





VÍTEJTE!



Témata

- **Co jsou audiovizuální média**
- **Předprodukce**
- **Produkce**
- **Postprodukce**



V následujícím 5hodinovém workshopu budou probrána tato témata:

- **Co jsou audiovizuální média**
- **Předprodukce**
- **Produkce**
- **Postprodukce**

Produkce 3minutového videa

za použití
mobilu



Finálním produktem tohoto workshopu je 3minutový rozhovor vytvořený pomocí mobilu.

Dnešní životní styl je velmi rychlý a včerejší zprávy jsou tak málokdy relevantní. Kvalita tím pádem není tak důležitá jako kontext. Z toho důvodu je tvorba audiovizuálních médií pomocí chytrých mobilů velmi populární.

AKTIVITA I

Od A do Z

5

Facilitátor požádá účastníky, aby se postavili do řady podle jejich jmen v abecedním pořadí od A do Z. Účastníci nesmí mluvit, ale mohou používat gesta. Mají na splnění úkolu 5 minut. Po dokončení aktivity účastníci řeknou svá jména a připraví si jmenovku.

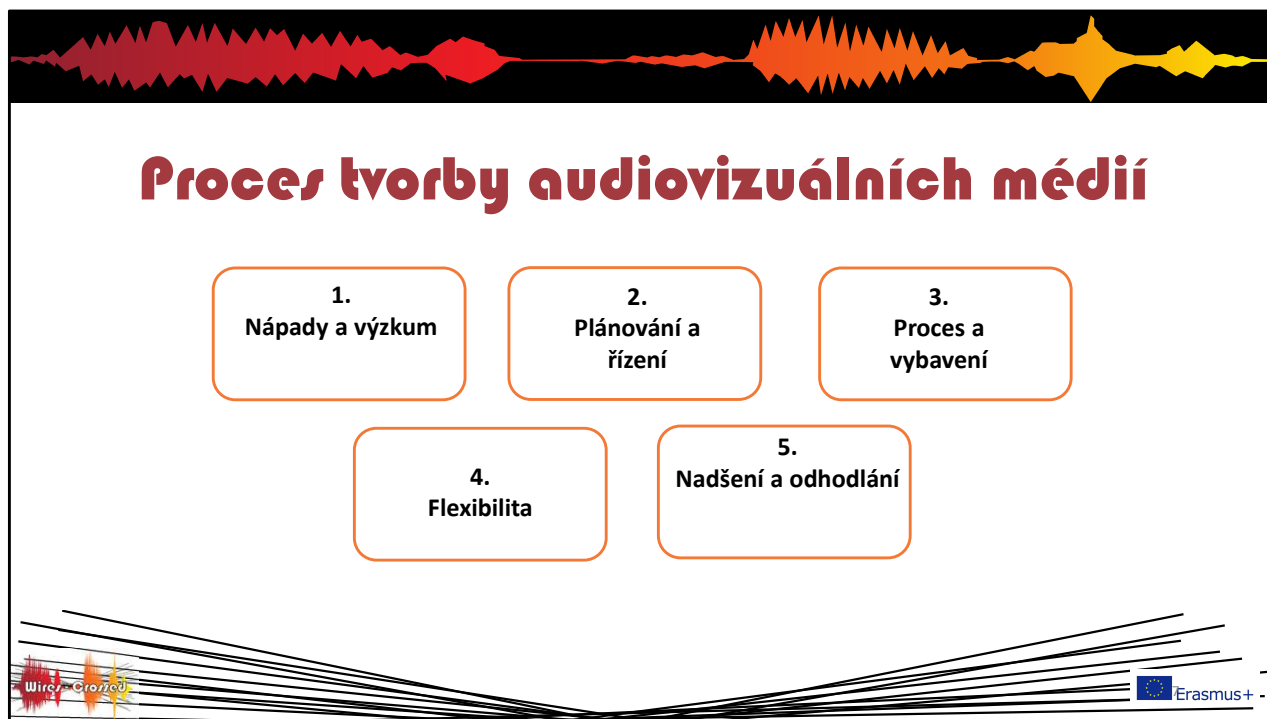
Co jsou audiovizuální média?

- Definice média: „Prostředek komunikace, kanál, jehož prostřednictvím jsou zprávy směřovány a předávány jednotlivcům nebo od jednoho člověka k druhému“.
- Audiovizuální média jsou ta, která kombinují zvukový a vizuální obsah ke zprostředkování zpráv příjemcům.



Kniha „Media Studies: Texts, Production and Context“ definuje média takto: „Prostředek komunikace, kanál, jehož prostřednictvím jsou zprávy směřovány a předávány jednotlivcům nebo od jednoho člověka k druhému“.

Velmi jednoduše řečeno, audiovizuální média jsou ta, která kombinují zvukový a vizuální obsah ke zprostředkování zpráv příjemcům. Patří sem videofilmy, televizní vysílání i videa na sociálních médiích.



Pro vytvoření úspěšného audiovizuálního mediálního projektu je potřeba následovat tento proces o pěti krocích.

1. Nápady a výzkum

Základem jsou kreativní a teoreticky informované nápady. Prostřednictvím důkladného výzkumu realisticky zhodnoťte, zda jsou cíle projektu dosažitelné a jak úspěšný by byl výsledek.

Potřebujete-li získat nový nápad, zkuste se inspirovat podobnými videi a žánry a ukončete výzkum ve chvíli, kdy tématu zcela porozumíte. Položte si následující otázky: Liší se váš nápad od těch, které znáte, nebo je pouze kopíruje? Co byste měli změnit, aby byla hlavní myšlenka více kreativní? Mohli byste obrátit existující myšlenku: například místo toho, aby pes kousnul člověka, tak člověk kousne psa?

Nabízí váš nápad nový zajímavý způsob, jak něco zachytit z nového technického nebo estetického pohledu? O jaký žánr se jedná? Kdo je vaše cílová skupina? Koho zastupuje, jaký je účel? Dalo by se to říct očima někoho jiného?

2. Plánování a řízení

Naplánujte všechny kroky výroby a vypracujte harmonogram. Získejte vše potřebné: lidi, finanční prostředky, prostory a vybavení. Zajistěte dobrou týmovou komunikaci,

pokud pracujete ve skupině.

3. Proces a vybavení

Vzdělejte se v oblasti výrobních procesů a potřebných zařízení k výrobě videa. Čím více znalostí a praxe získáte, tím lepšími se станete.

4. Flexibilita

Reagujte na měnící se okolnosti klidným, pozitivním a kreativním způsobem.

5. Nadšení a odhodlání

Vyberte si téma, které vás zajímá. To vám pomůže soustředit se a udržet nadšení, motivaci a úsilí k dokončení projektu.



Nyní se podívejme krok za krokem na pracovní postup audiovizuální produkce. Klíčové je pochopit, že proces výroby videa je lineární proces: nemůžete skákat dopředu a dozadu mezi fázemi nebo některé části přeskočit. Před každou další fází procesu je nutné dokončit fázi předchozí. První fází je: Předprodukce.



Krok I: Definování tématu

9

Prvním krokem předprodukce je definování tématu.



Existují dva druhy výzkumu:

Primární výzkum: získávání nových dat na dané téma z různých zdrojů.

Sekundární výzkum: využívá informace shromážděné jinými lidmi, např. v knihách, novinách, na internetu atd.



Nápad

11

Stanovte hlavní myšlenku vašeho videa.
Hlavní myšlenka by měla vzniknout na základě výzkumu.

Asha

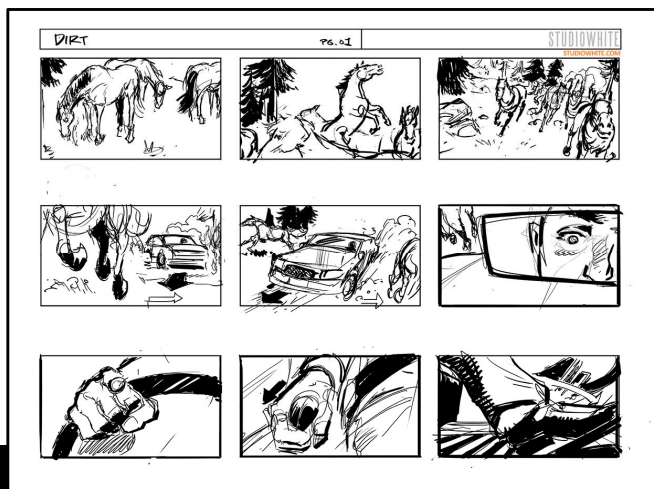
Shot	Picture	Audio	Time
1	Long Shot Corridor of the studio of Asha, One of the doors is a bit open.	Asha is singing	3
2	Long Shot The studio room with Asha and Sani rehearse a song	Asha is singing	7
3	Medium Close-Up/ MCU Asha singing	Asha singing	10
4	Close-Up/ MCU Asha is listening the recording of the song and then put down the headphones and start talking	Music from the headphones Asha: music is love. I sing since I was child. Different styles: opera, jazz, chansons... I love also to improvise, sometimes I sing about the situation around me. I play in 3 different bands and different theatre performances	40

Krok 3: Vývoj skriptu

12

Třetím krokem je Vývoj skriptu.

Po stanovení nápadu je dalším krokem napsání skriptu. Skript je jedním z klíčových dokumentů, obsahuje informace o jednotlivých scénách, záběrech, popisu postav, místech a dialozích.



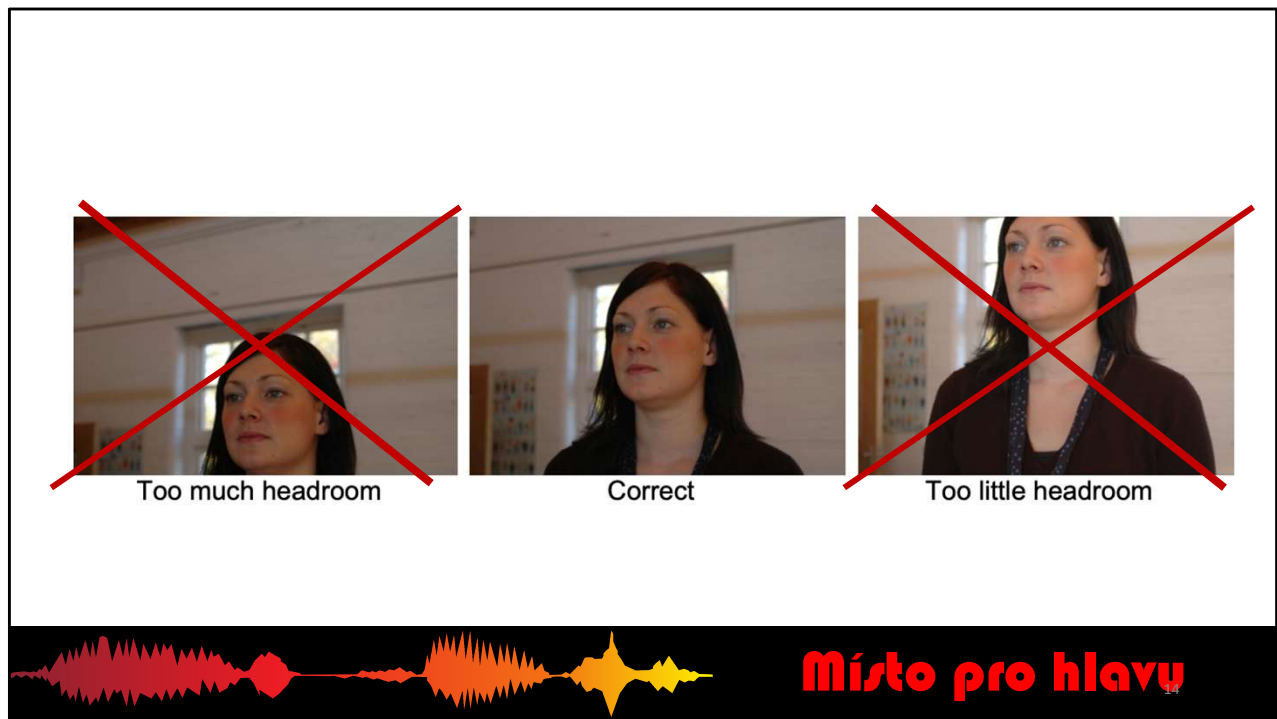
Krok 4: Storyboard

13

Čtvrtým krokem je vytvoření storyboardu.

Storyboard obsahuje téměř totožné informace jako skript. Zásadní rozdíl spočívá v tom, že storyboard zahrnuje vizuální reprezentaci každého ze záběrů. Díky tomu snadno poznáte, jaké rámování, úhel pohledu a pohyby, které daná scéna využívá.

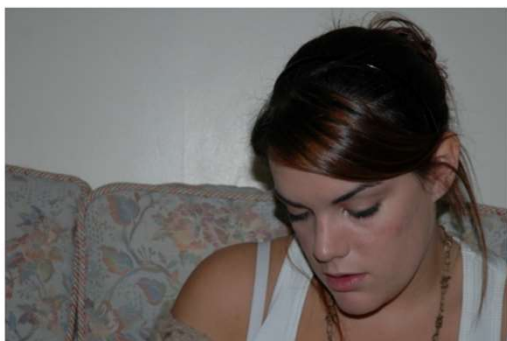
Storyboard napomůže vývoji a naplánování každého ze záběrů.



Důležitá pravidla, která je třeba vzít v úvahu při vývoji scénáře, jsou tato:

1. Pravidlo místa pro hlavu

Při rámování lidí musí být zachován vhodný dostatek místa nad jejich hlavami.



Correct



Incorrect



Pohled do kamery ¹⁵

2. Pravidlo pohledu do kamery

Natáčený musí mít dostatek prostoru, aby se mohl dívat „do kamery“. Jeho tvář zároveň nesmí být „namáčknutá“ k okraji záběru.

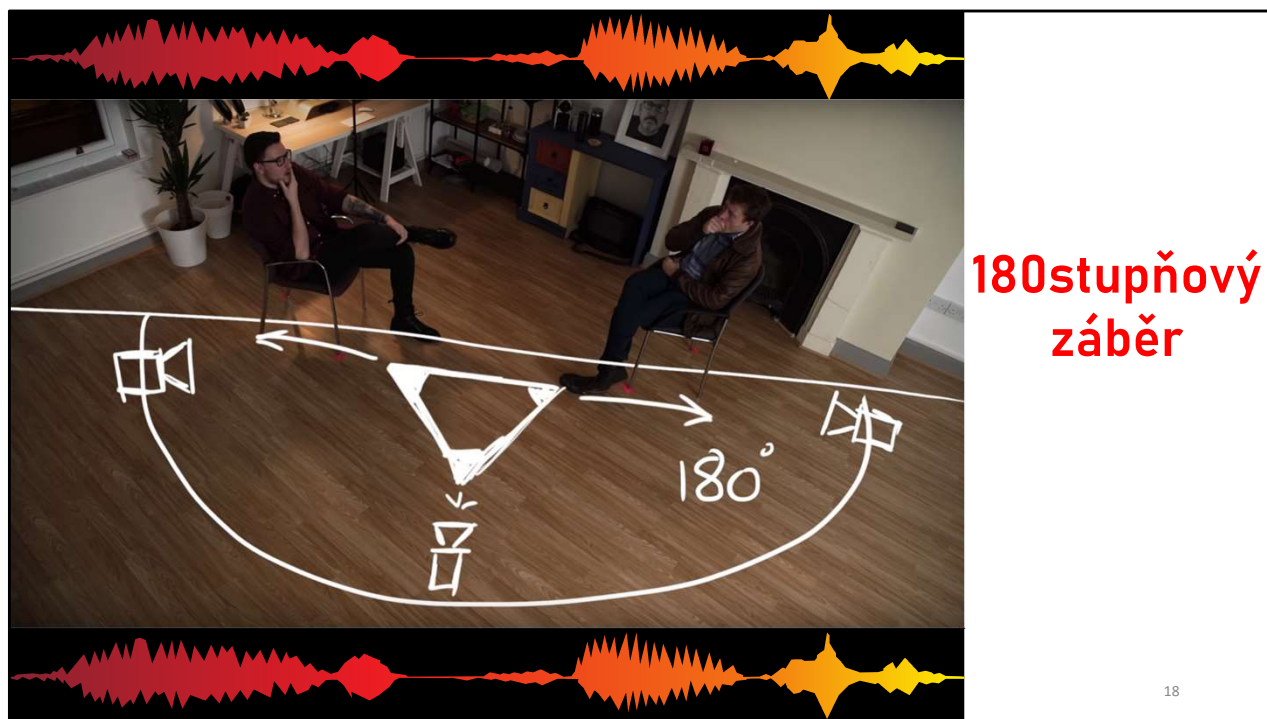


3. Pravidlo třetin

"Pravidlo třetin" je koncept ve video a filmové produkci, který rozděluje obraz do devíti imaginárních částí, jak je znázorněno výše. Tím se vytvoří referenční body, které fungují jako vodítka pro rámování obrazu. Hlavním předmět zájmu v rámci záběru není umístěn uprostřed, ale na liniích mřížky.



Pravidlo třetin je využíváno i při rozhovorech.



4. 180stupňový záběr

Ve filmu je pravidlo 180 stupňů základním vodítkem pro prostorový vztah na obrazovce mezi jedním a druhým subjektem nebo objektem na scéně. Udržováním kamery na jedné straně imaginární osy mezi dvěma subjekty je první subjekt vždy odlišitelný od druhého subjektu.



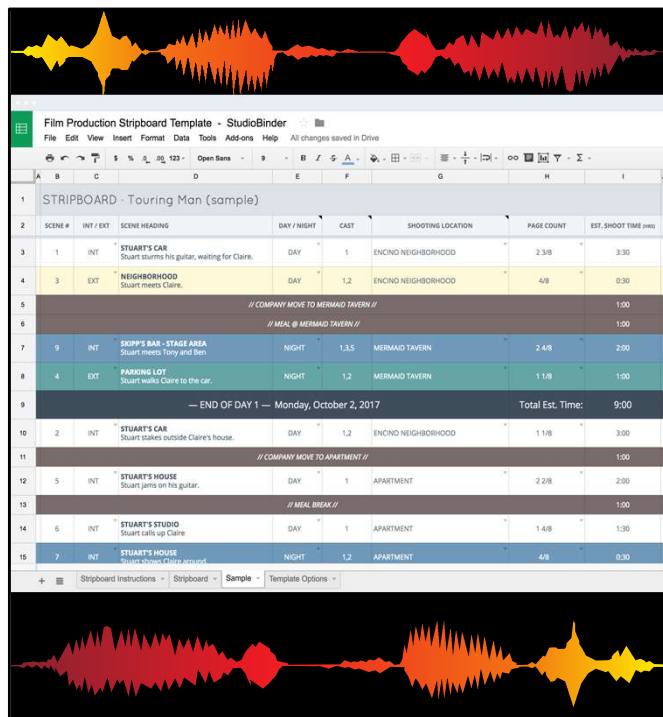
Krok 5: Produkce manažerského plánu

19

Pátým krokem je Produkce manažerského plánu

Zde přichází na řadu výzkum týkající se technických aspektů samotného natáčení. V rámci manažerského plánu je potřeba zvážit následující:

- rozpočet, štáb, prostory, vybavení, stravování. Některé náklady, které by měly být zohledněny od počátku projektu, by měly zahrnovat čas přidělený k provedení předprodukční fáze. Mezi tyto náklady patří: někteří členové štábu, například hlavní kameraman, který se podílel na vývoji skriptu a storyboardu.
- harmonogram a logistika



SCENE #	INT / EXT	SCENE HEADING	DAY / NIGHT	CAST	SHOOTING LOCATION	PAGE COUNT	EST. SHOOT TIME (hrs)
1	INT	STUART'S CAR Stuart jams his guitar, waiting for Claire.	DAY	1	ENCINO NEIGHBORHOOD	2 3/8	3:30
3	EXT	NEIGHBORHOOD Stuart meets Claire.	DAY	1,2	ENCINO NEIGHBORHOOD	4/8	0:30
// COMPANY MOVE TO MERMAID TAVERN //							1:00
// MEAL @ MERMAID TAVERN //							1:00
9	INT	SKIP'S BAR - STAGE AREA Stuart meets Tony and Ben.	NIGHT	1,3,5	MERMAID TAVERN	2 4/8	2:50
4	EXT	PARKING LOT Stuart walks Claire to the car.	NIGHT	1,2	MERMAID TAVERN	1 1/8	1:00
— END OF DAY 1 — Monday, October 2, 2017							Total Est. Time: 9:00
2	INT	STUART'S CAR Stuart stalks outside Claire's house.	DAY	1,2	ENCINO NEIGHBORHOOD	1 1/8	3:00
// COMPANY MOVE TO APARTMENT //							1:00
5	INT	STUART'S HOUSE Stuart jams on his guitar.	DAY	1	APARTMENT	2 2/8	2:00
// MEAL BREAK //							1:00
6	INT	STUART'S STUDIO Stuart calls up Claire.	DAY	1	APARTMENT	1 4/8	1:30
7	INT	STUART'S HOUSE Stuart meets Claire at work.	NIGHT	1,2	APARTMENT	4/8	0:30

Plán natáčení

20

Plán natáčení obsahuje mnoho stejných informací jako skript. Hlavní rozdíl spočívá v tom, že obsahuje vizuální reprezentaci každého snímku v produkci. Ta zahrnuje typ rámování, úhel pohledu, pohyby.

AKTIVITA 2

Předprodukce



Nyní je čas převést do praxe to, co jste se naučili v souvislosti s předprodukcí, podle pokynů uvedených v listu aktivit AH 2.1

Závěry výzkumu

Nápady	Vybraný nápad	Vybavení	Prostory
<p>Zkombinování rozhovoru se záběry, které natočí sám dotazovaný (jako kdyby o sobě natáčel dokument)</p> <p>Ukázat tyto záběry divákovi během rozhovoru.</p> <p>Udělat quick quiz interview.</p>	Paul natočí samostatně několik záběrů, poté o nich bude vyprávět na kameru.	Videokamera pro Paula.	Paulova kancelář.
Otázky pro hosta	Týmové role	Harmonogram	
<ul style="list-style-type: none"> Jak se z vás stal návrhář? Co definuje váš styl? Co můžeme očekávat od módního průmyslu v budoucnosti? 	<p>Režisér – Anna</p> <p>Dotazovaný – Paul</p> <p>Kameraman – Lola</p> <p>Editor – Tom</p>	<p>09:00 příchod do Paulovy kanceláře</p> <p>09:00 – 10:00 nachystání prostor</p> <p>10:00 – 11:00 natáčení interview s Paulem v jeho kanceláři</p> <p>11:00 – 11:30 – pauza na oběd</p> <p>11:30 – 12:30 – Paul ukáže svou kancelář a prodejnu</p> <p>12:30 – 13:00 – natáčení dodatečných záběrů (b roll)</p> <p>13:00 – 14:00 – ukončení natáčení a odchod</p>	

22

List aktivit 1: Příklad závěrů výzkumu

Storyboard



Middle shot of Paul sitting at the desk
in the office.



Title on top of b-roll.



Middle shot of Paul sitting at the desk
in the office.



Middle shot of Paul filming his
office.

23

Aktivita číslo 2: Příklad storyboardu



Dalším krokem je Produkce.

Role



Klíčovými lidmi při produkci video projektů jsou režisér, hlavní kameraman, hlavní zvukař a herci.



Vybavení

26

Potřebné vybavení se liší podle potřeb projektu, závisí především na naplánovaných záběrech.

Pro následující činnosti by každá ze skupin měla mít k dispozici smartphone, mikrofon pro smartphone a notebook s editačním softwarem.

Účastníci se musí ujistit, že smartphone, který budou používat pro natáčení, má dostatek baterie a paměti.



Prostory by měly být vhodné pro natáčení, zejména dobře osvětlené a bez rušivých zvuků.



Důležité anglické fráze používané během natáčení jsou následující:

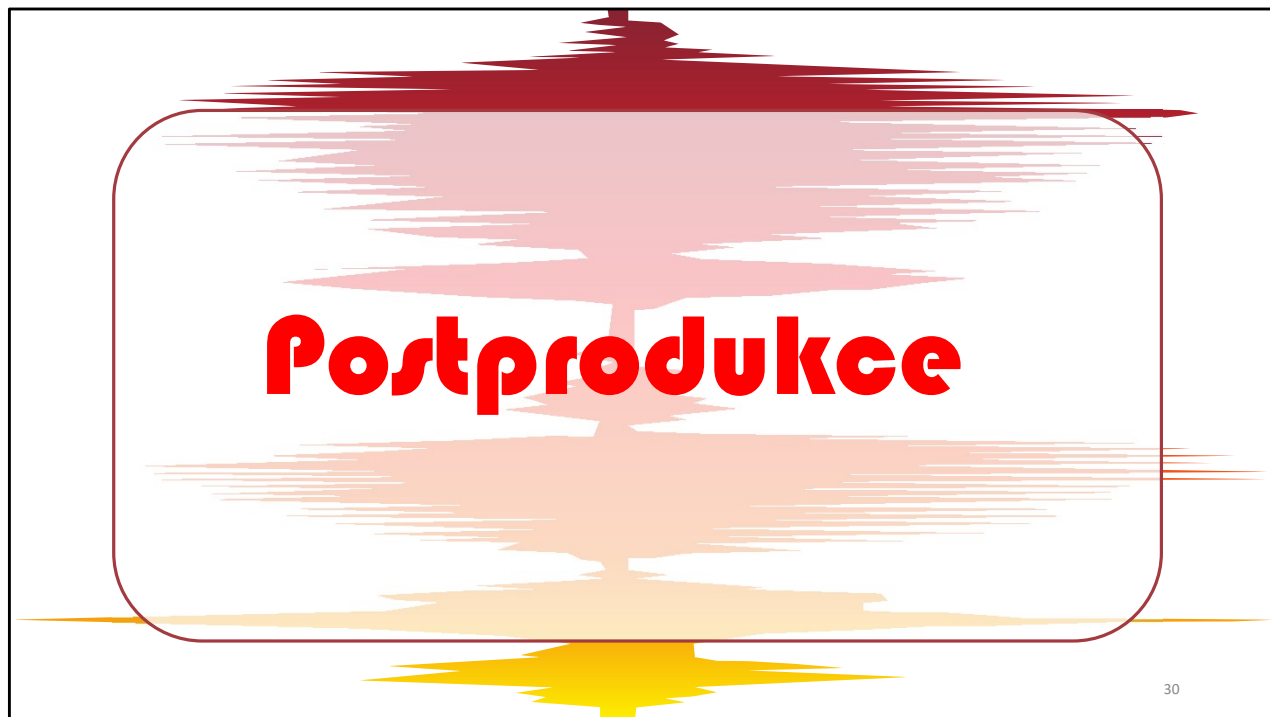
1. Režisér: **"Quiet please, we are rolling!"** (Všichni jsou na svém místě a jsou připraveni.)
2. Hlavní kameraman potvrzuje: "Roll camera!" (Kamera začíná pořizovat záznam.)
3. Hlavní zvukař potvrzuje: "Roll sound!" (Začíná se nahrávat zvuk.)
4. Asistent režiséra s filmovou klapkou poskytuje informace jako je číslo scény a číslo záběru!
5. Režisér: "Action!" (Herci začínají hrát.)
6. Režisér: „Cut!“ (Herci přestávají hrát.) Je velmi důležité počkat několik sekund po skončení scény před oznámením „Cut!“. To se totiž bude velmi hodit v postprodukci!

AKTIVITA 3

Produkce



Účastníci jsou pracují ve tříčlenných skupinách a převádějí do praxe to, co se naučili. Měli by používat své mobilní telefony a materiály vyvinuté během aktivity číslo 2 (storyboard a otázky) k natočení úvodu, rozhovoru a závěru. Po dokončení aktivity by účastníci měli zálohovat pořízené záběry na notebooku nebo v cloudu. Facilitátor skupinám v případě potřeby pomůže.

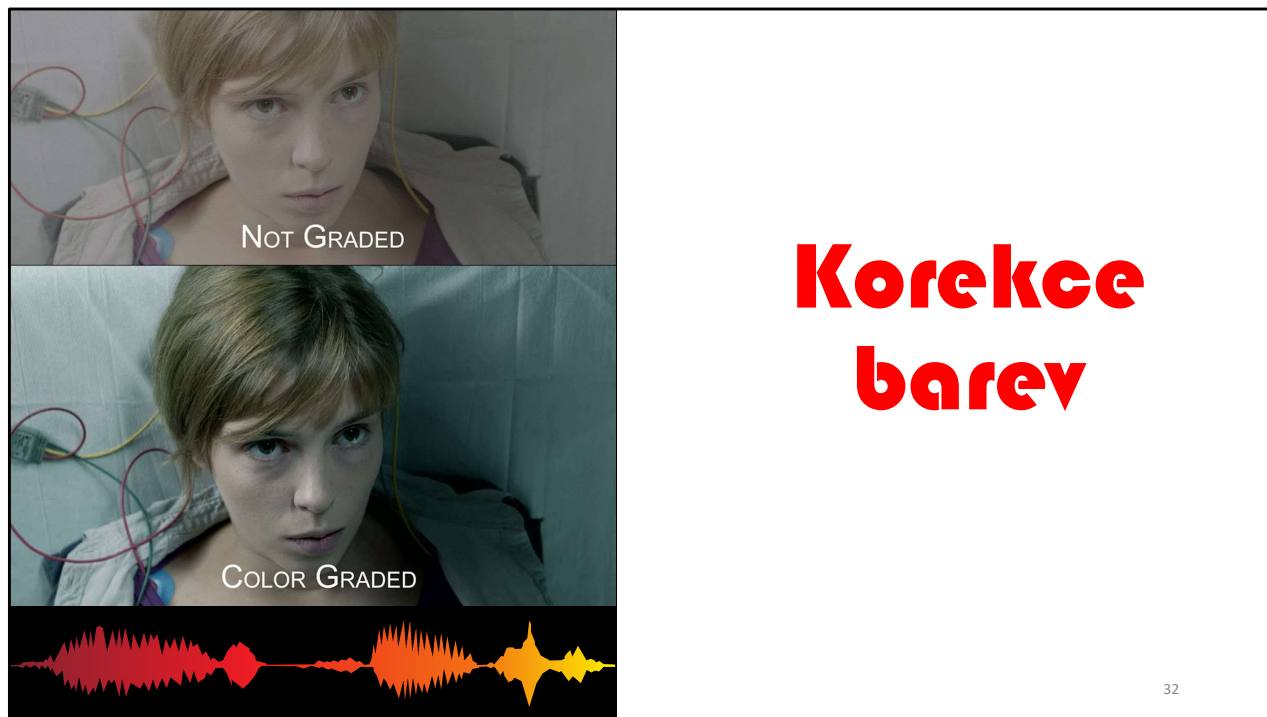


A teď je čas na třetí fázi, což je postprodukce.
Během postprodukční fáze se tvůrci videa musí věnovat několika činnostem pro vytvoření konečného produktu. Mezi tyto aktivity patří:

Střih



V rámci střihu je každý záběr upraven a zařazen na časovou osu. Pozornost je věnována kontinuitě, tempu, efektům a dialogům.



Korekce barev

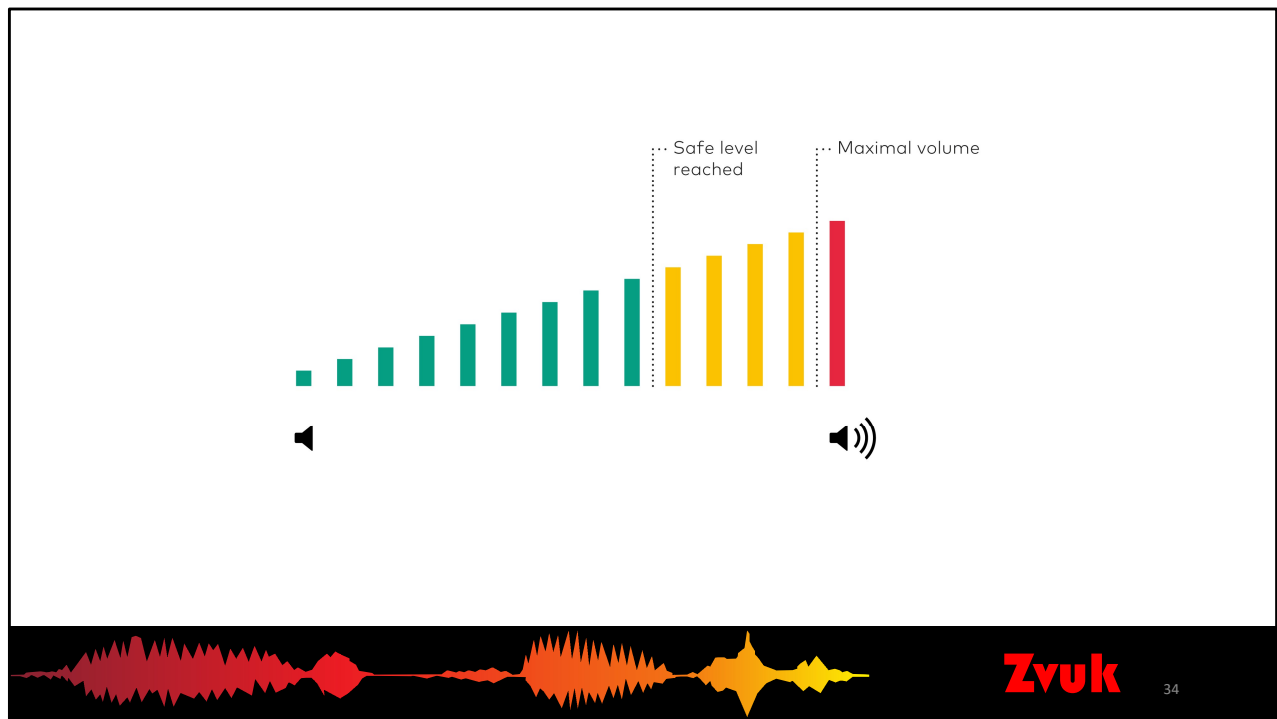
Jedná se o proces, při kterém jsou upraveny barvy každého záběru tak, aby byla zajištěna kontinuita barev a celková estetika.

Grafika



Grafika

Po dokončení stříhu a úpravy barev je čas věnovat se nápisům, textům, grafice a titulům.



Zvuk

Dobrý zvukový design by měl podporovat a vylepšovat vizuály. Tato činnost zahrnuje synchronizaci zvuku z natáčecího dne s výsledným videem, nahrávání či hledání dalších zvuků na internetu a přidávání hudby. Je však žádoucí respektovat autorská práva!



Hotové video (final cut)

V této fázi jsou dokončeny a zkombinovány všechny prvky videa, včetně korekce barev, zvuku a titulků. Video je hotovo!



Distribuce

Distribuce připraveného audiovizuálního produktu je posledním krokem pracovního postupu. Výběr platformy a formátu hrají důležitou roli pro oslovení cílového publika.

AKTIVITA 4

Postprodukce

37

Během této aktivity dokončíte své video projekty podle prezentovaných procesů týkajících se postprodukce.



Facilitátor ukončí témata pětihodinového workshopu Modul 2.

Chcete-li získat zpětnou vazbu od účastníků, požádejte je, ať si představí stupnici od 0 do 100, kde 0 (velmi špatné) je jedna strana místnosti a 100 (velmi dobré) je opačná strana místnosti. Pak facilitátor položí otázky typu: Jak byste ohodnotili tento workshop? Byl užitečný? Chcete pokračovat v práci s audiovizuálními médii?

Účastníci reagují na otázky postavením se na imaginární stupnici podle svého přesvědčení. Účastníci mohou odůvodnit své hodnocení a poskytnout verbální zpětnou vazbu.

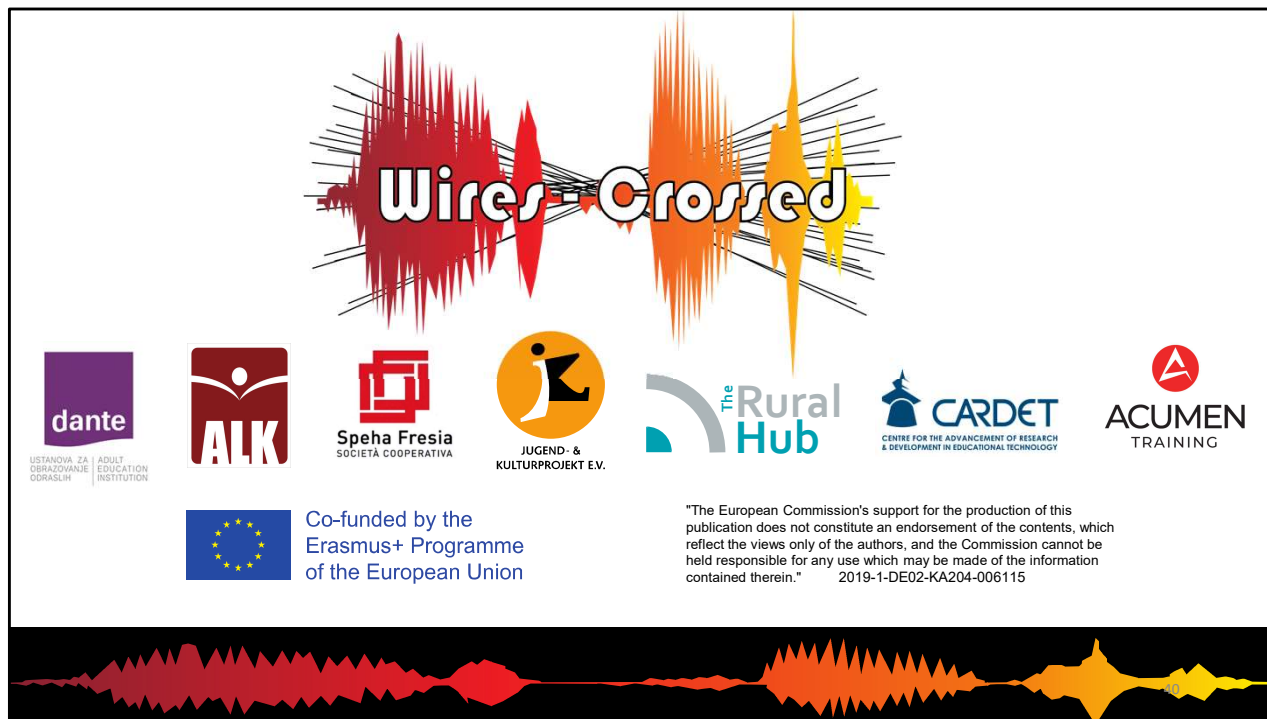
Děkujeme!



**“Film představuje možnost
spojení síly myšlenek se
sílou obrazů.”**

-Steven Bochco

Děkujeme!



Děkujeme!