



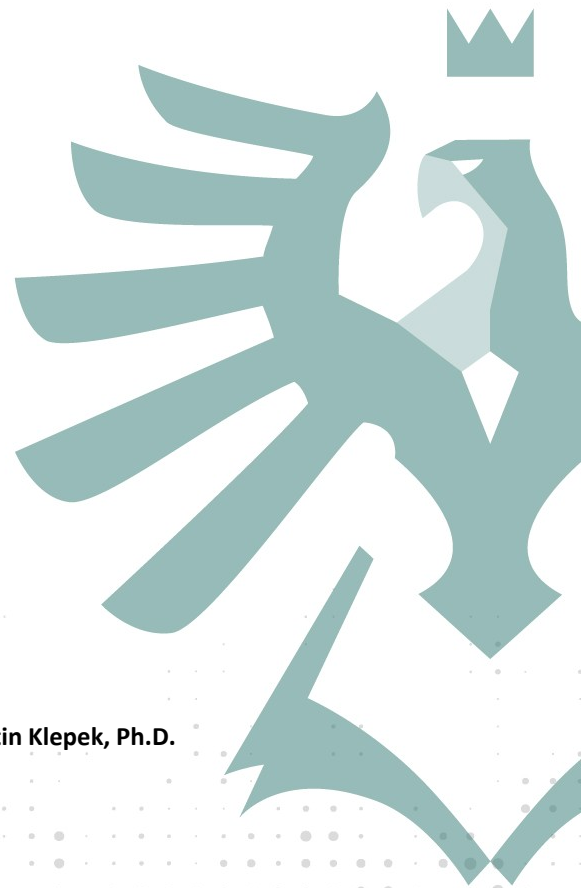
**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ

TVORBA VIDEOA





Mediální marketing – přednáška 7

www.slu.cz/opf/cz

Doc. Ing. Martin Klepek, Ph.D.

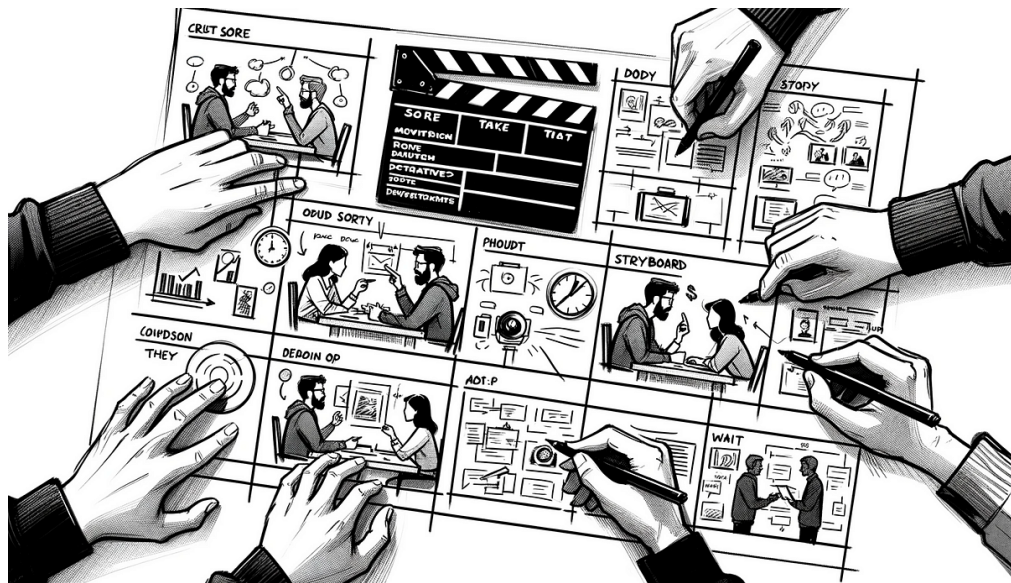


ÚVOD



-  Jaký je obecný proces tvorby videa
-  Je dobré porozumět workflow agentury
-  Pojmy které se ve videoprodukcí používají
-  Ukážeme si případovou studii od myšlenky k realizaci

PROCES TVORBY

- 🦋 Námět
- 🦋 Scénář
- 🦋 Storyboard
- 🦋 Produkce
- 🦋 Postprodukce
- 🦋 Testování



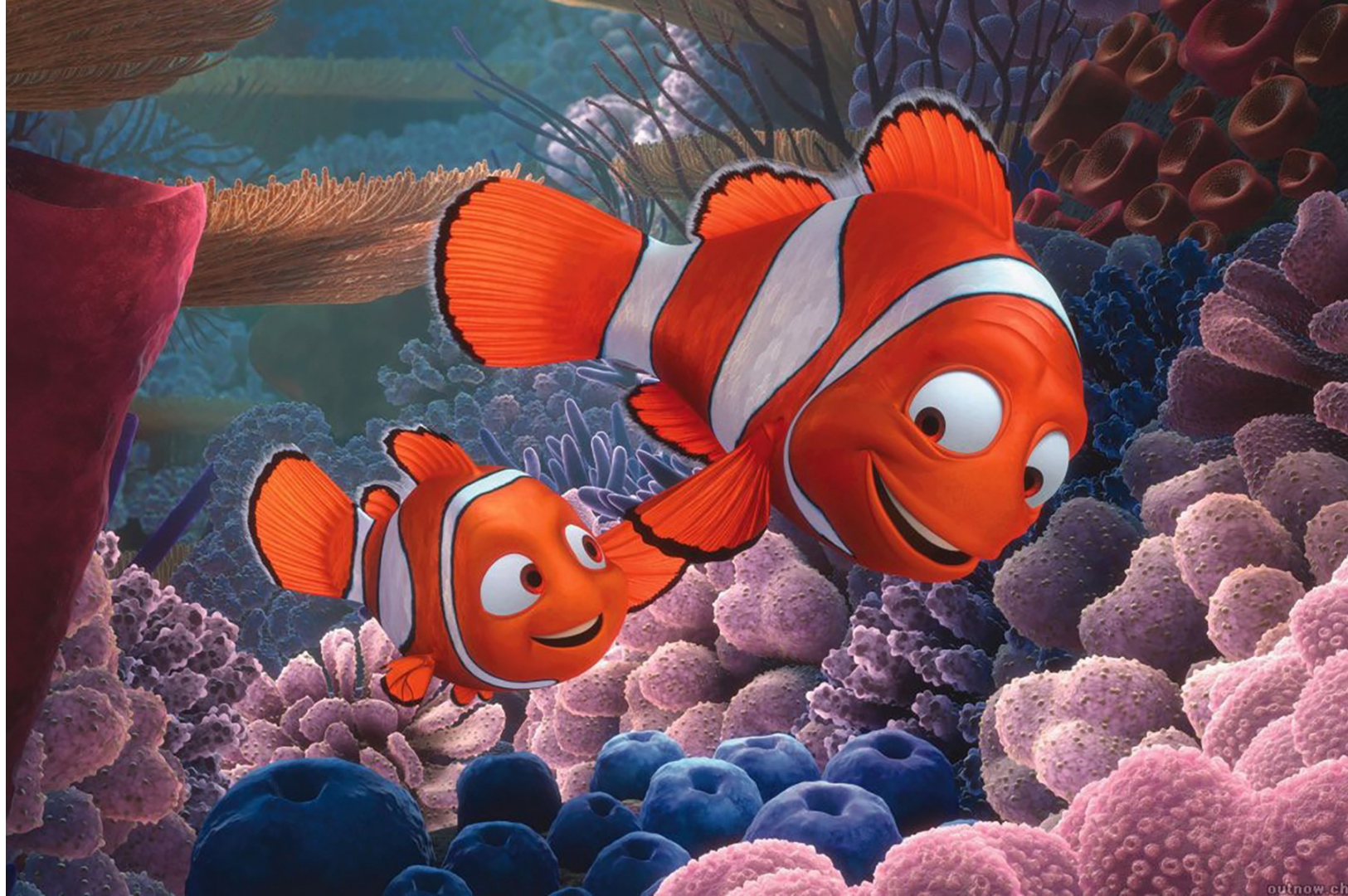
NÁMĚT

-  Správný námět by měl být jasný a výstižný, aby mohl sloužit jako efektivní komunikační nástroj mezi scenáristy, režiséry, klientem a dalšími zúčastněnými stranami při vývoji videa.
-  Má sloužit jako jasný a stručný popis hlavního příběhu, jeho postav a základního konfliktu či motivace, která pohání děj.

Zdroj: Klemm, M. Jak na video v marketingu, Karviná 2023

NÁMĚT

- *„Po traumatickém zážitku, kdy byla matka zavražděna a syn jen zázrakem přežil, je otec na svého syna až přehnaně opatrný, syna však tento způsob výchovy trápí, cítí se přehnanou péčí otce zesměšněn a jednoho dne se rozhodne pravidlům otce postavit. Porušení pravidel však syna vytrestá, kdy je unesen. Otec se vydává na téměř předem prohranou misi, a to najít svého syna za každou cenu. Po dlouhé cestě plné překážek nakonec k sobě opět nacházejí cestu a dojdou k vzájemnému pochopení.“*



SCÉNÁŘ

- Představuje strukturovaný popis děje, dialogů a vizuálních prvků reklamního videa.
- **Hlavní myšlenka (námět):** Vychází z marketingového cíle kampaně a určuje, jaké sdělení či emoce má reklama vyvolat.
- **Postavy a prostředí:** Popisuje, kdo v reklamě vystupuje (herci, moderátoři, animované postavy) a v jakém prostředí nebo scéně se děj odehrává.

SCÉNÁŘ

- **Dialogy a voice-over:** Uvádí, co se říká, kdo to říká a jakým tónem či stylem (např. vážným, vtipným, ustaraným).
- **Klíčové vizuální prvky:** Zahrnuje konkrétní záběry, pohyby kamery, efekty či grafické prvky, které podporují hlavní sdělení.
- **Časová osa a rytmus:** Určuje přibližnou délku záběrů, tempo střihu a celkovou stopáž spotu.
- **Produkt a slogan:** Vyzdvihuje, jak a kdy se zobrazí produkt nebo značka a zda se v závěru objeví slogan či sloganová fráze.

STORYBOARD

- Storyboard je vizuální rozkreslení jednotlivých záběrů, často ve formě komiksu nebo sekvence obrázků.
- Je klíčový pro vizuální představu a plánování záběrů – pomáhá režisérovi, kameramanům a výtvarníkům lépe pochopit, jak bude výsledný spot vypadat.
- Dnes lze velmi jednoduše využít AI ke generování storyboardu.

STORYBOARD

Sc. 1 • Shot 1



- ▶ „Tento příběh představí vám mladíka se zvučným jménem Otis“ (během psaní bařá z dýmky, zamýřlí se a píše do stroje)

🎥 Polocelek

Sc. 1 • Shot 2



- ▶ ten v rukou třímá s radostí důležitý dopis“

🎥 Polodetail

Sc. 1 • Shot 3



- ▶ -
- 🎥 Záběr se tváří jako POV spisovatele, avšak v rukou v jiné scéně jej již drží mladík

Sc. 1 • Shot 4



- ▶ „Mami, Tati! Splnil se mi sen!“ (začne číst v dopise)
„Prestižní studium, srdečně vás vítáme...“ „Tak na tohle nemáme“

🎥 Polodetail - kamera poté ostrým whip pan směrem doprava

Sc. 1 • Shot 5



- ▶ -
- 🎥 Došvenkne se na dvojpolo rodičů

Sc. 1 • Shot 6



- ▶ -
- 🎥 POV

STORYBOARD

Sc. 1 • Shot 7



▶ „A to je konec pohádky, rodiče neznají, ve spoření selhali, teď lapení jsou v síti“

■ Kamera odjíždí z polodetailu do polocelku

Sc. 1 • Shot 8



▶ „A výška je v ři...“

■ Detail na tvář mladíka

Sc. 1 • Shot 9



▶ Chrškrkdchrtt.....

■ Papír se krčí téměř přímo před objektivem - přeastřené z papíru na následnou tvář spisovatele

Sc. 1 • Shot 10



▶ „Život nejsou pohádky, bludy nebo klamy, díky NEO licenci, příběh píšete si sami!“

■ Polocelk

Sc. 1 • Shot 11



▶ „díky NEO licenci, příběh píšete si sami!“

■ Detail (nejspíš bližší než na obrázku)

Sc. 1 • Shot 12

NEO

info

▶ -

■ -

STORYBOARD – NÁSLEDNÁ REALIZACE



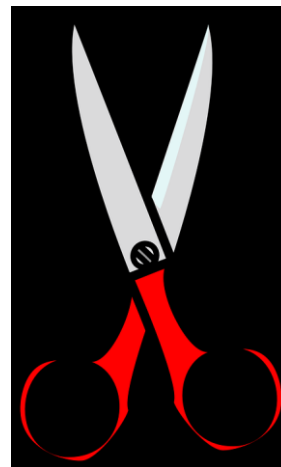
PŘÍPRAVA PRODUKCE

- Rozpočet
- Termíny
- Lokace
- Herci
- Štáb
- Technika



POSTPRODUKCE

- ❁ Cílem je proměnit materiál v poutavý, srozumitelný a stylově jednotný video obsah, který zaujme a funguje na dané platformě.
- ❁ Patří zde:
 - ❁ Střih
 - ❁ Zvuk
 - ❁ Grading
 - ❁ Titulky a grafika (případně efekty)
 - ❁ Export

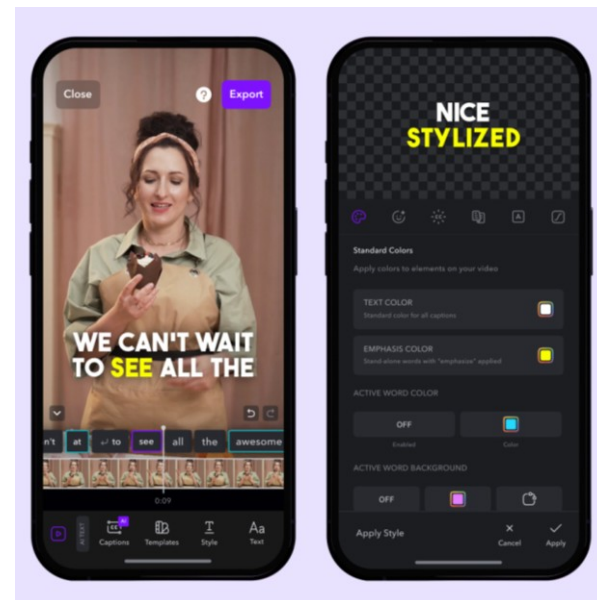


POSTPRODUKCE

- Střih
 - 🌀 Základem je výběr a sestavení nejlepších záběrů do smysluplného celku.
 - 🌀 Rytmus střihu určuje tempo a celkový dojem z videa.
- Zvuk
 - 🌀 Kvalitní video potřebuje čistý zvuk, podkresovou hudbu a efekty.
 - 🌀 Zvuk výrazně ovlivňuje emoce diváka a srozumitelnost sdělení.
- Color Grading
 - 🌀 Slouží ke sjednocení barev, úpravě expozice a vytvoření vizuální nálady.
 - 🌀 Pomáhá videu působit profesionálně a podporuje brandovou identitu.

POSTPRODUKCE

- Titulky a grafika
 - 🌀 Texty, loga (branding) a animace doplňují informace nebo vizuálně zaujmou.
 - 🌀 Video bez zvuku (např. na sociálních sítích) se díky titulcům stávají srozumitelnými.
- Export a optimalizace
 - 🌀 Výsledné video je třeba upravit podle cílové platformy – formát, rozlišení, poměr stran.
 - 🌀 Optimalizace zajišťuje rychlé načítání a správné zobrazení napříč zařízeními.



TESTOVÁNÍ REKLAM

- Dnes je běžnou praxí testování reklam obzvlášť pokud mají být vysílány v TV či v masivních online kampaních.
- Testování umožní zlepšit spot do takové úrovně že je následně efektivnější.



PŘÍKLAD TVORBY

 **Námět:**

„V kanceláři plné pracovníků jeden ze zaměstnanců omylem vypojí internet. Lidé se rázem vrátí do doby kamenné, z pracovníků se stávají neandrtálci, kteří se chovají jako zvířata. Viník nachází telefon a situaci vyřídí pomocí služby IT Parták.“

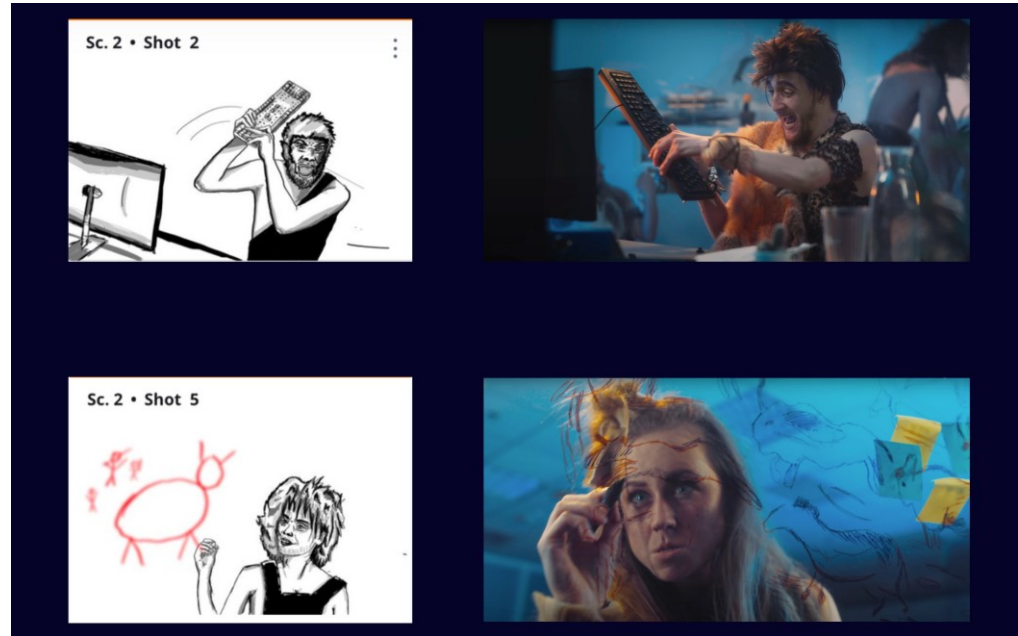


Zdroj: Klemm, M. Jak na video v marketingu, Karviná 2023

PŘÍKLAD TVORBY

Storyboard:

*Popis scén a záběrů,
tak jak po sobě budou
ve videu následovat.*



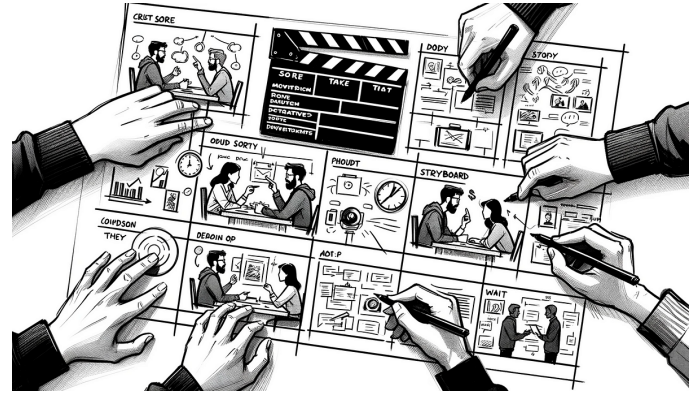
Zdroj: Klemm, M. Jak na video v marketingu, Karviná 2023

PŘÍKLAD TVORBY



SHRNUTÍ PŘEDNÁŠKY

- 🦋 Známe proces tvorby videa
 - 🦋 Preprodukce
 - 🦋 Produkce
 - 🦋 Postprodukce
- 🦋 Rozumíme významu a mechanice testování reklamních spotů.





**SLEZSKÁ
UNIVERZITA**
OBCHODNĚ PODNIKATELSKÁ
FAKULTA V KARVINĚ



www.slu.cz/opf/cz

**DÍKY
ZA POZORNOST**