradne vzácnou repliku Venuše Melské.	Při útěku hází granáty - bzučící sladkosti s Coca Colovou příchutí - na hlídku.	
Když Ashley odveze domů, uvidí Venuši nalepenou na jejím zadku a seškrábne ji.	Ona má za to, že ji sexuálně obtěžuje.	
Příští den obklopí dav demonstrantů dům, nazývají Homera sexistickým prasetem za sexuální obtěžování Ashley.	V té chvíli se jeho župan náhodou rozevře, takže vypadá jako exhibicionista.	
Demonstranti ho pronásledují všude; život je nesnesitelný.	Utábořili se před jeho domem a sledují jeho auto při jízdě do práce, skandují přitom: „Dva, čtyři, šest, osm, Homerův zločin byl ohromný.“	
Objeví se v televizní show Rock Bottom, ale jeho rozhovor je extrémně sestříhán, aby vyzněl senzačně a tím se stal nepravdivý.	Z výroku: „Všiml jsem si, že seděla na gumové Venuši, tak jsem ji z ní seškrábnul. Jen pomyslete na ten sladký bonbón!“ se stane: „Všiml jsem si, že seděla na svém sladkém nádobíčku. Přál jsem si mít její sladké nádobíčko.“	

Podívejme se na Simpsonovy

Homer se stává cílem médií, která ho trýzní.	Helikoptéry ho natáčejí ve sprše. Jeho život je natočen jako Homer S: portrét osahávače zadků. Diskutuje se o něm v talk show moderované medvědem.	
Lisa a Marge přesvědčí Homera, aby vystoupil v televizi s prohlášením o své nevině.	Ale nikdo se na daný pořad nedívá.	
Dokonce i jeho rodina o něm začíná pochybovat.	Obejmou televizi, mají ji stále rádi, i když pronásleduje jejich tátu.	
Správce Willie řekne Homerovi, že potají natáčel páry v autech.	To je pěkně sprostá a výstřední činnost (zejména pokud špehujete starostu Springfieldu!)	
Ukazuje Homerovi video s incidentem s Ashley, které dokazuje, že je Homer nevinný.	... ale v tomto případě vedou sprosté věci k dobrým výsledkům.	
Homer pustí videokazetu Ashley, která připustí, že se mylila.	Ashley: Myslela jsem, že jsi zvíře, ale tvá dcera mi řekla, že jsi slušný muž. Myslím, že měla pravdu. Homer: Obě máte pravdu.	
Homerova tvrdá zkouška skončila, je vysílána veřejná omluva v Rock Bottom. Rodina je usmířená a Homer se vrací k televizi.	Ale je tak rychlá, že si jí nikdy nevšimne. Homer a televize si slíbí, že už se nikdy nebudou hádat.	

Vaše vlastní analýza jedné epizody

Sledování ve skupinách

V této aktivitě budete sledovat a rozebírat jinou epizodu Simpsonových. Nejdříve musíte epizodu pozorně zhlédnout. Učitel ji pro vás rozdělí do částí. Vaše skupina bude mít za úkol udělat si detailní poznámky jedné vybrané části s použitím stejného typu tabulky (jako na straně 49) a sdělit je třídě.

- Nakreslete si obdobnou prázdnou tabulku, kterou při sledování své části vyplníte.

Prezentace vaší části

- Zprostředkujte své detailní pozorování a analýzu humoru třídě. Zkuste dát co nejvíce příkladů – pamatujte si, že seznamujete třídu s tím, na čem jste pracovali. Po příspěvku každé skupiny budete moci využít všech prezentací k vypracování slohové práce.

Jak Simpsonovi porušují pravidla

V následující aktivitě budete vycházet z toho, co jste se už naučili ve své epizodě Simpsonových. Tentokrát budete používat tabulku při uvažování o tom, jak scénáristé používají nepsaná pravidla situační komedie, jak si s nimi pohrávají a jak je často porušují.

Podívejme se na Simpsonovy

Přemýšlejte, jak je to uděláno Třída sleduje + práce skupin

- Přečtěte si každý z rámečků a diskutujte o obsahu. Udělejte si poznámky k otázkám.

Simpsonovi jsou situační komedie

To znamená, že vždy funguje stejným způsobem s použitím následujících prvků:

Situace

Je to postavené na rodinném životě Simpsonových s obvyklými prvky jako konflikt v rodině, uctívání televize, Kwik-e-Mart, atomová elektrárna a škola; k tomu se přidá konkrétní dějová linie každé epizody. V Homer Badman je situace postavena na nedorozumění, kvůli němuž je Homer nepravdivě obviněn s hroznými následky.

Komedie

Prvky humoru, které lze očekávat v každé epizodě, se týkají postav, jejich chování a bizarnosti amerického života v malém městě. V Homer Badman je mnoho vtipů o cukrovinkovém průmyslu, o postoji feministek, které si často mylně vykládají nevinné chování, a o pokrytectví médií.

- Jaké jsou ve vaší epizodě hlavní zdroje: a) situací b) vtipů?

Animace

Simpsonovi porušují pravidla tím, že jsou kreslení.

„Na rozdíl od situačních komedií nemusíte týden za týdnem vcházet a odcházet stejnými dveřmi a vaše postavy nezestárnou a nebudou mít vrásky!“ (Matt Groening, Simpsons Night, 23.6.2000)

Zde jsou některé výhody práce z obrázky:

- postavy se nikdy nemusí změnit (Simpsonovi nestárnou – Bartovi je stále 10, Maggie je věčné miminko, Marginy modré vlasy nikdy nezešediví)
- v Springfieldu se může přihodit cokoliv (a také se to děje)
- postavy se mohou rozpadnout na kousky a zotavit se
- dějové linie mohou být realistické i fantastické – nebo kombinace obojího
- kdokoli z přítomnosti, minulosti i budoucnosti, živý či mrtvý, skutečný či fiktivní se může objevit a zaplést s postavami. V Simpsonových se objevili George Washington, Elvis i Bůh.

- Uveďte příklady humoru vzniklého porušováním pravidel ve vaší epizodě.

Pravidelně se objevující postavy

Členové rodiny Simpsonových jsou hlavní hrdinové, ale pravidelně se objevují i další postavy, které získaly věrné přívržence: Klaun Krusty, Sideshow Bob, Ned Flanders, Apu, Moe, Itchy a Scratchy a další. V epizodě Homer Badman máme správce Willieho, božského Jonese, uvaděče televizního obchodu v Rock Bottom, feministku Ashley, Gentle Bena, medvěda, který má vlastní show atd.

- Které postavy se objevily ve vaší epizodě? Čím jsou směšné?

Média

Jakých vtipů o médiích jste si všimli ve vaší zvolené epizodě? Zde je jen pár narážek na média z Homer Badman:

- Ashley zabavuje Barta videohrou Kuchači – vtip o násilných videohrách.
- Homerův útěk z veletrhu sladkostí je zabrán jako v akčním filmu.
- Homer zpívá parodii na „Under the Sea“ od The Little Mermaid.
- Ve filmu o jeho životě (založeném na filmu Henry, portrét sériového vraha) ho hraje Dennis Franz, který hraje špinavého poldu v populární americké kriminálce NYPD Blue.

- Které narážky na média či vtipy jste našli ve své epizodě? Jak vytvářejí humor?

Podívejme se na Simpsonovy

Skutečné, nebo neskutečné? Jak realistická je vaše epizoda?

Simpsonovi je kreslený seriál, takže by se vůbec neměl vztahovat ke každodennímu životu. Je to tak, anebo je to komplikovanější?

■ Ohodnoťte vaši epizodu pomocí stupnice od 0 do 10, kde 0 = naprostá fantazie a 10 = odpovídající životu. Vyberte alespoň tři příklady z epizody, abyste vysvětlili své hodnocení. Porovnejte své hodnocení s jinými skupinami. Pak si přečtěte, co se Matt Groening snažil dělat.

Matt Groening řekl, že Springfield byl vytvořen na základě pozorování života v malých městech Ameriky. Ačkoli jsou postavy, jejich chování a dějové linie evidentně karikovány a zveličeny, chtěl, aby se řídily stejnými principy jako ostatní situační komedie a seriály. Jeho cílem bylo:

- aby diváci měli postavy rádi
- vytvořit detailní prostředí a místa, která vypadají jako skutečná
- použít zvuk více realisticky, jako součást akce, spíše než jako doprovod ke kresleným seriálům
- soustředit se na vtipné akce, které jsou běžné u kreslených seriálů, ale vycházejí ze skutečného chování (např. Bart může jet na skateboardu z útesu, ale spadne dolů)
- připomenout nám, že příběhy jsou součástí reálného světa s realistickými následky (např. Bart sjede na skateboardu z útesu, neumře sice, ale bude zraněný).

■ Do jaké míry autor ve vaší epizodě dosáhl těchto cílů? K vysvětlení vaší odpovědi použijte výsledky předchozí aktivity.

Dejte to dohromady

■ Podívejte se zpět na práci, kterou jste už udělali na vaší vybrané epizodě Simpsonových. Měli byste mít řadu podrobných odstavců s mnoha příklady, které obsahují všechno, co potřebujete k napsání dlouhé slohové práce o Simpsonových.

Písemný úkol – analýza Simpsonových

Domácí úkol

■ Vyberte si jeden ze zde navržených úkolů.

- Použijte své poznámky z minulých hodin, abyste napsali podrobnou analýzu jedné epizody Simpsonových.

- Matt Groening vás požádal, abyste byli poradci nové epizody Simpsonových, v níž rodina cestuje do Londýna navštívit své dlouho ztracené příbuzné. Je jasné, že je tu mnoho možností pro komiku. Jaké pamětihodnosti by si prohlédli? Koho by potkali? Co by si mysleli o britské televizi? Vaším úkolem je napsat osnovu epizody a vysvětlit scénáristům, co je na ní zábavné. Použijte některé postřehy k humoru, o kterých jste dříve mluvili, a doplňte je o své nápady (jaké druhy zážitků by mohli Simpsonovi mít, např. v londýnském Toweru, v Buckinghamském paláci, u Dómu, s EastEnders na trhu ...)

- V roce 1994 byl ke kreslenému seriálu Flinstonovi natočen celovečerní hraný film. Bylo by totéž vhodné udělat u Simpsonových? Napište Mattovi Groeningovi dopis, ve kterém vysvětlíte, proč si myslíte, že by o Simpsonových neměl být natočen celovečerní film s herci, a důvody, proč by to nezapůsobilo. Nebo vysvětlíte, proč si myslíte, že by ze Simpsonových byl ideální celovečerní hraný film. Navrhněte, kdo by hrál hlavní role.

Podívejme se na Simpsonovy

Simpsonovský průmysl

Simpsonovi jsou jedním z pořadů, o kterém se velmi mnoho mluví, měl speciální série a „Simpsonovské noci“ na BBC2, objevuje se i v Radio Times a bylo o něm vytvořeno mnoho dokumentů. Tyto programy jsou zajímavé, protože jsou částí ohromného průmyslu, který má za cíl vytvořit, propagovat a prodat seriál divákům na celém světě. Když trochu porozumíte tomuto průmyslu, pomůže vám to pochopit, jak seriál získal popularitu a dosahoval stále většího úspěchu.

Simpsonovi – proces výroby Práce ve skupinách

Věty v rámečku vysvětlují hlavní fáze výroby a vysílání pořadu, ale jsou ve špatném pořadí.

- Seznamte se s nimi a zkuste je dát do pořadí, které by dávalo smysl.

1. Scénář je pročten herci v přítomnosti celého týmu, aby se posoudilo, je-li dostatečně vtipný. Natáčen je dva dny poté.
2. Díl je odvysílán na americké televizi Fox Network.
3. Je to „předáno“ Sky a vysíláno po celém světě na Sky.
4. Live and Kicking na BBC1 pravidelně vysílá Simpsonovy.
5. BBC2 dává Simpsonovy do hlavního vysílacího času (18:00), ale je pět sérií pozadu za Sky.
6. Hotová verze Simpsonových se vrací do Spojených států šest měsíců po první poradě ke scénáři.
7. Uprostřed devadesátých let se odhadovalo, že Matt Groening vydělává okolo 18 milionů dolarů ročně (přibližně 11,6 milionů liber).
8. Fox zaplatil za prvních 13 epizod 10 milionů dolarů.
9. Přes 100 animátorů na tom pracovalo, používali scénář a sled obrázků, aby vytvořili kreslenou epizodu.
10. Obrázky byly poslány do Koreje, kde je 150 animátorů ručně vybarvilo.
11. Nové nápady a zápletky jsou vymyšleny přibližně 16 scénáristy a několika producenty v 20th Century Fox.
12. Globální příjmy (vydělané peníze) za zboží Simpsonových jsou okolo 2,5 miliardy liber.

Zkoumání průmyslu Simpsonových Práce třídy

Na zadní straně jakékoli videonahrávky Simpsonových najdete množství log a informací o tom, kdo má na pořad autorská práva. Učitel vám dá list s níže zobrazeným obalem videa.

- Pozorně se podívejte na obal a hovořte o tom:
 - jak jsou různé společnosti do Simpsonových zapojeny – co si o každé z nich myslíte?
 - jak je obal vytvořen, aby zapůsobil na diváky.



Podívejme se na Simpsonovy

Prodávání Simpsonových Práce skupin

Simpsonovi jsou v televizi již velmi dlouho. Jak udržela Fox Corporation zájem diváků o seriál po tak dlouhou dobu?

■ Napište seznam všech druhů reklam a forem propagace seriálu. Poté seskupte své postřehy do různých kategorií, použijte k tomu následující nadpisy:

- reklamy v televizi a na videu
- propagace v jiných médiích – například na internetu, v kreslených časopisech a seriálech atd.
- prodej zboží, na kterém jsou kresby či loga ze Simpsonových, např. penály, hrnečky, kartáčky na zuby atd.

Prověření zboží Práce skupin

Pokaždé, když chce výrobce použít krebu, frázi či výňatek ze Simpsonových, musí zaplatit značný poplatek za autorská práva. Takže váš penál, vaše ponožky s M & S Homer Simpson i hračky „zadarmo“ jako součást Happy Meal v McDonaldu, to všechno vydělává peníze Foxu.

■ Přečtěte si následující právní požadavky Twentieth Century Television, která řídí propagační kampaň a povoluje kopírování materiálů Simpsonových.

- Podpis Matta Groeninga musí být na všech produktech, jakkoliv malý.
- Každé použití motivů Simpsonových musí být doprovázeno řádnou obchodní značkou a informacemi o autorských právech.
- Všechny motivy Simpsonových musí být okopírovány z vybraných vzorů nabízených Foxem. Motivы nemohou být žádným způsobem měněny, musí být mechanicky kopírovány spíše než obkresleny, překresleny či namalovány.
- Všechna slova použitá v bublinách řeči musí být v typu písma Simpsonových. Bubliny nesmějí překrývat postavy. Existují dokonce pravidla, jak bubliny kreslit.

■ Ve své skupině vyberte tři rozdílné příklady zboží Simpsonových, které vlastníte či jste viděli v obchodech a katalozích. Snažte se vybrat příklady, které zapůsobí na různé skupiny diváků (například na dospělé, malé chlapce a dospívající dívky). U každého předmětu zodpovězte následující otázky:

- Jak předmět vypadá? Analyzujte obrázek Simpsonových a velikost loga. Budí obrázek zájem o konkrétní postavu, nebo dokonce o celý pořad?
- K čemu to je? Je to užitečné, dekorativní, nebo jednoduše vtipné?
- Kdo to vyrobil a proč podle vás použil obrázek Simpsonových?
- Do jaké míry se výrobci drželi výše popsaných právních požadavků?

Co řekli o Simpsonových

■ Přečtěte si tvrzení uvedená níže. Některá z nich nejsou vůbec jednoduchá na pochopení. Rozdělte je do tří skupin:

- tvrzení, která zřetelně schvalují Simpsonovy
- ta, která Simpsonovy neschvalují
- ta, která jsou ambivalentní (nejistá).

Podívejme se na Simpsonovy

1. „Může být znepokojivé, když si uvědomíte, že cítíte více ke kanárkové žluté holce než k jakékoli jiné ženě, která se vám objeví na obrazovce. Ale raději bych dal jednu přednost Lise Simpsonové před Ally McBealovou. Je o trochu více realistická.“ (Naomi West, *The Independent*, 1998)
2. „Až jednou budou Simpsonovi, typická rodina situačních komedií, moudrými pracujícími rodiči a celkově dobře se chovajícími dětmi!“
3. „Simpsonovi jsou vždy zkažení, pravidelně jsou temní, mnohdy sarkastičtí, ale ze všeho nejlepší je, že jsou zábavní a mají velké, měkké srdce. A poradí si s čímkoli.“
4. „Simpsonovi mají vynikající masku, protože jsou zařazeni mezi kreslené seriály, a tudíž musí být pro děti. Chyba, chyba, chyba. Simpsonovi jsou pro dospělé. Děti se mohou chtít identifikovat s Bartem s ostnatými vlasy, ale neměly by to smět nahlas říct. Jen si jděte sledovat Scooby Doo, mrňata, tohle je pro dospělé!“ (Alison Graham, *Radio Times*, 1998)
5. „Národy potřebují mít blíže k The Waltons než k Simpsonovým.“ (prezident Bush, 1992)
6. Mými oblíbenci jsou Bart a šéf policie Wiggum, mám rád rychlý důvtip a suchý humor. Vtipy jsou tak břitké, že to děti učí rychleji přemýšlet, takže je to dokonce výchovné. Moje děti to milují – sledujeme to společně.“ (Craig Fairbrass, který hraje Dana Sullivana v *EastEnders*)
7. „Mám nejraději Homera, mým oblíbeným hostem je Barry White, který zazpíval, aby očaroval hady v Homerově domě, aby zabránil jejich zabiti o Whacking Day.“ (Jamie Olover, televizní šéfkuchař)
8. „Simpsonovi nám ukazují, že 'Vaši vůdci nemají vždy na srdci vaše nejlepší zájmy'.“ (dokumentární pořad Matta Groeninga: *Noc Simpsonových* – 23.6. 2000)
9. „Kritika západní společnosti, kterou Simpsonovi provádějí, je zábavná. Je-li to ale ukázáno dětem, které jsou příliš malé a nejsou obeznámeny se situací, kterou to zesměšňuje, cítím z toho manipulaci.“ (Anne McElvoy, *Daily Telegraph*, 1997)
10. „Je málo záhadného na tom, proč sága Simpsonových fascinuje mladé. Seriál nestydatě posluhuje dětskému pohledu na svět: rodiče rozdělují připitomělé rady, škola je přítěž a štěstí lze dosáhnout rozvrácením systému.“ (*Newsweek*, 1990)
11. „Sledováním Simpsonových můžete absolvovat všechny životní lekce.“ (Mel Gibson)
12. „Homer: 'Ah, Marge, kreslené seriály nemají žádný hluboký význam! Jsou to jen hloupé obrázky, nad kterými se zasměješ.' (Vstává, aby odhalil svůj zadek. Bart se směje.)“

■ Skupiny se postupně střídají. Svými slovy shrňte každé tvrzení a diskutujte, do jaké míry s ním souhlasíte.

■ Využijte tvrzení, abyste formulovali své názory na popularitu Simpsonových.

Vzory jako „z nočních můr“, nebo pozitivní vliv?

Práce skupin

Objevují se pochybnosti, zda mají Simpsonovi na děti dobrý, nebo špatný vliv – nebo jestli nás vlastně vůbec ovlivňují. Je to konec konců jenom kreslený seriál... Tři následující úryvky komentují styl rodinného života Simpsonových. Každý nabízí jiný úhel pohledu na to, co se mohou diváci ze seriálu naučit.

Podívejme se na Simpsonovy

■ Pečlivě si přečtete všechny úryvky a rozhodnete, co který říká o vlivu Simpsonových na mladé lidi. Své postřehy si запиšte do takovéto tabulky:

Co stojí v úryvku	Body, s nimiž souhlasíme	Body, s nimiž nesouhlasíme
Úryvek 1:		
Úryvek 2:		
Úryvek 3:		

■ Rozhodněte se, s kterým úryvkem vaše skupina nejvíce souhlasí, co se týče toho:
- co tvrdí o rodině Simpsonových
- zda a jak seriál může děti ovlivnit.

■ Názory si запиšte a na konci hodiny je začleňte do své prezentace.

1. Homer z kresleného seriálu je dokonalý otec
Stačí přimět Barta Simpsona, aby snědl své šortky. Jeho otec, popletený pracovník atomové elektrárny Homer, byl včera jmenován idolem moderního otcovství.
Kultovní kreslená postava Homer – jeho koníčky: bowling, rybaření a jídlo – byl vybrán Charliem Lewisem, profesorem rodinné a vývojové psychologie na Lancasterské univerzitě, na první národní konferenci o otcovství.
Další postavou, kterou profesor Lewis navrhl, je líný Jim Royle z populárního seriálu The Royle Family.
„V mnoha domovech je otec, stejně jako v Simpsonových, vlídná osoba, která večer přichází domů z práce. Takoví rodiče se se svými dětmi scházejí hlavně před televizí – obdobně jako Homer Simpson a Jim Royle ...“
„Homer je velmi dobrý kulturní symbol pro otce.“
Homer je otec Barta a děvčat Maggie a Lisy. Jak profesor Lewis poukázal, tráví mnoho času tím, že je vozí na společenské akce.
Najdou se ovšem i tací, kteří o Homerovi přemýšlejí více s ohledem na jeho lásku k pivu a jídlu. Restauraci Frying Dutchman téměř vyřadil z provozu, když vyhlásila nabídku: „Snězte, kolik můžete“.

The Guardian, 19. 11. 1999

2. Seriál ukazuje, jak lze žít v dnešní poblázněné rodině a tolerovat lidi, kteří vás dohánějí k šílenství. Simpsonovi jsou pomatení a způsobují neuvěřitelné katastrofy, ale mají se vzájemně rádi. Můžete se na ně podívat a říct: „I když je můj život špatný, až tak špatný není.“ Do povahy lidí zákonitě patří, že se cítí nepochopeni, a poselstvím Simpsonových a Futuramy je: „Nejste sami.“ Ostatní jsou v háji stejně jako vy, tak se tomu zasmějte. Dále v pořadu vidíte, že vláda nemá na mysli vždy jen vaše zájmy. To je pro děti dobrá lekce.“

Matt Groening, Radio Times, 1999

Podívejme se na Simpsonovy

3. Někteří rodiče hlásí, že důsledkem sledování Simpsonových je přehnaně divoké chování dětí a přebírání mimiky Barta Simpsona. Ale většina respondentů tvrdí, že propracovaný humor a moralistická matka to efektivně zmírňují.

„Po sledování Simpsonových opakuje věci, které Bart řekl. Jako třeba: 'sněž moje šortky...'. Co mu řeknu, po mně opakuje, a já si říkám 'drzoun jeden'.“

„Myslím, že se z toho mohou některé věci naučit. Zvláště od Marge, která věci vysvětluje. Myslím, že je to dobře podané.“ (Rodiče)

„Copycat Kids: Vliv televizních reklam na děti a teenagery“,

Nezávislá televizní komise

Argumentace k vašim názorům: rodinné hodnoty, nebo špatné příklady? Práce třídy

■ Na základě diskusí o úryvcích vytvořte seznam názorů vaší skupiny a prezentujte ho třídě formou dvouminutové zprávy nazvané „Simpsonovi – rodinné hodnoty, nebo špatné vzory?“ Nezapomeňte zmínit to, proč někteří lidé Simpsonovy odsuzují a proč je někteří diváci milují.

■ Když jste si poslechli zprávy všech skupin, podívejte se na to, co jste napsali na začátku této lekce – „Deset důvodů, proč miluji Simpsonovy“ nebo „Deset věcí, které se mi na Simpsonových nelíbí“. Změnili jste během studia Simpsonových své názory? Jak a proč?

Jsou Simpsonovi dobří pro děti?

Domácí úkol

■ Napište dopis vedení školy či řediteli, ve kterém budete argumentovat pro, nebo proti výuce Simpsonových v hodinách mateřského jazyka.

Britská obdoba Simpsonových

I když je v Británii mnoho úspěšných animátorů, ještě se jim nepodařilo přijít s britskou verzí rodiny stejně úspěšnou, jako jsou Simpsonovi. Nyní je na vás, abyste přišli s nápady na britský kreslený seriál o rodině.

■ Prohovořte ve skupině, čím byste svou rodinu udělali typicky britskou. Půjde o rodinu z venkova, nebo velkoměsta? Nebo z malého města, jako je Springfield? Jaká místa zahrnete do seriálu:

- hospodu, klub pro mladé, nákupní čtvrť, hřiště?

■ Při tvorbě nového britského seriálu použijte zadání z následující strany.

- Práci si mezi sebe rovnoměrně rozdělte.
- Každý člen skupiny by měl být zodpovědný za nejméně jednu postavu a jeden bod zadání.
- Pro charakterizaci postavy použijte schéma ze strany 45.
- Dobré by bylo, kdybyste postavy nakreslili, ale není to nutné. Stačí napsat podrobný popis postavy. Pomůže vám charakteristika ze strany 46-47.

■ Když už máte ohledně seriálu jasno, musíte připravit prezentaci pro výkonného producenta. Budete muset „prodat“ svoje nápady, buďte co nejpřesvědčivější.

■ Každý z vás by měl napsat, proč jste zvolili právě takovou rodinu a proč bude seriál úspěšný. V následujícím zadání najdete věci, které je nutné zmínit. Čtete proto pozorně.

Post-Modern Productions Ltd

Milý týme:

Jak již víte, Channel 6 nás požádal o návrh nové situační komedie, která bude vysílána v době, kdy se dávají Simpsonovi, a to nejméně 12 let. Seriál musí být ovšem typicky britský. Chceme od vás:

- Skupinu silných osobností, které představují „typickou“ rodinu. Vymyslete postavám jména, věk, pohlaví, etnický původ a rysy jejich charakteru. Můžete začlenit i prarodiče, domácí zvířata, nevlastní rodiče, dohromady 4-7 postav a ke každé uveďte jméno, vzhled, povahu, fráze, oblíbené věci atd.
- Domácí prostředí a podrobnosti k místnosti, ve které se pravidelně odehrává část děje.
- Dvě až tři jiná místa, kde se bude děj pravidelně odehrávat.
- Děj dvou až tří dílů, abyste ukázali styl humoru a že zapůsobí.
- Stručně popsané, co je na seriálu obzvláště britské.
- Návrhy na tematické zboží nebo jiné marketingové plány.
- Vhodné jsou i hrubé nákresy, abyste ukázali vizuální styl, použité barvy (prosíme žádné žluté lidi!) atd. – výtvarná sekce to zpracuje detailně.

Channel 6 chce slyšet prezentaci vaší práce a chce dostat psanou zprávu, v níž bude vysvětleno:

- co je na vaší rodině typicky britské
- na které věkové skupiny to zapůsobí
- jaké prvky to bude mít stejné jako u Simpsonových
- čím se bude seriál od Simpsonových lišit
- co bude podle vás na vašem seriálu nejpůsobivější
- jak budete seriál propagovat prostřednictvím prodejního zboží atd.

Na práci máte dva týdny – hodně štěstí!

Prodej mladým

Tato lekce je o reklamách zaměřených na mladé lidi. Je tedy také o vás, o vašem životním stylu, utrácení peněz a o tom, jak k vám promlouvají reklamy a výrobky. Vaše věková skupina 11-14 let je velmi důležitá pro mediální producenty a inzerenty. Z dnešní mládeže budou za chvíli dospělí; loga, značky a produkty, za které nyní utrácíte peníze, budete nakupovat celý život.

V této lekci se naučíte:

- zkoumat televizní reklamy zaměřené na mladé lidi, analyzovat jejich postupy
- jakými způsoby reklamy ztvárňují vaši věkovou skupinu
- jak reklamní a marketingové společnosti zjišťují, jak vás upoutat
- diskutovat o reklamních kampaních, odmítat je a oponovat jim.

Čtení reklam

Uvedení produktu X Práce třídy

Následující popis pochází z webové stránky Britvicu, společnosti, které vyrábí populární značky nealkoholických nápojů.

- ■ Přečtete nahlas popis a mluvíte o bodech, které budou následovat.

Produkt X je skupina výživných a chutných nápojů, které obsahují chutnou směs ovocných šťáv a mléčných dobrot. Produkt X je k dostání se třemi fantastickými příchutěmi: Smooth Orange, Sunshine Tropical a Cool Berry. Kromě výborné chuti obsahují všechny nápoje v jedné dávce více kalcia než půl sklenice mléka s dalšími přínosy esenciálních vitamínů B3, B5, B6, B12, C a D. Produkt X neobsahuje přidaný cukr ani umělá barviva.

- Vyberte tři přídavná jména z popisu, která charakterizují nejdůležitější vlastnosti produktu.

- Na základě popisu produktu X řekněte, jaký typ lidí by se mohl o produkt zajímat. Z textu vyberte doklady pro své názory.



Značka produktu X Práce třídy

- Podívejte se na skupinu log Britvicu na předchozí straně. S použitím výše uvedeného popisu produktu X určete, které logo k němu patří. Buďte připraveni vysvětlit svou volbu.

Druhy značek Práce třídy

- Nyní si poslechněte, co napsala Becky, studentka 10. ročníku Mediálních studií, o svém výběru loga pro produkt X.

Prodej mladým

Při výběru loga jsem dospěla k závěru, že produktem X bude s největší pravděpodobností Juice Up. Domnívám se tak proto, že odhaduji, že produkt X je zdravý nápoj, neboť je bez přidaného cukru a barviv a má hodně kalcia, které je velmi dobré na kosti a zuby. Tak by to mohl být dobrý nápoj pro děti a maminky, které ho mohou koupit dětem místo mléka. Ovšem názvy příchutí nezní, jako by byly určeny pro malé děti, protože jsou v nich použita přídavná jména jako „tropický“ a „cool“ – možná více pro teenagery.

Vyloučila jsem několik známých značek jako Pepsi a Tango, protože jsou s bublinkami a nejsou příliš zdravé. Některé z log jsem nepoznala, ale z jejich designu a písma jsem odhadla, že jsou určeny pro starší lidi.

Vybrala jsem logo Juice Up, protože na něm ovoce opravdu je. Barvy loga jsou výrazně modrá a oranžová. Použit je druh písma, který je plný života, pro mladé. Tečky nad j a i vypadají jako kapky džusu.

Becky ve své práci dělá následující věci:

- shrnuje mimořádné vlastnosti produktu
- uvažuje o tom, na jaké lidi by tyto vlastnosti zapůsobily. Usuzuje na základě přídavných jmen
- vylučuje loga, která ví, že neodpovídají popisu produktu
- nakonec se zaměří na design, barvu a tvary zbývajících log a snaží se poznat, které zapůsobí na jakou skupinu konzumentů.

Použila mnoho postupů, které používají tvůrci reklam, když se snaží co nejlépe propagovat své značky. O tom se dočtete více dále v této lekci.

- Mluvte o tom, proč jste při určování produktu X vyřadili některá z log.

Prodej produktu X

- S použitím informací o Juice Up, neboli o produktu X, zodpovězte otázky:
 - Kdybyste tvořili televizní reklamu, jaké obrazy a nápady byste použili, aby se produkt prodával?
 - Kdyby byl Juice Up osoba, jaký druh osoby by to byl? (Může to znít jako divná otázka, ale tvůrci reklam si ji při tvorbě svých kampaní často kladou.)
- Pět minut přicházejte s nápady na televizní reklamu.

Přehled nápadů

Domácí úkol

- Sepište své nápady na televizní reklamu Juice Up. V několika odstavcích:
 - vlastními slovy shrňte mimořádné vlastnosti a „osobnost“ Juice Up
 - určete druh lidí, na které je reklama zaměřena, a navrhněte obrazy a nápady, které by je zaujaly
 - vysvětlete, v kterou vysílací dobu a v jakých pořadech byste svou reklamu vysílali, aby tou dobou televizi sledovali ti správní diváci
 - podrobně popište svou televizní reklamu včetně obrazů a zvukového doprovodu, dialogů, slov, hudby a zvukových efektů. Můžete načrtnout obrazy z reklamy, přijde-li vám to vhodné.

Vaše televizní reklamy

Práce třídy

- Poslechněte si několik prací o televizních reklamách Juice Up. Hovořte o různých přístupech a nápadech, o silných a slabých stránkách každé z reklam.

Prodej mladým

První sledování reklam Juice Up Třída sleduje

■ Nyní zhlédnete opravdovou reklamu Juice Up. Je částí nové série reklam k nové kampani. Mluvte o všem, čeho si všimnete, např. o:

- povaze reklamy (včetně věku, třídy a pohlaví zobrazených postav, jejich stylu oblékání, výrazu tváře, řeči těla a akcentu)
- předmětech, které lze v reklamě vidět
- tom, kde se reklama odehrává a o čem to může svědčit
- tom, na co je to reklama a jak je výrobek v „příběhu“ důležitý
- zvukovém doprovodu
- příběhu „za reklamou“
- tom, jak se vás tato reklama snaží přesvědčit, abyste si výrobek koupili.



Juice Up: 3 verze

Záběr na cca 13 letou slečnu (Chambler), sedí, má v ruce Juice Up, kterého se před poslední větou napije:

„Byly jsme na večírku. Šla jsem sama na záchod a když jsem se vrátila, byli spolu. To mě naprosto vzalo, to jsem od kamarádky nečekala.

Nemohu uvěřit, že mi to udělala. Musím jí to odpustit, protože je to moje nejlepší kamarádka.

A už mi to začíná být jedno.“



Stejný záběr na cca 13 letého kluka, občas detailní záběr na lahev Juice Up:

„Ohledně Chamber se cítím opravdu špatně.

Ale pochopte: Emera je tak nádherná. A to jsme se viděli jenom jednou.

Emera je ukecanější, otevřenější a vysmátější. Prostě jsem se zabouchl.

Má skvělou osobnost.

Chamber se mi fakt líbí. Pak jsem ale zjistil, že se Emeře líbím já.“



Stejný záběr na cca 13 letou slečnu (Emeru), občas detailní záběr na lahev Juice Up:



Nevím, proč kolem toho dělá tolik povyku. Občas zajdeme na párty. A tak se mi líbil. Neřekla jsem jí to, chtěla jsem, aby to zjistila sama. Pak se rozbulela a mně to bylo vážně k smíchu. Vždyť jde jenom o kluky, tak nevím, proč jí to tak bere. Neměla by se takhle chovat, vždyť je to moje nejlepší kamarádka.. Kdyby byla ona s klukem, taky bych to neказila. A stejně ten vztah nechci nijak uspěchat.

Prodej mladým

■ Nyní zhlédnete zbylé dvě reklamy z kampaně Juice Up. Udělejte si k nim poznámky stejným způsobem jako u první reklamy.

■ Poté mluvte o tom:

- zda je důležité, v jakém pořadí reklamy zhlédnete
- jaká je spojitost mezi příběhem a produktem
- co v těchto reklamách není, ale najdete to v jiných reklamách na džusy.

Druhé sledování reklam Juice Up – jak je reklama sestavena? Třída sleduje Znovu zhlédněte reklamy. S pomocí následujících hesel se zaměřte na to, jak tvůrci reklam vyprávějí svůj příběh. Cílem je zjistit přesně, co reklama o produktu říká a jak to říká. Nezapomeňte na důležitost úhlů kamery, střihu a osvětlení.

Vizuální techniky	Kreslené, animované, hrané? Černobílé, nebo barevné? Jakých druhů záběrů a pohybů kamery jste si všimli, jaký to má účinek?
Rychlost a styl	Kolik záběrů? V jakém tempu? Čeho je dosaženo rychlostí střihu?
Zvukový doprovod	Jakých druhů zvuku jste si všimli – hudby, dialogu, zvukových efektů, ticha?

Význam reklam Juice Up Práce třídy

I když mohou reklamy vypadat velmi jednoduše, lze si položit překvapivé množství otázek.

■ Ve třídě mluvte o následujících otázkách. Slova v závorkách jsou pojmy, které budete používat i v budoucnu. Ujistěte se, že všem rozumíte.

- Kde předpokládáte, že lze vidět tyto reklamy? (**plánování/umístění**)
- Jaké typy mladých lidí jsou zobrazeny v reklamách Juice Up? Jsou to obyčejní mladí lidé, nebo typy lidí, které sami znáte? (**ztvárnění**)
- Jaké jsou mimořádné vlastnosti Juice Up zobrazené v těchto reklamách, kterými se liší od jiných džusů? (**značka**)
- Proč jsou reklamy v tomto stylu? Co to vypovídá o produktu? Připomíná vám styl reklam některé pořady? (**marketingová strategie**)
- Co se vám – lidem, na které jsou zaměřeny – na reklamách líbí a nelíbí? Co vám říkají o Juice Up? (**reakce diváků**)

Juice Up na trhu

Čtení článku Práce třídy

■ Přečtěte si následující článek, v němž jsou uvedena některá fakta o kampani Juice Up.

Juice Up Britvicu v prvním uvedení televizní reklamy v žánru docu-soap

Britvic osloví fanoušky odvážných programů docu-soap svou první reklamou na novou dětskou značku Juice-Up, která přijde na trh v červnu.

Kampaň za 1,5 milionu liber od HHCL & Partners přináší pohled docu-soap na to, jak tři děti třemi různými způsoby popisují týž příběh o lásce, zranění a podvodu.

Prodej mladým

Kampaň začne reklamami v The Bill, Hollyoaks, The Simpsons a Sabrina the Teenage Witch. Mediální plánování a nákup reklamních časů dělá „MindShare“.

Marketingový ředitel Britvicu, Andrew Marsden, řekl: „Tyto reklamy jsou pozitivním a odvážným pohledem na 14leté, kteří berou život, jak přichází, s optimismem a upřímností.“

Juice Up je v pozici zdravější alternativy Sunny Delight; využívá negativní publicitu, která obklopuje značku P & G. Nižší hladina cukru v Juice Up je zaměřena na matky, „poměrů znalá“ image nápojů je zaměřena na děti.

Dotazování se na kampaň Práce skupin

- Vyjděte z článku a zjistěte více prostřednictvím následujících úkolů.
- Mluvte o tom, kde mohl být tento článek publikován. Pomůže vám styl jazyka a použitá slova?
- Co naznačuje článek o:
 - různých lidech zapojených do kampaně Juice Up a co každý z nich dělá
 - užitku, který měl Juice Up ze Sunny Delight (produkt, který byl kritizován za nepravdivá tvrzení a vysoký obsah cukru)
 - tom, jakými způsoby jsou oslovovány matky a děti?
- Najděte příklady:
 - normálních slov, která mají specializovaný význam – zkuste přijít na to, co znamenají v tomto kontextu
 - žargonu – slov a frází, která mají určitý smysl pro experty reklamního průmyslu
 - dalších jazykových struktur, které vám připadají zajímavé, jako např. opakování.
- Najděte důvody:
 - proč bylo za kampaň utraceno tolik peněz
 - pro zařazení reklam do určitých pořadů.
- Mluvte o tom, zda souhlasíte s touto citací z článku: „Tyto reklamy jsou pozitivním a odvážným pohledem na 14leté, kteří berou život, jak přichází, s optimismem a upřímností.“

Sdělte své odpovědi Práce ve třídě

- Sdělte své odpovědi na otázky. Zapište si myšlenky, které vás samotné nenapadly.

Sledování bloků reklam Domácí úkol

- Za domácí úkol zhlédněte co nejvíce bloků reklam, alespoň jeden do 21:00, tedy v době, kdy sledují televizi celé rodiny. Zapište si různé reklamy uvedené v blocích.
- Pokuste se určit, které z reklam prezentují produkty vyrobené pro 11-14leté (neboli pro vás).

Prodej mladým



Typy diváků – umístění reklam

■ Řekněte ostatním o různých reklamách, které jste viděli a které jsou zřejmě zaměřeny na vás. Poté si přečtěte tuto pasáž textu:

Reklamy stojí peníze. Média prodávají místo a čas inzerentům. Reklamy jsou tvořeny vyškolenými lidmi, kterým se musí za jejich čas zaplatit. Všechno tento čas, námaha a peníze přijdou vniveč, pokud reklama nenajde lidi, kterým je určena. Např. by bylo zbytečné dávat reklamu na nové fotbalové boty do časopisu, který čtou především mladé ženy. Nemá smysl inzerovat zdvojená skla v časopise pro teenagery. Pro zjednodušení má každý televizní a rozhlasový pořad, časopis i noviny svůj profil publika – přehled, jací lidé to sledují, poslouchají, čtou.

Tak kdy se v televizi objeví reklamy zaměřené na vás? Jelikož jste obvykle ve škole mezi 9:00 a 15:45, reklamy zaměřené na vás jsou zařazeny do doby po škole a navečer. Věková skupina 11-14letých je ovšem rozmanitá s mnoha různými zájmy.

Televize pro 11-14leté Práce skupin

■ Podívejte se na televizní program z úterý 21. listopadu 2000 a vyberte různé kombinace pořadů pro níže uvedené lidi. Pořady vyberte z pěti stanic, udělejte přestávky v době, kdy diváci televizi nesledují, např. při večeři, psaní domácích úkolů, akcích s přáteli atd.

- 11letá dívka, která právě začala chodit do 7. třídy
- 14letý chlapec, který právě dokončil 9. ročník
- vy osobně.

Neplacené televizní stanice (Pamatujte si, že BBC1 a BBC2 nemají reklamy!)

ITV	Channel 4	Channel 5
15:35 Pokémon	16:00 Fifteen to One	15:30 Film o country zpěvákovi
16:00 Max Steel	16:30 Countdown	17:30 One to Win
16:45 Sabrina mladá čarodějnice	17:00 Pet Rescue	18:00 Zprávy
17:00 Celebrity!	17:25 Ricki	18:30 Rodinné aféry
17:30 Kolo štěstí	18:00 Angel	19:00 Jaguars

Prodej mladým

18:00 London Tonight	18:50 Planet Top	20:00 Domácí doktor
18:30 ITV večerní zprávy	19:00 Zprávy	20:30 Every One 's a Winner
19:00 Emmerdale	19:50 The Turner Prize	21:00 Pošťák (film s Kevinem Costnerem)
19:30 Tajné město	20:00 Brookside	
20:00 The Bill	20:30 Accident Blackspot	
21:00 Peak Practice	21:00 Cutting Edge	
22:00 Tarrant on TV	22:00 Sex ve městě	

Satelitní, kabelové a digitální kanály:

Sky One	ITV 2
16:00 Pokémon	Film do ..
16:30 Pokémon	17:35 Home and Away
17:00 Star Trek: Voyager	18:00 Sunset Beach
18:00 Blockbusters	18:50 Chart Choice
18:30 Simpsonovi	19:00 Total Action: Extremes down under
19:00 Simpsonovi	19:30 Letní závody trysekáčů
19:30 Happy Days	20:00 Nejzábnější zvířata planety
20:00 Přátelé	20:30 Neighbours from Hell
20:30 Hot TV	21:00 Always and Everyone
21:00 The Stretch	22:00 Chcete být milionářem?

■ Kdybyste kupovali reklamní čas pro své reklamy a mohli si dovolit pouze jedno vysílání pro každý z následujících produktů pro 11-14leté, kam byste reklamu umístili a proč?

- Boty na fotbal
- Lesk na rty s obrázkem Buffy, přemožitelky upírů
- Nový typ mobilního telefonu
- Nové taneční CD

■ Kam byste umístili reklamy na Juice Up, kterými jste se zabývali, a proč?

Zaujmut Práce třídy

Důležitou částí prodeje je „zvýšení informovanosti“ a zajištění toho, aby reklamu viděli ti správní lidé. Umístění reklamy má malý účinek, pokud není reklama sama nápadná a neříká správné věci správným způsobem. Udělejte si následující krátké cvičení, abyste viděli, jak moc vás zaujaly reklamy, které jste nedávno zhlédli.

Popis produktu Y

■ Vyberte si jednu z reklam, které jste zhlédli při plnění domácího úkolu. Máte minutu na to, abyste napsali shrnutí o nejvýše 25 slovech a bez uvedení názvu produktu. Váš partner musí na základě vašeho popisu uhodnout, o jakou reklamu jde.

Poznávání reklam

Následující fráze, slova či obrazy pocházejí z televizních reklam vysílaných mezi roky 1998 a 2000.

■ Pamatujete si, na co je která reklama?

Prodej mladým

Wassup!

Megafon

Mládež hrající koledu na elektrické kytary

Být honěn obřím pivním pupkem

Zamilované kalhoty

Závody šneků

Mluvicí klokan

Vaše oblíbené reklamy

■ Napište tři výrobky z reklam, které jste sledovali za domácí úkol a jsou vaše nejoblíbenější. Co se vám na každé z nich líbilo? Mohl se vám třeba líbit:

- její humor
- speciální efekty
- výrobek
- hudba
- vizuální strana reklamy.

■ Kolik z nich bylo podle vás vytvořeno pro 11-14leté?

Shrnutí nejoblíbenějších reklam třídy

■ Řekněte své nejoblíbenější reklamy třídě. Zodpovězte otázky:

- Které reklamy byly jmenovány vícekrát?
- Jsou některé reklamy oblíbené více mezi chlapci než dívkami a naopak? Čím působí více na dané pohlaví?
- Kupujete si výrobek kvůli pěkné reklamě – nebo si jen zapamatujete značku?
- Koupili jste si výrobek, který má špatnou, trapnou reklamu?
- Co je nejčastější důvod, že se vám líbí určité reklamy?

Zkoumání reklamních kampaní

Proč vysílat reklamy?

Práce třídy

Hlavní dva důvody vysílání reklam jsou:

- zvýšit informovanost o produktu, značce a společnosti
- zvětšit prodej.

Protože je těžké poznat, zda reklamy zabírají, existuje celý průmysl zabývající se zjišťováním, co se mladým lidem líbí, co chtějí a jaké reklamy je zaujmou. Děti a mladí lidé po celé zemi jsou pravidelně dotazováni průzkumníky trhu, jaké jsou jejich názory na výrobky. Jejich odpovědi z interview a dotazníků pomáhají vytvořit reklamu, která na ně zapůsobí.

Námaha za to stojí – dětští diváci/mládež nakoupí ročně produkty za 30 miliard liber. Ačkoli děti nemají své příjmy, až začnou utrácet vlastní peníze, zůstanou věrni značkám, které mají rády od dětství. Prostřednictvím následujících aktivit přemýšlejte, jak je zkoumána věková skupina 11-14 let.

Informace od tvůrce reklam

Práce skupin

Dave Cobban plánuje reklamy pro reklamní agenturu HHCL. Má za úkol zkoumat věkovou skupinu 11-14 let. Jeho průzkum byl použit v reklamní kampani Juice Up, která je na následující stránce, najdete části jeho prezentace, které dělá pro klienty HHCL.

■ Přečtěte nahlas každou část a diskutujte o otázkách:

- Souhlasíte s tím, jak Dave Cobban popisuje vaši věkovou skupinu?
- Poznáte, jak bylo každé ze „žhavých témat“ použito v reklamách Juice Up?

Prodej mladým

Žhavé téma 1: Poučení

Zjistili jsme, že tradiční instituce společnosti – církev, rodina, komunitní centra – se zdají být méně důležité při poskytování poučení a podpory. Mladí lidé se spoléhají na jiné zdroje poučení jako na televizi, rádio, hřiště, internet – dokonce na Simpsonovy. Právě média a značky výrobků nabízejí mladým lidem poučení.

Žhavé téma 2: Hrdinové

Nukleární rodina selhává, takže ke komu místo rodičů, prarodičů a učitelů vzhlížejí mladí lidé pro inspiraci a jako k hrdinům? Zjistili jsme, že chlapci hledají jiné vzory, lidi jako Roy Keane, Bart Simpson, Grant z EastEnders, zatímco dívky obdivují lidi jako Britney Spears, Tiffany, Buffy, zabíječka upírů. Hrdinové mladých lidí v současnosti přicházejí z vnějšího světa, jsou to lidé, kteří souvisí s televizí a médii.

Žhavé téma 3: Identita

Všechno v naší kultuře se tříští. Podívejte se na hudbu, abyste viděli, kolik různých stylů existuje: jazzstep, techstep, hardcore. S drogami je to stejné – kde jsme mívali extázi, heroin, kokain, jsou dnes stovky značek extáze – Mitsubishi, Rolls Royce, Blue Stars – naše chutě a styly se stále štěpí a tříští. Je to velmi matoucí. Například v naší megafonové kampani na Tango se snažíme poskytnout něco stabilního, čeho se mladí lidé mohou chytit a říct: „Jsem součástí toho, součástí skupiny.“ Lidé hledají jiné způsoby udržení identity a značky jsou způsobem, jak jim ji poskytnout.

Žhavé téma 4: Sounáležitost

I když chtějí mladí lidé vyrůst a stát se nezávisly, chtějí také cítit, že někam patří – nikdo nechce být nezávislý sám, chtějí být součástí společnosti. Když jsme dělali průzkum pro Dreamcast, zjistili jsme, že playstation je v podstatě kult – takže jsme se s Dreamcast snažili, aby lidé někam patřili tím, že budou součástí komunity Dreamcast. Prvkem sounáležitosti je sdílení a lidé chtějí sdílet více. Jíme více mimo domov, zvýšila se návštěvnost fotbalu, chodíme více do hospod a klubů, návštěvnost kin roste i přes domácí videa. Emocionální zážitek je též sdílený, jak jsme viděli, když zemřela princezna Diana. Hudební festivaly jsou obrovské.

Pravda o 11-14letých

Když jsme mladí, jsme velmi závislí na lidech okolo nás. Jak stárneme, stáváme se nezávislejšími. Nemá cenu zaměřovat se pouze na 11leté, protože 14letí se již posunuli dál a jsou nezávislejší. Naopak mluvíme-li ke starší skupině a zaměřujeme-li se na ni, mladší k nim budou vzhlížet a snažit se být jako oni.

Žhavé téma 7: Průhlednost

Zadavatelé reklam chápou, že to mladým lidem pálí – média si to uvědomují. V průzkumu, který jsem dělal s Hasbro, jsem zjistil, že dokonce šestileté děti dovedou lehce mluvit o Action Man jako o značce. Potřebujeme být upřímní a otevření v tom, jak děláme reklamu, a tím získáme o hodně více respektu.

Žhavé téma 6: Zábava

87% mladých lidí v našem průzkumu tvrdí, že zábava je nejdůležitější věcí v jejich životě. Všichni máme ve svých pokojích televize, CD přehrávače, playstation – všichni chceme ten prvek fantazie, který mohou reklamy poskytnout.

Žhavé téma 5: Respekt vrstevníků

Mnoho mladých lidí chodí do společnosti, bere drogy a pije alkohol v nízkém věku ne proto, že to chtějí, ale proto, že se potřebují prosadit, protože si tím chtějí sjednat respekt. Když jsme dělali stejné rozhovory s dívkami a chlapci, mluvili o potřebě působit ve své věkové skupině pevně a tvrdě. Mohou toho dosáhnout prostřednictvím značek, které jsou způsobem, jak jim pomáháme najít sebeúctu.

Jak to poskládat dohromady?

„Tato témata působí v reklamách současně. Značky vám chtějí přinést respekt, pocit sounáležitosti, identitu. Když držíte v ruce nápoj Tango, začnete být například známí jako ti, kdo pijí Tango. Reklamy musí být zábavné. Musí vám poskytnout rady, říct vám něco, co jste dříve nevěděli. Musí být výjimečné, dát vám postavy, které vidíte jako hrdiny, ke kterým máte vztah a kterým rozumíte.“

Zkoumání žhavých témat

Sledování třídy

- Řekněte své reakce a odpovědi k prezentaci Dava Cobbana. Souhlasíte s jeho náhledy na 11-14leté?
- Pokuste se objevit některá ze žhavých témat v kampani Juice Up.
- Společně sledujte řadu reklam vyrobenou agenturou Dava Cobbana HHCL. Byly vytvořeny speciálně pro 11-14leté.
- U každé reklamy mluvte o tom, jaká žhavá témata byla použita a jak účinně na vás reklama působí.
- Podívejte se na část „Pravda o 11-14letých“. Najdete reklamu, která obsahuje všechny body, které jsou v této části zmíněny?

FILM

Zkoumání žhavých témat

1. reklama – mladík shání něco k jídlu

Tak, Velký Dave, dejme si něco k jídlu.

Dáme si velký kelímek nudlí.

To není všechno pro mě. Dave si taky dá.

King Pot Noodle. Budeš tlustej.

Zlato, Velký Dave si taky dal.

To určitě. Jdeš do postele?

Dave? Dave?

2. reklama – děti hrají fotbal, outsider Tidy dá gól

Tidy!

Nic si z toho nedělej.

Promiň.

Tidy!

Ovocná střela od Robinsons

Nové myšlení

Nové pití

3. reklama – dvě slečny hrají tenis, hádají se, jestli to byl out nebo ne, jedna ustoupí a jde se napít

-Out.

-To nebyl out.

-Cože? To bylo metr mimo hřiště.

-To bylo vevnitř.



Prodej mladým

-To bylo naprosto mimo hřiště.

-Dobře. Máš bod.

Ovocná střela od Robinsons.

Nové myšlení

Nové pití

4. reklama – kluk je obklopen zrzavými dědky, kteří opakují všechno, co řekne...

James Wrand nemá rád zábavné přepadení Tanga.

Jamesi, my víme, kde žiješ.

Co tu děláte?

Co tu děláte?

Kdo jste?

Kdo jste?

Ne, to jsem řekl já.

Ne, to jsem řekl já.

Nechte toho.

Nechte toho.

Áááá!

Áááá!

Kde jste se tu vlastně vzali?

Kde jste se tu vlastně vzali?

Padejte pryč.

Padejte pryč.

Koukněte se na mě.

Koukněte se na mě.

Jak to vypadám.

Jak to vypadám.

Zavolejte si pro megafon a připojte se k zábavě.

Reklamy zaměřené na vás, na mladé Práce skupin

■ Ve skupině si vyberte reklamy Juice Up, nebo ty, které jste právě zhlédli. Všechny jsou zaměřeny na 11-14leté.

■ Mluvte o tom, co a jak divákům nabízejí. Vaším úkolem bude společně připravit podklady k podrobné analýze a čerpat přitom z vaší dosavadní práce v této lekci.

■ Svoji analýzu rozdělte do tří částí:

- co je na obrazovce

- jak je příběh podán prostřednictvím kamer, osvětlení, střihu a zvuku

- úvaha o tom, jaké obrazy reklama obsahuje, co znamenají a jakou identitu poskytují věkové skupině.

Prodej mladým

Sepsání analýzy

Domácí úkol

■ Na základě příkladů, které jste rozebírali ve třídě, napište, jak chce vámi zvolená reklama či kampaň zaujmout mladé diváky.

Tímto způsobem můžete práci členit:

- uvedení reklamy produktu, na koho je zaměřena, kdy byla v televizi vysílána

Budu popisovat reklamu ...

- stručné shrnutí toho, co se v reklamě odehrává

Reklama začíná ...

- způsoby zobrazení produktu (kamera, střih, zvukový doprovod atd.) a co naznačují o cílové skupině

Jedním z nejnápadnějších rysů stylu reklamy je ...

Myslím, že reklama byla udělána takto, protože ...

- zvláštní vlastnosti produktu

Na produkt je v reklamě nahlíženo ...

- zvláštní rysy reklamy, např. humor, známá osobnost, opravdu „bezva“ zvukový doprovod, rychlá animace atd.

Reklama je přitažlivá tím, ...

- jak využívá žhavých témat - proč by tyto rysy zapůsobily (či nezapůsobily) na 11-14leté diváky

Výrobci reklamy se rozhodli zdůraznit tyto vlastnosti, protože ...

- jaký máte pocit z reklamy

Jako členovi cílové věkové skupiny mi připadá, že tato reklama ...

Reklama na Starcrunch

Vaše třída se na chvíli stane reklamní agenturou, která propaguje nový obilný produkt určený pro 11-14leté. Vaším úkolem je navrhnout televizní reklamu, která podněcuje diváky k zakoupení produktu. Budete soutěžit s ostatními skupinami, které se stejně jako vy snaží zakázku na reklamu dostat.

■ Přečtěte si níže uvedený popis a poznamenejte si:

- speciální vlastnosti Starcrunch
- vlastnosti, které zapůsobí na dospělé, jež v podstatě budou výrobek kupovat
- vlastnosti, které zapůsobí na cílovou skupinu, na mladé.

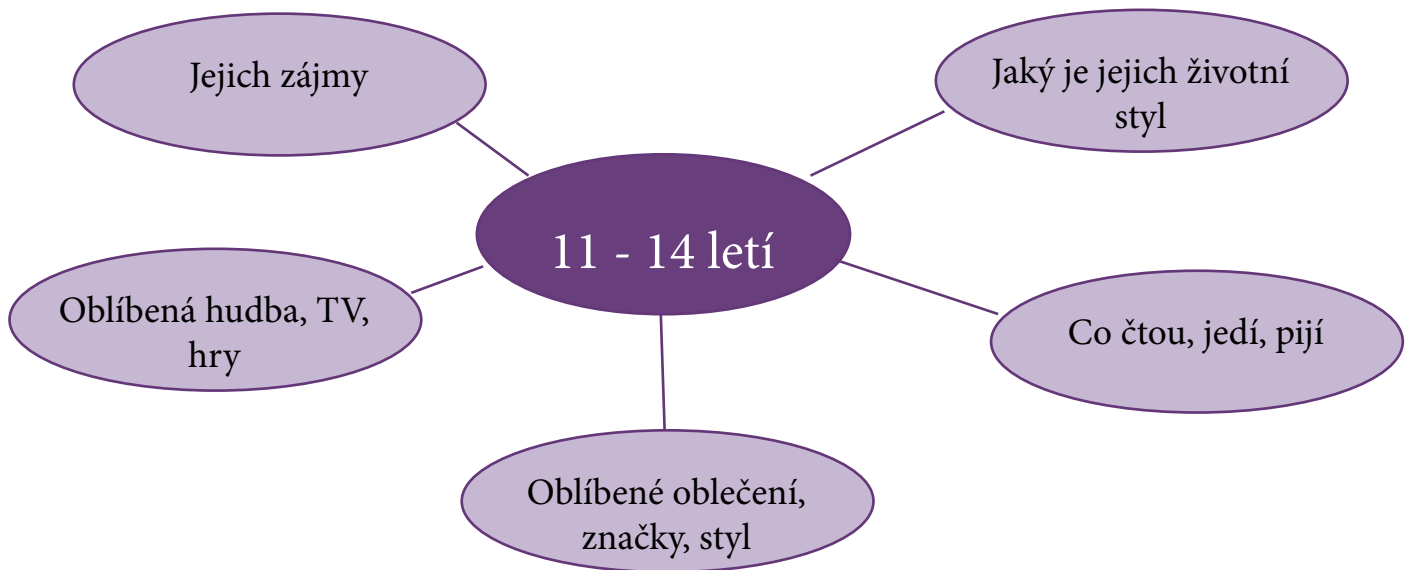
Starcrunch jsou nové cereálie k snídani vyrobené z křupavých zrn, ovoce a ořechů s dodanými vitamíny. Vhodné pro energii a aktivní životní styl. Bez cukru a umělých přísad chutnají cereálie ve tvaru hvězd stejně dobře, jak vypadají. Můžete je jíst s mlékem, nebo rovnou z balení! I bez mléka obsahuje jedna dávka tolik vlákniny a bílkovin jako bochník celozrnného chleba – ideální pro dnešní mladé, kteří dbají na zdraví.

■ Nyní se vraťte ke „Žhavým tématům“ Dava Cobbana a hovořte o tom, která z nich, pokud vůbec nějaká, chcete do své kampaně zahrnout.

Prodej mladým

Výzkumný tým Práce skupin

- Mluvte o „osobnosti“ Starcrunch. Nejdříve vytvořte myšlenkovou mapu toho, co víte o divácích.



- Napadá vás někdo (známá osobnost, někdo, koho znáte, nebo jen typ osobnosti), komu by tento produkt poskytl identitu?

Bud'te kreativní! Práce skupin

- Pusťte se do práce a naplánujte svou televizní reklamu. Vytvořte:
 - Logo a návrh obalu Starcrunch. (Vzpomeňte si na začátek této lekce, kdy jste se zabývali logy a povahou výrobků.)
 - Nápady na televizní reklamu, která osloví 11-14leté.
 - Hrubý scénář či storyboard vaší reklamy zaměřený na styl – na zvukový doprovod a hudbu, grafiku a nápisy.
 - Návrh, na kterých stanicích, v jakou dobu a v jakých pořadech chcete svou reklamu vysílat. Můžete použít televizní program z této lekce. Můžete také přijít s nápady na jiné formy reklam, např. do rádia, na internet, do časopisu.

Prezentace kampaně Starcrunch Práce třídy

Než odprezentujete své nápady agentuře (celé třídě), uvědomte si, že váš tým soutěží s ostatními skupinami, aby získal zakázku na tvorbu televizní reklamy na Starcrunch. Musíte své myšlenky jasně a přesvědčivě podat. Zároveň využijete svých dovedností mluvit a poslouchat. Každý ze skupiny musí proto dostat šanci mluvit.

- Připravte si prezentaci, ve které:
 - Ukážete, jak jste přemýšleli o divácích.
 - Popíšete svou televizní reklamu a vysvětlíte, jak jste k ní došli. Pokud jste vytvořili loga a storyboard, je vhodné o nich podrobněji pohovořit.
 - Sdělte, kam do programu chcete svou reklamu začlenit, a máte-li plány s využitím dalších médií.
 - Přesvědčte agenturu, že vaše reklama na Starcrunch podnítlí cílové diváky, aby si výrobek koupili.

V této lekci se naučíte:

- jakým způsobem jsme zobrazováni na fotografiích
- analyzovat krátký dokumentární film
- jaká rozhodnutí činí fotograf a tvůrce filmu při tvorbě dokumentů
- jakými způsoby spolu tvoří obraz, zvuk a slova význam.

Portrét Lízy

Fotografie na následující straně jsou z alba 14leté dívky Lízy.

- Společně se zamyslete nad Líziny fotkami. Přemýšlejte o:
 - různých druzích fotek: zda jsou formální, neformální, prázdninové, pořízené při speciální příležitosti (např. rodinná sešlost, fotka miminka apod.)
 - o jejích pózách a výrazu tváře v různém věku
 - co je na pozadí fotek
 - kdo je ještě na fotkách
 - z jakých důvodů byly fotky pořízeny, např. na doklad, při oslavě, k zaznamenání zvláštní chvíle nebo jen pro radost.

Dále v lekci najdete část Titulky Lízinych fotek.

- Přečtěte si titulky a přiřaďte je k fotkám.

Dokument o Líze Práce skupin

Použijte fotky jako základ krátkého fotodokumentu o Líze.

- Uspořádejte fotky do pořadí, které divákovi ukáže, jaká Líza je. Může to být:
 - autobiografické – z pohledu Lízy
 - biografické (životopisné) – uspořádané podle věku s vaším komentářem
 - fiktivní – s příběhem ve třetí osobě.

Chybí-li vám některé fotky, popište je nebo je načrtněte.



Vyfotíte se



■ Vytvořte scénář zvukového doprovodu vašeho dokumentu. Použijte:

- píseň či hudbu, která se hodí k fotkám
- legendu, ve které vyplníte mezery v životním příběhu Lízy
- mezi fotkami mluvíte na kameru o jejím životě
- mluvený komentář s vysvětlením významu každé fotky.

Můžete to udělat jako vypravěč či jako Líza. Můžete také včlenit vymyšlené komentáře od jiných lidí.

Vaše fotodokumenty

Práce třídy

■ Sdělte nápady ke svému fotodokumentu třídě.

■ Poskytují vaše dokumenty nestranný obraz Lízy? V čem by byly jiné:

- kdybyste použili jiné fotografie
- kdybyste ji dobře znali
- kdyby je uspořádávala sama
- kdyby dokument o ní dělal někdo jiný, např. její maminka, učitel, nejlepší kamarádka či kamarádka, se kterou se pohádala?

Říkají fotky pravdu? Domácí úkol

■ Často se říká, že „fotka nemůže lhát, ale fotograf ano“. Souhlasíte s tímto výrokem? Vezměte si pro inspiraci několik vašich fotek. Uveďte aspoň tři argumenty pro vaši odpověď.

Titulky Liziných fotek

1. *To jsem já a mámin kamarád. Když jsem byla miminko, říkali, že vypadám jako mimozemšťan.*
2. *Tohle fotila máma, aby předvedla můj nový účes. Já tu fotku nesnáším.*
3. *Já a ségra, když jí byly tři dny.*
4. *Snázila jsem se naučit sestru používat kalkulačku, ale moc ji to nezajímalo.*
5. *Já a Anna ve fotografické budce.*
6. *Já s mými novými teniskami. Dnes vypadají velmi staromódně.*
7. *Na ty brýle si pamatuji. Přišly mi tak skvělý ...*
8. *Vstávání o prázdninách.*

Analýza filmu Vyfoťte se

Přemýšlejte o obrazových dokumentech

Práce třídy

V této hodině zhlédnete velmi krátký dokument.

- Nejdříve však
 - proberte nápady z domácího úkolu, zda mohou fotografie lhát
 - udělejte seznam technik, které jste do svých fotodokumentů naplánovali
 - doplňte do seznamu další prvky, které byste mohli najít v dokumentárním pořadu.

Před sledováním

Práce skupin + sledování třídy

Uvidíte film o automatech na fotky. Skoro každý ho použil, bavilo nás to – ale proč by o nich chtěl někdo natočit film?

- Řekněte rychle otázky, o kterých si myslíte, že by měly být ve filmu zodpovězeny. Co očekáváte, že ve filmu uvidíte?

- Nyní zhlédněte film, nedělejte si žádné poznámky.

Dokument o foto-automatech:

1. část: zvuk

1. část: obraz

2. část

Opravář foto-budek:

„Zákazník vhodí peníze do mechanismu na mince. Když peníze dopadnou, zapne se fotoaparát a zhruba po osmi vteřinách přijde první blesk, ty budou dohromady čtyři. Film se dostane skrz otvor do tohoto zařízení, v němž jsou příslušné chemikálie k vyvolání fotek. Dojede až na konec, projde pod tímto přístrojem, dále se dostane sem nahoru a po zeleném pásu otvorem k zákazníkovi.

Vteřinu poté, co jsou fotky dokončeny, vypadnou.

Zákazník tedy nemusí na fotky vůbec čekat.“

3. část

Opravář foto-budek:

Vyfotíte se

Fotoautomat není váš nepřítel, snažte se být relaxovaní. Já jsem uvolněný, protože se tu fotím poměrně často. Zkontroluji si, zda jsou mé oči ve správné výši. Pokud nejsou, otočím se a správně si nastavím sedačku.

Pak se musíte připravit a v ruce držet peníze, do tohoto automatu 2 libry 50. Snad nebudete mít žádné problémy s drobnými.

Často se stává, že se člověk řádně usadil a připravil, vhodil peníze a náhle si uvědomí, že si nepřečetl instrukce a neví, co má dělat.

Nebo peníze vhodí, ale pořádně se neusadil. Tak se to rychle snaží napravit, ale první blesk ho zastihne nepřipraveného. Cožpak já se dovedu rychle připravit, ale většina lidí není na fotoautomaty vůbec zvyklá!

Já obvykle sedím takto.

(paní z budky) Už jdu!

(stařenka:) Já nejsem stará, to se nikdy nemůže stát.

(mladá paní:) Podívejte, k ničemu lepšímu mi takovýchle fotky nebudou.

5. část

Šéf firmy „Vyfotíte se!“:

„Řekl bych, že automaty tu jsou proto, že se lidé neradi nechávají fotit od ostatních.

Pořídít si takto pár fotografií je součástí naší kultury. Je fascinující, jak většina lidí říká: „Už ses tam někdy nechal vyfotit? Pamatuješ si na to, jaké to v automatu bylo? Už ses vyfotil v budce na nádraží?“

Odpověď bývá většinou: „Ano, některé z těch fotek mám doma v šuplíku.“

Někdy si je ukážou, nebo dokonce i vymění.“

6. část

Žena:

(nápis:) LORRAINE

Od roku 1961 ...

Moje máma neměla fotoaparát. Do automatů na fotky jsem chodila ráda a často. Jakmile jsem nějaký uviděla, hned jsem se tam chtěla vyfotit.

(k fotce:) Myslím, že tady jsme se nechaly vyfotit v květnu. To jsem já a moje dobrá kamarádka.

(k další fotce:) Na téhle fotce je mi dvanáct. Právě jsem se začala vážněji zajímat o druhé pohlaví. Tento mladý muž se jmenuje Garry Sanifon.

(k další fotce:) Můj nový účes a šilena barva vlasů.

(k další fotce:) Takový účes byl populární okolo roku 1978.

(k další fotce:) Vzpomínám si, jak jsem s ním seděla v automatu a tvářila se, jako že se mi to s ním líbí.

(k další fotce:) V době velkých změn jsou podle mě účesy velmi symbolické.

(k další fotce:) Přišlo mi, že je třeba ukončit jednu část mého života, nechat si zkrátit vlasy, také zhubnout a stát se novým člověkem.

(k další fotce:) Tato fotka mi připadá ze všech nejzvláštnější.“

6. část

Opravář:

„Fotky s více lidmi působí zajímavě. Lidé si v automatu můžou vymyslet jakékoli pozice. Jak fotka dopadne, bývá

Vyfoťte se

velké překvapení. Obvykle to vyvolá mnoho smíchu.

Když mi bylo sedmnáct, tak se nás jednou do automatu naskládalo osm! „

7. část

Zaměstnanec firmy:

„Každá firma vyrábí jiné fotoautomaty. Tyto jsou velmi kvalitní.

Já kontroloju kvalitu. Zajišťuju bezpečnost výroby, správnou práci inženýrů a tím i spokojenost zákazníků.

Zákazníci se v automatech nechávají fotit, to znamená, že jsou s nimi celkově spokojeni.

I když lidé chodí do automatů, není pravda, že se neradi fotí s ostatními.“

„Nikdo se v budce na fotky nestydí, jste sami. Je to jako stát před zrcadlem ve svém pokoji – můžete se chovat hloupě nebo předstírat, že jste dokonalí.“

8. část

Opravář:

„Zde vidíte fotky Tima Learyho(šéf firmy Vyfoťte se!) . Jsou z automatu. Všimněte si, že nesedí přímo, ale je mírně natočen, což fotce dodává hloubku a vypadá lépe.

Slečna:

Vidím svůj obraz ve skle přede mnou. Dívám se dopředu, natočím se a tím dodám fotce více rozměrovosti.

Nevěděla jsem, zda je lepší se natočit na levou stranu, nebo na pravou, tak jsem udělala oboje. Při této pozici jsem si protáhla krk.

Když se tváříte šťastně, na fotce vám to bude více slušet!“

První dojmy Práce skupin

Zodpovězte otázky:

- Odpověděl film na některou z otázek, které jste si k budkám na fotky položili?
- Vypráví tento film příběh či příběhy? Pokud ano, o čem jsou a jak jsou vyprávěny?
- Vraťte se k technikám, které vás ve třídě napadly. Kolika z nich jste si ve filmu všimli?
- Jaké prvky jste neviděli, ale očekávali jste je?
- Co se vám na filmu líbilo a nelíbilo? Překvapilo či zmátlo vás něco?

Co je smyslem dokumentárních pořadů?

Práce třídy

V tabulce jsou vyjmenovány některé z cílů dokumentárních pořadů.

■ mluvíte o tom, které z těchto cílů jste našli ve Vyfoťte se. Ke každému takovému bodu v tabulce najdete:

- příklad z filmu
- obdobný příklad z jiného dokumentárního pořadu.



Cíle dokumentárních pořadů	Vyfoťte se	Jiný příklad
Naučit vás dovednosti či postupy		
Zkoumat problém, událost, téma		

Vyfoťte se

Nechat vás nahlédnout do života lidí z minulosti, přítomnosti či dokonce z budoucnosti		
Poskytnout osobní přístup ke všednímu tématu		
Odhalit tajemství		
Přesvědčit vás o hodnotě výrobku či nápadu		
Vyvolat argumentaci či debatu		
Rozveselit a pobavit vás		
Prezentovat úhel pohledu		
Ukázat vám život, jaký opravdu je		

Jaký druh dokumentárního pořadu je Vyfoťte se?

Práce třídy

Existuje mnoho druhů dokumentárních pořadů – tak mnoho, že je těžké definovat je. Lehčí je mluvit o různých technikách, které tvůrci dokumentů používají ke zkoumání svých témat. Na následující stránce najdete nejobvyklejší dokumentární postupy a styl.

■ Přečtěte si seznam na následující straně a mluvte o tom, jakých postupů jste si všimli ve Vyfoťte se. V příští hodině se blíže podíváme na to, jak byly tyto postupy použity a jak působí.



Vyfoťte se

Mluvený komentář je často využit k „vyprávění příběhu“ dokumentu, někdy anonymním hlasem, někdy známým reportérem, celebritou či postavou příběhu. Hlas nám interpretuje příběh, podněcuje nás, abychom tomu věřili.

Kamery držené v ruce, skryté kamery či bezpečnostní kamery spolu s roztřeseným obrazem jsou stále častěji používány k vytvoření dojmu objevování, tajného zkoumání či nečekaných pohledů.

Film je upraven (např. zrychlen, zpomalen, změněn pomocí speciálních efektů) ke zvýšení napětí, vyvolání atmosféry nebo upozornění na něco.



Rozbor příběhu z Vyfoťte se Práce třídy

V této hodině znovu zhlédnete film. Tentokrát budete pozorně sledovat a poslouchat velmi krátké úseky. Rozdělili jsme pro vás film na osm částí.

■ Pro každou z osmi částí vymyslete název, na němž se shodnete. Měl by shrnovat příběh v části obsažený.

Uslyšíte úvodní zvukovou stopu Vyfoťte se, aniž byste viděli obraz.

■ Poslouchejte pozorně. Jaké různé druhy zvuku slyšíte? Co vám to říká o filmu, který zhlédnete?

■ Nyní sledujte část 1 z Vyfoťte se, ale s vypnutým zvukem.

Část 1

- Co si myslíte o osobě z této části?
- Co o ní na základě obrazu soudíte, kde je?
- Jak je v těchto záběrech umístěná kamera?
- Jak byla podle vás tato část natočena?
- Jaký vytváří dojem?



■ K částem 2 až 8 zodpovězte otázky:

Část 2

Tom Simons z Photo Me International vysvětluje, jak automaty pracují.

- Proč se režisér rozhodl ukázat nám v této sekvenci otce s dítětem?
- Co bylo ve filmu dříve – rozhovor s Tomem, nebo záběry otce s dítětem?



Vyfoťte se

Část 3

- Kde je kamera v těchto záběrech umístěna?
- Jaké druhy hudby jsou během sekvence slyšet?
- Jak se hodí Tomova slova k různým obrazům?
- Kolik záběrů je použito k ukázání toho, jak se žena dívá na své fotky a zahazuje je?
- Je tato sekvence záznamem věcí, které se dějí, nebo je to rekonstrukce?



Část 4

- Kolik záběrů je použito v této části?
- Jak působí zrychlená sekvence dívek?
- Co myslíte, že je náplní práce Tima Learyho (podle jeho postoje, oděvu a tónu)?
- Pamatujete si, kdy jste byli v automatu na fotky? Vyprávějte o tom ostatním.



Část 5

Tato část se podobá vaší práci ze začátku lekce.

- Jak si myslíte, že to bylo natočeno?
- Jak použila Lorraine svých fotek z automatu k zaznamenání svého života?



Část 6

- Podívejte se pozorně na různé lidi, kteří blbnou v automatu na fotky.
- Jak podle vás byly tyto části natočeny a sestříhány?
- Co je podle vás důležitější – vzpomínka na to, jak jste se bavili, nebo fotka, kterou si s sebou odnesete?



Část 7

„Lidé jsou rádi s jinými“

„Jste sami ...“

je to, jako byste byli ve svém pokoji, můžete si počínat hloupě nebo se tvářit, že vypadáte dokonale“

- Jak ilustrují záběry v této části tyto různé úhly pohledu?



Část 8

- Při sledování této části tleskněte při každém střihu. Počítejte tlesknutí.
- I když je v této části 14 různých střihů, jsou tam jen čtyři oddělené sekvence. Proč se podle vás rozhodl režisér záběry takto poskládat?



Práce s Vyfoťte se Práce skupin + sledování třídy

Téměř každý dokumentární pořad vypráví určitý příběh. Jak jste viděli, Vyfoťte se jich vypráví několik. Představte si, že jste byli vyzváni, abyste sestříhali film pro jeden z účelů z následující strany. Učitel vám řekne, na který se máte zaměřit.

Vyfoťte se

- Pečlivě si přečtete úkol, abyste věděli, na co si dát pozor.
- Použijte vytištěná filmová políčka z CD ROMu. Zaškrtněte políčka, která chcete použít ve svém filmu.
- Rozstříhejte papír na políčka. Zvolené záběry uspořádejte do nejlepšího pořadí. Nalepte je. K některým záběrům je třeba dodat mluvený komentář a zvukový doprovod, aby sekvence dávala smysl.

Marketingový tým – sekvence, která přesvědčí

Máte za úkol sestříhat film, abyste přesvědčili managery stanic o výhodách nainstalování automatů na fotky v jejich stanicích. Zvolte scény a doklady, které ukážou výhody automatů.

Instruktažní tým – sekvence, která instruuje

Photo-Me International chce sekvenci, která ukáže, jak získat nejlepší obrázky z automatu na fotografie. Vyberte záběry, které se k tomu nejvíce hodí.

Průzkumný tým Photo-Me – sekvence o použití

Photo-Me požaduje sekvenci, která ukáže, proč lidé používají automaty na fotografie. Zaměřte se na rozhovory, na různé typy lidí a na způsoby, jak automat používají.

Servisní tým – sekvence, která informuje

Vytvořte sekvenci k výcviku nových členů technického týmu Photo-Me s cílem naučit je instalovat automaty na fotografie, pohybovat s nimi, pečovat o ně a čistit je. Vyberte scény, které se k tomu nejvíce hodí.

Různé příběhy

Práce třídy

- Prezentujte práci své skupiny třídě. Vysvětlete vaši volbu záběrů a jak jste o nich uvažovali.
- Prozkoumali jste alespoň čtyři různá hlediska či příběhy z tohoto 9minutového filmu? S použitím listu s filmovými políčky odpovězte na otázky:
 - Jak se režisérce povedlo toho tolik nacpat do tak krátké doby?
 - Kolik různých zdrojů bylo pro film použito?
 - Jak podle vás Amanda Suttonová začala tvořit film?
 - Jaké otázky byste jí rádi položili?

Dopis Amandě

Domácí úkol

- Napište Amandě Suttonové svůj pohled na její film. Můžete jí též položit některou z otázek k tématu, jak byl film vytvořen. Případně jí sdělte svoji reakci na film. Jste-li nadšenci do automatů na fotky, můžete popsat, jak je používáte a co pro vás znamenají.

Napište komentář

V tomto cvičení použijete některé postupy, které jste se naučili v rozboru Vyfoťte se. Učitel vám ukáže krátký dokumentární film bez rozhovorů. Film je o studentech z Oxfordské univerzity, kteří právě dostali své vysokoškolské diplomy.

Vyfoťte se

Ve skupině napište mluvený doprovod k filmu z jednoho z následujících úhlů pohledu:

- Hrdý rodič jednoho ze studentů (můžete se rozhodnout kterého).
- Jeden ze studentů, kteří školu dokončili. Přemýšlejte o tom, jak se asi cítí: Hrdě? Rozpačitě? Uvolněně? Hloupě?
- Novinář ze zpravodajství lokální televize, který dělá reportáž o promoci.
- Režisér dokumentárního pořadu, který je přesvědčen, že systém Oxfordské univerzity je nespravedlivý a zastaralý.

Když jste si sepsali mluvený doprovod, učitel vám film přehraje. Cvičte přitom čtení svých doprovodů nahlas tak, aby odpovídaly obrazu. Možná budete muset:

- zkrátit nebo prodloužit svůj doprovod, aby délkou odpovídal
- cvičit čtení ve správném tónu a ve správné poloze hlasu.

Poslech komentářů Práce třídy

- Seznamte ostatní s vaší verzí filmu. Mluvte o tom:
 - zda různé mluvené komentáře mění význam vizuální stránky
 - nevytvářejí si různé interpretace i diváci filmu?

Jak se to dělá – sepsání nabídky

Brzy budete vymýšlet vlastní dokumentární pořad. Než s tím začnete, musíte vědět něco o tom, jak režiséři připravují návrhy a „nabídky“ fondům, které budou financovat film.

V návrhu je třeba shrnout, proč by měl být dokumentární pořad vytvořen. Návrh musí:

- vysvětlit, čím je nápad originální či zajímavý
- ukázat, že k tématu byl udělán průzkum
- ukázat, že režisér má mnoho nápadů a úhlů pohledu na téma
- naznačit, jak bude působit konečná verze
- uvést, na jaké diváky film zapůsobí
- být stručný a přesvědčivý.

■ Na základě znalostí o Vyfoťte se zkuste odhadnout, jak asi Amanda popsala film, který chtěla natočit.

- Jací diváci by se zajímali o Vyfoťte se?
- Proč je BBC2 asi dobrý kanál pro tento dokument?
- Jaká denní doba by byla nejlepší?
- Jaké věkové skupině by se film podle vás nejvíce líbil?

■ Vyměňte si nápady na nabídku Vyfoťte se a na to, kterým divákům byste to doporučili.

■ Přečtěte si původní nabídku Vyfoťte se Amandy. Označte si, kde se ve své nabídce zabývá body (viz tabulka na této straně). Zodpovězte následující otázky:

- Co si představíte pod pojmem „kulturní fenomén“?
- Souhlasíte s tím, že automaty na fotografie jsou kulturním fenoménem?
- Jak sestavila svoji nabídku? Na co jsou zaměřeny jednotlivé odstavce?
- Proč podle vás začala tím, co automaty na fotografie nejsou?
- Jak působí to, že hlavní část nabídky zařadila do posledního odstavce?



Vyfoťte se

Nabídka Vyfoťte se

Kulturní fenomén nemusí být nic fascinujícího nebo módního. To platí i pro automaty na fotky. Každý je zná, ale jako by zamrzly v čase. Technologie pokročila, doba vyvolání se zkrátila, fotografie technicky pokročily také, ale na budce jsou postavy nemódně oblečené. Uvnitř automatu zůstala otáčecí sedačka, zrcadlo, vyměnitelné pozadí (oranžový závěs zmizel v sedmdesátých letech) nezměněné po desetiletí. Automat lze najít dokonce stále na stejných místech: v železničních stanicích a Woolworths – spojují se tu budky na fotky s cestováním a tretkami.

Photo-Me se sídlem v Bookhamu, Surrey, je hlavním celosvětovým výrobcem automatů na fotografie. Původní dřevěné budky z dvacátých let nabízely veřejnosti, která nevlastnila fotoaparáty, levnou alternativu k fotografickým studiím. Od Portsmouth po Filipíny poskytují současné umělohmotné boxy okamžité obrázky, které se používají do občanských průkazů či se schovávají na památku. Existují místní odchylky, např. v Portsmouth. Prostitutky zde fotily svá poprsí pro své odplouvající námořnické zákazníky. Photo-Me zkrátilo závěs. Na Filipínách jsou budky pokryty květinami a někdo vám za malý peníz před rozsvícením červeného světla upraví sedadlo a učeše vlasy. Formát čtyř fotografií je stále stejný. I přes každoroční tajná technická setkání v Německu je kvalita fotek neměnná, tváře jsou lehce zkreslené a lidé si na celém světě myslí, že jejich pasové fotky vypadají trochu divně.

Vyfoťte se se zaměří na jeden automat na rušné železniční stanici. Natočíme různé lidi, kteří se zde v průběhu dne fotografují. Budeme sledovat inženýra Photo-Me na cestě do Bookhamu, kde se připravuje změna vzhledu budek se změnou milénia. Ale většina zákazníků má vzhled automatů spojený s obrázkem muže ve světlém kabátu a košili se špičatým límcem ze 70. let.

Co bylo vynecháno?

Práce skupin

Některé nápady z Amandiny nabídky se nedostaly do konečné verze filmu.

- Ještě jednou si rychle nabídku přečtete a najdete věci, které nerealizovala.
- Diskutujte o tom, proč asi nebyly tyto „ztracené“ nápady zařazeny do konečné podoby filmu.

Zahrajte si na tvůrce filmu Jeden den života...

V tomto posledním úkolu využijete vše, co jste se v této lekci naučili. Vymyslíte vlastní pětiminutový dokumentární pořad s názvem Jeden den života naší školy.

- Přečtete si toto zadání:

Jak jistě už víte, byli jsme vyzváni, abychom poslali nabídku do nové série 5X5, která se bude skládat z pětiminutových pohledů na každodenní život škol v Británii. Je třeba, abyste dodali:

1. Krátkou nabídku, v níž shrnete, co bude náplní vašeho pětiminutového filmu. Vysvětlení úhlu pohledu filmu a čím bude zajímavý a odlišný.
2. Hrubý nástin, do něhož zahrnete:
 - různé části školy, které budou ve filmu
 - rozhovory a krátké komentáře
 - zda namluvíte komentář, nebo vše vyjádříte prostřednictvím obrazů a rozhovorů
 - hudbu, kterou použijete

3. Mluvenou zprávu, v níž řediteli, který by měl film povolit, vysvětlíte své nápady.

Pamatujte si:

- pět minut je velmi krátký čas na ukázání dne života školy. Budte proto realističtí v tom, kolik sekvencí zahrnete.
- ředitel natáčení nepovolí, pokud má podezření, že máte v úmyslu nesprávně vylíčit či nespravedlivě kritizovat školu. Proto se držte faktů a buďte rozumní.

Plánování dokumentárního filmu – rozhodnout se pro přístup

Práce jednotlivců

Můžete začít plánovat svůj dokumentární film. Nejdříve se však ještě musíte rozhodnout, jak k Jednomu dni života přistoupíte.

■ Přečtěte si následující části rozhovoru s Amandou Suttonovou. Pomohou vám zvážit, jak přistoupíte k vlastnímu tématu.

Amanda potřebovala ten správný nápad a být originální

„Prvním krokem bylo přijít s nápadem, který by mi přišel zajímavý a který by měl ohlas. Potřebovala jsem se také vejít do 10minutového úseku, což je těžké – deset minut je příliš málo na rozvinutí příběhu a zase mnoho na čistě vizuální dílo. Automaty na fotky mé představě odpovídaly. Používá je každý, ale nikdo o nich příliš nepřemýšlí. Jsou ikonou moderní doby.“

Musela být realistická, aby se vešla do rozpočtu

„Peněz nebylo mnoho, proto bylo natáčení krátké: den ve Waterloo a dva v továrně. Ve Waterloo jsme měli problém nainstalovat skrytou kameru, takže jsme neměli moc času. Ani nás nepřekvapilo, že jsme z rozpočtu zaplatili to, co jsem původně napsala do nabídky.“

Musela téma prozkoumat a zajistit, aby bylo dostatečně vizuální

„Téma automatů na fotky má velký vizuální potenciál. Zjistila jsem, že Photo-Me se sídlem v Surrey je hlavní světový dodavatel automatů. Zašla jsem se tam podívat. Automaty na vysokozdvížných vozících a dlouhé řady automatů různého vzhledu vypadaly báječně.“

Chtěla do filmu dostat kus skutečného života

„Použitím skryté kamery v budce (většina lidí o ní nevěděla, řekli jsme jim to až později) jsme mohli natočit lidi v soukromí.“

Výběr materiálu – důležité je vybrat ty nejlepší skutečné lidi

„Někteří lidé vypadají na kameře mnohem lépe a zajímavěji ... Tom Simmons byl vyslán z Photo-Me, aby nám pomohl ve Waterloo nainstalovat skrytou kameru. Hned jsem chtěla, aby byl ve filmu. Bylo třeba ho chvíli přesvědčovat. Photo-Me chtělo, abychom natočili nezajímavého vedoucího pracovníka společnosti, ale podařilo se nám tomu zabránit.“

Někdy musí režiséři scénu připravit nebo vytvořit

„Některé z lidí jsem plánovala, např. Keitha, muže s kufrem, nebo mého manžela s naším miminkem. Dále musím přiznat, že jeden pár jsme povzbudili k líbání. Chtěla jsem co nejvíce různých lidí.“

Mít hotový úhel pohledu ulehčí střihání

„Celou dobu jsem musela být opatrná, aby se film nezměnil v propagační video Photo-Me. Bylo mi jasné, že chci prvek historie – alespoň jednu osobu s hromadou starých fotek z automatu. Je to trochu jako koláž.“

Vyfoťte se

Věděla jsem, co chci od hlavních rozhovorů, ale vždy jsem musela přemýšlet nad tím, jaký obraz s nimi spojit. Vždy musíte myslet na to, jakým způsobem spojit různé části, vizuálně, verbálně nebo prostřednictvím obojího.“

Sestavení Jednoho dne života... Práce skupin

■ Naplánujte pětiminutový dokumentární film o jednom dni ze života vaší školy. Použijte myšlenky z diskusí této lekce a komentáře Amandy Suttonové. Může vám pomoci, když si své nápady zaznamenáte do tabulky na CD ROMu.

■ Nad všemi otázkami a problémy se pozorně zamyslete. Abyste mohli film vytvořit, musí být schválen ředitelem. Buďte proto schopni obhájit svá rozhodnutí a vyhnout se obvinění ze zaujatosti a překrucování.

Celebrity!

V této lekci budete studovat fascinující téma celebrit. Naučíte se:

- co slovo „celebrita“ znamená, jak ji definovat
- proč celebrity tolik přitahují diváky, zejména mladé lidi
- jak se časopisy a celebrity vzájemně propagují a podporují
- jak jsou celebrity v časopisech podávány
- jak jsou celebrity využity médii k prodeji produktů, šíření myšlenek a hodnot.

Co je to celebrita?

Definování celebrity

Práce skupin

- Co podle vás znamená „celebrita“? Ve skupině mluvíte o významu tohoto slova.
 - podejte co nejvíce definic
 - rozdělte je do dvou skupin – synonyma (slova stejného významu) a popisné fráze
 - vytvořte seznam vašich oblíbených celebrit
 - porovnejte své odpovědi s jinou skupinou; mluvíte o podobnostech a rozdílech.
- Použijte svůj seznam oblíbených celebrit, abyste vytvořili vlastní definici pojmu.

Pustíme se do toho

Pojem celebrita se používá jako podstatné jméno popisující někoho známého.

Ve slovníku jsou následující slova uvedena jako synonyma celebrity: hvězda, hrdina, idol, velikán, osobnost a důležitá osoba.

Celebrita bývá popsána jako: známá, uznávaná, proslulá i neblaze proslulá.

- Hovořte o tom, proč jsou všechny celebrity známé, ale ne všichni známí lidé jsou celebrity. Např. princ Charles, Tony Blair a William Shakespeare jsou známí, ale jsou to celebrity?
- Podívejte se na svůj seznam celebrit a zkuste najít vlastnosti, které činí slavné lidi celebritami.
- Přečtěte si dvě následující definice. Mluvíte o tom, která z nich je blíže vašemu chápání celebrit.

Celebrita je osoba (úspěšná či známá), o kterou se může dnešní mládež zajímat a po které může toužit. (Kate Moltonová, časopis star*)

Celebrita je osoba, která je známá, protože ji nelze neznat. (Daniel Boorstein)

- Vyberte celebrity, kterou znáte, a pokuste se popsat ji ruskému příteli, který o ní nikdy neslyšel. Vysvětlete:
 - mimořádné kvality, které tuto osobu činí celebritou a ne pouze známou osobou
 - životní styl a chování celebrity
 - image dané celebrity – vzhled, oblečení, peníze atd.

Celebrity a časopisy

Domácí úkol

Jedním z nejjednodušších způsobů, jak se něco o celebritách dozvědět, je číst časopisy. Mnoho článků o celebritách je postaveno na prohlášeních pro tisk a informacích pro média.

Celebrity!

■ Zajděte do prodejny novin a poznamenejte si názvy časopisů, které mají na přední straně fotky celebrit nebo které obsahují stěžejní informace o celebritách. U každého časopisu přemýšlejte o tom:

- jak těžší celebrita z reportáže
- jak těžší časopis z celebrity
- co článek nabízí tobě, čtenáři
- jak se článek o celebritě přizpůsobuje věku, pohlaví a zájmům čtenářů časopisu.



Celebrity, časopisy a čtenáři

Každý časopis vytváří svůj informační balík pro agentury a firmy, které v něm chtějí koupit reklamní prostor. Balík dává základní informaci o stylu a obsahu časopisu (komentář), o povaze časopisu a o typickém čtenáři. Reklamní agentury umístí reklamu do časopisů, které čtou typy lidí, jimž je reklama určena.

■ Přečtěte si následující tabulku. Je složena z reklamních balíků tří různých časopisů stejné společnosti, Emap Elan.

Název	Smash Hits	Bliss – magazín, který vás učiní slavnými	J-17 Nejsuprověřejší časopis na světě ... rozhodně
Shrnující popis časopisu	Non-stop pop	Optimistický, otevřený, nadšený, posilující, inspirativní	Cool, módní, pravdivý
Komentář	Nejznámější zavedený čtrnáctidenní časopis o populární hudbě, je to v podstatě popová bible Velké Británie. S nejnovějšími drby o největších hvězdách, nejlepšími plakáty, dopisy a texty písní je Smash Hits nejznámější a nejzavedenější popový časopis. Popové hvězdy v něm touží být!	Ve světě čtenářů časopisu Bliss je možné vše, Bliss jejich sny uskuteční. Bliss je jediný měsíčník, který dává náctiletým dívkám šanci stát se slavnými a který také vychvaluje jejich nadání. Bliss se neuvěřitelně vžívá do svých čtenářek. Mluví přátelským, vtipným a sebevědomí dodávajícím tónem. Dělá také kampaně a dává prostor mladé generaci.	J-17 je každý měsíc vzrušující a originální. Radí v mezilidských vztazích, přináší spoustu smíchu a pohled na to, co je právě in. J-17 má tradici, proto mu čtenáři věří.
Životní styl čtenářů	Čtenáři SH jsou posedlí populární hudbou a prostě musí vědět vše o současných skupinách. Čtenářky SH milují a věří, že jim určitě sdělí všechno, co taková 12letá dívka potřebuje vědět o Planetě POPu! Naši mladí čtenáři nesledují pouze tabulky, jsou populární hudbou přímo posedlí.	Čtenářka Bliss je 15letý snílek a optimistka. Dívka touží být slavná a k problémům přistupuje vášnivě. Je zblázněná do Dawson's Creek a Hollyoaks. Již měla pár schůzek, ale žádnou vážnou známost ještě ne! Miluje své přátele a o sobotách s nimi navštěvuje nejlepší krámy na oblečení a doplňky, aby vypadala dokonale.	Průměrné čtenářce J-17 je 15 let. Myslí si, že chlapecké skupiny jsou příliš vykonstruované, ale přitahuje ji J z Five. Chce vědět, jak kluka rozesmát i jak ho políbit. Je to trochu divoška. Super tílko by si oblékla pouze k volným kalhotám. Přemýšlí o tom, že si nechá dát do obočí piercing (ale nikdy to neudělá).

Dívka Bliss je: Britney Spears, Katie Holmes, Sarah Michelle Hellad a Geri.

Dívku Bliss přitahuje: Jack Ryder, Michael Owen, Josh Jackson a Freddie Prinze Jr.

Náplní víkendu typické čtenářky J-17 je sledování filmů, psaní textovek kamarádovi, nakupování ve městě a pak pobývání v parku (protože není kam jít).

Dívka J-17 netouží být Britney Spears – chce být sama sebou. Ozbrojená J-17 je na misi sebeobjevování.

- Po přečtení hovořte o rozdílech mezi třemi časopisy, co se týká:
 - shrnujících popisů
 - komentářů
 - životního stylu čtenářů
 - vašich názorů na to, jak jsou čtenáři popsáni
 - různých rolí, které by celebrity mohly v každém časopise hrát.

- Vyberte si celebrity, kterou dobře znáte, tzv. celebrity „Z“. Představte si, že:
 - celebrita „Z“ je u soudu za řízení pod vlivem alkoholu
 - se brzy objeví nové album/nový film Z, který je prý super
 - fanoušci Z jsou přesvědčeni, že celebrita byla neprávem obviněna
 - The Sun pořádá nenávistnou kampaň proti Z
 - partner a dítě Z při ní/něm stojí.

- Mluvte o tom, jak by podle vás vypadal článek o celebritě Z v každém z časopisů - Smash Hits, Bliss a J-17.

Čtení obsahu

- Přečtěte si část obsahu v rámečku z jednoho z časopisů.
 - Ze kterého časopisu to podle vás je a proč?
 - Jakým způsobem využívá časopis celebrity?
 - Co si podle obsahu tvůrci zřejmě myslí, že čtenáře zajímá?

Úryvek z obsahu časopisu:

Talent – úplně nová sekce, v níž jsi hvězdou ty

Show talentů – vaše šance ukázat světu své nadání

Nový žhavý talent – zazářil teprve včera a vy ho zde uvidíte jako první!

Ze života hvězd – Nejnovější události ze života hvězd

Jak jsem se stala slavnou – Geri Halliwell – od tanečnice u tyče k zrzavé hvězdě

15 minut slavná – Čtenářka Emma Taylor se účastní The Core od C5

Plakáty – Čtyři strany nejhezčích kluků na světě

Hlasování: Chlapec 2001 – máte možnost hlasovat pro nejlepšího chlapce roku 2001

Rozhovor s klukem – všechno, co se říká o skvělé hvězdě z Prci prci prcičky, Chrisu Kleinovi. Jsou pravdivé? Navštívili jsme ho, abychom to zjistili ...

Módní policie – které hvězdy dostanou tento měsíc na frak kvůli špatnému vkusu?

Odhalená celebrita – Dívka na úvodní stránce Samantha Mumba trvá na tom, že je jen obyčejná holka ...

Reportáž o celebritě – Život Jennifer Aniston musí být perfektní, že ano? Ne tak docela ...
Tajemství hvězd – prostě vám prozradíme, jak to dělá Shaznay z All Saints
Potěcha pro oči – teď můžeš taky vypadat jako anděl
Vypadej jako celebrita – jak si opatřit úplety a krajky, co nosí hvězdy
Chceš být modelkou – zjistili jsme, jak se stát královnou přehlídkových mol
Z telenovel – jsi Sonia, Mandi, nebo Emily? Zjisti to ...

Časopisy o celebritách pro náctileté star* říká, že ...

Jak jste zjistili, články o celebritách mají své místo ve většině typů časopisů. Ovšem až donedávna se časopisy o celebritách, jako OK!, Hello! a Now! zaměřovaly na starší čtenáře. To se změnilo v dubnu 2000 se vznikem časopisu star*. BBC Worldwide (obchodní oddělení BBC, které prodává veškeré tematické zboží, časopisy a knihy) vydává star*. Je spjatý s televizním pořadem na BBC v sobotu ráno Live and Kicking a je zaměřen na náctileté čtenáře.

Mluvili jsme s Kate Holtonovou, vydavatelkou magazínu star* o jeho čtenářích a o nápadech v časopisu. V několika následujících cvičeních rozeberete:

- jazyk propagace a vyjádření celebrit pro média
- vztah mezi časopisem, jeho čtenáři, reklamou a celebritami.

Logo časopisu star*

■ Podívejte se na logo časopisu star*. Objevuje se jak na titulní stránce, tak i na každé další straně časopisu. Hovořte o:

- vzhledu písma, typu písma
- použití barev (bílá, černá a červená)
- symbolu hvězdy a co znamená
- použití loga k vytvoření identity časopisu.



Přečtěte si „programové prohlášení“ časopisu star*

Práce třídy

Každý časopis má nějaké programové prohlášení – krátkou frázi či odstavec, v němž je shrnuto, co čtenářům nabízí. Přečtěte si programové prohlášení star*:

Podat aktuální čtrnáctidenní dávku drbů o celebritách, které „musíte znát“. Být časákem o celebritách, který si mladí lidé zvolí.

■ Mluvte o tom, čeho jste si na prohlášení všimli. Zaměřte se na:

- délku a strukturu vět
- volbu slov – např. „podat“, „dávka“
- použití nespisovných slov a uvozovek
- proč bylo prohlášení takto napsáno.



■ Napište své programové prohlášení pro jednu z možností: školní bufet, sportovní zařízení školy, místní restaurace či autobusový spoj.

■ Nyní si přečtěte následující odstavec, v němž naleznete více informací o tom, co se star* snaží dělat.

Celebrity!

star* zazářil v prostoru mezi magazíny o celebritách pro mladé, jako je TV Hits a Bliss a pro dospělé Hello, Now a OK. Star* je časopis, se kterým je radost být viděn. Naši čtenáři nechtějí sentimentální články o královských rodinách, jako jsou v Hello, ani o moderátorech středního věku z OK!

star* ukazuje pouze ty nejkrásnější a okouzující mladé tváře – novou generaci hvězd. star* překonává propast mezi magazíny „s drby pro děti“ a pro dospělé jako je Heat a OK. V porovnání s jinými tituly pro 13 až 19leté má exkluzivnější styl. Žádný jiný magazín Velké Británie by nemohl věnovat tolik stránek mladým celebritám jako star*, s velkým množstvím kvalitních fotografií, které jsou k nalezení jinak jen v magazínech o celebritách pro dospělé. Každý článek je napsán bezva stylem a obsahuje také detailní záběry, intimní a osobní fotky celebrit, jak odpočívají, jsou doma, mimo veřejný život. A stejně jako časopis pro dospělé se i star* pyšní kvalitou svých novinek a drbů.

■ Podívejte se na některá slova z prvního odstavce (tučně vytištěného): „pro dospělé“, „radost“, „sentimentální“, „středního věku“.

- Která z těchto slov jsou použita pozitivně, která negativně?
- Jak se změní význam odstavce, vyměníte-li tato slova?
- Proč je odstavec tučně vytištěn?

■ Nyní podtrhněte klíčová slova v druhém odstavci. Která slova se opakují a proč?

Tvůrci reklam a producenti často používají slovo „exkluzivní“.

■ Co si pod tímto pojmem představíte? Použijte výkladový slovník pro definici významu. Mluvte o tom, co znamená v tomto kontextu.

■ V textu je často porovnáván star* s jinými publikacemi. Najděte tři příklady. Jak působí tato srovnání?

■ Pokuste se odstavec přepsat tak, abyste propagovali star*, ale nezmiňovali žádné jiné magazíny.

■ K časopisu star* lze použít dalších aktivit z CD ROMu.

Fotografie celebrit

■ Ve dvojicích si přečtete věty o fotografiích celebrit. Snažte se najít příklad ke každé větě (odstavci).

Žádný časopis o celebritách pro mladé se neobejde bez fotografií celebrit.

Fotografie jsou stejně podstatné při zprostředkování představ a pocitů jako drby, rozhovory a citace celebrit.

Čtenáře často mnohem více zajímají obrázky než slova.

V bulvárních novinách jsou fotografie celebrit obvykle úzce spjaty s novinkami – premiérou filmu, návštěvou ze Spojených států, s udělením cen – nebo s rubrikou drbů či zábavy.

Bulvární noviny platí ohromné peněžní obnosy za exkluzivní záběry celebrit při odpočinku a hře. Často jsou pořízeny senzacechtivými fotoreportéry, kteří používají všemožné triky, od skrytých či dálkových kamer, až po přestrojení, aby získali fotky z osobního života hvězd.

Také kopírují existující fotografie z knihovny či od zástupce celebrity za poplatek za autorská práva.

Občas jsou fotografie zdarma jako součást styku s veřejností.

V časopisech je kvalita fotografií ještě důležitější a jejich pořízení dražší, zejména souvisí-li s hlavním rozhovorem, protože právě vzhled časopisu a obrázky čtenáře přitahují.

Ke článkům v časopise je jen zřídka přiřčena pouze jedna fotografie. Protože bývají barevné a doplňují se, ovlivňují design a vzhled celé strany.

Odhadování na základě fotografie celebrity

Práce skupin

■ Prohlédněte si fotografii na následující straně, která je z magazínu star*. Je na ní Richard Blackwood, populární komik a rapper, který má na Channel Four vlastní pořad.

■ Sdělte ostatním, čeho jste si na obrázku všimli a co to o Richardu Blackwoodovi vypovídá. Sepište o něm seznam postřehů postavený pouze na tom, co vidíte na fotografii, např. o čem svědčí jeho oblečení, póza a pozadí.

■ Hovořte o následujících charakteristikách a jaký vliv mohou mít na čtenáře. Pamatujte, že na fotkách celebrit není nic ponecháno náhodě:

- druh záběru
- jak je fotka ohraničena – je to např. formální rovná fotka, neformální „akční“ záběr, diagonální kompozice, záběr z profilu?
- oblečení a styl – jakým dojmem působí jeho oblečení a šperky?
- výraz tváře a řeč těla – jaké stránky jeho osobnosti vyčtete z jeho výrazu a pozice? Na co nebo na koho se Richard dívá?
- pozadí – jaký smysl vám dává to, kde se právě nachází? Co vám pozadí říká o Blackwoodovi a proč bylo vybráno?
- image hvězdy – co se podle vás snaží fotograf sdělit o celebritě? Jak se tato fotka hodí k tomu, co o Richardovi Blackwoodovi víte?

Všimněte si kontextu

Samozřejmě málokdy vidíte fotky celebrit samostatně. Většinou jsou součástí většího celku, v němž se doplňují fotky a titulky s různými druhy textu.

■ Podívejte se na článek na následující straně. V časopise star* zabral čtyři stránky. Hovořte o tom, jak fotka Blackwooda v tomto kontextu působí. Zvažte následující otázky:

- Kde se fotka na straně nachází? Jak je spjata s ostatními fotkami na téže straně?
- Jakých podobností a rozdílů mezi fotkami jste si všimli?
- Čím vám rozvržení strany říká, že čtete časopis star*?
- Jaký je vztah mezi textem a fotkami?
- Co myslíte, proč byla strana takto rozvržena?

Čtení textu

■ Hovořte o různých otázkách, které byste Richardovi Blackwoodovi na základě těchto fotek a toho, co o něm víte, položili.

■ Přečtěte si některé z otázek v interview:

- Jaký jste byl, když jste byl ještě malý?
- Využíváte více talentů, ale se kterým jste začal?
- Jaké je tajemství dobré komiky?
- Nad čím se sám nejvíce zasmějete?
- Trávíte volný čas s dalšími hvězdami MTV, jako s Donna Air a Cat Deeley?
- Kdo by byl na smyšleném seznamu hostů pro show Richarda Blackwooda?
- Skvěle se oblékáte. Řeknete nám, kde nakupujete?

■ Přečtěte si nyní úvod k rozhovoru, který k fotkám patří:



© BBCWW Ltd.

Komik, který má na C4 vlastní pořad, je ambiciózní bavič. Jak Richard Blackwood sám podotýká, „Jen málo komiků zároveň zpívá a moderuje. Jsem na to hrdý.“ Jeden takový nám ovšem vyvstane na mysli – Will Smith. Willův úspěch v komediích, v herectví i rapu z něj udělalo mistra více stylů. „Často jsem s Willem srovnáván,“ připouští Richard. „Lichotí mi to, protože on je génius.“ Je úžasné, že sexuální symbol Richard Blackwood stačí uvádět Show Christmas Special a přitom vydat tři singly. Připomeňme si, jak elegantně se obléká. Richard Blackwood nabídl star*, aby ho doprovázela na nákupech v londýnském Browns.

COMEDIAN + RAPPER
★ RICHARD BLACKWOOD
 REVEALS HOW HE'D LIKE TO RECORD WITH CRAIG DAVID + FIVE, AS HE SHOPS IN LONDON'S SOUTH MOLTON STREET

The last thing I remember from my childhood is being in a car with my parents and a friend, driving to a friend's house. I was about 10 years old and I remember the car was stuck in traffic. I was looking out the window and I saw a big fire. I remember the car was stuck in traffic for a long time and I was looking out the window and I saw a big fire. I remember the car was stuck in traffic for a long time and I was looking out the window and I saw a big fire.

Q: WHAT WERE YOU LIKE WHEN YOU WERE A KID?
 A: I was a bit of a trouble maker. I was always getting into fights. I was always getting into fights. I was always getting into fights. I was always getting into fights. I was always getting into fights.

Q: A: HOW DID YOU GET INTO COMEDY?
 A: I started doing comedy when I was 18. I started doing comedy when I was 18. I started doing comedy when I was 18. I started doing comedy when I was 18. I started doing comedy when I was 18.

Q: TELL US ABOUT YOUR FIRST BIG BREAK
 A: I got my first big break when I was 25. I got my first big break when I was 25. I got my first big break when I was 25. I got my first big break when I was 25.

Q: YOU'RE A VERY SUCCESSFUL COMEDIAN. HOW DO YOU FEEL ABOUT THAT?
 A: I feel like I'm still a kid. I feel like I'm still a kid. I feel like I'm still a kid. I feel like I'm still a kid. I feel like I'm still a kid.

Q: YOU'RE A VERY SUCCESSFUL COMEDIAN. HOW DO YOU FEEL ABOUT THAT?
 A: I feel like I'm still a kid. I feel like I'm still a kid. I feel like I'm still a kid. I feel like I'm still a kid. I feel like I'm still a kid.

© BBCWW Ltd.

Celebrity!

Na základě úryvku se pokuste určit, o jaký druh rozhovoru asi jde. Vyberte některá z následujících slov, která interview podle vás nejvíce vystihují:

intimní	emocionální	vtipný	překvapivý	kontroverzní
podrobný	chlubivý	optimistický	ukecaný	propagační
taktní	dospělácký	předvídatelný	pravdivý a realistický	

Důkladné vyptávání se Aliho G

Jak jste si zřejmě již všimli, jen velmi zřídka se stane, že by celebrita v interview řekla něco překvapivého. Reportér bývá velmi opatrný, aby se hvězdy nedotkl, a to z obavy, že mu příště do pořadu nepřijde. Existuje ovšem výjimka a tou je Ali G, který porušuje všechny postupy rozhovorů s celebritami.

■ Přečtěte si část jeho rozhovoru s Posh a Becks. Pohovořte o tom, čeho se moderátor snaží docílit a proč.

Ali: Máte malého klučinu. Myslíte, že jste dobrými rodiči?

Posh: Ano, myslím že jo.

Ali: Tak kdy jste ho naučili ubalit si prvního jointa?

Posh: To bychom ho nikdy neučili.

Ali: Proč ne? Neměli byste dítěti odepírat vzdělání.

Posh: Vzdělání?

Ali: Dobře, jen o tom nezačneme příliš diskutovat.

Ali: Tak mi řekněte, líbí se Brooklynovi vaše hudba, nebo už z ní vyrostl?

Posh: Hudbu má rád, dovádí při ní a tancuje. Také ho bere fotbal, je to pěkné ...

Ali: Klobouk dolů. Kolik že je Brooklynovi let?

Posh: Budou mu dva.

Ali: Tak mi řekněte, jestli už začíná dávat dohromady celé věty.

Posh: Učí se kousky vět.

Ali: A nebudeme teď mluvit o Brooklynovi? [smích]

Ali: Jste si jisti, že z něj vyroste normální dítě?

Posh: Z Brooklyna?

Ali: Ano, z něho.

Posh: Myslím, že ano. Jistě to pro něj bude těžké, ale ...

Ali: Protože se jmenuje Brooklyn?

Části rozhovoru Aliho G s Posh a Becks, Comic Relief, BBC1, 16-3-2001.



Práce s článkem Domácí úkol

Nyní jste pracovali na tříbodovém přístupu k článku o celebritách, tedy na fotkách, obsahu a průvodním textu.

■ Vyzkoušejte si tento postup na vámi zvoleném článku o celebritě. Písemně své přemýšlení a závěry shrňte.

Zahrajte si na celebrity

V následující aktivitě využijete v praxi to, o čem jste již v této lekci mluvili. Všichni se stanete celebritymi.

Zvolte si svou celebrity

- Ve skupině si vyberte některou z následujících rolí:
 - nová dívčí, chlapecká či smíšená skupina, které brzy vyjde nové album
 - herci v novém seriálu pro mladé
 - tým sportovců, kteří vytvořili nový sport (např. závody na koloběžkách či na kolečkových bruslích), o němž brzy poběží televizní reportáž na Channel Four
 - neznámí herci v novém britském filmu o mladých lidech, kteří zachrání své centrum pro mladé před uzavřením. Film bude mít brzy premiéru.

Propracujte své role

- Rozvíňte své role do těchto směrů:
 - vymyslete si osobnosti a jména
 - rozhodněte o druhu a stylu vašeho vystoupení (jaký druh hudby budete hrát, v jakém sportu, seriálu, filmu jste angažováni, jaké role v nich hrajete)
 - vytvořte si image, jak pro skupinu, tak i každý jednotlivec ve skupině.Budete muset rozhodnout o:
 1. vzhledu – oblečení, řeč těla, chování
 2. vaší minulosti, zkušenostech, zájmech
 3. vašich vztazích – jste přátelé, nebo rivalové? Jste nezadaní, nebo někoho máte? Máte děti, zvířata, auta atd.?

Vytvořte své propagační materiály

- Sestavte propagační materiály, mezi nimiž by neměly chybět:

Vyjádření pro tisk

Učitel vám dá vyjádření pro tisk o show Celebrity!, kterou použijete jako vzor pro to vaše. Vyjádření pro tisk o Celebrity! bylo o pořadu, zatímco to vaše bude o skupině lidí, takže budete muset trochu upravit strukturu.

3-4 fotografie

Měly by představovat skupinu a ukazovat její image. Lépe se vám budou snímky plánovat, vrátíte-li se k Richardovi Blackwoodovi. S digitálními fotoaparáty to budete mít snadné. Nemáte-li je k dispozici, fotky načrtněte a opatřete poznámkami.

Interview s vámi

Interview musí obsahovat informace, které chcete, aby o vás veřejnost věděla – jinými slovy informace o vašem talentu, osobnosti a tom, co děláte.

Prezentujte se

- Když jste zpracovali své postavy, pořídili (či načrtli) fotografie a shodli se na otázkách a odpovědích v rozhovoru, musíte se co nejprofesionálněji prezentovat, nejlépe s použitím informační technologie. Učitel vám s tím poradí.

Připravte se na tiskovou konferenci

Váš produkt přijde na trh. Toto je pro vás dosud nejdůležitější událost na veřejnosti – hlavní tisková konference, v níž se vás bude ptát řada novinářů z magazínů včetně star*, Bliss, Smash Hits a včetně bulvárního tisku.

- Připravte si tříminutovou prezentaci, v níž:
 - řeknete, kdo jste, jak jste již psali ve vyjádření pro tisk
 - popíšete, za jak dlouho přijde váš produkt na trh
 - budete mluvit o své minulosti, snech a ambicích.

Vedení tiskové konference

■ Zatímco skupina řídí svou tiskovou konferenci, ostatní ve třídě budou v roli novinářů z časopisů a novin. Měli byste:

- si připravit otázku či dvě, které celebritám položíte
- pozorně poslouchat, zda neuslyšíte nějaký drb či skandál, o kterém byste mohli napsat
- být připraveni na nečekané.

Po tiskové konferenci

Práce třídy

- Proberte, co jste se naučili:
 - při tvorbě své vlastní identity
 - při prezentaci své identity v různých mediálních formách
 - o jednání s novináři (jak odpovídat na otázky a jak reagovat na ty, na které odpovědět nechcete)
 - o týmové práci.

Prožili jste úskalí a strasti při prosazování svého talentu. Měli byste tedy lépe pochopit, proč má každá celebrita svého manažera a poradce pro styk s veřejností, který jim pomáhá s propagací v médiích.

Stinná stránka toho být celebritou

Kvůli domácímu i mezinárodnímu zájmu o celebrity je pro mnohé z nich těžké uniknout pohledům kamer a pomluvám v tisku. Mnoho známých lidí, např. Backhamovi, si samo hledá příležitost ukazovat se na veřejnosti. Ale jiní jsou „neochotné“ celebrity, které tvrdí, že jejich životy by neměly být veřejným vlastnictvím.

■ Řekněte některé příklady známých lidí, kteří nějak trpěli dotěrným tiskem. Vyprávějte jejich příběhy. Poté je použijete jako příklady v následujícím cvičení.

Právo celebrit na soukromí

Práce ve dvojicích

■ Níže si přečtete řadu názorů o právu celebrit na soukromí.

■ Mluvte o každém tvrzení. Vytvořte dva sloupce s nadpisy „souhlasím“ a „nesouhlasím“ a zařaďte tvrzení do příslušného sloupce. Ke každému názoru se snažte najít celebrity, která poslouží jako příklad. Začali jsme za vás.

Celebrity!

1. Celebrity vyhledávají zájem veřejnosti, ale sledují tím jen vlastní cíle.
Např.: *Když Madonna vydává novou desku nebo bude mít vystoupení, nechá se ráda fotografovat – ale na svou svatbu nikoho nepustila!*

2. Tisk má právo ukázat život celebrity.

3. Děti celebrit by měly mít právo na soukromí.

4. Veškerý zájem veřejnosti je dobrý.

5. Celebrity vydělávají jmění. Mohou žít trochu v nepohodlí kvůli novinářům.

6. Tlak toho, že žijí celý život na očích veřejnosti, musí být pro některé celebrity strašný.

7. Tisk by měl zaplatit pokutu, pokud negativní publicitou poničí celebritě image.

Práva celebrit a jejich porušování

Práce třídy

■ Řekněte třídě, s jakými tvrzeními souhlasíte. Uvidíte, jak se liší vaše názory a příklady od jiných.

Na následující straně jsou části Etického kodexu novináře od Komise pro stížnosti na tisk. Je to nezávislý orgán, který chrání práva jednotlivců, o nichž se píše v novinách a časopisech. Etický kodex novináře není právní dokument. To znamená, že jej Komise nemůže vynucovat.

■ Přečtěte si pozorně části kodexu.

- Najděte slova a fráze, kterým nerozumíte
- Bavte se o tom, v kolika příkladech, které jste v hodině zmínili, byl kodex porušen.

Úryvky z Etického kodexu novináře:

Soukromí

i) Každý má nárok na to, aby byl respektován jeho osobní a rodinný život, domov, zdraví a korespondence. Za zveřejnění některé z těchto věcí bez povolení je třeba se omluvit.

ii) Použití velkého přiblížení k pořízení fotek lidí na soukromých místech bez jejich svolení je nepřijatelné.

Poznámka: Soukromá místa jsou soukromé i veřejné prostory, kde se soukromí rozumí samo sebou.

Obtěžování

i) Novináři a fotografové nesmí získat informace a fotky zastrašováním, obtěžováním ani pronásledováním.

ii) Nesmějí fotit jednotlivce na soukromých místech (jak jsou definovaná v poznámce u bodu 3) bez svolení. Nesmějí vytrvale telefonovat, vyptávat se, sledovat ani fotit jednotlivce, když byli požádáni, aby toho nechali. Nesmějí zůstat na cizím prostranství, když byli požádáni, aby je opustili.

iii) Redakce musí zajistit, aby její zaměstnanci dodržovali tyto požadavky, a nesmí publikovat cokoli od zdrojů, které těmto požadavkům nevyhovují.

Vyrušování při zármutku nebo šoku

V případech zármutku a šoku je třeba se dotazovat a celkově přistupovat se soucitem a rozvahou. Musí se publikovat citlivě, což ale neznamená omezování práva podávat zprávy o soudních řízeních.

Celý Etický kodex novináře najdete na stránkách Komise pro stížnosti na tisk (the Press Complaints Commission) na její webové stránce (www.pcc.org.uk). Více k otázce soukromí zjistíte u Presswise (www.presswise.org.uk).

Slohová práce

Vaším úkolem je zpracování slohové práce o výhodách a nevýhodách toho být celebritou. Použijte k tomu výsledky diskuse, práce s názory i vaši hru na celebrity. Zaměřte se na jedno z níže uvedených zadání. Každé zadání ovšem vyžaduje analýzu a komentář, nepište jen z pozice fanoušků!

- Napište o celebritě/celebritách jako o posedlosti veřejnosti. Použijte informace o celebritách z médií.
- Napište studii o někom, o kom toho díky současné publicitě víte hodně.
- Zvažte vznik celebrit vytvořených televizí jako Popstars a Big Brother.

Svoji práci strukturujte takto:

- Napište úvodní odstavec o oblíbenosti článků o celebritách v časopisech/novínách/v televizi.
- Napište o každém z těchto bodů jeden odstavec:
 - co získává celebrita z pozornosti médií
 - co z toho mají příznivci celebrity
 - co z toho mají ostatní čtenáři (diváci).
- Napište několik odstavců o stinných stránkách slávy. Použijte některé z názorů, s nimiž jste pracovali, např.:
 - veřejnost ví pouze to, co celebrita chce, abychom věděli
 - celebritě není nikdy dopřán klid a mír
 - celebrity by měly mít právo na soukromí.
- V závěru napište svůj osobní názor, zda celebrity mají, či nemají ztratit soukromí.

Televizní Big Brother

Léto je obvykle nejhorší roční období pro televizní stanice. Lidé jsou na dovolené, noci jsou krátké, málo lidí sleduje televizní vysílání. Žádný producent s dostatkem soudnosti by nenaplánoval svoji kontroverzní show na léto, ale přesto v létě 2000 dosáhla jedna show ohromného úspěchu. O rok později o ní lidé stále ještě mluvili a přetřásali ji. Ukazovala 10 lidí, jeden dům a výhru 70 000 liber a byl to samozřejmě Big Brother.

V této lekci:

- budete zkoumat Big Brother a podobné pořady
- podíváte se na společnost, která ho vytvořila, a na průmysl s tím související
- budete analyzovat a hodnotit důvody jeho úspěchu
- budete diskutovat, zda jsou reality show pořady budoucnosti.

Co je Big Brother?

Co víte o Big Brother? Práce třídy

Ať již si pořad pouštíte, nebo vypínáte, milujete, nebo nesnášíte, hodně toho o Big Brother víte. První série byla opakována v různých formách a proběhly i další série. Součástí Comic Relief 2001 byly i celebrity z Big Brother.

■ Podívejte se na myšlenkovou mapu na následující straně. Kolik otázek můžete zodpovědět? Opište si nadpisy a doplňte co nejvíce odpovědí.

První část lekce by měla pomoci zodpovědět všechny otázky.

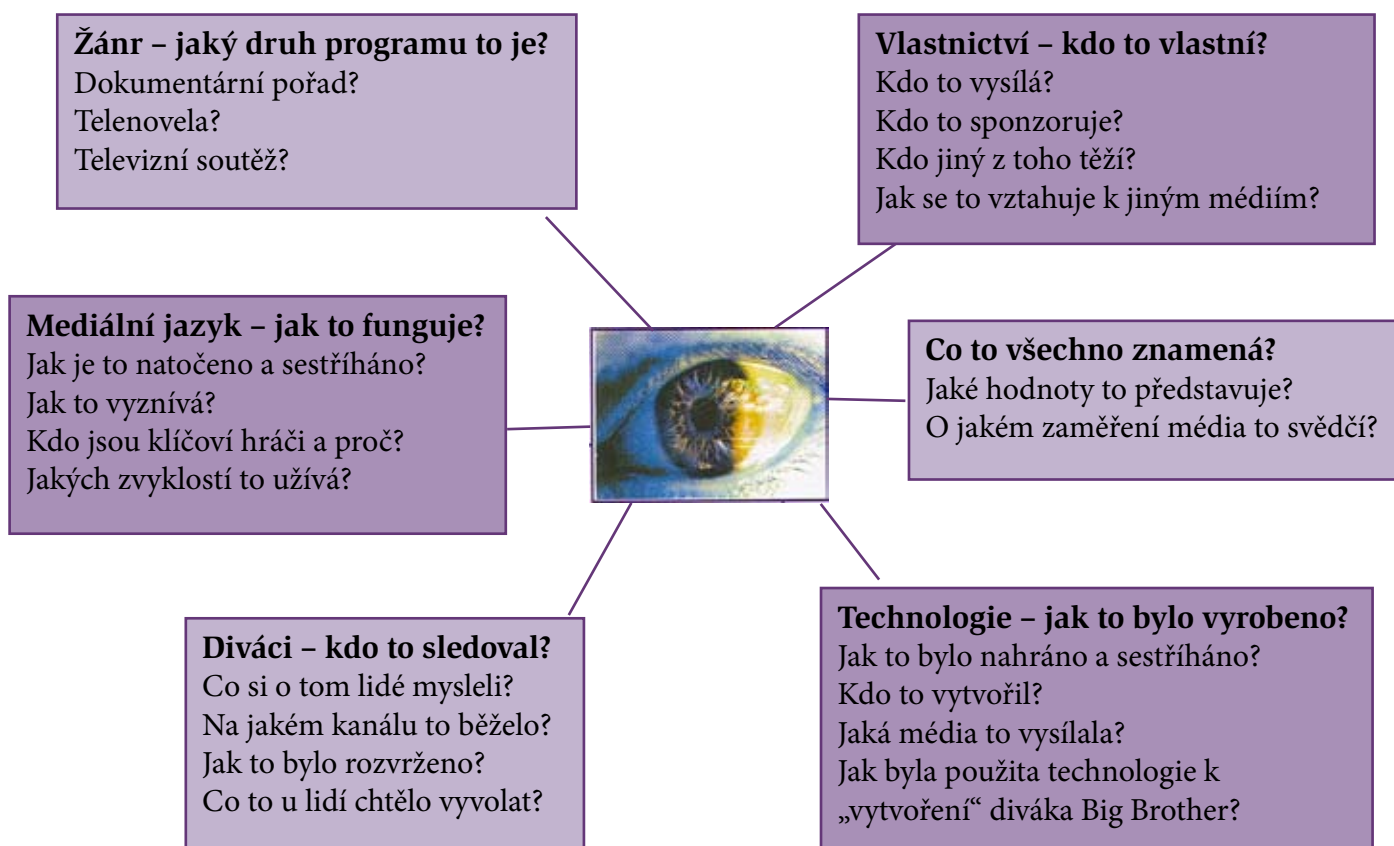
Koncept Big Brother Práce skupin

Při vymýšlení televizního seriálu je potřeba „pojetí“ – velký nápad, díky kterému působí pořad jedinečně, originálně a vlídně k divákům. Dobrý, vhodně napsaný, jasný koncept přesvědčí televizi, aby uvolnila peníze a nechala pořad vyrobit.

■ Přečtěte si koncept Big Brother napsaný Edemolem, společností, která jej vytvořila.

- Big Brother je televizní soutěž, ve které lidé dobrovolně žijí v domě postaveném za tímto účelem. Devět týdnů jsou odříznuti od vnějšího světa, každý jejich pohyb je zabírán kamerami a vysílán v televizi a na internetu.
- V sázce je výhra 70 000 liber. Soutěžící smějí dům kdykoli opustit, pokud to ale udělají, odejdou s prázdnými rukama.
- Uvnitř domu je zásoba jídla a věcí základní potřeby, ale soutěžící si mohou zvýšit jejich týdenní dávky, pokud splní úkoly, které prověřují jejich týmového ducha.
- Každý týden nominují soutěžící dva členy skupiny, kteří by měli odejít; diváci učiní hlavní rozhodnutí, kdo odejde. Na konci soutěže se jeden soutěžící stane vítězem.

Televizní Big Brother



Je Big Brother nový televizní žánr?

Název Big Brother pochází z románu George Orwella ze 40. let, který se jmenuje 1984. Popisuje společnost pod stálým dozorem všemocné totalitní vlády vedené postavou zvanou, jak jste správně uhodli, Big Brother.

■ Přečtěte si následující odstavec z románu a diskutujte o tom, proč je Big Brother vhodný název pro tento pořad.

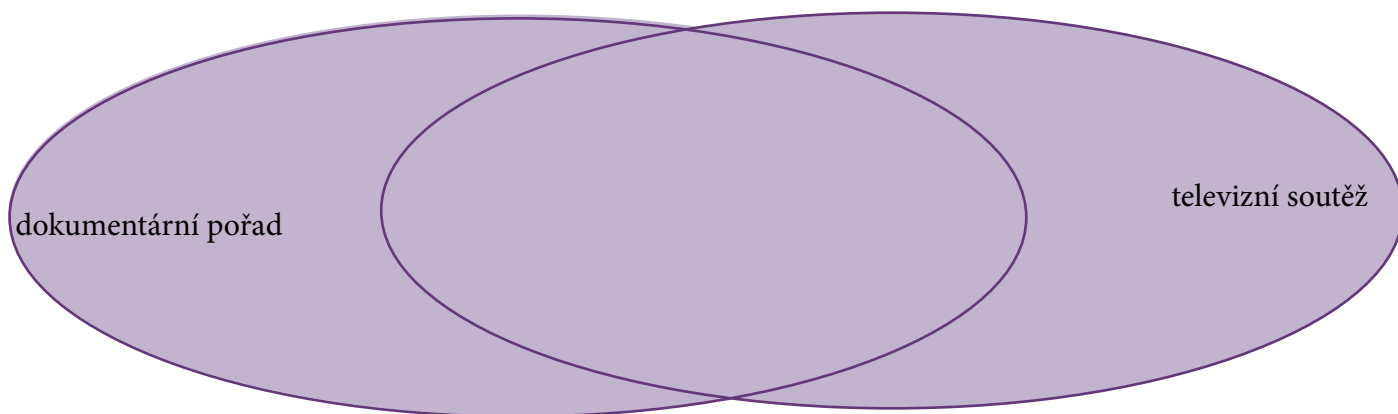
V každém poschodí naproti dveřím od výtahu se díval ze zdi plakát s obrovskou hlavou. Byl to jeden z těch obrazů, které jsou tak zařízené, že na vás oči hledí, kamkoli se hnete. BIG BROTHER VÁS SLEDUJE, zní nadpis pod plakátem.

V televizní show se jedná o zachycení reality – o záběry s minimem triků, o nezaujatý pohled na události, které se dějí. Obkreslete si schéma z následující strany.

■ Jaké postupy a zásady se vám vybaví, když se řekne dokumentární pořad? Zapište je do levé části levé elipsy.

■ Co si spojíte s pojmem „televizní soutěž“ a jaké postupy a zásady v ní očekáváte? Zapište je do pravé části pravé elipsy.

Televizní Big Brother



Sledování Big Brother

14 vteřin z Big Brother Třída sleduje

První 14vteřinová sekvence je z osmého týdne vysílání Big Brother. Ukazuje čtyři zbylé soutěžící v domě Big Brother, když se dozvídají, kdo dům opustí. Sekvence je krátká, proto si dejte pozor, ať nemrkáte.

- Nejprve zhlédněte sekvenci.

1. klip: Úvodní sekvence – záběry z domu + hlas komentátora

Nejvíce lidí hlasovalo, aby dnes večer dům Big Brother jako sedmá opustila Melani.

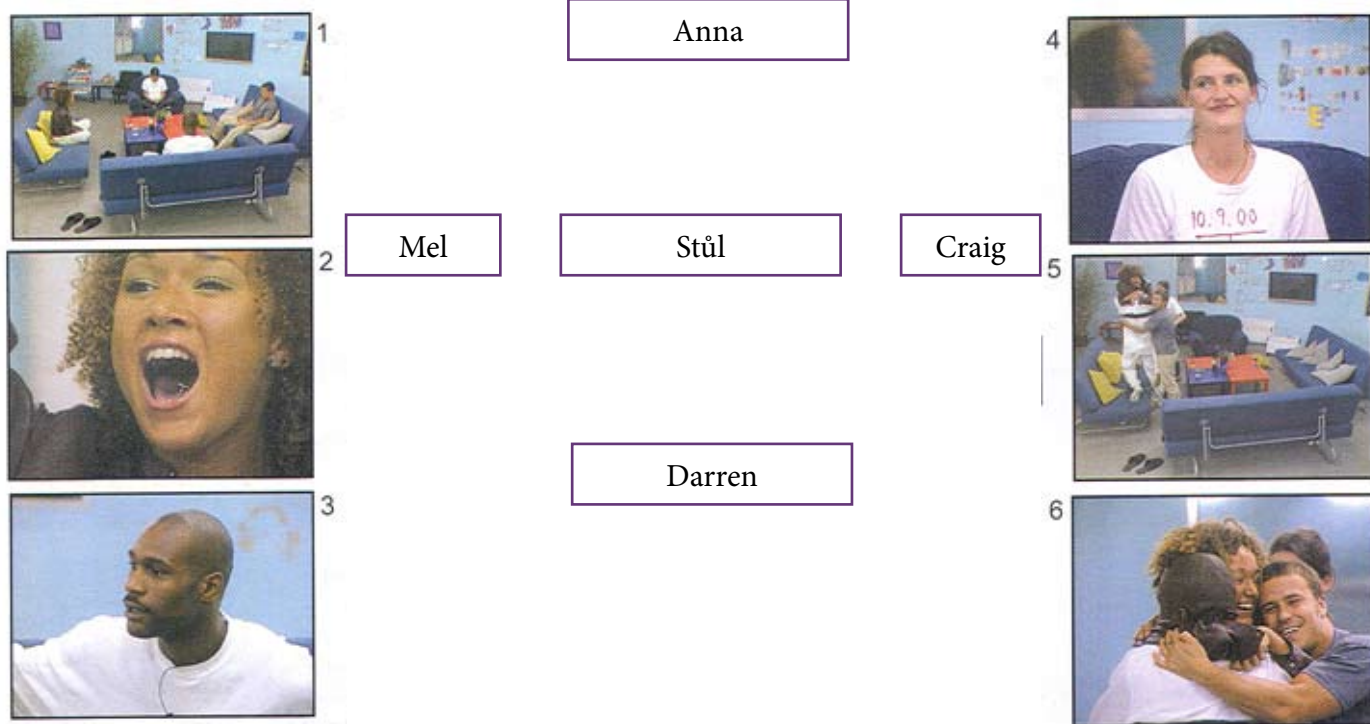
Takhle na tu zprávu reagovala.

Melani.

Za pět minut vyjde ven a poví nám, jak se ve skutečnosti v domě Big Brother žije.

- Podívejte se na sekvenci podruhé, bouchněte do stolu při každém střihu. Je jich dohromady devět, což je na 14 vteřin vysílání hodně.
- Naposledy zhlédněte sekvenci, abyste si všimli všeho.
- Vraťte se ke schématu a do průniku elips zapište postupy a zásady, kterých jste si v sekvenci Big Brother všimli. Podívejte se, kolik z nich patří ke které z elips a které se také používají v jiných televizních žánrech.
- Podívejte se na schéma na následující straně. Je na něm:
 - rozsazení soutěžících v sekvenci
 - filmová políčka z některých záběrů.
- Kde byla podle vás umístěna kamera v každém ze záběrů? Uvědomte si, že soutěžící někdy sedí a někdy vstanou. Kamera je např. v prvním záběru umístěna nahoře za Darrenem.

Televizní Big Brother



Těchto 14 vteřin vysílacího času bylo sestaveno ze záběrů 31 kamer (pěti držných kameramany, osmi na dálkové ovládání a zbylých s pevným umístěním) a 26 mikrofonů, které nahrávaly 24 hodin denně celých sedm týdnů show. Zde si přečtete, jakými způsoby se natáčelo:

Kameramani pracovali v tmavých chodbách po obvodu domu. Velká okna ve stěnách domu, která zevnitř vypadala jako zrcadla, a zahrada jim umožnily natáčet. Kameramani byli stále přítomni, deset se jich dělilo o denní směny a další dva pracovali v noci. Infračervená světla jim umožnila natáčet v tmavých ložnicích. Světla v jiných částech domu byla rozsvícena. Ke snížení odlesků kamer skrz okna byli kameramani černě oděni a měli kamery zabaleny v černé látce. Přes zadní strany oken byla pověšena černá látka, takže se mohly odrážet jen čočky kamer. Muži museli pracovat v naprosté tichosti.

Big Brother – The Oficial Unseen Story



Dalších 14 vteřin z Big Brother - titulky

Třída sleduje

Druhá sekvence je s titulky. Z předchozích lekcí víte, že titulní sekvence je důležitá ve vytváření identity a při získávání diváků filmu, show či pořadu. Protože byl celý koncept Big Brother nový, musely vypadat titulky nově a výjimečně dynamicky.

■ Zhlédněte sekvenci, aniž byste si cokoli zapsali. Hned po zhlédnutí napište všechno, co si z titulní sekvence pamatujete.

2. klip: *Titulní sekvence - znělka*

3. klip: *Titulky zpomaleně*

FOUR PEOPLE

ČTYŘI LIDI

ONE WINNER

JEDEN VÍTĚZ

YOU DECIDE

VY ROZHODUJETE

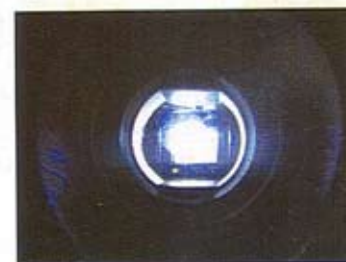
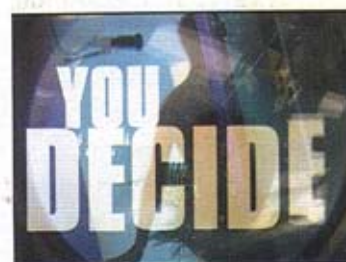
Televizní Big Brother

Titulní sekvence trvá pouze 14 vteřin a je příliš rychlá, než abyste ji mohli systematicky popsat.

- Porovnejte své položky s následujícím seznamem. Kolik položek jste si zapamatovali?

Oko; sledující kamery; světlo reflektoru; chodba se soutěžícím v ručníku; další oko; pohled z výšky na ložnici; tučná čísla od 10 do 0; malá čísla; slova FOUR PEOPLE ONE WINNER YOU DECIDE (čtyři lidé - jeden vítěz - vy rozhodnete); detailní záběr kamery; obloha s ptáky; pohled shora na toaletu s mužskou postavou; kontrolní místnost s mnoha monitory; kuře na monitoru; jdoucí osoba sledovaná kamerou; další oko.

- Podívejte se na filmová políčka níže a mluvte o tom:
 - co každé z nich vypovídá o tématech a žánru (žánrech) pořadu
 - co každé z nich vypovídá o technologii použité v pořadu



- Čeho jste si všimli na následnosti obrazů v sekvenci?

- Jak se vztahuje zvukový doprovod k obrazu?

- Čím sekvence přitáhne diváka, aby pořad sledoval a aby hlasoval?

Analýza titulní sekvence Domácí úkol

■ Napište krátkou analýzu sekvence, v níž vyhodnotíte, jak obrazy, zvuk a styl vytvářejí dojem soutěže, účasti diváků a slídění všudypřítomných kamer.

Sestřihání Big Brother Třída sleduje

Sekvence, kterou jste již zhlédli, zachycuje okamžik před odchodem Melanie z domu Big Brother. Natočeno to ovšem bylo o dvě hodiny dříve, když byl oznámen výsledek, a sestřiháno spolu s nahrávkou její přípravy na odchod. Ve dvou hodinách reálného času bylo natočeno 62 hodin televizního záznamu, které bylo třeba sestříhat do 30vteřinového vysílání.

Televizní Big Brother

■ Zodpovězte následující otázky:

- Jakým způsobem se podle vás režiséři Big Brother snažili sestříhat odchod?
- Soutěžící Big Brother věděli, že jsou stále natáčeni. Jaký vliv to mohlo mít na jejich chování? Všimněte si toho v sekvenci, kterou nyní uvidíte.



■ Podívejte se nyní na třetí sekvenci, 90vteřinový sestřih příprav Melanie na odchod. Poznačte si:

- místa, kde by mohla být skryta kamera
- jak se projevuje na soutěžících, že ví, že jsou natáčeni.

■ Co je v sekvenci naznačeno o:

- Melanii jako o člověku a o jejích pocitech
- ostatních zbylých soutěžících a jejich pocitech
- dalších aktivitách, které nebyly do sekvence zařazeny
- důležitosti stříhu pro zachování pozornosti diváků.



4. klip: Sestřih odchodu – v domě

Jaký to je, jaký je to pocit? Jak se cítíš?

Já ani nevím.

To bude dobrý.

Ta sukně je dobrá, kotě,.

To je vcelku elegantní.

Podívejte - tak, to se mi líbí.

Děláš kočičí oči.

To je dobrý.

Ano.

To se mi fakt líbí.

Chci vidět, jak se budou tvářit.

Dejte si cigaretu.

Co?

Cože?

Hurá!

Tak co, Mel?

Nemohu se dočkat, nemohu se dočkat.

Dejte pozor, ať jste tu v pohodě.

Postarám se o ně, budou v pořádku.

Na zdraví. Na Melani.

Na Melani.

Na vás. Užijte si svůj poslední týden.

Televizní Big Brother

Skutečný, nebo falešný dokumentární pořad?

Práce třídy

■ Na základě toho, co jste dosud viděli, diskutujte o tom, se kterými z následujících názorů vaše třída souhlasí. Vždy najdete alespoň jeden příklad ze sekvencí, které jste zhlédli.

Vysoce detailní pohled na reálný život.

Záblesky syrových emocí.

Cesta k sebepoznávání soutěžících.

Vytvořený reálný dokument.

Sestříhaný pohled na umělé situace.

Pečlivě sestříhaná vystoupení.

Pouze televizní soutěž – ale s možností ohromné výhry.

Realistická přestavba dokumentu.



Sledování celého sestříhu Big Brother

Sledování ve skupinách a jako třída

- Nyní zhlédněte celých pět minut z pořadu, v nichž jsou i sekvence, které jste již viděli. Učitel zadá vaší skupině téma, které budete sledovat, o kterém budete ve skupině diskutovat a o němž pak řeknete zbytku třídy.

Skupina A – Obecenstvo

- Jaké způsoby chování publika jste zaregistrovali?
- Kdo je v publiku? Jakých typů lidí (věk, pohlaví, oblečení atd.) jste si všimli?
- Co je na tom pro lidi v publiku tak zajímavého? Nebo proč si myslíte, že přišli?
- Jak přispívají k atmosféře pořadu?



Skupina B – Design studia Big Brother

- Čeho jste si všimli na designu a rozvržení studia?
- Jak se v designu a barvách opakují některé z hlavních myšlenek z titulní sekvence?
- Jakou roli hrají diváci ve studiu?
- Jak přispívá studio k atmosféře pořadu?



Televizní Big Brother

Skupina C – Davina McCall, moderátorka Big Brother

- Co o Davině víte?
- Jaké jiné pořady uváděla?
- Co můžete říct o jejím vzhledu, oděvu, řeči těla, chování?
- Co myslíte, co bylo na její úloze moderátorky nejtěžší?
- Jak přispívá Davina k atmosféře pořadu?



Skupina D – Cesta ze studia do domu Big Brother

- Jak byla vytvořena cesta, aby bylo docíleno maximálního napětí?
- Jak je cesta chráněna, aby se nic nepokazilo?
- Kolik kamer podle vás doprovázelo Davinu ze studia do domu? Kde byly umístěny?
- Jak přispívá cesta k atmosféře pořadu?



5. klip: Celý sestřih Big Brother

Shrnutí minulých dílů:

Nejvíce lidí hlasovalo, aby dnes večer dům Big Brother jako sedmá opustila Melani. Takhle na tu zprávu reagovala.

Melani.

Za pět minut vyjde ven a poví nám, jak se ve skutečnosti v domě Big Brother žije.

Znělka:

FOUR PEOPLE

ČTYŘI LIDI

ONE WINNER

JEDEN VÍTĚZ

YOU DECIDE

VY ROZHODUJETE

Moderátorka:

Zdravím všechny příznivce Big Brother!

Po 57 dnech v domě odejde další soutěžící, tento večer je to Melani. Porazili ji Craig a Darren.

Rozhodlo se v největším hlasování v historii Británie, dostali jsme přes 3,78 milionů hlasů. Je to vůbec ve Velké Británii možné? Hlasovalo tedy 69 diváků a to jen aby zajistili, že se výhra 70 000 liber dostane do těch správných rukou.

Za pár minut se mnou Melani půjde do studia, až se rozloučí se svými přáteli z domu. Ovšem dříve, než uvidíme jejich rozloučení, podívejme se, jak s ní strávili Craig, Darren a Anna poslední dvě hodiny v domě.

V domě:

Jaký to je, jaký je to pocit? Jak se cítíš?

Já ani nevím.

To bude dobrý.

Ta sukně je dobrá, kotě.

To je vcelku elegantní.

Podívejte - tak, to se mi líbí.

Dělaš kočičí oči.

To je dobrý.

Ano.

To se mi fakt líbí.

Chci vidět, jak se budou tvářit.

Dejte si cigaretu.

Co?

Televizní Big Brother

Cože?

Hurá!

Tak co, Mel?

Nemohu se dočkat, nemohu se dočkat.

Dejte pozor, ať jste tu v pohodě.

Postarám se o ně, budou v pořádku.

Na zdraví. Na Melani.

Na Melani.

Na vás. Užijte si svůj poslední týden.

Moderátorka:

Je téměř čas, aby se Melani rozloučila s Annou, Craigem a Darrenem.

Teď budu mluvit s domem!

Slyšíte mě v domě Big Brother? Melani, Na základě hlasování opustíš nyní dům Big Brother.

Máš minutu, aby ses rozloučila.

Až vyprší minuta, dveře se automaticky otevřou a ty musíš opustit dům. Je to jasné?

Uvidíme se za minutu!

Moderátorka, moderátor:

60 vteřin

To je dokonalé oblečení!

Máme tu skvělé publikum.

Přišel i Ali G!

50 vteřin

Teď si pospíším přes most.

Jsou tu i rodiny a přátelé ostatních soutěžících.

40 vteřin

Všichni se tu moc baví.

To je to bezvadné.

Božíňku, podívejte, na řece je člun.

30 vteřin

A tady je rodina Melani, tady je sestra a podívejte, maminka s malým dítětem.

9,8,7

Už to bude!

6,5,4

A tady jsou přátelé.

3

Tři, pojďte.

2

Dva

1

Jedna.

Melani, prosím opusť dům Big Brother.

Melani, prosím opusť dům Big Brother.

Melani:

Raz, dva, tři, pojďme!

Nazdar, už jdu!

Miluju vás, lidi, moc vás miluju, Craigu, Anno, Darrene..

Miluju vás lidi, miluju vás.

Miluju vás lidi, miluju vás.

Televizní Big Brother

■ Sdělte svá pozorování zbytku třídy. Pak pohovořte, zda se nějakým způsobem změnila vaše náhledy na pořad.

Co vědí diváci o Big Brother? Domácí úkol

■ Za domácí úkol si udělejte malý divácký průzkum. Najděte tři lidi různého věku, kteří jsou fanoušky Big Brother. Položte jim tyto otázky:

- Jak jste se o Big Brother dozvěděl a proč jste ho začal pravidelně sledovat?
- Co víte o lidech, kteří ho vytvářejí, a jak jste to zjistil?
- Zapojujete se do Big Brother ještě jinak než jako divák – např. hlasováním, nakupováním tematického zboží, sázením na výherce atd.?

Úhledně si zapište odpovědi a přineste je na příští hodinu.

Kdo je Big Brother?

Big Brother je globální fenomén, vysílaný v 18 různých zemích světa. Na konci této lekce najdete seznam webových stránek, na kterých o tom můžete najít více informací. Je důležité pochopit společnosti, které ho vyrábí – skutečného Velkého bratra stojícího za show, a to z několika důvodů:

- Společnost s tak úspěšným produktem jako Big Brother je opravdu velmi bohatá a mocná.
- Show už byla kopírována jinými společnostmi, druhá a třetí série probíhají všude po světě – co pomohlo výrobcům vytvořit „recept“, který oslovuje tak mnoho kultur mezinárodně?
- Big Brother používal nejnovější technologie, aby byl multimediální a interaktivní – to zavedlo trend, který bude naše média formovat v budoucnosti, takže je dobré jeho tvůrce sledovat.
- Forma Big Brother je kontroverzní – kdo jsou tvůrci, kteří na sebe vzali taková rizika?

■ Řekněte třídě výsledky svého diváckého průzkumu. Zodpovězte otázky:

- Co účastníky vašeho průzkumu k Big Brother přitáhlo?
- Kolik toho o pořadu vědí?
- Jak se respondenti zapojují do show a do nákupu tematického zboží?

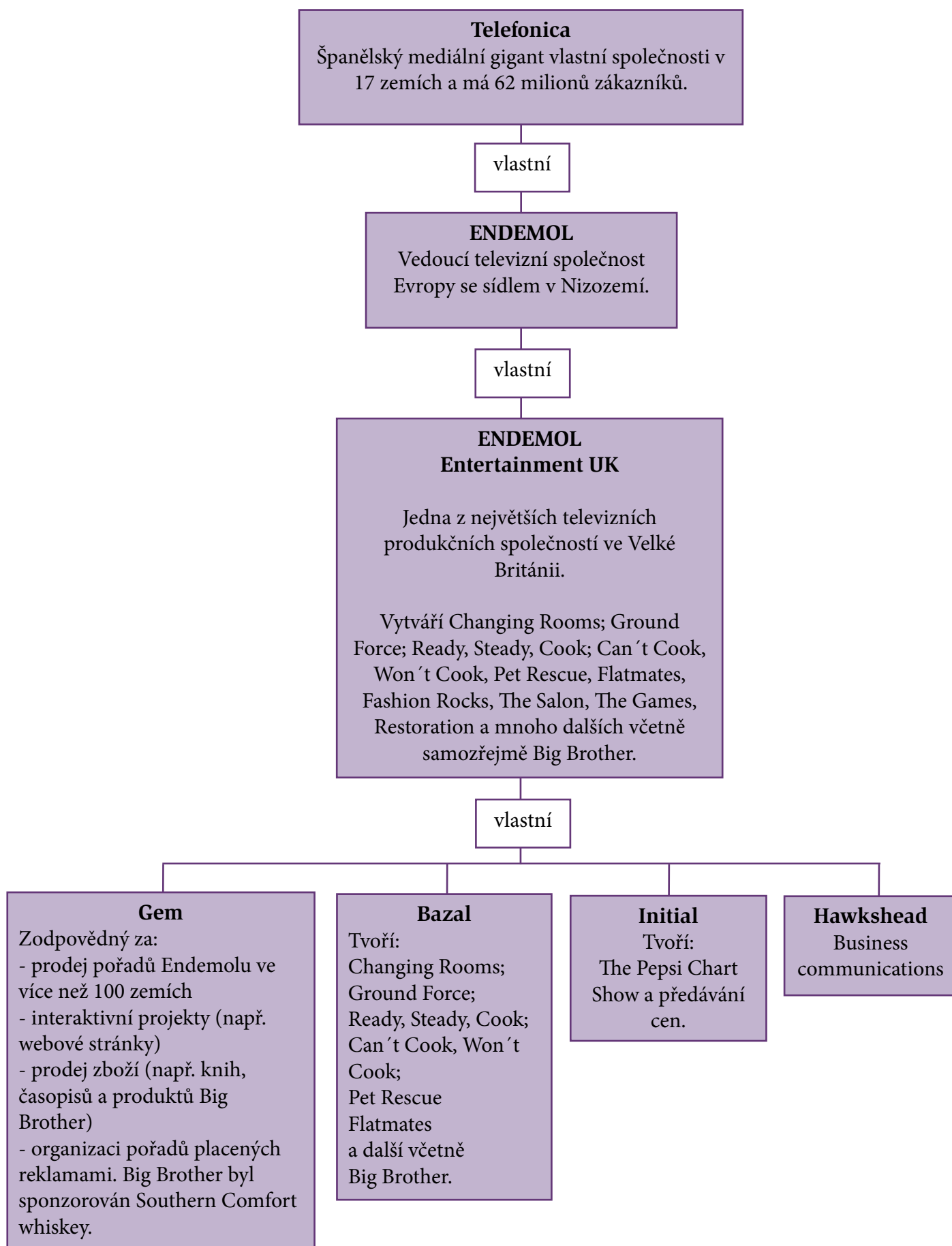
Kdo vlastní Big Brother? Práce třídy

Show Big Brother je část velmi velké rodiny, což znamená, že si může dovolit dát hodně peněz do prezentace a marketingu své identity a image. Jelikož její postup již v zahraničí dosáhl obrovského úspěchu, Endemol si mohl dovolit rozšířit show do jiných mediálních forem jako 24-hodinové „live“ webové stránky a videogalerie klipů, které mohou být zasílány e-mailem. Poskytuje rovněž službu zasílání textových zpráv upozorňujících na hlavní dění v domě a používá online i telefonický systém hlasování. A samozřejmě čím více peněz může společnost investovat do různých forem podpory, tím větší je sledovanost a tím mocnější a úspěšnější se show může stát.



■ Podívejte se na následující diagram, který ukazuje různé firmy spojené s produkcí Big Brother. Diskutujte o způsobech, jak mohou tyto společnosti pracovat spolu a jaké výhody to pořadu přináší.

Televizní Big Brother



Britský Big Brother vytvořený Bazalem pro Channel 4. Big Brother je originálním formátem od John de Mol Producties B.V.

Televizní Big Brother

■ Přečtěte si následující informace od Endemol Entertainment UK:

Big Brother ve Velké Británii: Fakta a čísla

- Big Brother dosáhl ve svém časovém schématu nejvyšší sledovanost za 18-letou historii Channel Four (Kanálu 4).
- Průměrná sledovanost všech sérií je 4,5 milionu diváků – vyšší než jakýkoliv ITV nebo program typu Big Brother v témže čase.
- 5,2 milionu diváků sledovalo vyřazení Nasty Nicka. Webová stránka Big Brother přitáhla téhož dne téměř 10 milionů návštěvníků.
- Finálová show přitáhla téměř 9 milionů diváků – 45% všech televizních diváků v danou chvíli.
- Přes 7 milionů lidí hlasovalo během posledního týdne show – největší reakce na telefonní hlasování v televizní historii Velké Británie.
- Webová stránka Big Brother se bez problémů stala nejpopulárnější webovou stránkou ve Velké Británii a možná v Evropě. Zaměstnala 50 lidí včetně 19 novinářů, kteří na směny non-stop monitorovali dům.
- 95 000 lidí si objednalo Big Brother CD single (vydané Channel 4 Music) dokonce před jeho vydáním.
- Propagační zboží zahrnovalo stolní hru, skládačku, CD album a single, CD ROM, video, knihu, trička, tašky, kšiltovky, kalendáře a plakáty.
- Kniha Official Unseen Big Brother (Oficiálně nevysílaný Big Brother) (vydaná Channel 4 Books) se dostala na vrchol seznamu bestsellerů hned během prvního týdne prodeje. Toho dosáhlo také Big Brother Uncut video (nesestříhané video z Big Brother).

Populární to bylo – ale byla to dobrá televize? Práce ve skupině

Fakta, která jste právě pročetli, ukazují, jak ohromné zdroje Endemolu a jeho multimediální přístup k šíření Big Brother společnosti umožnily stát se vysoce úspěšnou ve Velké Británii (a všude jinde). Fakta ovšem neukazují, co přesně se na tom lidem líbilo – nebo jestli to byla dobrá televize.

Následuje série spárovaných komentářů o show, vypovídající více o chvále a kritice, kterou sklídila od novinářů, kritiků a psychologů.

Pozitivní reakce	Negativní reakce
Sociální experiment v žijící komunitě.	Bylo to laciné vzrušení ze stavění lidí proti sobě navzájem.
Dramatická podívaná s momenty opravdového konfliktu – např. Nasty Nick.	Nudní lidé, kteří se snaží stát celebritami pomocí falešných konfrontací.

Televizní Big Brother

Dobrá směsice různých typů lidí.	Příliš mnoho podobných typů – nedostatek různosti ve věku, třídě, rase.
Sledování normálních lidí, jak dělají normální věci, poskytuje zajímavé náhledy na způsoby chování lidí.	Sestříhaný pohled na vykonstruované situace. Zajímavé pouze pro tupé klepny a čmuchaly.
Vysoce detailní pohled na reálný život.	Sestříhaný pohled na umělé situace.
Záblesky syrových emocí.	Pečlivě sestříhaná vystoupení.
Cesta k sebepoznávání soutěžících.	Jenom hra, která z účastníků vytáhla to nejhorší.
Odvážný experiment pro Channel Four.	Chytrý způsob, jak získat diváky během té hloupé sezóny.
Ohromující nárůst zájmu veřejnosti.	Pečlivě připravená mediální událost, jež nemohla selhat.
Fascinující vhled do britské kultury v novém tisíciletí.	Vykonstruovaná podívaná, která nám ukazuje jen to, co tvůrci chtějí, abychom věděli.
Vytvořený reálný dokument.	Realistická přestavba dokumentu.
Dobrá televize – přivádí nás k zastavení se a k zamyšlení.	Špatná televize – mění nás na zombie a na „pípajícího Toma“.

■ Přečtěte si tvrzení a každé diskutujte.

■ Vyberte tvrzení, na kterých se vaše skupina shodne. Mohou pocházet z jednoho či obou sloupců – koneckonců je naprosto možné si užívat něco, s čím zároveň nesouhlasíme.

■ Snažte se najít příklad pro každé tvrzení, na kterém jste se shodli – buď z výňatků, jimiž jste se zabývali ve třídě, nebo z vlastního sledování Big Brother.

■ Jako skupina napište společné vyjádření pocitů o Big Brother; na pomoc si vezměte tvrzení, která jste vybrali.

■ Další články a komentáře o Big Brother najdete na CD ROMu. Mohli by vám přijít vhod v následující aktivitě.

Televizní Big Brother

Hraní rolí v televizní talk show „Wassuuuuup?“

Následující mluvní a poslechové aktivity se zúčastníte v rolích členů živé televizní talk show pojmenované „Wassuuuuup?“ Show je vysílána na Channel 4 od 20:00. Tento týden se debatuje na téma: „Je Big Brother špatný pro vaše zdraví?“ Učitel přidělí vaší skupině role.

Učitel zadá vaší skupině úkol.

- Pečlivě si přečtete svoji kartu se zadáním role a 15 minut si připravujte své vystoupení.
- Show bude trvat 15 minut. Začíná úvodním vstupem moderátora show a velmi krátkou prezentací každého ze čtyř účastníků diskuse.
- Diskuse a komentáře diváků ve studiu budou probíhat po dobu až 10 minut. Je důležité si spíše navzájem naslouchat a vnímat názory druhých, než vykřikovat své vlastní názory.
- Nakonec nechá moderátor hlasovat k tématu diváky ve studiu.

Skupina A: Účastníci diskuse/experti

- Role kreativního ředitele Endemolu UK, Petera Bazalgette
- Jeden soutěžící z Big Brother
- Televizní kritik, který je přesvědčen, že Big Brother a podobné show jsou manipulativní, podřadné a nudné
- Sociolog zastávající názor, že Big Brother je fascinující sociální experiment

Skupina B: Diváci ve studiu – milovníci Big Brother

Všichni jste fanoušci Big Brother a domníváte se, že je to televize budoucnosti.

- Brainstormujte co nejvíce důvodů, proč podporujete show.
- Každý zaujměte určitý úhel pohledu, abyste mohli přispět do diskuse ve studiu. Můžete se i účastnit v sérii, hlasovat, být fanoušky jednoho z prvních soutěžících ve Velké Británii nebo prostě fascinovaným divákem show.
- Vymyslete nějaké otázky, které položíte diskutujícím.

Skupina C: Diváci ve studiu – nenávidějící Big Brother

Show se vám hnusí a bojíte se, že se stane televizí budoucnosti.

- Brainstormujte co nejvíce důvodů, proč nenávidíte show.
- Každý zaujměte určitý úhel pohledu, abyste mohli přispět do diskuse ve studiu. Můžete se účastnit série a být tím poníženi; vaše děti by na tom mohly být závislé; nebo jste prostě znechuceným divákem show.
- Vymyslete nějaké otázky, které položíte diskutujícím.

Skupina D: Produkční tým „Wassuuuuup“

Jste zodpovědni za:

- vymýšlení „pravidel“ show
- moderování a přípravu diváků
- podněcování nebo tázání se diskutujících, je-li to nutné
- moderování diskuse a hlasování na jejím konci

Musíte se rozhodnout, co si vaše skupina o Big Brother myslí, zda chcete vést vyrovnanou férovou debatu, nebo jestli budete některou stranu zvýhodňovat.

Patterns

V této lekci rozvinete své schopnosti sledovat a chápat televizní tvorbu.

Zhlédnete krátký film a budete zkoumat:

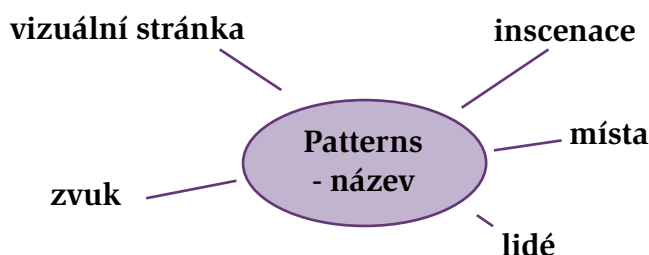
- jak se lze díky kameře, zvuku a dialogu vžít do hlavní postavy
- použití různých střihů k ztvárnění času, místa, dojmů a pocitů
- jak režisérka využila svých osobních zkušeností v povídce, scénáři a filmu. Rozdíly mezi těmito druhy vyjádření.
- jak zkoumat témata a myšlenky, které jsou ve filmu obsaženy.

Než začnete Práce třídy

■ Zhlédněte úvodní filmovou sekvenci, aniž byste si cokoli psali. Již byste měli mít zkušenosti z minulých lekcí. Soustřeďte se na to, co můžete o filmu říct a odhadnout na základě:

- zvukového doprovodu
- zobrazených lidí a míst
- vizuální stránky filmu – záběrů kamer, osvětlení, tempa, grafiky.

■ Společně sestavte myšlenkovou mapu vašich postřehů a odhadů. Vyjděte z jednoduchého schématu, které vidíte níže. Poté pod každý nadpis запиšte jinou barvou jméno věci z filmu, které sem náleží a o čem jejich výběr svědčí.



Sledování Patterns Sledování třídy

■ Před zhlédnutím filmu si pozorně přečtete úkol své skupiny.

Vizuální stránka

■ Čeho jste si všimli na:

- záběrech, úhlech a pohybech kamery a jakým dojmem působí
- osvětlení a jaký vliv má na atmosféru filmu
- použití barvy ve filmu
- střihu?



Zvuk

■ Kolika různých druhů zvuku jste si všimli?

■ Jak zvuk vytváří atmosféru filmu a jak jeho prostřednictvím vnímáme Tommyho prožívání?



Vzory a tvary

■ Jaké vzory a tvary se ve filmu opakují? Nemusí jít pouze o vizuální vzory a tvary.



Postavy – Tommy a Jimmy, jejich rodiče, chlupci na ulici a vlezlá sousedka

V povídkách používají spisovatelé slova k popisu postav. Ve filmu se o hrdinech dozvídáme z jejich vzhledu, mluvy, chování a jednání s ostatními.

■ Zaměřte se na postavy a na to:

- jak vypadají
- jak se oblékají
- na jejich řeč těla
- na způsoby chování
- jak mluví.



Hraný film

Postavy:

Jimmy

Tommy

Matka

Otec

Sousedka

Dva kluci

Ve škole: Tommy jde po chodbě, zarazí se před výrazným vzorkem dlažby. Jimmy jde pro něj a převede ho.

(Jimmy:) Tommy?

Tak pojd!

Jsi připraven?

Dívej se dopředu.

Jedna, tři, pět!

Na ulici:

(Tommy:) Slunce svítí, Jimmy.

(Jimmy:) Jo, já vím. Tak je to v té písničce.

(Tommy:) Kolik je hodin, Jimmy?

(Jimmy:) Čtyři deset.

(Tommy:) Čtyři deset. Teď je čas jít.

(Dva kluci:) - Hej, Jimmy, pojd' si zahrát!

- Pojd', Jimmy!

- Dělej!

- Přihraj!

- Tak do toho kopni!

- Dělej!

Před domem:

(sousedka:) A co Tommy?

(máma:) Tommy je Tommy.

(sousedka:) Není ještě připravený jít do další školy?

(máma:) Tommy je do školy připravený, ale nemyslím si, že by škola mohla být připravená na Tommyho.

(sousedka:) Řekla bych, že poslední dobou působí o hodně lépe.

(máma:) On tak jenom PŮSOBÍ, paní O'Brianová.

(sousedka:) Už si jdu hledět svého.

Na ulici: Tommy pozoruje mraky

(Dva kluci:) - Ten asi nevidí víc než jen nějaké skvrny, podle toho, jak se tváří. Je naprosto slepý.

- Má úplně vypatláno.

- Je to naprostý blázen.

- S ním se nemůže nikdo kamarádit.

- Hej, škrábeš si někdy oči, Tommy?

- Jsi hluchý?

- Hej, poslouvej!

- Jsi hluchý?

(Jimmy:) Pojď, už bychom měli jít.

(Tommy:) Heil Hitler. Heil. Heil Hitler. Heil. Heil. Heil Hitler. Heil Hitler. Heil.

(Jimmy:) To znamená, že chce jít.

(Dva kluci:)- Uvidíme se, Jimmy!

(Jimmy:) Ahoj.

Oni si myslí, že jsi blázen.

(Tommy:) Kolik je hodin, Jimmy?

(Jimmy:) Je půl pátý.

(Tommy:) Kathleen čeká.

Před domem:

(sousedka:) Tak tady ho máme osobně.

(Tommy:) Tak tady ho máme osobně.

(Tommy:) Rychlík odjíždí z Conway v 9:15 do Rivenhoe, dorazí v 10:05, další vlak odjíždí v 11:10.

(sousedka:) Dobrý bože.

(máma:) Pozdrav paní O'Brianovou, Tommy.

(Tommy:) To jsou lidi, se kterými se nikdo nechce bavit. Ahoj, vlezlá sousedko. Zabiju ji, jestli se ještě zeptá.

(máma:) Nic si z ní nedělej. Je jen stará.

- Přišli jste pozdě.

(Tommy:) Nepřišli jsme pozdě.

(máma:) Co by sis dal k večeři? Dal by sis kotletu? Hovězí? Kousky kuřete? Pizzu? Nebo bych mohla uvařit těstoviny, jestli chceš. Nebo si dáme cereálie.

(Tommy:) Já nechci. Nemám hlad. Je čas, abych si umyl ruce.

Raz, tři, pět, sedm, devět.

(máma:) Lásko, ale jen pár minut.

U televize:

(máma:) Zahrál sis dnes fotbal?

(Jimmy:) Jenom minutku.

(máma:) Po večeři si ještě můžeš jít zahrát.

(Jimmy:) Možná.

(máma:) Denis ti dnes volal. Říkal, že ještě zatelefonuje.

(Jimmy:) Dobře.

(máma:) Podnikneš s ním něco?

(Jimmy:) Ne, myslím, že dneska zůstanu doma.

V koupelně: Tommy pozoruje vodu v umyvadle

(máma:) Tommy, pospěš si k jídlu! Už máš čisté ruce.

(Tommy:) Jdi si zeleně zaježdit!

V chodbě: Tommy čeká na schodech na tátu, pak se schovává, táta ho hledá, všichni se smějí, je to rodinný rituál

(táta:) Kde je?

Kdepak je?

Kdepak je?

Kde je Tommy, můj kluk?

Vypadá, že tu ani není.

Někde tu musí být.

Však já ho najdu

Co to bylo?

Slyšeli jste to?

(táta:) Ahoj.

(Tommy:) Ahoj.

(táta:) Jak se má můj kluk?

(Tommy:) Jak se má můj kluk?

(táta:) Ne, můj kluk – to jsi TY?

(Tommy:) To jsi TY!

U večeře: Tommy vyndává písmenka z polívky na ubrus a skládá slova

(Tommy:) Deset. Tolik je tobě.

(Jimmy:) Ne, mně je osm.

(Tommy:) Je ti deset.

(Jimmy:) Ne, mně je osm.

(máma:) Jak se má moje děťátko?

(Tommy:) Má se dobře.

(máma:) Jaký byl?

(Tommy:) Byl to nejlepší miminko na světě.

(máma:) To je pravda. Proč byl to nejlepší miminko?

(Tommy:) Nikdy nebrečel. A Kathleen byla moooc šťastná, že ano.

(máma:) Ano.

U večeře: Tommy dostane záchvat, Jimmy ho uklidní zpomalujícím ťukáním do stolu, rodiče vyděšení

Tommy!

Tommy!

U Tommyho v pokoji: Tommy poslouchá gramofon, který najednou přeskočí. Tommy začne mlátit hlavou do země. Přiběhne za ním matka, snaží se ho uklidnit. Uklidní ho ale až to, že Jimmy spraví přeskakující magnetofon

(máma:) Tommy! Proboha, Tommy!

(Tommy:) Mami, já nevidím, já nevidím!

(máma:) Mami, já nevidím, co, Tommy? Co?!

(máma:) Tommy, ty víš, co jsem ti dřív říkala...

(Tommy:) Tommy, ty víš, co jsem ti dřív říkala...

Já to neudělal, já to neudělal.

Ahoj. Zatím ahoj, Kathleen.

Patterns

Je čas si sednout.

Před domem: Tommy vchází dovnitř, Jimmy běží hrát fotbal

(Tommy:) Slunce svítí, Jimmy.

Tak je to v té písničce.

Ahoj.

Je čas jít domů, takže ...

Zatím ahoj.

(Jimmy:) Nemusíme jít domů, takže...

(Tommy:) Kathleen čeká.

Teď je čas jít, tak zatím ahoj.

(Jimmy:) Mami, jdu si zahrát.

(máma:) Dobře.

(Tommy:) *Jedna, tři, pět, sedm, devět, jedenáct, třináct, patnáct*

Po zhlédnutí Patterns

Práce jednotlivců

- Napište své první dojmy bezprostředně po zhlédnutí filmu. Můžete je zapsat jakkoliv, např.
 - zapsat pár slovních spojení nebo vět, které vyjadřují vaše pocity z filmu
 - vložit své myšlenky do myšlenkové mapy, schématu, náčrtku či kresby
 - napsat několik klíčových slov, která vám vytanou na mysli.
- Vyzkoušejte svoji koncentraci a pozorovací schopnosti. Přečtěte si následující věty a ke každé napište:
 - kdo to řekl a komu
 - co to vypovídá o tom, kdo to řekl
 - co to podle vás znamená.

Jdi si zeleně zajezdit!

Škrábeš si někdy oči, Tommy?

Teď je čas jít

Je vyděšená

Zabiju ji, jestli se ještě zeptá

Ty víš, co jsem ti dřív říkala...

Tommy z Patterns má autismus.

- Přečtěte si definici autismu od Národní autistické společnosti:

Mentální stav, obvykle přítomný od dětství, charakteristický naprostým sebepohlcením a sníženou schopností reagovat a komunikovat s vnějším světem.

Postihuje přibližně 15 z každých 10 000 dětí; autismus je běžnější než slepota nebo naprostá hluchota.

V Evropské unii postihuje nejméně milion lidí.

Práce na úkolu k Patterns

Třída sleduje film + práce ve skupinách

Máte-li na to čas, podívejte se ještě jednou na film.

- Mluvte o úkolu, který vám byl zadán. Pomůže vám seznam záběrů z CD ROMu, když do něj na vhodná místa vepíšete svá pozorování. Seznam záběrů je rozdělen na očíslované části, které si můžete ve skupině rozdělit. Nezapomeňte napsat příklady z filmu, které doprovodí vaše tvrzení.

- Při skupinové diskusi o filmu se zamyslete také nad způsoby, jak byl ztvárněn Tommyho autismus. Dále v lekci se o autismu dozvíte více.

Představení výsledků práce ve skupinách

Práce celé třídy

■ S pomocí seznamu záběrů řekněte třídě, na čem se vaše skupina shodla. Každé tvrzení doprovodte příkladem.

■ Společně si projděte seznam záběrů. Ke každé očíslované části se snažte vymyslet nadpis či název kapitoly, který shrne, o čem tato část je.

Tvůrčí psaní Domácí úkol

Napište práci na jedno ze zadání:

- Jimmyho zápis do deníku, v němž popisuje své pocity z událostí uplynulých dvou dnů
- rozhovor rodičů chlapců po Tommyho záchvatu
- debata kluků, kteří hrají fotbal, o Tommyho chování.

Pozadí Patterns

Patterns je o autistickém chlapci. K lepšímu pochopení filmu vám pomůže dozvědět se více o autismu.

■ Přečtěte si shrnutí některých běžných symptomů autismu u dětí.

Znaky autismu

Autistické děti často nereagují na svá jména a vyhýbají se pohledu na jiné lidi.

Autisté mohou mít problémy interpretovat tón hlasu a výrazy tváře, nereagují na emoce jiných a nesledují obličej jiných lidí, aby zjistili, jak se mají chovat.

Často vykazují opakující se obsedantní chování, jako nutkavé mrkání, zapínání a vypínání světla, skákání, přešlapování z jedné nohy na druhou, bouchání hlavou, trhání papíru, smích nebo tleskání.

Často se zdá, že si nejsou vědomi pocitů jiných lidí vůči nim a negativního vlivu svého chování na jiné lidi. Někdy dělají úmyslně trapné věci, aby ostatní šokovali.

Občas dělají opakující se pohyby jako kývání hlavou, kroucení vlasů, nebo mají sebepoškozující tendence jako kousání či bouchání hlavou. Autisté říkají, že si tímto způsobem zkouší, zda jsou, či nejsou skuteční.

Často začnou mluvit později než ostatní děti a mohou si říkat svým jménem spíše než „já“.

Někteří mluví monotónním hlasem o úzké škále oblíbených témat a nedbají na zájmy osoby, se kterou mluví.

Autisté mají často abnormální reakce na zvuky, dotek nebo jiné vjemy. Někteří se zdají být méně ovlivnitelní bolestí než jiné děti.



Patterns

Jsou ovšem někdy nezvykle citliví k jiným vjemům. Proto se často brání mazlení.

Někdy se autistické děti v průběhu času zlepšují a mohou nakonec vést životy blízké normálu. Ale některé děti nevyvinou jazykové schopnosti před třetím rokem života. To je často spojeno s křečemi a záchvaty. Při dospívání se chování mnoha dětí zhorší, mohou být deprimované a stále méně zvládnutelné.

Všimněte si znaků autismu

Práce skupin

■ Který ze znaků najdete ve filmu Patterns? Chápete díky informacím o autismu lépe, jak se Tommy chová:

- ve skupině chlapců na ulici
- se svými rodiči
- při večeři
- když se zasekne deska?

Významy Patterns

Může se zdát, že Patterns obsahuje velmi málo děje, ale jak ukazuje analýza, je to komplexní film, který se dotýká celé řady různých problémů a vztahů. Každý z vás má asi vlastní představu, o čem film je. Zde se tím budete zabývat.

Interpretace filmu

Práce dvojic

■ Přečtěte si tvrzení uvedená níže, která poskytují různé interpretace filmu. Některé z nich jsou komentáře režisérky, jiné od filmových kritiků, nebo od diváků, kterých se film dotkl či je rozrušil.

- Nerozumíte-li nějakému tvrzení, řekněte to a zkuste společně přijít na to, co znamená.
 - Označte si tvrzení, se kterými rozhodně nesouhlasíte. Vysvětlete proč.
 - Označte si tvrzení, která se blíží vašim pocitům z filmu. Můžete souhlasit s mnoha tvrzeními – neexistuje limit, ani správné a špatné odpovědi.

1. Je to film bez skutečného příběhu; nic moc se v něm neděje.

2. Je to příběh o momentu změny ve vztahu mezi dvěma bratry.

3. Je to příběh o přijetí, rozhodnutí a nakonec nezávislosti.

4. Je to příběh o dvou světech a jak si mezi nimi musí jeden chlapec vybrat.

5. Je to o Tommym, autistickém dítěti.

6. Je to o Jimmym, bratrovi autistického dítěte.

7. Je to o dospívání.

8. Je to o zříkání se.

9. Tento film je o krutosti dětí k sobě navzájem.

10. Je to o nepřizpůsobení se schematizacím.

11. Je to optimistický film o loajalitě a lásce.

12. Je rozčilující a ukazuje věci, na které bych raději nemyslel.

13. Je to vše o tom, co je to být jiný.

14. Je to nudné a nemá to nic společného se mnou a mým životem.

15. Takovéto filmy jsou důležité, protože nám pomáhají rozumět zkušenostem jiných lidí.

Vaše vlastní interpretace Patterns Práce třídy

- S pomocí tvrzení si připravte, jak sdělíte třídě vlastní interpretaci. Začněte: „Myslím, že Patterns je o ...“

Jak interpretuje Patterns Kirsten Sheridanová

- Přečtěte si, jak režisérka Kirsten Sheridanová shrnula svůj film. Možná nesouhlasíte s některými z jejich názorů, ale takto se rozhodla popsat, o co jí šlo.

Je to příběh o dvou světech a o tom, jak si mezi nimi musí jeden chlapec vybrat.

Jimmy a Tommy jsou bratři. Jsou nerozluční. Tommy je starší, je to autista – žije ve světě „vzorů“, který si vytvořil ve své mysli. Jimmy je návštěvník v tomto neobvyklém světě a sklouzává do jeho rytmu. Bezpodmínečně se vzájemně přijímají. Někdy vytvořené „vzory“ Tommyho dusí a snaží se ho utopit. Jimmy je ten, kdo umí Tommyho zachránit, aby se v sobě naprosto neztratil; Jimmy může pomoci kontrolovat cvakání v Tommyho hlavě.

Kathleen, jejich matka, má strach. Respektuje Tommyho upřímný svět; jen nechce, aby vzal Jimmyho s sebou. Potom by ztratila obě své děti. Ví, že jakkoli může člověk chtít, nemůže zachránit duši druhého. Může ji jen podnitit, aby se sama zachránila.

Jimmy přichází ve svém životě do bodu, kdy začíná Tommyho přesahovat a tím poznává, že se od něj Tommy příliš liší. Tommyho svět úniku připadá Jimmymu spíše jako vězení. Tommy si nedovede poradit s volbou a Jimmy bez ní nemůže žít.

Tommy ví, že musí nechat Jimmyho jít, protože Jimmy chce.



Patterns

Jimmy musí najít svou vlastní identitu, aby vedl skutečný život. Musí mu být dovoleno vyrůst. Ví, že tohle bude těžší způsob, jak milovat. Ale je to přirozené a je čas a on musí jít, kam patří. Už to nikdy nebude s Tommym takové, ale Jimmy nezapomene na spojení, které jednou měl s jeho vnitřním světem.

Tommy se vrací do světa, který je jeho a pouze jeho, ale nikdy nezapomene na spojení, které jednou měl s vnějším světem.

Tento příběh je o přijetí, rozhodnutí a nakonec nezávislosti.



Psaní o Patterns Domácí úkol

■ Vyberte si jeden začátek věty a navažte na něj. Poté napište několik odstavců, v nichž vše rozvedete a doplníte příklady z filmu.

Je to působivý film, který by lidi měli vidět, protože ...

Po zhlédnutí tohoto filmu jsem cítil/a ...

Film se mi moc líbil, protože ...

Patterns (Vzory) je dobrý název filmu, protože ...

Přetvoření Patterns z povídky na scénář a na film

Kirsten Sheridanová vyšla při tvorbě Patterns z povídky, kterou napsala jako studentka. V této hodině si projdete proces adaptace původní povídky na scénář a na film. V povídce se Tommy jmenuje John a jeho malý bratr Petr.

Čtení povídky Práce třídy

■ Přečtěte si část její povídky. Jde o scénu, v níž má John (Tommy) záchvat, když se zasekne deska.

Bylo 7:46 a on poslouchal svou desku. Kýval se dopředu a dozadu – nemohl by přestat, ani kdyby chtěl. Deska hrála – cítil, jak mu bobtná hlava – hlasitěji a hlasitěji, vypaluje mu díru do hlavy, takže tam nic nezbude, až to skončí. On bude pryč. JEDNA, TŘI, PĚT, SEDM, DEVĚT, JEDENÁCT. Deska přeskakovala, to bylo špatně. To se nemělo stát. Voda mu zaplavila hrdlo, nemohl dýchat. Vzor byl porušen, rytmus pryč a cvakání příliš hlasité. Jeho matka vběhla do pokoje a praštila do gramofonu. Jehla zapadla zpět na místo. On křičel. Jeho matka plakala. Bylo mu to líto.

Petr je jeho bratr, ale ten ho brzy opustí, ne pryč z domova, ne někam, kde byste ho mohli navštívit, odcházel na místo, kde jsou jeho matka a otec. Petr mu to neřekl, ale i tak to věděl. Petr nechtěl odejít, ale jeho matka chtěla, aby odešel, dostával se příliš blízko a byl čas.

- Mluvte o tom, čeho jste si všimli u:
 - délky vět
 - vzorů v textu
 - rytmičky slov
 - v případech nedokončených a rozdělených věta jaký to má na čtenáře vliv.
- Hovořte o celkovém vyznění úryvku povídky a jak odráží Tommyho zmatené myšlení.

Scénář k Patterns

- Nyní si přečtěte, jak vypadá tatáž část v Kirstenině filmovém scénáři.

LOŽNICE. NOC

Tommy si pouští desku. Jak začíná hudba hrát, začíná se do rytmu pohupovat. Deska se točí a točí. Jako voda v odtoku. Po chvíli narazí jehla na rýhu v desce – Tommy se přestane pohupovat, jako by byl probuzen ze spánku. Zoufale se dívá po pokoji.

KUCHYŇ. NOC

Konvice píská a Kathleen ji sundává z plynového sporáku. Slyší rytmické tlučení o strop. Odloží konvici na linku a jak se rozbíhá nahoru, slyšíme, jak se hudba opakuje dokola a dokola.

LOŽNICE. NOC

Kathleen vběhne do pokoje. Tommy bouchá hlavou o podlahu do rytmu hudby. Kathleen se ho snaží zastavit. Drží mu hlavu, ale je na ni příliš silný.

TOMMY
(frustrovaně křičí)

Mami, já nevidím, já nevidím!

KATHLEEN
(překřikuje ho)

Mami, já nevidím, co, Tommy? Co?!

Popadne peřinu a položí ji na podlahu, kam narazí jeho hlava. Jimmy vběhne do pokoje a kopne do gramofonu. Jehla perfektně vklouzne zpátky do drážky.

Tommy se nyní opět pohupuje a zírá před sebe. Sám se pro sebe něčemu směje. Tře si hlavu. Jimmy se dívá na Kathleen. Ta si utírá hlavu a vstává. Tommy imituje její pláč a usmívá se na ni.

KATHLEEN
Tommy, ty víš, co jsem ti dřív říkala...

Tommy má ruce přes uši. I když ji neposlouchá, perfektně zrcadlí Kathleenina gesta.

TOMMY
Tommy, ty víš, co jsem ti dřív říkala...
Já to neudělal, já to neudělal.

Dělá zvuk klapání.

TOMMY

Ahoj. Zatím ahoj, Kathleen.

Zamává Kathleen. To je ta poslední věc, kterou chce udělat, ale rozčilená a frustrovaná Kathleen odchází z pokoje. Tommy se usmívá na Jimmyho.

TOMMY

Je čas si sednout.

Jimmy se zastaví, upřeně se dívá na Tommyho. Nakonec potřese hlavou a rozhodne se odejít z pokoje.

Srovnání úryvků Práce skupin

Hovořte o tom, jakých rozdílů mezi úryvkem z povídky a ze scénáře filmu jste si všimli. V tabulce jsou uvedeny příklady věcí, které je dobré k rozdílům zařadit.

Povídka	Scénář
Lze použít slov k popsání Tommyho prožívání	Musí Tommyho prožívání ukázat prostřednictvím činů a výrazů tváře
Jeden dlouhý odstavec, celý z Tommyho úhlu pohledu	Stříh na Kathleen v přízemí, aby byl vidět vliv Tommyho chování na ni
Říká nám, jak hodně Tommy sám sobě rozumí	Vidíme to, když posílá Kathleen pryč

■ Vraťte se k úryvku ze scénáře a udělejte si poznámky k různým rozhodnutím, které bude muset režisérka v těchto scénách učinit.

- Kamera – na co bude zaměřena a z jakých úhlů?
- Pokoj – jak bude vypadat, jaké předměty a dekorace budou v pozadí?
- Zvukový doprovod – jaká hudba bude hrát? Co jiného uslyšíte?

Tvorba vaší verze

Na následující straně najdete filmová políčka ze všech záběrů, které Kirsten do filmu zařadila. Seřadte záběry do pořadí, ve kterém dávají největší smysl. Totéž cvičení můžete udělat v Picture Power z CD ROMu.

Sledování hotové verze scény Třída sleduje

■ Pozorně se dívejte na scénu. Sledujte, jak si Kirsten Sheridanová poradila s různými problémy, o kterých jste mluvili. Zaměřte se na:

- počet záběrů sekvence
- různé pozice kamery v každém záběru
- pozadí – pokoj včetně použitých barev a vzorů
- osvětlení scény (jaký vliv to má na atmosféru?)
- různé druhy vzorů v této sekvenci.

Patterns

■ Mluvte o tom, jak tři různé verze, kterými jste se zabývali, vytvářejí různě stejné významy a přitom jinak působí.



1



2



3



4



5



6



7



8



9



10



11



12



13



14



15



16



17



18



19



20



21



22



23



24

Vytváření Patterns

V této hodině zjistíte více o tom, jak Kirsten Sheridanová vytvořila Patterns.

- Jako třída dejte dohromady otázky, které chcete režisérce položit.

Rozhovor s Kirsten Práce skupin

Přečtěte si části interview s Kirsten Sheridanovou. Zjistěte, kolik z vašich otázek je zde zodpovězeno. Poznačte si cokoli, co pro vás bylo velmi zajímavé či překvapivé.

Jak jste se rozhodla udělat film o autismu?

O autismus se zajímám, vždy jsem se o něj zajímala. Můj bratranec není autistický jako takový, nebyl tak diagnostikován, ale má autistické tendence a je velmi odtažitý. Vyrůstala jsem s ním a měl na mě poměrně velký vliv. Říká se, že autisté mají problémy v komunikaci, protože jsou tak „odříznutí“ a uzavření, ale mně přišel jako jeden z nejchápavějších lidí, jaké jsem kdy potkala – proto se film svým způsobem vymyká stereotypům.

Pověz nám o tvorbě filmu

Patterns byl film pro moji závěrečnou zkoušku filmového kurzu v dublinském Institutu umění, designu a technologie. Nejdříve jsem napsala povídku o autistickém chlapci, bylo to mezi prvním a druhým rokem na vysoké škole. Ve druhém ročníku jsem vytvořila dokumentární film a mé podklady pro zpracování dokumentu jsem použila při převedení povídky na scénář filmu, který jsem vytvořila na konci třetího ročníku.

Pro realizaci projektu jsem musela získat peníze (k zaplacení potřeb a stravy pro filmařský tým a herce), naštěstí jich nebylo třeba mnoho – půjčila jsem si od rodiny. Zařízení mi zadarmo propůjčila škola. Šest dní trvalo to natočit, následující tři měsíce jsem strávila střihem, úpravami, doplňováním zvuků a efektů. Samozřejmě jsem neměla tolik času, kolik jsem potřebovala!

V čem spočívalo tvé seznámení se s tématem?

Nevěděla jsem toho mnoho o autismu z lékařského pohledu, chtěla jsem filmu dát lidštější tvář. Ve druhém ročníku vysoké školy jsem vytvořila dokumentární film, v němž jsem vedla rozhovory s matkami a rodinami autistických dětí, o tom už jsem trochu něco věděla. Také jsem pročetla spoustu informací od Národní autistické společnosti – ne tolik z lékařského hlediska, ale o zkušenostech s autismem včetně knihy od matky autistického dítěte a také úžasné knihy autistické ženy „Nikdo nikde“, která mi vskutku otevřela oči.

Jsem hrdá na scény, které jsou natočeny z pohledu autistického chlapce. Je ukázáno, co vidí, vzory, voda, pocity. A také scéna téměř u konce, kdy je sám uvnitř a nechává bratra odejít – tichá chvíle téměř beze slov. Použili jsme zvuky větru a vody – řekla bych, že prostřednictvím zvuku vnímáte lépe, jak se někdo cítí, než prostřednictvím obrazů.

Více o autismu zjistíte na stránce Národní autistické společnosti (www.oneworld.org/autism_uk).

Kreativní práce s Patterns

Následují různá zadání tvůrčí práce založená na vaší dosavadní práci s Patterns. Učitel vám řekne, jaký úkol zpracujete.

Psaní režiséra

Kirsten Sheridanovou velmi zajímá, jak diváci reagují na její film. Ohromně by ji potěšilo se to od vás dozvědět.

■ Napište dopis režiséra Kirsten Sheridanové, v němž jí sdělíte své názory na její film. Měli byste vyjádřit, co si myslíte o každé z následujících věcí:

- příběh nebo vyprávění filmu
- vztah mezi dvěma bratry a jejich vztah s otcem a matkou
- způsob, jak byl film natočen a sestříhán – přemýšlejte o použití kamery, zvuku, tvarů a barev
- jak na vás film působil, jaké pocity ve vás vyvolal.

Pokračování příběhu

■ Představte si, že uplynulo pět let. Napište nápaditě, jak se podle vás Tommy, Jimmy a jejich rodina změnili a kam se posunuli. Mohli byste to napsat jako:

- příběh, scénář nebo komiks zaměřující se na jednu konkrétní scénu nebo událost
- dopis Tommyho mámy své příbuzné, v němž jí sděluje, jak její dva synové rostou
- článek nebo reportáž o Tommym pro časopis, který pravidelně čtete.

Možná budete potřebovat zjistit si další informace o autismu. Učitel vám pomůže téma více prozkoumat, nebo můžete navštívit webovou stránku Národní autistické společnosti (www.oneworld.org/autism_uk).

Recenze Patterns pro rozhlasový program Práce jednotlivců či dvojic

Tento úkol můžete zpracovat s partnerem ve dvojici jako prezentaci. Budete si nejdříve muset projít, co jste v této lekci už udělali.

■ Představte si, že jste byli požádáni, abyste nahráli třímínutovou recenzi Patterns pro novou rozhlasovou show pro mladé lidi. Vaše recenze by měla obsahovat:

- shrnutí dějové linie Patterns, řečeno vlastními slovy
- vaše postřehy o použité technologii (obrazové, zvukovém doprovodu, střihu), kterou režisérka užila ke zobrazení zkušenosti s autismem
- nějaké informace o režiséra Kirsten Sheridanové
- některé pohledy kritiků, kteří o filmu psali
- vaše vlastní reakce na film.

Toto je prezentace pro rádio, takže budete muset pečlivě přemýšlet o:

- posluchačích – mladých lidech – použijte jazyk, který se lehce poslouchá
- množství informací, se kterými se vaši posluchači stačí vypořádat – buďte selektivní
- jak podáte svoji recenzi – tón hlasu a rychlost podání (tj. ne příliš rychle, různý rytmus řeči atd.).

Psaní „ze srdce“

■ Toto je příležitost, abyste vytvořili vlastní dílo nebo komiks, které budou stejně jako Patterns postaveny na myšlenkách a zkušenostech někoho, kdo čelí obtížné situaci nebo rozhodnutí. Příběh by se měl odehrávat ve velmi krátkém časovém úseku, žádné dlouhé a složité vyprávění. Může to být:

- o někom, komu je zle, je nešťastný a je v bodě zvratu ve svém životě
- založeno na něčem, co se vám nebo někomu, koho znáte, stalo
- o hlavní postavě, kterou jste si vymysleli, ale jejíž situace vás zajímá.

Můžete udělat totéž co Kirsten Sheridanová – napsat povídku z pohledu jedné postavy a film představit jako celek, nebo přetvořit malou část povídky na scénář nebo storyboard. Proto musíte detailně přemýšlet o tom:

- jak změnit slova na obrazy, zvuky a dialog

Patterns

- jak bude vaše postava vypadat, chovat se, mluvit, reagovat
- jak byste použili mediální postupy a filmový jazyk – pozice kamer, různé druhy zvukového doprovodu a střih – abyste ukázali dění z pohledu hlavní postavy.