

Univerzita Pardubice
Fakulta Ekonomicko-správní

Zpracování hudebního videoklipu a jeho aspekty
Bakalářská práce

Univerzita Pardubice
Fakulta ekonomicko-správní
Akademický rok: 2023/2024

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Matyáš Skalník**
Osobní číslo: **E21779**
Studijní program: **B0688A050001 Aplikovaná informatika**
Specializace: **Multimédia ve firemní praxi**
Téma práce: **Praktické zpracování hudebního videoklipu a jeho aspekty**
Zadávací katedra: **Ústav systémového inženýrství a informatiky**

Zásady pro vypracování

Cílem práce je navrhnout a v praxi ověřit postup zpracování hudebního videoklipu po jednotlivých fázích od návrhu až po přípravu k publikaci.

Osnova:

- Specifikovat jednotlivé fáze návrhu a zpracování videoklipu.
- Charakterizovat a doporučit software.
- Realizovat fáze návrhu a zpracování.

Rozsah pracovní zprávy: **cca 35 stran**
Rozsah grafických prací:
Forma zpracování bakalářské práce: **tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

HORNÝ, S., KRSEK, L. *Úvod do multimédií*. Praha: Oeconomica, 2009. ISBN 978-80-245-1608-0.
ASCHER, S., PINCUS, E. *The Filmmaker's Handbook: A Comprehensive Guide for the Digital Age*.
BROWN, B. *The Basics of Filmmaking*. Taylor and Francis, 2020. ISBN 0429677081.

Vedoucí bakalářské práce: **RNDr. Ing. Oldřich Horák, Ph.D.**
Ústav systémového inženýrství a informatiky

Datum zadání bakalářské práce: **1. září 2023**
Termín odevzdání bakalářské práce: **30. dubna 2024**

prof. Ing. Jan Stejskal, Ph.D. v.r.
děkan

L.S.

Mgr. Pavel Sedlák, Ph.D. v.r.
garant studijního programu

V Pardubicích dne 1. září 2023

Prohlašuji:

Práci s názvem Zpracování hudebního videoklipu a jeho aspekty jsem vypracoval samostatně. Veškeré literární prameny a informace, které jsem v práci využil, jsou uvedeny v seznamu použité literatury.

Byl jsem seznámen s tím, že se na moji práci vztahují práva a povinnosti vyplývající ze zákona č. 121/2000 Sb., o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon), ve znění pozdějších předpisů, zejména se skutečností, že Univerzita Pardubice má právo na uzavření licenční smlouvy o užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 autorského zákona, a s tím, že pokud dojde k užití této práce mnou nebo bude poskytnuta licence o užití jinému subjektu, je Univerzita Pardubice oprávněna ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložila, a to podle okolností až do jejich skutečné výše.

Beru na vědomí, že v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších předpisů, a směrnicí Univerzity Pardubice č. 7/2019 Pravidla pro odevzdávání, zveřejňování a formální úpravu závěrečných prací, ve znění pozdějších dodatků, bude práce zveřejněna prostřednictvím Digitální knihovny Univerzity Pardubice.

V Pardubicích dne 30. 4. 2024

Matyáš Skalník v. r.

PODĚKOVÁNÍ

Tímto bych rád poděkoval RNDr. Ing. Oldřichu Horákovi, Ph.D., svému vedoucímu bakalářské práce, za jeho vedení a cenné rady, díky kterým jsem mohl tuto práci zpracovat. Dále bych chtěl také vyjádřit poděkování interpretovi, se kterým jsem spolupracoval na této práci, a štábu, který mi poskytl podporu při produkci videoklipu.

ANOTACE

Bakalářská práce s názvem 'Zpracování hudebního videoklipu a jeho aspekty' se zaměřuje na detailní průzkum a podrobnou analýzu procesu tvorby hudebních videoklipů a klíčových prvků spojených s touto tvůrčí činností.

KLÍČOVÁ SLOVA

Hudební videoklip, video, preprodukce, postprodukce, produkce

TITLE

Processing of a music video and its aspects.

ANNOTATION

The bachelor's thesis titled 'Processing of a music video and its aspects' focuses on a detailed exploration and thorough analysis of the process of creating music videos and the key elements associated with this creative endeavor.

KEYWORDS

Music video, video, pre-production, post-production, production

OBSAH

SEZNAM ILUSTRACÍ A TABULEK.....	9
ÚVOD.....	10
1 PŘÍPRAVY VIDEOKLIPU	11
1.1 Metodologie výzkumu	11
1.2 Historie hudebních videoklipů.....	11
1.2.1 První hudební videoklipy.....	11
1.2.2 Vývoj a popularita videoklipů	12
1.3 Význam a funkce hudebních videoklipů	12
1.4 Propagace a marketing.....	13
1.5 Vizuální interpretace hudby.....	13
1.6 Práce s hudebním materiálem ve videoklipech.....	14
1.6.1 Výběr vhodné hudby.....	14
1.6.2 Synchronizace zvuku a obrazu	14
1.7 Tvůrčí proces při zpracování hudebního videoklipu	15
2 PREPRODUKCE.....	16
2.1 Nápady a koncepty.....	16
2.1.1 Moodboard.....	16
2.1.2 Lokace.....	17
2.1.3 Scénář a jeho druhy.....	18
2.1.4 Rozpočet	18
3 PRODUKCE.....	20
3.1 Štáb	20
3.2 Technika.....	20
3.2.1 Záznamové zařízení	21
3.2.2 Osvětlení	23
3.2.3 Gripová technika.....	25
3.2.4 Objektivy	25
3.2.5 Záběry	27

4 POSTPRODUKCE	29
4.1 Střih.....	29
4.2 Výběr materiálu	30
4.3 Colorgrading	30
4.4 Speciální efekty.....	31
4.5 Finální grafické prvky ve Photoshopu a export	31
5 PROPAGACE VIDEOKLIPU	33
5.1 Propagace přes sociální sítě	33
5.2 Vliv digitálního prostředí na hudební videoklipy	33
5.2.1 Online distribuce a streaming	33
5.3 Analýza a hodnocení hudebních videoklipů.....	34
5.3.1 Kritický pohled na videoklipy	34
5.3.2 Úspěšnost a popularita videoklipů.....	34
5.4 Budoucnost hudebních videoklipů.....	34
5.4.1 Experimentální přístupy a avantgarda	35
5.4.2 Proměny ve spotřebitelském chování	35
6 PŘÍPADOVÁ STUDIE TVORBY VIDEOKLIPU PRO INTERPRETA	36
6.1 Interpret.....	36
6.2 Rozbor skladby	37
6.3 Videoklip	37
6.3.1 Lokace.....	37
6.3.2 Rozpočet	38
6.3.3 Technika.....	38
6.4 Natáčecí den.....	38
6.5 Postprodukce.....	39
6.6. Promo.....	43
7 SHRUTÍ A PŘÍNOS	45
ZÁVĚR	46
POUŽITÁ LITERATURA.....	47
SEZNAM PŘÍLOH.....	52

SEZNAM ILUSTRACÍ A TABULEK

Obrázek 1 Colorgrading.....	31
Obrázek 2 Interpret	36
Obrázek 3 Burn effect.....	40
Obrázek 4 Ghost effect	41
Obrázek 5 Colorgrading 1. lokace	42
Obrázek 6 Colorgrading 2. lokace	42
Obrázek 7 Úvodní grafika.....	43
Obrázek 8 Zhlédnutí na sociálních síti TikTok	44

ÚVOD

Bakalářská práce s názvem “Zpracování hudebního videoklipu a jeho aspekty” se zaměřuje na detailní prozkoumání a podrobnou analýzu procesu tvorby hudebních videoklipů a důležitých prvků spojených s touto tvůrčí činností. S ohledem na mou profesní zkušenost v oblasti multimédií a můj studijní obor Multimedia ve firemní praxi, bylo toto téma ideální volbou. V práci se zaměřím na nalezení nejefektivnějšího způsobu vytvoření videoklipu za co nejnižší cenu, aniž by to mělo negativní vliv na jeho kvalitu a kreativitu. V této práci se budu věnovat nejen teoretickému zkoumání, ale také praktickému vytvoření hudebního videoklipu. Jedná se o můj první samostatný projekt v oblasti tvorby videoklipů, kde budu zodpovědný za celou produkci od začátku až do konce. Přestože mám zkušenosti jako kameraman z podobných projektů, které jsem již úspěšně dokončil, tento videoklip je pro mě osobní výzvou a příležitostí pro další profesní růst.

Cílem práce je navrhnout a v praxi ověřit postup zpracování hudebního videoklipu po jednotlivých fázích od návrhu až po přípravu k publikaci.

1 PŘÍPRAVY VIDEOKLIPU

1.1 Metodologie výzkumu

V rámci bakalářské práce "Zpracování hudebního videoklipu a jeho aspekty" byla použita kvalitativní metoda výzkumu. Pro dosažení stanovených cílů byla provedena analýza dostupných informací z odborné literatury, časopisů, článků a online zdrojů týkajících se hudebních videoklipů. Získané poznatky byly následně syntetizovány a vyhodnoceny s cílem poskytnout komplexní a objektivní pohled na danou problematiku.

1.2 Historie hudebních videoklipů

Historie hudebních videoklipů sahá až do 20. století, kdy začaly vznikat první experimentální snímky, které skloubily hudbu s vizuálním záběrem. Nejznámějšími pionýry a tvůrci tohoto žánru jsou například Georges Méliès a Oskar Fischinger. Během průběhu 20. století se hudební videoklipy rozvíjely a stávaly se stále populárnějšími, přičemž využívaly technologický pokrok ve filmové produkci. V důsledku rozvoje televize a vzniku hudebních televizních stanic se videoklipy staly nedílnou součástí hudby a umožnily umělcům prezentovat svou tvorbu širšímu publiku. S nástupem digitální éry a internetového věku se hudební videoklipy staly ještě více dostupné a oblíbené, a to díky možnosti sdílení na sociálních sítích a streamování hudby online. Zároveň s tím se rozvíjela i tvůrčí svoboda a inovace v oblasti vizuálního vyjádření, přičemž umělci využívali různé efekty, animace a speciálních vizuálních technik, aby přenesli svá sdělení a emoce na diváky. Dnes jsou hudební videoklipy zcela nedílnou součástí hudebního průmyslu a mnozí umělci se snaží překonat sami sebe tvůrčím a inovativním obsahem, který nejen doplňuje hudbu, ale vytváří jedinečný vizuální zážitek pro diváka. S rozvojem virtuální reality a rozšířené reality se otevírají nové možnosti pro interaktivní a imerzní hudební videoklipy, které dávají divákům možnost prostřednictvím technologie prožívat hudbu na úplně nové úrovni. (Tkáč, 2021)

1.2.1 První hudební videoklipy

První hudební videoklipy se objevily v 60. letech 20. století. Jednalo se převážně o jednoduché živé vystoupení interpretů, které byly zachyceny na filmovou pásku a později promítány v televizi. Mezi prvními hudebními videoklipy lze jmenovat například snímky k písním Beatles, Rolling Stones nebo The Who. Tyto videoklipy byly omezené

v technologických možnostech, avšak představovaly první kroky k vzniku tohoto žánru. (Tkachenko, 2020)

1.2.2 Vývoj a popularita videoklipů

Vývoj hudebních videoklipů znamenal postupné zdokonalování technologií pro jejich tvorbu a rozšiřování tvůrčích možností. S nástupem MTV v 80. letech se videoklipy staly extrémně populárními a díky tomu se objevily nové trendy a styly ve výpravě, choreografii a vizuálním zpracování. S rozvojem digitálních technologií a internetu se popularita videoklipů ještě zvýšila, protože umožnily jednodušší distribuci a snadnou dostupnost pro diváky po celém světě. (Dudová, 2021)

1.3 Význam a funkce hudebních videoklipů

Multimédia jsou v současné době nejvíce používaným prostředkem komunikace. Tato média využívají současného působení více prvků, jako jsou fotografie, grafika, animace, video, text a zvuk. (Horný, 2014)

Videoklipy mohou být rozděleny na několik kategorií. Mezi tyto kategorie patří performativní, narativní a nenarativní videoklipy. Performativní videoklipy se zaměřují na vystoupení interpretů a mohou být natočeny při koncertu nebo na speciální lokaci určené právě pro tento účel. Narativní videoklipy se soustředí na vyprávění příběhu a vystoupení interpreta je zde pouze v pozadí. Existuje mnoho způsobů, jak vizuálně zobrazit text písně v narativních videoklipech – může se jednat o obrazy, které přímo souvisí s textem, nebo o použití metafor. Naopak nenarativní videoklipy nemají žádný příběh ani vystoupení interpreta, slouží pouze k vizuálnímu zdůraznění skladby. (Vernallis, 2004)

Vytvoření videoklipu prochází několika fázemi, které jsou podobné procesu tvorby jiných audiovizuálních děl. Prvním krokem je výběr režiséra a řešení rozpočtu. Spolupráce s mezinárodními hudebními labely je často žádoucí a ovlivňuje výběr režiséra. Další možností je oslovit režiséra na základě jeho předchozích prací, nebo může oslovit režiséra přímo samotný interpret.

Po vybrání režiséra následuje přípravná fáze, která zahrnuje přípravu lokací, hledání komparzu, scénář, technické vybavení a dopravu. Každý projekt má své specifické aspekty, které je třeba pečlivě stanovit a přizpůsobit přípravné fázi.

Po natáčení videoklipu přichází postprodukční fáze, která zahrnuje střih, aplikaci efektů

a barevnou úpravu. V závislosti na rozpočtu může být filmový tým složen z více lidí nebo se všechny tyto úkony mohou provést jedinou osobou, která se postará o všechny aspekty postprodukce. Kvůli omezenému rozpočtu jsme se rozhodli vytvořit jednoduchý performativní videoklip, který předává základní příběh a emocionální podtext. Tento videoklip bude sloužit k vizuálnímu doprovodu skladby.

1.4 Propagace a marketing

Hudební videoklipy jsou výjimečně účinným a nepostradatelným nástrojem pro efektivní propagaci a marketing umělců a jejich unikátní hudby. Tato skvělá videa poskytují nekonečné množství příležitostí, skrze které mohou umělci neomezeně prezentovat svá mistrovská díla a tvořit si vlastní nezaměnitelnou vizuální identitu. Co je úžasné, je to, že tato média jsou snadno dostupná na internetu a ve světě sociálních sítí, což umožňuje umělcům oslovit neuvěřitelně široké publikum a získat si popularitu a základnu fanoušků.

Hudební videa jsou prostě nekonečně mocným prostředkem k vyjádření a umožňují umělcům posunout hranice a zdokonalit celkový zážitek z poslechu hudby.

Hudební videa jsou neustále se rozvíjejícím uměleckým fenoménem, který nás nepřetržitě nadchne a bude mít trvalý dopad na naši hudební kulturu. (Zemková, 2022)

1.5 Vizuální interpretace hudby

Vizuální interpretace hudby ve videoklipech je velmi významnou a nenahraditelnou součástí, která významně přispívá k celkovému vnímání a intenzivnímu prožívání skladby. Skrze fascinující obrazy, dokonale choreografované scény a esteticky do detailu propracovaný vzhled videoklipu umělci nejen vytvářejí dodatečný rozměr ke své hudbě, ale také diváka vtahují do zcela nového světa emocí a dojmů. Vizuální prvky, jako jsou živé a výrazné barvy, ohromující a originální kostýmy, kulisy a působivé pohyby, mají obrovskou sílu posilovat emoce, předávat skrytá sdělení a navazovat hlubokou komunikaci s diváky. Jejich silný vliv umožňuje přenést hlubší význam samotné skladby a prostřednictvím nich dosáhnout specifické atmosféry, která dokonale podporuje hudbu a zamyšlení nad jejím obsahem. Vizuální interpretace je také velmi účinným prostředkem, jak sdělit a vyjádřit určité poselství nebo příběh, který je pevně spjat s vlastní hudbou a dotváří ji do úplnosti. Skrze jedinečnou symbiózu hudby a vizuálních prvků se oba elementy vzájemně propojují a vytvářejí jemný, ale silný celek, který okouzlí a obohatí svou jedinečností. (Blažke, 2022)

Existuje staré rčení, že film/videoklip je dobře natočený, když můžete vypnout zvuk, a přesto máte docela dobrou představu o tom, co se děje. Nakonec opravdu nezáleží na tom, jestli je vizuál nebo dialog tím silnějším prvkem, na čem opravdu záleží, je, že vyprávíte dobrý příběh. (Brown, 2020)

1.6 Práce s hudebním materiálem ve videoklipech

Práce s hudebním materiálem ve videoklipech zahrnuje výběr vhodné hudby, strukturu a aranžmá videoklipu a synchronizaci zvuku a obrazu. Výběr vhodné hudby je klíčovým krokem při tvorbě videoklipů, protože hudba hraje důležitou roli při vytváření atmosféry a naladění diváků. Je nutné pečlivě vybrat hudbu, která perfektně podtrhuje a vizualizuje význam a emoce. Struktura a aranžmá videoklipu se zabývá precizním uspořádáním jednotlivých scén a sekvencí v rámci videoklipu a je důležité zajistit, aby plynulý průběh odpovídal a dokonale ladil s hudebním materiálem. Synchronizace zvuku a obrazu pak představuje klíčový prvek pro vytvoření dojemného a působivého videoklipu, kde se zvuk a obraz vzájemně doplňují a tvoří jednotný a zapamatovatelný zážitek pro diváka. Pouze tak je možné dosáhnout opravdu úchvatného díla, které nadchne a oslní širokou veřejnost. (Komár, 2022)

1.6.1 Výběr vhodné hudby

Výběr vhodné hudby pro videoklip je klíčovým faktorem pro jeho úspěch. Hudba hraje důležitou roli při vytváření atmosféry videoklipu a je třeba vybrat skladbu, která evokuje požadovanou náladu a posiluje význam skladby. Při výběru je nutné zohlednit žánr, styl videoklipu a cílovou skupinu diváků. Důležité je také získat práva k použití vybrané skladby a zajistit, aby hudba byla srozumitelná a dobře slyšitelná v rámci videoklipu. (Beránek, 2023)

1.6.2 Synchronizace zvuku a obrazu

Synchronizace zvuku a obrazu je důležitým aspektem tvorby hudebního videoklipu. Správně provedená synchronizace přispívá k vytvoření působivého zážitku pro diváka, kde se zvuk a obraz vzájemně doplňují. Je nutné pečlivě sladit hudební události, jako jsou rytmus, melodie a text, s vizuálními prvky videoklipu, jako jsou záběry, střihy a efekty. Synchronizace zvuku a obrazu může být také využita k vytvoření efektů, jako je lip-sync, kdy se pohyb úst interpretů zpívajících postav přesně shoduje se zvukovými nahrávkami. Pro dosažení

optimální synchronizace je vhodné pracovat s profesionálním stříhovým softwarem, který poskytuje přesné a detailní možnosti manipulace se zvukem a obrazem. (Pekárik, 2021)

1.7 Tvůrčí proces při zpracování hudebního videoklipu

Tvůrčí proces při zpracování hudebního videoklipu zahrnuje několik důležitých kroků. V první fázi, před samotnou produkcí, je zapotřebí připravit preprodukcí. To zahrnuje generování nápadů a konceptů pro videoklip, které se mohou odvíjet od textu skladby nebo interpretace hudby. Součástí preprodukce je také vytvoření moodboardu, který pomáhá definovat vizuální styl a atmosféru videoklipu. Dalším důležitým prvkem je výběr vhodných lokací, které odpovídají konceptu videoklipu. K samotnému natáčení je zapotřebí připravit scénář a určit jeho druh. A konečně se plánuje také rozpočet pro produkci videoklipu. (Pololáníková, 2022)

2 PREPRODUKCE

Preprodukce je klíčovou fází při tvorbě hudebního videoklipu. V této etapě se připravuje veškerý materiál a plánuje se celý natáčecí proces. Zahrnuje výběr tématu, stanovení cílů a požadavků, spolupráci s umělci a tvůrčím týmem a nastavení rozpočtu a časového plánu. Je důležité pečlivě promyslet všechny aspekty videoklipu, aby se dosáhlo požadovaného výsledku. Tato fáze představuje základ celé výroby videoklipu. Zahrnuje plánování, výběr tématu, přípravu scénáře a storyboardu apod. Je podstatné si ujasnit, jakým způsobem chceme video interpretovat, což úzce souvisí s cílovou skupinou, pro kterou je finální produkt určen. Návrhový proces: První kroky při vytváření videoklipu zahrnují tvorbu návrhů a konceptů. Na začátku je důležité shrnout všechny emoce, barevné představy atd., které píseň vyjadřuje. Jedním z nejdůležitějších aspektů je vytvoření tzv. ideje neboli kreativního záměru pro videoklip, který odpovídá atmosféře skladby. Kromě konceptů je důležité vybrat také vhodný formát. Výběr odpovídajícího formátu pro videoklip, který zohledňuje obsah i cílovou skupinu. (Nunvářová, 2024)

2.1 Nápady a koncepty

Při tvorbě hudebního videoklipu je důležité mít silné nápady a koncepty, které budou posloužit jako základní zpracování. Tvorba inovativního a originálního konceptu je klíčová pro zajímavý a úspěšný videoklip. V této fázi se rozvíjí myšlenky a tematické prvky, které budou následně vizuálně interpretovány. Spolupráce mezi režisérem, umělcem a dalšími členy tvůrčího týmu je zde klíčová pro vytvoření konzistentního a kvalitního výsledku.

2.1.1 Moodboard

K složení všeobecného plánu a popisu samotného videoklipu nám bude nápomocný moodboard. Moodboard je vizuální nástroj, který slouží k vizuálnímu shrnutí a komunikaci konceptuálního stylu nebo nálady projektu. Je to koláž různých vizuálních prvků, jako jsou fotografie, ilustrace, barvy, textury a další, které dohromady vytvářejí atmosféru a inspirují designová rozhodnutí. (Koch, 2020)

Fotografie a Ilustrace: Moodboard obsahuje klíčové fotografie a ilustrace, které přesně odrážejí zamýšlený vizuální styl. Tyto obrázky by měly být pečlivě vybrány tak, aby dohromady tvořily konzistentní estetiku.

Barvy a Barevné Palety: Moodboard často obsahuje vzorky barev a barevné palety, které odpovídají uměleckému konceptu. Barvy hrají klíčovou roli při předání emocí a nálad.

Textury a Materiály: Pro lepší porozumění povaze projektu mohou být do moodboardu začleněny textury a vzory, které odkazují na použité materiály v designu.

Typografie: Pokud je součástí projektu, může moodboard obsahovat i vzory písma a typografie, které odpovídají celkovému vizuálnímu konceptu. Moodboard může obsahovat citáty nebo krátké texty, které dodávají další kontext a inspiraci k projektu.

Funkce Moodboardu: Moodboard slouží jako zdroj inspirace pro tvůrce a týmy pracující na projektu. Pomáhá jim vizualizovat a sdílet myšlenky a koncepty. Pomocí moodboardu lze rychle a efektivně komunikovat zamýšlený vizuální styl nebo atmosféru projektu ostatním členům týmu, klientům nebo spolupracovníkům. Moodboard slouží k zajištění konzistence a jednotnosti ve vizuálním provedení projektu. Pomáhá vytvořit společný jazyk pro všechny zúčastněné strany. Pro tvůrce může moodboard sloužit jako prostředek k rozvoji kreativity a zkoumání nových myšlenek. Moodboard je tedy klíčovým nástrojem ve fázi návrhu a konceptualizace projektu, umožňuje vizuální sdílení myšlenek a pomáhá převést abstraktní nápady do konkrétní podoby.

2.1.2 Lokace

Výběr místa má velký význam při tvorbě hudebního videoklipu. Správně zvolené místo může podpořit zamýšlenou atmosféru a příběh videoklipu. Při výběru místa je důležité zohlednit praktické a estetické aspekty, jako je dostupnost, vhodnost pro natáčení a vizuální potenciál. Dobře zvolené místo může významně ovlivnit celkový dojem a kvalitu videoklipu. Může to být jakékoliv prostředí od profesionálního filmového studia, přes venkovní prostory jako parky nebo ulice, až po intimní místa jako domovy nebo kluby. Každé místo má svůj vlastní vizuální a atmosférický charakter, který přispívá k celkovému významu a náladě videoklipu. Místo může výrazně ovlivnit atmosféru a náladu videoklipu. Například, klip natočený v hustém lese může vyvolat pocit tajemství nebo izolace, zatímco klip natočený v rušné městské ulici může vyvolat pocit energie a dynamiky.

Místo přispívá k vizuálnímu vzhledu videoklipu. Barvy, textury, osvětlení a architektura místa mohou vytvořit silný vizuální dojem. Místo může hrát klíčovou roli v příběhu videoklipu. Může poskytnout kontext pro akci, pomoci vytvořit postavy a podporovat narativní vývoj.

Místo může nést symbolický význam. Například, opuštěný dům může symbolizovat ztrátu nebo samotu, zatímco rušné náměstí může symbolizovat společenský život nebo komunitu.

2.1.3 Scénář a jeho druhy

Scénář je informativním dokumentem, který podrobně popisuje vizuální, zvukové a narativní prvky hudebního videoklipu. Obsahuje úplné a podrobné informace o postavách, jejich charakteristikách a motivacích, ději, který se dává do souvislosti a rozvíjí se postupem času, lokacích, které jsou natáčeny se zřetelem na atmosféru a prostředí, kostýmech, které jsou pečlivě vybrány k vyjádření jedinečnosti a stylu postav, rekvizitách, které jsou strategicky umístěny aby obohatily vizuální dojem diváků, osvětlení, které je precizně nastaveno k vytvoření specifických emocí a nálad, kamerových pohybech, které dodávají plynulost a dynamiku záběrům a dalších aspektech produkce, včetně zvukových efektů a nabízí podrobné ujasnění a vedení pro tým tvůrců videoklipu. Existuje mnoho druhů scénářů, které se používají v závislosti na zamýšleném výsledku. Narativní scénář se zaměřuje na příběh, dialogy a postavy a často se používá pro narativní hudební videoklipy. Konceptuální scénář se snaží vyjádřit abstraktní myšlenky a emoce pomocí vizuálních symbolů a metafor. Performance scénář se soustředí na interpretaci hudby a umělecký projev umělce či skupiny. Správný výběr typu scénáře je klíčový pro dosažení zamýšleného výsledku videoklipu. Lineární scénář sleduje tradiční strukturu začátek-střed-konec. Příběh se vyvíjí chronologicky a obvykle obsahuje konflikt a jeho vyřešení. Nelineární scénář nevypráví příběh v chronologickém pořadí. Může obsahovat flashbacks, flashforwards nebo jiné narativní techniky, které narušují lineární časovou osu. Abstraktní scénář se nezaměřuje na konkrétní příběh nebo postavy. Místo toho se zaměřuje na vizuální a estetické prvky, které vytvářejí určitou náladu nebo atmosféru. Performance Scénář se zaměřuje na výkon umělce nebo skupiny. Může obsahovat záběry z koncertů, zkoušek nebo jiných výkonných situací. (Spěváková, 2023)

2.1.4 Rozpočet

Rozpočet je důležitým aspektem při tvorbě hudebního videoklipu, neboť zahrnuje širokou škálu nákladů, které jsou nezbytné k jeho realizaci. Mezi nejdůležitější příspěvky patří náklady na vybavení a zařízení, jako jsou kamery, osvětlení a zvukové zařízení. Dále je nutné zohlednit náklady na pronájem vhodného prostoru pro natáčení, protože správně zvolené lokace mohou výrazně ovlivnit atmosféru a celkový dojem videoklipu.

Další významnou položkou rozpočtu jsou platby pro členy tvůrčího týmu. Tento tým zahrnuje nejen režiséra a kameramana, ale také střihače, osvětlovače, zvukaře a další odborníky, kteří mají klíčovou roli při tvorbě kvalitního videoklipu. Je třeba zajištění jejich dostatečného financování, aby mohli poskytnout své odborné služby na vysoké úrovni.

Kromě toho je nutné zahrnout další položky do rozpočtu, jako jsou náklady na vizuální efekty, kostýmy a masky, dějiště, potřebné povolení a pojištění a propagační aktivity. Tyto dodatečné náklady zajišťují celkovou kvalitu videoklipu a jeho schopnost oslovit cílovou skupinu.

Při stanovení rozpočtu je zásadní brát v úvahu nejen žádanou kvalitu videoklipu, ale také dostupné finanční prostředky. Je důležité zajistit dostatečné zdroje, které umožní dokončit projekt bez problémů. Dobře rozpočtený projekt umožňuje efektivní využití finančních prostředků a minimalizuje případné finanční problémy. Důkladné zvažování jednotlivých položek a jejich rozložení v rámci rozpočtu je tedy nezbytné.

3 PRODUKCE

Produkce hudebního videoklipu je zodpovědná za organizaci a koordinaci celého procesu vytváření videa. Jejím úkolem je zajistit potřebný štáb, osvětlení a techniku, a také se podílet na nápadech a konceptu videoklipu. Produkce zajišťuje také vyhledávání a rezervaci vhodných lokací pro natáčení. Dalšími důležitými aspekty jsou tvorba scénáře, stanovení rozpočtu a koordinace časového plánu. Produkce hudebního videoklipu hraje klíčovou roli při zajištění správných prostředků a zdrojů pro úspěšné dokončení projektu. (Burianová, 2020)

3.1 Štáb

Štáb hudebního videoklipu představuje tým lidí, který je odpovědný za všechny technické a produkční aspekty natáčení. Štáb se skládá ze širokého spektra různých profesionálů, jako je režisér, kameraman, střihač, osvětlovač, zvukař, scénograf, kostýmní designer a mnoho dalších. Každý tým má svou specifickou roli a odpovědnost, kterou plní s maximálním nasazením. Během natáčení musí každý člen štábu spolupracovat harmonicky a komunikovat efektivně, aby zajišťoval plynulý průběh natáčení a dosažení vynikajícího výsledku. Jejich kolektivní snaha je zaměřena na tvorbu uměleckého díla, které spojuje audiovizuální prvky a vypráví silný příběh. Prostřednictvím pečlivého plánování, organizace a kreativity se štáb hudebního videoklipu snaží vytvořit nezapomenutelný zážitek pro diváky. (Plakhotnik et al.2022)

3.2 Technika

Při tvorbě hudebního videoklipu je důležité mít kvalitní techniku, která umožní natáčení a zpracování videa ve vysoké kvalitě. Technika zahrnuje profesionální kamery, zvukovou aparaturu, střížní systémy a další vybavení potřebné pro natáčení a postprodukci videoklipu. Kvalitní technika umožňuje vytvořit ostré a detailní záběry, zachytit kvalitní zvuk a vytvořit plynulý a profesionální filmový zážitek. Výběr správné techniky je klíčový pro úspěšné provedení tvůrčí vize a dosažení požadovaného výsledku. Správná a profesionální technika s sebou nese vysoké náklady a vyšší finanční investice. Proto je důležité se na začátku celého projektu rozhodnout kolik daný zadavatel neboli interpret hodlá investovat do celého videoklipu do něhož samozřejmě zapadá i cena za techniku. (Sandmeier, 2019 stránky 129-134).

3.2.1 Záznamové zařízení

Pro natáčení videoklipu je nejideálnější použít profesionální digitální kinematografické kamery, které umožní zachytit vysokou kvalitu obrazu. Pro složitější a náročnější videoklipy se používá více kamer najednou. Jedna hlavní, kterou má na starost hlavní kameraman, a která vykonává hlavní pohyb a pak podle preferencí další kamery takzvané pomocné, které pak doplní finální záběr.

Formát nahrávání by měl být nastaven na co nejlepší kvalitu, a to je ve většině případů profesionálních kamer formát 4K pro vysoké rozlišení a detaily, s volbou snímkové frekvence odpovídající požadovanému vizuálnímu stylu. Je důležité zvolit správný formát nahrávání z důvodu zachování maximálního množství informací ve videu a dosažení ohromujících detailů a ostrosti. S formátem 4K je možné dosáhnout neuvěřitelného rozlišení a oblíbeného kinematografického vzhledu, který je žádaný ve filmovém průmyslu. Vysoké rozlišení zajišťuje také větší pružnost při postprodukcii, což umožňuje upravovat a zpracovávat video bez ztráty kvality. Volba správné snímkové frekvence je také velmi důležitá. Vyšší snímková frekvence umožňuje plynulé a realistické záznamy pohybu, zatímco nižší snímková frekvence může vytvářet umělecký efekt nebo zachytit atmosféru a náladu scény. Za všech okolností je důležité dbát na správné nastavení formátu nahrávání, aby se zabezpečila maximální kvalita a profesionální výsledek. (Krejčík, 2023)

Když se bavíme o snímkové frekvenci v kontextu hudebního videoklipu, mluvíme o tom, kolik obrázků (nebo “snímků”) se zobrazí za sekundu. Toto číslo, známé jako snímková frekvence nebo FPS, nám udává, jak plynule se video pohybuje a jaký má vizuální styl. (Krejčík, 2023)

Existuje několik běžných snímkových frekvencí, které se používají v různých situacích – 24, 25, 30, 48, 50 a 60 snímků za sekundu. Kterou z nich vybereme, záleží na tom, co chceme s videem dosáhnout. Například, pokud chceme, aby měl videoklip filmový vzhled, můžeme se rozhodnout pro 24 nebo 25 snímků za sekundu.

Je zajímavé, že lidský zrak je schopen zpracovat 10 až 12 statických obrázků za sekundu, ale když je snímková frekvence vyšší než 60 fps, je pro nás těžké rozpoznat jakýkoliv další pohyb.

Při natáčení hudebního videoklipu, je důležité si uvědomit, že zvuk se nahrává jinak než video. Zvuk se nahrává ve vzorcích za sekundu, ne ve snímcích za sekundu. To znamená, že když synchronizujeme video a zvuk, musíme se ujistit, že jsou obě v souladu. (Rozum, 2020)

Většina hlavních hudebních videí se natáčí na 24 snímků za sekundu, ne na 30. To je proto, že 24 snímků za sekundu dává videu trochu jiný vzhled – někteří lidé by řekli, že je více “filmový” než hladký vzhled 30 snímků za sekundu. Ale nakonec je to otázka vkusu.

Pokud se tedy vrátíme k výběru správné techniky je třeba dbát na tyto parametry:

a) Digitální senzor v kameře je klíčovým prvkem pro zachycení světla a převedení ho na digitální signál. Tento senzor se skládá z několika vrstev filtrů, mikročoček a fotocitlivých buněk. Jeho parametry mají největší vliv na kvalitu výsledného obrazu. Nejvýznamnějším faktorem je velikost senzoru. V dnešní době se nejčastěji používají senzory typu:

APS-C (Advanced Photo System type-C) senzory mají střední velikost a poskytují vyváženou kombinaci kvality a kompaktnosti. Full-frame senzory ve velikosti full-frame jsou větší a poskytují vynikající obrazovou kvalitu. Jsou oblíbené mezi profesionálními fotografy.

b) Počet megapixelů na senzoru: Jejich počet udává, kolik obrazových bodů je senzor schopen zaznamenat. Pokud plánujete pouze natáčet videa, může se vyplatit volba senzoru s menším počtem megapixelů. Světlocitlivé buňky takového senzoru jsou větší, což umožňuje zachytit více světla. Výsledný obraz bude mít méně šumu, což je výhodné při natáčení za horších světelných podmínek nebo v noci. (Flores, 2018)

c) Snímková frekvence je parametr, který udává počet snímků zobrazených za jednu sekundu tzv. fps. U filmu se standardně používá 24 fps.

Mobilní telefony jako záznamové zařízení

Jedním z nejdostupnějších řešení pro natáčení videí je **mobilní telefon**. Tato možnost je vhodná zejména pro typy videí, které nekladou tak velké nároky na kvalitu obrazu a pokud s videotvorbou teprve začínáme. I když moderní mobilní telefony dokážou nahrávat až ve 4K rozlišení, mají své omezení v manuální kontrole expozice, ostření a barev. Navíc mají omezené úložiště, takže může dojít k přerušení záznamu kvůli nedostatku paměti (Mowat, 2021).

Výhodou je možnost jednoduchého nahrávání videí ve formátu 9:16, který se používá na některých sociálních sítích. Lepší mobilní telefony často disponují technologiemi, které lze najít i u fotoaparátů a kamer. Nicméně z dlouhodobého hlediska se u telefonu nevyplácí zůstat jako primární nástroj pro profesionální natáčení.

Profesionální kamery

Tyto kamery jsou navrženy s ohledem na profesionální kameramany, poskytují vysoký výkon a minimalizují použití automatických funkcí. Jejich hlavní předností je schopnost záznamu ve vyspělých formátech, jako je například ProRes nebo RAW, a pokrytí širokého barevného spektra. Výstupní obraz těchto kamer obvykle vyžaduje dodatečné úpravy v postprodukcii.

Akční kamery

Akční a 360° kamery jsou navrženy pro odolnost vůči vodě a znečištění a jsou charakterizovány kompaktní a pevnou konstrukcí. Používají širokoúhlé pevné objektivy, a některé modely mají objektiv umístěný po obou stranách těla kamery, umožňující tak záznam 360° obrazu. Dražší varianty těchto kamer nabízejí výbornou elektronickou stabilizaci obrazu. Tyto kamery jsou vhodné zejména tam, kde použití větších a profesionálnějších modelů není možné či příliš riskantní. Jejich záznam obvykle přitahuje pozornost diváků díky unikátním perspektivám, které nabízejí.

Drony

Drony, dálkově ovládané létající stroje, jsou využívány při tvorbě videí tam, kde je potřeba ukázat divákům objekty, které nelze úplně zachytit ze země, nebo kdy je potřeba zajímavé perspektivy. Profesionální modely dronů jsou vybaveny kvalitními kamerami a umožňují nasazení ND filtrů na gimbalu. Je však nutné respektovat platnou legislativu, která upravuje podmínky používání dronů.

3.2.2 Osvětlení

Osvětlení je klíčovým prvkem při tvorbě hudebního videoklipu. Správné osvětlení vytváří atmosféru a naladění scény, ovlivňuje vizuální podobu záběrů a zdůrazňuje důležité detaily. Osvětlovač vytváří a manipuluje s různými světelnými zdroji, aby dosáhl požadovaného

efektu. Zde jsou některé základní techniky osvětlení, které se často používají při natáčení hudebních videí:

Tříbodové osvětlení je základní metoda osvětlování, která obsahuje hlavní světlo (key light), doplňkové světlo (fill light) a zadní světlo (back light). Tato technika je základem pro většinu osvětlování ve filmu, televizi a v podstatě v jakémkoliv typu video nebo fotografického projektu.

Přirozené světlo: Někdy můžeme chtít (nebo musíme) natáčet svá hudební videa za přirozeného světla. I když máte k dispozici pouze přirozené světlo, stále byste měli dodržovat zásady tříbodového osvětlení. Dokonce i v situacích, kdy nemáte vůbec žádná světla, můžete stále simulovat svá tři hlavní světla pomocí předmětů jako jsou odrazové desky.

Dramatické vnitřní osvětlení: Tato technika využívá silné kontrasty mezi světlem a stínem k vytvoření dramatické atmosféry. Může být velmi účinná při vytváření intenzivních a emotivních scén.

Světlo shora: Tato technika používá jedno světlo umístěné nad scénou k vytvoření silných stínů a dramatického efektu.

Dvoubodové osvětlení: Tato technika používá dvě světla umístěná na opačných stranách scény. Tímto způsobem můžete vytvořit zajímavé stíny a dodat scéně hloubku.

LED trubicové osvětlení: LED trubicová světla jsou populární pro jejich flexibilitu a schopnost vytvářet různé barvy a efekty.

Při výběru osvětlení je důležité vzít v úvahu typ scény, kterou chcete natáčet, světelné podmínky a vzhled, který chcete dosáhnout. Každé světlo má své jedinečné vlastnosti a může přinést jiný pocit do vašeho videa.

Využívají se nejen světelné zdroje, ale také různé modifikátory světla. Tato zařízení slouží k upravování směru, intenzity, tvrdosti a barvy světla. Mezi nejčastěji používané v oblasti tvorby videoklipů patří odrazné desky, difuzéry, "vlajky", parafínové desky nebo barevné filtry a mnoho dalších druhů modifikátorů.

3.2.3 Gripová technika

„Gripová technika slouží ke stabilizaci kamery při pohybu.“ (Špetla, 2014 str. 38)

Druhy gripové techniky pro videoklipy:

Stativ: „Stativ je jednou ze základních pomůcek kameramana. Eliminuje otřesy a dovoluje plynule pohybovat s kamerou v horizontálním, vertikálním nebo šikmém směru.“

(Špetla, 2014 str. 38)

Stativ je velmi důležitý při fotografování a natáčení, protože nám pomáhá dosáhnout dokonalého a stabilního záběru. Bez stativu bychom se museli spoléhat pouze na naše ruce, a to by mohlo vést ke ztrátě kvality a rozostření snímků. Stativ nám umožňuje snadno přizpůsobit výšku, úhel a orientaci kamery nebo fotoaparátu.

Steadycam: Tato technika umožňuje plynulé sledování pohybu kamery bez otřesů. Steadycam operátor nosí speciální vestu s mechanickým stabilizátorem, který kompenzuje vibrace a pohyby. (Nayman, 2021)

Dolly: Dolly je pohyblivá platforma na kolečkách, na kterou je umístěna kamera. Pohyb dollym umožňuje sledování objektů nebo postav.

Crane: Kamerový jeřáb umožňuje vysoké a plynulé pohyby kamery. Je ideální pro velkolepé záběry a dynamické scény. (Maj, 2023)

Jib: Jib je menší verze kamerového jeřábu. Je snadno přenosný a umožňuje plynulé záběry z různých úhlů. (Johnson, 2022)

Slider: Slider je horizontální pohybová platforma, která umožňuje sledování objektů z boku. Je často používán pro detailní záběry. „Slider jsou miniaturní koleje, na nichž jezdí kamera po horizontální ose. Některé umožňují pohyb i ve vertikálním směru. Umisťují se na stativ a pokud mají nohy, tak na jakýkoliv pevný povrch.“ (Špetla, 2014 str. 39)

3.2.4 Objektivy

Objektivy jsou důležitou součástí technického vybavení při tvorbě hudebního videoklipu. Existuje mnoho různých typů objektivů, které umožňují různé ohniskové vzdálenosti a úhly

záběru. Krátké ohnisko je vhodné pro širokoúhlé záběry, které zvýrazňují kontext a prostředí. Dlouhé ohnisko je vhodné pro detailní záběry, například na hudebníka nebo hudební nástroj. Výběr správného objektivu závisí na zamýšleném výsledku a atmosféře videoklipu. Správně zvolené objektivy přispívají k estetice a vizuálnímu vyjádření hudebního videoklipu. Podle **Gatuma** (2018 str. 156) mají objektivy spolu s kamerou největší vliv na konečný vzhled obrazu.

Zde se podíváme na dva hlavní typy objektivů: **pevné objektivy** a **výměnné objektivy**.

Pevné objektivy jsou trvale připojeny k tělu kamery a nelze je od něj oddělit. Tyto objektivy se často používají v mobilních telefonech, webkamerách a levnějších fotoaparátech. Mají jednu pevnou ohniskovou vzdálenost, což znamená, že jsou ostřejší a mají nižší clonové číslo. Jsou ideální pro situace se špatným osvětlením nebo pro snímání s menší hloubkou ostrosti.

Výměnné objektivy mají konstrukci s tzv. bajonetem, kterým se připevňují k fotoaparátu nebo kameře. Tyto objektivy umožňují uživatelům volit ideální objektiv pro konkrétní účel. Díky nim lze výrazně zlepšit obrazový výstup kamery. Na rozdíl od pevných objektivů mají výměnné objektivy proměnlivou ohniskovou vzdálenost (zoom). To znamená, že pokrývají určitý rozsah ohniskových vzdáleností (např. 24-70 mm). Jsou velmi všestranné a užitečné v situacích, kdy je potřeba rychle měnit ohniskovou vzdálenost. Je však třeba mít na paměti, že jejich obrazové vlastnosti nemusí být tak dobré jako u pevných objektivů.

Další dělení podle Gatuma (2018) se objektivy dělí také podle konstrukce:

Objektivy s **pevnou ohniskovou vzdáleností** mají jednu konkrétní ohniskovou vzdálenost. Díky této vlastnosti jsou jejich parametry často mnohem lepší než u zoom objektivů. Jsou **ostřejší** a disponují **nízkým clonovým číslem**, což je výhodné pro snímání za špatného osvětlení nebo v situacích, které vyžadují menší hloubku ostrosti.

Skupina objektivů s **proměnlivou ohniskovou vzdáleností** se vyznačuje schopností plynulé změny ohniskové vzdálenosti. Tyto objektivy pokrývají určitý rozsah ohniskových vzdáleností (např. 24-70 mm). Jsou velmi všestranné a užitečné v situacích, kdy je potřeba rychle měnit ohniskovou vzdálenost. Je však třeba mít na paměti, že jejich obrazové vlastnosti nemusí být tak dobré jako u pevných objektivů.

Dále Gatuma (2018) dělí objektivy i podle ohniskové vzdálenosti:

Širokoúhlé objektivy mají kratší ohniskovou vzdálenost než standardní objektivy (méně než 40 mm u digitálních fotoaparátů standardu Full-frame). Díky svému širokému úhlu záběru jsou schopny zachytit větší část scény než standardní objektivy. Jsou ideální, pokud chceme do snímku dostat více detailů. Je však třeba mít na paměti, že širokoúhlé objektivy obvykle vykazují více optických nedokonalostí než standardní objektivy. (Gatuma, 2018)

Standardní objektivy mají ohniskovou vzdálenost, která se zhruba přibližuje lidskému vidění. U fotoaparátů standardu Full-frame odpovídá standardní ohnisková vzdálenost přibližně 40–55 mm. Tyto objektivy jsou často univerzální a mají úhel záběru podobný tomu, co vidíme pouhým okem.

Teleobjektivy mají delší ohniskovou vzdálenost (přibližně 60 mm a více). Jsou označovány jako teleobjektivy, protože poskytují úzký obrazový úhel. To znamená, že dokáží vyplnit snímek i vzdálené objekty. Při použití teleobjektivů během natáčení je však třeba dávat pozor na větší náchylnost na viditelné otřesy.

3.2.5 Záběry

Scéna (Scene): Jedná se o jednotku filmu, která zahrnuje sled událostí odehrávajících se na jednom místě a v jednom čase. Scény jsou často označovány čísly nebo názvy a jsou základní stavební kameny filmového příběhu.

Sekvence (Sequence): Sekvence je série spojených scén, které tvoří větší část filmu. Může se jednat o sled událostí, které spolu souvisí, nebo o tematicky spojené scény.

Záběr (Shot): Záběr je jediný snímek kamery, který zachycuje určitou akci nebo situaci. Existuje mnoho různých typů záběrů, jako jsou široké záběry, detailní záběry, střihy a další. (Koehler, 2016)

Záběry jsou středobodem hudebního videoklipu. Závisí na nich vizuální podoba a poutavost videoklipu. Existuje mnoho různých typů záběrů, jako jsou celkové záběry, detaily, blízké záběry, nebo různé pohybové záběry. Každý typ záběru má svůj význam a funkci, kterou plní v rámci příběhu nebo interpretace skladby. Správně zvolené záběry zajišťují pohledovou pestrost, dynamiku a emotivní provázání s hudbou. Je důležité vybrat vhodné záběry, které podporují příběh a poselství videoklipu.

Detailní záběr (Extreme Close-Up): Tento záběr je obvykle zaměřen na malý detail, jako je například tvář nebo oči postavy. Detailní záběr může být použit k zdůraznění emocí nebo důležitých detailů. (Gumelar, 2024)

Celkový záběr (Full Shot): Celkový záběr zobrazuje postavu od hlavy až k patě. Tento záběr je často používán k zobrazení pohybu postavy nebo interakce s prostředím. (Gumelar, 2024)

Polocelkový záběr (Medium Shot): Polocelkový záběr obvykle zobrazuje postavu od pasu nahoru. Tento záběr je ideální pro dialogové scény, ale také zobrazuje tělesnou řeč a více prostředí. (Gumelar, 2024)

Široký záběr (Wide Shot): Široký záběr zobrazuje postavu v kontextu jejího prostředí. Tento záběr je často používán k zobrazení místa a lokace. (Gumelar, 2024)

4 POSTPRODUKCE

Po dokončení natáčení následuje postprodukce. V této fázi se provádí střih, barevná korekce, vizuální efekty a další úpravy, které dodají finální vzhled videoklipu. Většina střihačské práce se odehrává během postprodukce. Střihač musí projít mnoha různými etapami střihu, aby dosáhl konečného uspořádání záběrů, které pak vytvoří hotový videoklip. (Bouassa, 2020)

4.1 Střih

Střih je klíčovou fází v procesu zpracování hudebního videoklipu. Zahrnuje výběr nejlepších záběrů, jejich sestřihání do logického a poutavého sledu a vytvoření rytmu, který odpovídá hudbě. Během střihu lze upravovat délku záběrů, přechody mezi nimi, určovat tempo a vytvářet různé efekty, které posilují vizuální podání. Kvalitní střih je důležitý pro vytvoření profesionálního a atraktivního videoklipu. (Krejčík, 2023)

Program pro střih

DaVinci Resolve

Program DaVinci Resolve je vysoce profesionální nástroj určený pro zpracování videa, který se často využívá během tvorby hudebních videoklipů. Tento software poskytuje širokou škálu funkcí, které umožňují precizní střih, úpravy barev, aplikaci efektů a další postprodukční úpravy. DaVinci Resolve si získal uznání mezi odborníky díky své výkonnosti a schopnosti pracovat s vysoce kvalitním videem. Jeho intuitivní rozhraní usnadňuje práci s videem a umožňuje tvůrcům vytvářet kvalitní a atraktivní hudební videoklipy. Společnost Blackmagic design, která stojí za vývojem tohoto software, také nabízí placenou verzi nazvanou DaVinci Resolve Studio, jež je nejvíce vhodná pro profesionály (Steiner, 2020).

Adobe Premiere PRO CC

Adobe Premiere Pro CC je software, který nabízí profesionální funkce a umožňuje upravovat video až do rozlišení 8K. Kromě složitějších vizuálních efektů program zahrnuje kompletní produkci videa, což znamená úpravu klipů, zvuku a barev. Protože Adobe Premiere Pro patří do služby Adobe Creative Cloud, skvěle spolupracuje s dalšími programy této společnosti. Pokud je tedy potřeba přidat do videa složitější efekty, motion grafiku nebo animaci, je

snadné spustit celý projekt v Adobe After Effects a poté pokračovat v práci v Adobe Premiere Pro. Program je placený prostřednictvím předplatného (Filmmaking lifestyle, 2022).

4.2 Výběr materiálu

Výběr správného materiálu je důležitým krokem během střihu hudebního videoklipu. Záběry musí odpovídat obsahu hudby a podpořit výrazový účel videa. Během výběru materiálu je nutné zohledňovat hudební žánr, text písně a celkovou atmosféru skladby. Tvůrčí rozhodnutí o tom, jaké záběry budou použity, mají zásadní vliv na konečný dojem z videoklipu a mohou udělat rozdíl mezi průměrným a kvalitním videem. (Krejčík, 2023)

4.3 Colorgrading

Po samotném střihu a aplikaci efektů přichází velice důležitá část postprodukce a tou je colorgrading, který do videoklipu vdechne novou duši a dokáže samotný videoklip posunout o stupeň výš.

Colorgrading, neboli barevná korekce, je klíčovým procesem v postprodukci videa, který se zaměřuje na úpravu barevných vlastností zachyceného obrazu. Tento proces zahrnuje úpravu kontrastu, ostrosti, hloubky černé, vyvážení bílé, barevné překryvy/spotlighty a celkovou saturaci.

Vytváření hudebních videoklipů často vyžaduje dynamický a vizuálně poutavý vzhled, který lze dosáhnout pomocí colorgradingu. Například, můžeme vytvořit vizuálně poutavý černobílý, rozdělený kanál barevného stupně bez použití ostatních pluginů.

Finálnímu vzhledu lze docílit těmito prvky:

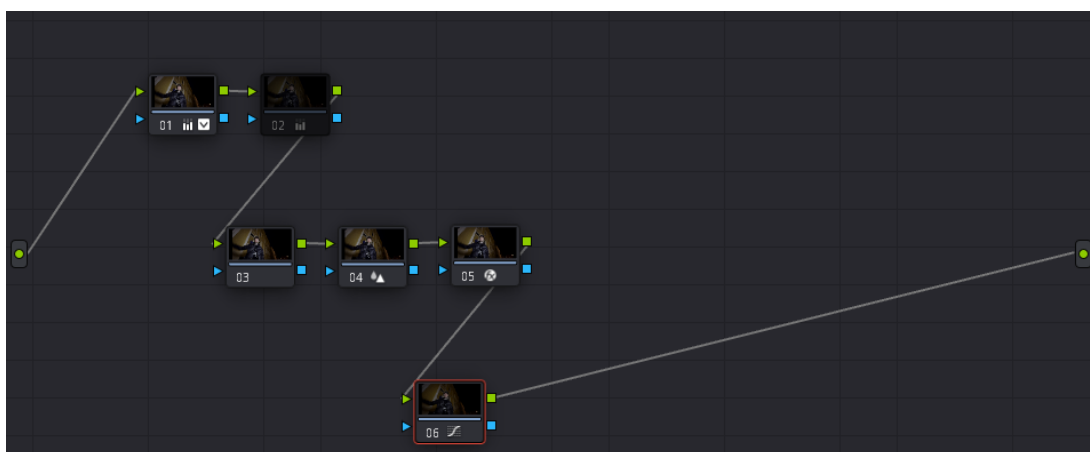
Ujistěte se, že světla nejsou přесvícená a stíny nejsou příliš tmavé. Nastavení světel a stínů se říká vyvážení expozice.

Dále je třeba opravit jakékoliv podivné barevné nádechy, zejména pokud bílá v naší scéně vypadá trochu modře nebo žlutě. Této části se říká vyvážení bílé.

Nesmíme dovolit, aby naše barvy byli buď příliš tlumené nebo příliš živé. To dokážeme zlepšit saturací.

Colorgrading může dramaticky změnit záběr, přeměnit den na noc nebo z drobného záběru vytvořit živou krajinu. Může udělat z backlotu místo z druhé strany světa. Nemusí být hlasitý a výrazný a může být malou úpravou záběru. Dokonce i jemný colorgrading může mít na publikum hluboký dopad. Colorgrading výsledného projektu zobrazuje Obrázek 1.

S colorgradingem je dobré počítat už v preprodukcí, zvolit si paletu barev, do kterých bude video stylizováno, a tomu např. přizpůsobit barvu oblečení nebo třeba osvětlení (Špetla, 2014 str. 96).



Obrázek 1 Colorgrading

Zdroj: Vlastní zpracování

4.4 Speciální efekty

Použití speciálních efektů v hudebním videoklipu může dodat výjimečnost a originalitu do vizuálního provedení. Speciální efekty mohou zahrnovat například animace, chroma key, různé filtry nebo manipulaci se záběry. Tímto způsobem lze vytvořit zajímavé a neobvyklé vizuální prvky, které posilují atmosféru a sdělení videoklipu. Pro tvorbu firemních videí v online marketingu se často využívá například tzv. klíčování, kdy je objekt nebo osoba natočena před barevným pozadím, nejčastěji zeleným nebo modrým, a to je následně nahrazeno jiným vizuálním obsahem (Maio, 2021).

4.5 Finální grafické prvky ve Photoshopu a export

Finální grafické prvky ve Photoshopu jsou důležitou součástí hudebního videoklipu. Pomocí tohoto programu lze vytvořit různé grafické prvky, jako jsou titulky, loga, animace a další vizuální prvky. Photoshop poskytuje tvůrcům možnost upravit a zdokonalit vizuální stránku

videoklipu a zlepšit jeho prezentaci. Důkladná práce s finálními grafickými prvky ve Photoshopu může videoklip posunout na vyšší úroveň a udělat z něj profesionální a esteticky atraktivní dílo.

Adobe Photoshop je mocný grafický editor, který nachází časté využití při upravování fotografií, tvorbě grafiky a designu. Ačkoli není primárně zaměřen na práci s videem, disponuje několika funkcemi, které mohou být užitečné při zpracování hudebních videoklipů. (Ullrich, 2021)

Na úplném konci videoklipu přichází na řadu tzv. „render“. Při renderování videa je nejzásadnější nastavit tyto parametry:

Kodek videa a zvuku • Formát videa • Datový tok • Rozlišení

Jakmile jsou parametry nastaveny, stačí v programu spustit render a vyčkat, než program video zpracuje do jednoho souboru (Baker, 2022).

5 PROPAGACE VIDEOKLIPU

Promo videoklip je nástrojem pro propagaci a šíření hudby skrze médium videa. Jeho hlavním úkolem je zaujmout a přitáhnout pozornost potenciálních posluchačů. V promo videoklipu se často využívají atraktivní vizuální prvky, které mají za cíl vytvořit silnou asociaci k hudbě a umělci. Kromě toho může promo videoklipu sloužit i jako prostředek k prezentaci a prodeji hudby skrze sociální sítě a online platformy. Skladba je ve videoklipu často zkrácena nebo upravena, aby se co nejvíce přiblížila potřebám daného kanálu či platformy, na které bude videoklip šířen. (William, 2022)

5.1 Propagace přes sociální sítě

Propagace přes sociální sítě je jedním z nejdůležitějších způsobů, jak dosáhnout cílového publika a efektivně šířit hudbu prostřednictvím promo videoklipu. Sociální sítě jako Facebook, Instagram, YouTube a Twitter nabízejí širokou škálu možností pro sdílení videí a interakci s fanoušky. Skrze tyto platformy můžete propojit své videoklipy s cílovou skupinou, vytvořit si vlastní komunitu a sledovat zpětnou vazbu od fanoušků. Strategie propagace na sociálních sítích by měla zahrnovat pravidelné a kvalitní obsahové příspěvky, spolupráce se sponzory, soutěže nebo výzvy pro fanoušky a využití placené reklamy pro zvýšení dosahu. (Jedličková, 2022)

5.2 Vliv digitálního prostředí na hudební videoklipy

Digitální prostředí silně ovlivnilo hudební videoklipy a změnilo způsob jejich tvorby, distribuce a konzumace. Díky digitálnímu prostředí se stalo možné jednoduše a rychle šířit videoklipy online a především přes sociální sítě, jako je YouTube, Facebook nebo Instagram. Internet umožňuje umělcům a hudebním producentům dosáhnout mnohem širšího publika a získat globální rozšíření hudby. Kromě toho digitální prostředí poskytuje možnost vyvíjet interakci s diváky a fanoušky prostřednictvím komentářů, sdílení, lajkování a dalších interaktivních funkcí. (Kubičková, 2023)

5.2.1 Online distribuce a streaming

Online distribuce a streaming se staly klíčovými pro hudební videoklipy v digitálním prostředí. Díky platformám jako YouTube, Spotify, Apple Music atd. mají umělci možnost

prezentovat své videoklipy a hudbu širokému publiku. Online distribuce umožňuje neomezenou dostupnost videoklipů, které mohou být sledovány kdykoli a kdekoli. Streamingové služby také poskytují umělcům a hudebním producentům možnost generovat příjmy prostřednictvím streamování jejich videoklipů a hudby.

5.3 Analýza a hodnocení hudebních videoklipů

Analýza a hodnocení hudebních videoklipů je procesem, který se zaměřuje na posouzení různých aspektů videoklipů a jejich vlivu na diváky. Během analýzy jsou zkoumány prvky jako je vizuální styl, réžie, scénář, choreografie a střih. Hodnocení se často zaměřuje na originalitu a kreativitu videoklipu, jeho schopnost vyjádřit obsah skladby a zapůsobit na diváky. Analytici hodnotí také technickou úroveň videoklipu, včetně kvality obrazu, zvuku a použitých efektů. (Pekárik, 2021)

5.3.1 Kritický pohled na videoklipy

Kritický pohled na videoklipy je důležitý při analýze a hodnocení jejich umělecké hodnoty. Kritici se zaměřují na různé aspekty videoklipů, jako je jejich estetika, poselství, originalita a přesnost vyjádření skladby. Hodnocení kritiky může mít vliv na veřejné vnímání videoklipu a umělce samotného. Kritikou videoklipů se zabývají jak odborníci v hudebním průmyslu, tak i nezávislí recenzenti a fanoušci hudby.

5.3.2 Úspěšnost a popularita videoklipů

Úspěšnost a popularita videoklipů jsou měřeny různými ukazateli, jako je počet zhlédnutí, sdílení a komentářů na online platformách. Videoklipy, které dosahují vysokých čísel ve statistikách, jsou považovány za úspěšné a populární. Úspěšnost videoklipu může také mít vliv na prodejnost skladby a umělecký profil interpreta. Popularita videoklipů je často spojena s jejich schopností vyvolat emoce, zaujmout diváky a stát se virálním jevem na sociálních sítích. (Foster, 2020)

5.4 Budoucnost hudebních videoklipů

Budoucnost hudebních videoklipů je neustále se vyvíjející a plná možností. S technologickým pokrokem se očekává zavedení nových prvků a funkcionalit, které umožní ještě větší interakci diváků s videoklipy. Virtuální realita a rozšířená realita by mohly být v budoucnosti běžně

využívané pro tvorbu inovativních a unikátních vizuálních zážitků. Dalším možným směrem je automatizace a využití umělé inteligence při tvorbě videoklipů, což může umělcům umožnit rychlejší a efektivnější zpracování jejich vizuálního materiálu. Budoucnost hudebních videoklipů je tak plná překvapení a novinek, které mohou změnit způsob, jakým vnímáme a konzumujeme tuto formu vizuálního umění. (Strnadová, 2021)

5.4.1 Experimentální přístupy a avantgarda

V oblasti hudebních videoklipů existuje prostor pro experimentální přístupy a avantgardu. Umělci mohou využívat různé netradiční prvky a techniky, které vytvářejí unikátní vizuální styl a estetiku. Experimentování s formátem videoklipu, kompozicí obrazu a zvukem umožňuje překročit hranice a vytvořit nekonvenční a inspirativní vizuální zážitek. Avantgardní videoklipy často kombinují různé umělecké disciplíny a prolamují stereotypy, čímž vytvářejí inovativní a originální podoby hudebních videoklipů. Tímto způsobem se rozšiřuje repertoár uměleckých prostředků a zvyšuje kreativita v oblasti tvorby hudebních videoklipů. (Skjerseth, 2022)

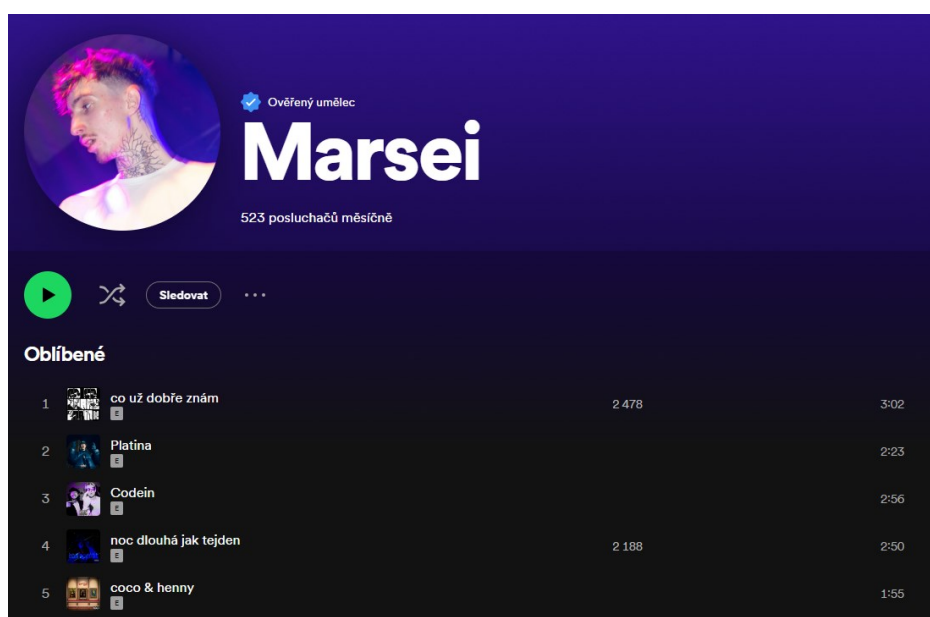
5.4.2 Proměny ve spotřebitelském chování

Proměny ve spotřebitelském chování mají vliv na to, jak jsou konzumovány hudební videoklipy. S nárůstem digitálních platforem a streamingových služeb se stále více lidí dívá na videoklipy online z mobilních zařízení. To vyvolává potřebu vytvořit videoklipy, které jsou přizpůsobeny menším obrazovkám a optimalizované pro rychlé a plynulé streamování. Spotřebitelé také vyžadují více interaktivních prvků a možností sdílení videoklipů na sociálních sítích. Tím se mění strategie propagace a distribuce videoklipů a klade se větší důraz na sociální média a online komunitu. Proměny ve spotřebitelském chování tak ovlivňují nejen produkci, ale i šíření a přijetí hudebních videoklipů veřejností. (Lis, 2021)

6 PŘÍPADOVÁ STUDIE TVORBY VIDEOKLIPU PRO INTERPRETA

6.1 Interpret

Dlouho jsem, přemýšlel, kterého interpreta oslovit ale tato otázka se vyřešila sama v okamžiku kdy se mi sám interpret ozval s tím, že chce za krátkou dobu natočit videoklip a poslat ho do soutěže. Mým interpretem pro tuto bakalářskou práci je interpret, který si přezdívá Marsei. Marsei je interpret z Rychnova nad Kněžnou, který svojí hudební kariéru teprve začíná. Na svém kontě má ale i přes to jedno album a jedno EP. Jeho profil na streamovací platformě Spotify lze vidět na Obrázek 2.



Obrázek 2 Interpret

Zdroj: Vlastní zpracování

Společně už jeden videoklip na kontě máme, a to na píseň s názvem „byl bych sober, kdyby to šlo“, na kterém jsem se podílel jako hlavní kameraman a režisér. Tento videoklip naleznete v příloze C. Videoklip pro tuto práci jsme primárně tvořili jako podklad do talentové rapové soutěže s názvem The Mag Wrap. The Mag Wrap je rapová soutěž, která dává příležitost mladým talentům. Ale jak jsem již zmiňoval na vytvoření videoklipu jsme kvůli této soutěži měli velmi málo času. Jednou z podmínek přihlášení se do soutěže byl vlastní videoklip, který Marsei zatím neměl, a tak jsme měli cca 5 dní na vytvoření kvalitního videoklipu, který ho bude v soutěži reprezentovat. Tuto nabídku jsem přijmul jako výzvu a pustili jsme se hned do práce. V celkové práci jsme museli zahrnout i časový nátlak, a proto jsme se do

vícenákladových projektů nepouštěli a snažili se dosáhnout co nejlepších výsledků v co nejkratším čase a s co nejnižšími náklady.

6.2 Rozbor skladby

Důkladný rozbor hudební skladby je nezbytný pro vytvoření odpovídajícího vizuálního doprovodu. Tato část práce bude analyzovat hudební strukturu, texty a nálady skladby. Mým základem je danou skladbu poslouchat pořád dokola, pouštět si dané části a neustále přemýšlet a vymýšlet, jak by mohl videoklip vypadat. Pro mě je důležité si pouštět skladbu i pomalu a přemýšlet na daným textem a spojovat si to s myšlenkami, které mi při hraní naskakují do hlavy. Téma skladby „Platina“ na kterou budeme daný videoklip točit je osobní vzestup a uvědomění si své pozice na rapové scéně. Celý videoklip by měl gradovat společně se samotnou skladbou. Hlavní myšlenkou bude tedy vzestup jak vizuální, tak osobní. Samotná skladba je dvě minuty a dvacet tři sekund dlouhá. Tím pádem není tak dlouhá jako bývají ostatní rapové skladby. Text skladby najdete v příloze A.

6.3 Videoklip

Vzhledem k omezenému časovému rámci pro realizaci videoklipu bylo rozhodnuto o vytvoření jednoduchého performativního videoklipu. Tento formát byl zvolen s cílem lehce přiblížit příběh a emoce, které měly z videoklipu vyzařovat.

V rámci snahy o minimalizaci rozpočtu byla veškerá postprodukční práce svěřena jedné osobě. Tato osoba byla zodpovědná za všechny aspekty postprodukčního procesu.

Pro produkční část projektu byli najati dva osvětlovači. Jejich úkolem bylo nasvítit jednotlivé scény videoklipu. Tato strategie umožnila efektivní využití dostupných zdrojů a zároveň zajistila kvalitní výsledek.

6.3.1 Lokace

První lokací pro tento videoklip je obyčejný panelákový sklep, jelikož jak jsem na začátku příprav psal držíme se konceptu „ze spodu na vrchol“ proto je sklep jakožto vyjádření nějakého dna a podzemí ideální lokací pro začátek videoklipu. Videoklip se bude postupně vyvíjet a po odhalení všech uhlů ve sklepech přejdeme do druhé a finální lokace, která se odehrává před budovou, kde se nachází nahrávací studio. Jednoduchým přechodem se tak dostáváme z „podzemí“ na „povrch“ kde videoklip pokračuje a taky končí.

6.3.2 Rozpočet

V našem nízkorozpočtovém videoklipu jsme se dostali na finální částku za celý projekt ve výši 2 000 Kč. Je však důležité si uvědomit, že v praxi se ceny za tvorbu videoklipů mohou výrazně lišit. Existuje široká škála cenových rozpětí, která závisí na několika faktorech, například na konceptu. Čím složitější je koncept videoklipu, tím více času a práce je potřeba věnovat jeho realizaci. Od jednoduchých konceptů až po komplexní příběhy, proto má každý projekt své specifické požadavky.

6.3.3 Technika

Vzhledem k omezenému času a náročnosti shánění profesionální techniky jsme se rozhodli využít pro natáčení našeho videoklipu nejnovější iPhone 15 Pro. Tento telefon nabízí řadu funkcí, které se blíží kvalitě profesionálních kamer.

iPhone 15 Pro je vybaven pokročilým fotoaparátem, který nabízí vysoké rozlišení až 48 megapixelů, optickou stabilizaci obrazu druhé generace a podporu pro super vysoké rozlišení fotografií (24MP a 48MP). Díky těmto funkcím je možné dosáhnout vynikající kvality obrazu, která se blíží kvalitě záznamu z profesionálních kamer.

Co je ale ještě zajímavější, je schopnost iPhone 15 Pro natáčet video v Apple novém 'Log' (logaritmickém) barevném profilu. Tento režim umožňuje natáčet 'ploché' záběry, které zachovávají široký dynamický rozsah a poskytují větší flexibilitu při barevném gradování v postprodukčních aplikacích jako je DaVinci Resolve.

Navíc, iPhone 15 Pro umožňuje přímé nahrávání na externí USB 3 úložiště, což je velmi užitečné pro dlouhodobé natáčení ve vysokém rozlišení. To vše z něj dělá ideální nástroj pro profesionální natáčení, pokud víte, jak ho správně využít.

Takže i když jsme natočili náš videoklip na mobilní telefon, výsledek se může měřit s tím, co bychom dosáhli s použitím profesionální techniky. A jak sám Apple uvádí, iPhone 15 Pro je určen i pro profesionální natáčení – jejich nedávné záběry z Apple eventu byly celé natočené právě na tento telefon.

6.4 Natáčecí den

V průběhu dne natáčení byla připravena veškerá potřebná technika, včetně záznamového zařízení (iPhone 15 Pro), externího úložiště pro velké soubory, dvou LED kruhových světel, jedné LED trubice, stativu a stabilizátoru.

Štáb, skládající se z režiséra, druhého kameramana s pomocnou kamerou a osvětlovače, byl svolán na první z dvou lokací - sklep v panelovém domě. Po nastavení kamery a světel bylo zahájeno natáčení.

Prvním prvkem videoklipu bylo intro, které mělo dramatický charakter a nastavovalo náladu a pocity celého videoklipu. Hlavní záběr (intro scény) byl dynamický, s interpretovými změnami polohy při statické poloze kamery. Osvětlení využívalo strobo efektu pro rychlé blikání světla.

Po pomalejším začátku následovala rychlejší část videoklipu, kde byly využity rychlé pohyby kamery a střídání se statickými záběry. Byly natočeny i doplňkové záběry, jako gesta interpreta nebo detaily jeho outfitu. Každý záběr byl natočen na celou délku, aby bylo možné si vybrat, které části budou použity v konečném videoklipu.

Osvětlení celé místnosti bylo zajištěno dvěma kruhovými LED světly a osvětlovač dokresloval detaily pomocí LED trubice. Na další lokaci byla využita pouliční světla pro osvětlení prostředí a LED trubice pro vytažení detailů. V této části byl hlavní pohyb záběru na interpretovi, který se po lokaci různě pohyboval, a kamera zachycovala důležité momenty.

Celková doba natáčení byla přibližně 3 hodiny a proběhla bez větších problémů.

6.5 Postprodukce

První fází postprodukce byl výběr vhodného softwaru pro tvorbu videoklipu. Byl zvolen program DaVinci Resolve, který je již dlouhodobě využíván a jeho bezplatná verze je dostatečná pro tvorbu videoklipů.

Po natáčení následovala fáze postprodukce, která byla realizována jedním členem týmu. Tato fáze zahrnovala:

1. Výběr materiálu: Všechny záběry a materiály byly prohlédnuty a rozděleny do tří kategorií: klíčové záběry pro výsledný videoklip, záložní záběry pro případ komplikací a nepoužité záběry, které se do klipu nedostanou.
2. Synchronizace s hudbou: Vybrané záběry byly synchronizovány s hudbou. Každý záběr byl upraven tak, aby ladil s rytmem hudby. Lipsync záběry byly synchronizovány s textem písně.
3. Střih: Střih byl postupně gradován a zrychlován v souladu s vývojem skladby. Po sestavení záběrů do sekvencí podle příběhu a hudby byl vytvořen hrubý střih. K tomuto střihu

byly následně přidány záběry s gesty a detaily. Postupně byly přidávány speciální efekty, přechody a animace.

4. Speciální efekty: Byly použity různé techniky, včetně zpomalení klipu pro vytvoření dramatické vložky, přechodů nazývaných “film burn” pro dosažení efektu starého filmu, který můžeme vidět na Obrázek 3 a lepší plynulosti mezi klipy, a “ghost effect” pro vytvoření dojmu průsvitnosti objektů nebo postav. Vytvoření a aplikaci efektů rozepíšu níže.

Mezi některými klipy jsem aplikoval přechody, které se nazývají „film burn“.



Obrázek 3 Burn effect

Zdroj: Vlastní zpracování

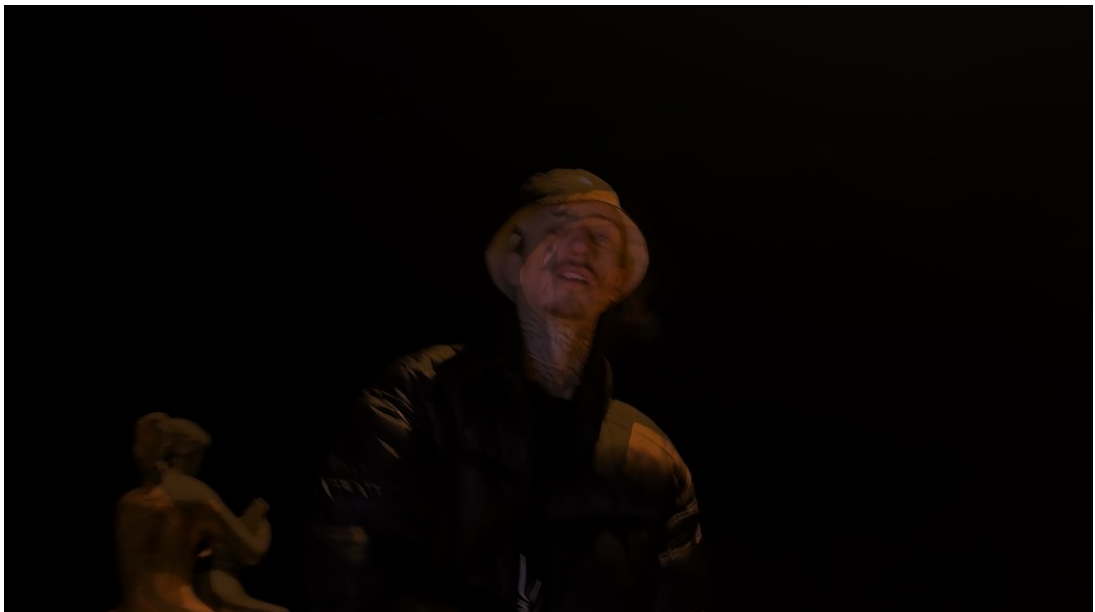
Film burn je speciální efekt, který se používá v kinematografii a videoprodukci. Tento efekt simuluje vypadnutí nebo přehřátí filmového materiálu, což vytváří dojem, že se film “spálil” nebo “prohořel”. Je to oblíbený stylizovaný efekt, který může přidat nostalgický nebo dramatický nádech do vašeho videa.

Díky nim jsem dosáhl efektu starého filmu a lepší plynulosti mezi dvěma klipy.

Druhá část byla, co se týče stříhů trochu náročnější, jelikož je více zaměřená na lipsync záběry, které byly složitější na synchronizaci. Co se týče efektů hlavním efektem, který byl použitý ve vedoucím záběru je takzvaný „ghost effect“, kterým lze jednoduše docílit zkopírováním jednoho klipu nad druhý a následným posunutím překrývajícího klipu o pár framů dopředu a snížením jeho opacity. Ghost effect lze vidět na Obrázek 4.

Ghost effect je speciální efekt, který se často používá ve fotografii a videoprodukcí. Tento efekt vytváří dojem, že objekty nebo postavy jsou průsvitné, jako by byly duchy nebo zjevení.

5. Barevná korekce: Barevná korekce byla provedena pro každou lokaci zvlášť. U první lokace byla použita černobílá barevná korekce, jak si lze všimnout na Obrázek 5. Černobílá barevná korekce mi seděla k náladě, k lokaci a také k samotnému textu v první části videa. U druhé lokace byly použity teplejší barvy v souladu s pouličními světly, jak ukazuje Obrázek 6.



Obrázek 4 Ghost effect

Zdroj: Vlastní zpracování



Obrázek 5 Colorgrading 1. lokace

Zdroj: Vlastní zpracování



Obrázek 6 Colorgrading 2. lokace

Zdroj: Vlastní zpracování

Celý střih trval cca 8 hodin. Dalším krokem po finálním střihu už je jen doprovodná grafika. Hlavním grafickým prvkem byl úvodní název skladby a jméno interpreta. Tento grafický prvek jsem vytvořil zvlášť v grafickém programu jménem Photoshop. Úvodní grafiku jsem vytvořil, aby seděla k samotnému tracku a jeho názvu „Platina“.



Obrázek 7 Úvodní grafika

Zdroj: Vlastní zpracování

Jak sem postupoval při tvoření kovového efektu písma ve Photoshopu:

Otevřu Photoshop a vytvořím nový dokument. Kliknu na nástroj Text (T) a napíšu požadovaný text. Upravím velikost a umístění textu podle potřeby.

Kliknu pravým tlačítkem na textovou vrstvu v panelu Vrstvy a vyberu Vrstevní styly. Aplikuji efekty jako Bevel and Emboss (pro třírozměrný vzhled), Gradient Overlay (pro přechodový efekt) a Drop Shadow (pro stín). Přidám kovovou texturu k textové vrstvě. Může to být fotografie kovového povrchu nebo vlastní vytvořená textura. Aplikuji texturu na textovou vrstvu pomocí vrstevních masek nebo režimu prolnutí. Vyberu vhodnou barvu pro kovový efekt. Stříbrná, zlatá nebo měděná jsou populární volby. Hraji si s různými nastaveními, abych dosáhl požadovaného vzhledu. Přidám odlesky na text pomocí vrstevního stylu Satin nebo Gradient Overlay. Na Obrázek 7 lze vidět finální grafiku před exportováním. Uložím svůj dokument ve vhodném formátu (např. PSD nebo PNG).

Finální grafiku přetáhnu do projektu s videoklipem a pohraju si s overlayem a opacitou, aby finální výsledek seděl k samotnému videoklipu. Odkaz na celý videoklip najdete v příloze B.

6.6. Promo

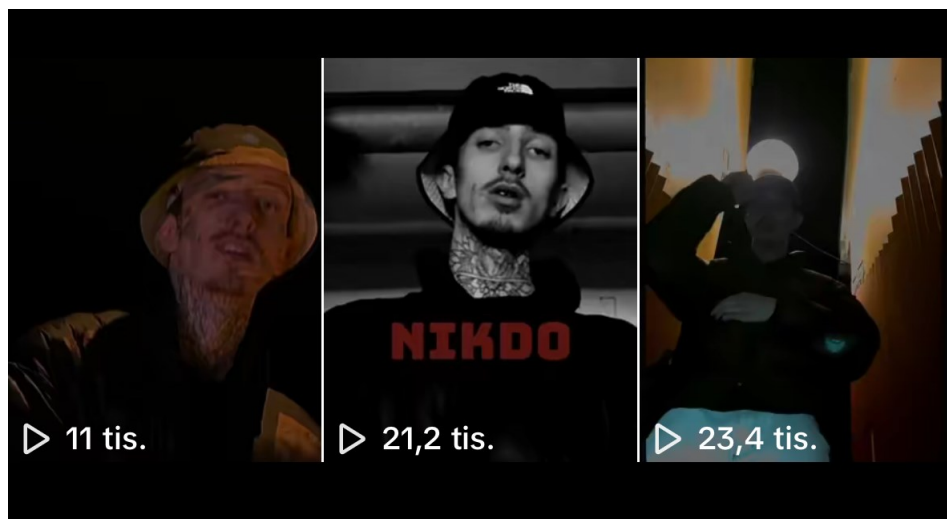
Propagace hudebního videoklipu na sociálních platformách Instagram a TikTok je klíčovým faktorem pro jeho úspěch a popularitu hudby interpreta. TikTok je považován za efektivní platformu pro objevování nové hudby, zatímco Instagram umožňuje sdílení hudby prostřednictvím různých funkcí, jako jsou stories, IGTV a příspěvky. Obsah, který je pro uživatele atraktivní, může na TikToku rychle získat virální popularitu, což může zvýšit dosah

hudby a videoklipu na globální úrovni. Propagace na obou platformách může zvýšit viditelnost a dosáhnout různých cílových skupin.

Pro šíření videoklipu na sociálních sítích bylo nutné přizpůsobit jeho formát požadavkům těchto platforem. Bylo provedeno přeformátování videoklipu do formátu s rozměry 1080x1920 pixelů pomocí programu DaVinci Resolve. Byly vyexportovány zajímavé a poutavé části videoklipu v tomto formátu.

Dalším krokem v procesu vytváření atraktivního videa pro sociální sítě bylo přidání titulků. Tyto byly vytvořeny v programu Captions, kde jsou automaticky generovány a mohou být následně upraveny podle preferencí uživatele.

Výsledná videa byla publikována na sociálních sítích, konkrétně na TikToku a Instagramu. Během týdne byly opakovaně sdíleny různé části z videoklipu, s důrazem na nejzajímavější momenty. Tímto způsobem byla dosažena větší viditelnost a interakce s obsahem. Na Obrázek 8 můžeme vidět jak si daná videa na sociální síti vedla.



Obrázek 8 Zhlédnutí na sociálních síti TikTok

Zdroj: Vlastní zpracování

7 SHRNU TÍ A PŘÍNOS

Primárním cílem tohoto videoklipu bylo reprezentovat interpreta v rámci talentové rapové soutěže The Mag WRAP, čehož se nám podařilo dosáhnout. Díky tomuto videoklipu se interpret probojoval do dalšího kola soutěže, čímž byl náš hlavní cíl úspěšně splněn.

Pokud jde o průběh tvorby videoklipu, v budoucnu bych se chtěl vyhnout takovému časovému tlaku, jakému jsme čelili u tohoto projektu, kdy zadání přišlo na poslední chvíli. Každý úspěšný projekt stojí na týmu schopných lidí, nikoli na jednotlivci, a to je další aspekt, kterému bych se chtěl u příští práce vyhnout. Pro další projekt bude pro mě klíčové shromáždit schopný tým a motivovat interpreta k větší investici do samotného videoklipu, abychom mohli posunout projekt na vyšší úroveň. To zahrnuje použití profesionální techniky, sestavení většího produkčního týmu a vývoj komplexnějšího konceptu pro samotný videoklip.

Díky dosažení našeho primárního cíle považuji tento projekt za úspěšný a přínosný. Tento projekt mi umožnil získat zkušenosti s tím, jaké to je zastávat všechny klíčové role v procesu tvorby videoklipu zcela sám, což mi přineslo mnoho ponaučení a zkušeností pro další projekty.

ZÁVĚR

Tato bakalářská práce se zaměřuje na vytvoření hudebního videoklipu, který má za cíl reprezentovat autora v soutěži a podpořit propagaci jeho hudby mezi širší veřejností.

Práce podrobně mapuje proces tvorby videoklipu, počínaje historií videoklipů, přes výběr techniky a kreativní procesy, které jsou pro videoklipy klíčové, až po konečnou publikaci a propagaci videoklipu na sociálních sítích.

Další kapitola je věnována praktické části, konkrétně tvorbě samotného videoklipu z pohledu autora. Autor zde popisuje tvorbu videoklipu z různých úhlů a pozic, které jsou součástí procesu tvorby videoklipu, od oslovení interpreta, přes práci kameramana, střihače až po editora.

V poslední kapitole je uveden retrospektivní pohled na úspěšnost videoklipu a zkušenosti z chyb, kterým by autor chtěl při budoucích projektech předejít.

Výstupem této práce je soubor informací popisujících proces tvorby videoklipu, který může sloužit jako průvodce pro začínající umělce, kteří se chtějí věnovat tvorbě videí a natáčení hudebních videoklipů. Tato práce by měla sloužit jako návod pro první projekty a úvod do tohoto odvětví. Je však důležité mít na paměti, že pokud by tvůrce chtěl realizovat produkčně náročnější projekt, je nezbytné se obrátit na odborníky v tomto oboru, využít profesionální techniku a celkově disponovat náročnějším pracovním zázemím.

POUŽITÁ LITERATURA

- ASCHER, Steven a PINCUS, Edward, 2012** The Filmmaker's Handbook: A Comprehensive Guide for the Digital Age. New York, New York: Plume, 2012. 818 s. ISBN 978-0452297289. (Původně publikováno jako: The Filmmaker's Handbook / Edward Pincus a Steven Ascher, 1984.)
- BAILEY, Logan. 2022.** Pro Tip: Exporting a Finished Video from Premiere Pro. Premium Beat. [Online] Dostupné z: <https://www.premiumbeat.com/blog/pro-tip-exporting-a-finished-video-from-premiere-pro/>. [cit. 2024–03-25]
- BAKER, Logan. 2022.** Pro Tip: Exporting a Finished Video from Premiere Pro. Premium Beat. [Online] Dostupné z: <https://www.premiumbeat.com/blog/pro-tip-exporting-a-finished-video-from-premiere-pro/> [cit. 2024–03-25]
- BERÁNEK, A., 2023** Komparace obsahu rapových textů v USA a České republice. Praha, 2023. 36 s. Bakalářská práce (Bc). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce Mgr. Andrej Halada, PhD. ISBN 978-80-7335-607-6 12.
- BLAŽKE, R., 2022** Vizuální identita hudebního alba. 2022. Dostupné z: http://digilib.k.utb.cz/bitstream/handle/10563/54021/bla%C5%BEke_2023_dp.pdf?sequence=-1 [cit. 2024–03-25]
- BOUASSA, Z., 2020** Postproduction process for abstract video creation within an interactive product. 2020. Dostupné z: <https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/150004/Bouassa%20-%20Proceso%20de%20postproducci%C3%B3n%20para%20la%20creaci%C3%B3n%20de%20v%C3%ADdeo%20abstracto%20dentro%20de%20un%20producto%20int....pdf?sequence=1&isAllowed=y> [cit. 2024–03-25]
- BROWN, Blain, 2020** The Basics of Filmmaking: Screenwriting, Producing, Directing, Cinematography, Audio, & Editing. 1. vydání. Londýn: Routledge, 2020. 174 s. ISBN 978-0429398766
- BURIANOVÁ, B., 2020** Komunikační a marketingový plán vybraného kulturního zařízení. Plzeň, 2020. Diplomová práce (Ing.). Západočeská univerzita v Plzni, Fakulta ekonomická. Vedoucí práce Ing. Petr Janeček, Ph.D

- DUDOVÁ, B. P.** Československá populární hudba 60.–80. let 20. století a její přetrvávající mezigenerační popularita se zaměřením na českou scénu. Dostupné z: https://theses.cz/id/qwhilw/Diplomova_prace_Petra_Dudova.pdf [cit. 2024–03-25]
- FLORES, David, 2018** How Important are Megapixels Really? [online]. B&H Photo Video. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=cKPPeSxMUc&ab_channel=B%26HPhotoVideoProAudio [cit. 2024–03-25]
- FOSTER, D., 2020** Factors influencing the popularity of YouTube videos and users' decisions to watch them. Wolverhampton, 2020. 265 s. Doktorská disertační práce (Ph.D.). University of Wolverhampton, Faculty of Arts, Business and Social Sciences. Advisor: Prof. Michael Thelwall.
- GATCUM, Chris, 2018** Kompletní fotografie. Brno : Zoner Press, 2018. ISBN 978-80-7413-378-7.
- GUMELAR, M. S., 2024** Mastering the Art of Screenwriting & Storyboard: From Words to Visuals for Animation and Movies. 2024. Dostupné z: https://books.google.cz/books?hl=en&lr=&id=0Jb5EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR3&dq=Full+Shot:+The+full+shot+displays+a+character+from+head+to+toe.+This+shot+is+often+used+to+depict+the+character%27s+movement+or+interaction+with+the+environment.&ots=Z4L511b3Y8&sig=Nof-0uwuxzmuF2wdXn4yFWDptlg&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false [cit. 2024- 03-25]
- HORNÝ, Stanislav, 2013** Úvod do multimédií. Vyd. 1. Praha: Nakladatelství Oeconomica, 2013. 308 s. ISBN 978-80-245-1987-6
- JOHNSON, T., 2022** My Journey Through Cinematic Camera Movement. 2022. Dostupné z: <https://scholarworks.sfasu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1513&context=etds> [cit. 2024–03-25]
- JANDOVÁ, M., 2020** Dance for Camera. Teoretické a praktické principy. 2020. Dostupné z: <https://dspace.amu.cz/jspui/handle/10318/14743> [cit. 2024–03-25]
- JEDLIČKOVÁ, I., 2022** Streamovací služby jako nástroj pro propagaci a distribuci hudby. 2022. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/174192/130331024.pdf?sequence=1> [cit. 2024–03-25]

- KNOBLOCHOVÁ, J., 2020** Využití sociálních sítí ve vybrané firmě. 2020. Dostupné z: https://dspace.jcu.cz/bitstream/handle/20.500.14390/42147/bakalarska_prace_-_Knoblochova.pdf?sequence=1 [cit. 2024-03-25]
- KOMÁR, Matěj, 2022.** Proměnlivost, metafikce a ironie jako audiovizuální strategie videoklipů Johna Mayera. Online. Bakalářská práce. Olomouc: Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta. 2022. Dostupné z: <https://theses.cz/id/2cnjck/>. [cit. 2024-03-25]
- KOMÁRKOVÁ, B. C. K.** Proměny graffiti a street art v České republice od 90. let po současnost. Dostupné z: https://is.muni.cz/th/tbc8j/DP_Komarkova_Klara.pdf [cit. 2024-03-25]
- KOCH, Janin a kol, 2020** SemanticCollage: enriching digital mood board design with semantic labels. Proceedings of the 2020 ACM Designing Interactive Systems Conference. 2020. Dostupné z: <https://inria.hal.science/hal-03047463/document> [cit. 2024-03-25]
- KREJČÍK, L., 2023** Problematika tvorby reklamního spotu pro odlišná média. 2023. Dostupné z: https://dk.upce.cz/bitstreamupce/handle/10195/81611/KrejcikL_ProblematikaTvorby_MK_2023.pdf?sequence=3 [cit. 2024-03-25]
- KUBÍČKOVÁ, B., 2023** Případová studie podoby audio streamovací platformy Spotify. 2023. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/bitstream> [cit. 2024-03-25]
- LIS, M., 2021.** Změny v hudebním průmyslu způsobené rozvojem digitální distribuce. Zlín, 2021. 55 s. Bakalářská práce (Bc). Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací, Katedra multimediálních studií. Vedoucí práce Ing. Petr Janeček, Ph.D. ISBN 978-80-7454-994-3
- MAJ, J., 2023.** One take as a technical and organizational challenge for filmmakers in Poland. Quarterly Review of Film and Video, 2023. Dostupné z: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/10509208.2023.2225404> [cit. 2024-03-25]
- MAIO, Alyssa, 2021.** What is VFX. [online]. Studiobinder, Dostupné z: <https://www.studiobinder.com/blog/what-is-vfx/> [cit. 2024-03-25]
- NAYMAN, A. David Fincher, 2021.** mind games. 2021. Dostupné z: <https://books.google.cz/books?hl=en&lr=&id=6UIdEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PT7&dq=Stea>

dycam:+This+technique+enables+the+smooth+tracking+of+camera+movement+without+shakes.+The+Steadycam+operator+wears+a+special+vest+with+a+mechanical+stabilizer+that+compensates+for+vibrations+and+movements.&ots=6ndDJkc-GN&sig=hEB0-MQ4hfUmbh6YEZZEO9yrAHO&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false [cit. 2024- 03-25]

NUNVÁŘOVÁ, J., 2024 Využití digitálního storytellingu v odborném předmětu na střední škole. Hradec Králové, 2024. 133 s. Disertační závěrečná práce. Univerzita Hradec Králové, Pedagogická fakulta. Vedoucí práce prof. RNDr. Petra Poulová, Ph.D78. [cit. 2024-03-25]

PEKÁRIK, M., 2021. Přístup k tvorbě kategorií hudebního klipu (Bára Poláková: Případová studie). Zlín, 2021. 63 s. Diplomová práce (Ing.). Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně, Fakulta multimediálních komunikací, Katedra multimediálních studií. Vedoucí práce Ing. Petr Janeček, Ph.D. ISBN 978-80-7454-994-3 34.

PLAKHOTNIK, Oleh, 2022. et al. "The Importance of Multimedia for Professional Training of Future Specialists." *International Journal of Computer Science and Network Security* 22.9 (2022): 43-50. [online]. Dostupné z: https://www.researchgate.net/publication/364651276_The_Importance_of_Multimedia_for_Professional_Training_of_Future_Specialists [cit. 2024–03-25]

POLOLÁNÍKOVÁ, H., 2022. Kontakt, konflikt, transformace. Využití filmu a videa v tvorbě současných básníků, komparativní analýza. 2022. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/175069/130336469.pdf?sequence=1> [cit. 2024–03-25]

ROZUM, O., 2020. Čistý střih zvuku se zaměřením na dialogovou stopu. 2020. Dostupné z: amu.cz [cit. 2024–03-25]

SANDMEIER, Adrian, 2019. Video Marketing for Marketers: Building Trust, Engagement, and Conversion on the Customer Journey. Carson City : Lioncrest Publishing, 2019. ISBN 978-1544505923.

SACHAMBULA, William Mendonca, 2022. Marketing nezávislého hudebního vydavatelství. Praha: ČVUT, 2022. Bakalářská práce. České vysoké učení technické v Praze, Masarykův ústav vyšších studií. Vedoucí práce: doc. RNDr. Bohumír Štědroň, CSc. ISBN 978-80-01-07061-9

- SKJERSETH, Amy Elizabeth, 2022.** Music's Visual Waves: Popular Music Technology and Audiovisual Aesthetics. Chicago, 2022. 290 s. Doktorská disertační práce (Ph.D.). University of Chicago, Department of Music. Advisor: Prof. Travis A. Jackson.
- SPĚVÁKOVÁ, K., 2023.** Analýza dokumentární produkce online streamovací služby Netflix. Praha, 2023. 80 s. Diplomová práce (Mgr.). Univerzita Karlova, Fakulta sociálních věd, Katedra mediálních studií. Vedoucí práce prof. Mgr. Martin Štoll, Ph.D. ISBN 978-80-7335-607-6 56.
- ŠPETLA, Petr, 2014.** Svět v hledáčku. Olomouc: E-shop Petr Špetla, 2014. Dostupné z: <https://eshop.petrspetla.cz/produkt/svet-v-hledacku/> [cit. 2024-03-25]
- STRNADOVÁ, K., 2021** "Vývoj využití Computer-generated imagery animace v médiích." *is.muni.cz*. Brno: Masarykova univerzita. Dostupné z: https://is.muni.cz/th/uxm24/Bakalarska_prace_Strnadova_Karolina.pdf [cit. 2024-03-25]
- TKÁČ, V., 2021.** Počátky a vývoj českého hip hopu v tuzemských hudebních časopisech. 2021. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/151305/120396975.pdf?sequence=1> [cit. 2024-03-25]
- TKACHENKO, M., 2020.** Rockový videoklip jako žánr a jeho prostředky. Dostupné z: https://is.slu.cz/th/w717x/Bakalarska_prace_Maksym_Tkachenko_2020.pdf [cit. 2024-03-25]
- ULLRICH, D., 2021.** Tvorba a zpracování videa v programu Adobe Premiere Pro. 2021. Dostupné z: http://digilib.k.utb.cz/bitstream/handle/10563/46145/ullrich_2021_dp.pdf?sequence=1 [cit. 2024-03-25]
- ZEMKOVÁ, A., 2022.** Videoart/Nové možnosti veřejné instalace. 2022. Dostupné z: <https://dspace.cuni.cz/bitstream/handle/20.500.11956/173155/130329992.pdf?sequence=1> [cit. 2024-03-25]

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha A – Text skladby

Příloha B – Odkaz na videoklip pro interpreta

Příloha C – Odkaz na starší videoklip

PŘÍLOHA A: Text skladby

Vyměnil sny za cíle a ty
teď zářej jak platina
č*bka vypadá jak Pamela

Sedím na gauči a hulím
gramový ona jí mě tak jak
pomelo

Moc se neperu no od nás
ti někdo dá s radostí
koleno za mě

Snad to nebolelo

O čem to melu, když
stejně je mi to fuk

Koukej jinam ti to dam
pod volant neboj je to
čistý

Nejsem na světě jen proto
abych ubíral kyslík

Já vím to

Já vím to

Nasedám do auta přímo
na zadní a balím to neboj
se bude to presto

Neboj se nic po mě
nezbyde nikdo nic
nenajde

uklidil všecko

Jestli furt žiješ ve světě,
kde tráva je droga tak si
asi neviděl nic bro

Moc se ti omlouvám pro
deb*ly už mi tady fakt
nezbylo místo

Úzkej kruh mam tak moc
ze kdybych ho zkrátil víc
tak jsem sám

Vím kdy ticho má bejt
dvakrát tolik platí to pro
benga

Když to hrotím tak jdeš
spát

Když se budím ty furt spis

Jsem furt cool nonstop
high jsem

Model mě dostává trochu
výš

Model mě dostava výš 4x

Na tebe nemám teď mood

Sedím a balím backwood

Černý shades můj stav je
cool

Furt ve studiu nevím, jak
to vypadá venku

Štěkaj ale jsou to fenky

sober jsem tak pálím
venky

Jenom vodu dej do
sklenky

Ta hranice je moc tenká

Zmrdi vědí, kam mají
chodit

Když chtěj love jdou do
banky

Když chtěj model jdou za
námi

Když chtěj víc tak přijdou
taky

Nad náma se stahujou
mraky

Když nechci nemusím nic

Já nikdy nebyl pako

Točím love a nenosím
sako

Možná sakly huh

hulím kila v bagu pytel

A v krku mam sucho

Pořád piju vodu vittel

Nemám na louis vitton

Stejně budu bigger

Krytej jsem jak wicker

Tma hustá je jako likér

Lidi neviděj jak clicker

Vidím je ničit se p*kem

Odpálím s*it hraju cricket
wow

Gram v kapse pro sychr
mam

to čemu ty říkáš keyhole

Tak já říkám dieta

Nojono

Dam to do sebe

Jsem v poho

Bejbe točí se

řvu lets go

potom o ni píšu text

PŘÍLOHA B: Odkaz na videoklip

Originální videoklip v plné kvalitě najdete na adrese:

https://www.youtube.com/watch?v=V6ftLIEiMc&ab_channel=Marsei

PŘÍLOHA C: Odkaz na starší videoklip

<https://www.youtube.com/watch?v=05bP7ke5XSk&pp=ygUOYnlsIGJ5Y2ggc29iZXI%3D>