

Audiovizuální tvorba v knihovní praxi - od teorie po praktické využití

Autor: Bc. Vojtěch Hamerský DiS.

Číslo: roč. 7, č. 1/2021

Rubrika: K tématu

Klíčová slova:

návody, videa, střih, produkce, postprodukce

Audiovizuální produkce je bezpochyby jednou z nejatraktivnějších (a také nejvýdělečnějších) oblastí lidské produkce. Od videoher přes filmy a seriály na Netflixu a dalších platformách až po videa na YouTube. Ještě před dobou nynější celosvětové pandemie činily výdělky z amerických a kanadských kin zhruba 11,5 miliard amerických dolarů (tedy okolo 250 miliard českých korun)[\[1\]](#). To je důkaz toho, že video žije a že tato forma vyjádření je pro nás opravdu stěžejní. Video je již nedílnou součástí našich životů. Vidíme je na zdech našich sociálních sítí nebo je i cíleně vyhledáváme - ať už pro aktivní sledování či jako kulisu do pozadí.

Proč video?

Náš mozek dokáže údajně zpracovávat vizuální informace 60000krát rychleji než běžný text[\[2\]](#). Video nám totiž umožňuje předat více informací najednou, a to s pomocí zvuku i obrazu. Prostřednictvím videa můžeme podpořit sociální kontakt a předat konkrétní emoci, lze ho i využít, když daná cílová skupina obvykle moc nečte. Ve všech těchto případech můžeme video sledovat jako vhodnou formu pro distribuci informací, a to i v knihovní praxi. V dnešní - někdo by mohl říci uspěchané - době je důležitá rychlost a schopnost vstřebat co nejvíce informací v co nejkratším možném čase. Video nám přesně toto umožňuje, zároveň jej vnímáme jako neformální a zábavný způsob vstřebávání informací.

Jak na video?

I videotvorba má určité náležitosti, a pokud se jí věnujete poprvé, je určitě důležité řídit se nějakou efektivní strukturou. Podívejme se, ze kterých kroků se audiovizuální tvorba skládá:

- analýza,
- plánování a příprava (preprodukce),
- produkce,
- postprodukce,
- publikace,
- analytika a zpětná vazba.

Všechny výše vypsány kroky jsou důležité pro co nejlepší výsledek. Není dobré podcenit začátek ani konec celého procesu při tvorbě vašeho videa v knihovně. Podívejme se však na jednotlivé body blíže, ať víte, na co si dát pozor.

1) Analýza

V rámci prvního kroku se musíte rozhodnout, jaké video budete chtít vytvořit, a to nejlépe na základě nějaké předběžné analýzy. Jaká cílová skupina k vám do knihovny chodí nejvíce? Jaké knihy si nejčastěji uživatelé půjčují? A ví o všech vašich službách, které v knihovně nabízíte? V odpovědi na

tyto otázky se vám téma či obsah videa může značně zkonkretizovat. Analyzovat můžete také konkurenci či jiné instituce, které již videa natáčejí, a podívat se, která videa jsou úspěšnější než jiná a pokusit se zjistit, proč tomu tak je – délkou, tématem, řečníkem či něčím jiným? Pro předběžnou analýzu můžete také využít různorodé zdroje, jež se zabývají video produkcí[3]. Tak můžete velmi snadno zjistit, jaký typ videí se hodí pro určitou cílovou skupinu, jaké jsou v dnešní době trendy a zda se vyplatí držet trendů na knižním trhu.

2) Plánování a příprava

Ještě předtím, než se pustíte do plánování a všech příprav, je potřeba si zodpovědět důležité otázky:

- **Kdo** bude cílovou skupinou vašeho videa?
- **Co** bude konkrétně obsahem?
- **Kde** bude video publikováno?
- **Kdy** bude publikováno?
- **Proč** vůbec chcete video tvořit a s jakým cílem?

Na základě těchto otázek a odpovědí si budete moci říct, jak by mělo vaše video vypadat. Například když má vaše knihovna profil na Facebooku, nebudete tedy ihned z ničeho nic zakládat nový YouTube kanál, abyste video nahráli tam. Raději ho nahrajte na platformu, kde se již vaše knihovna nějakou chvíli pohybuje a má určitou fanouškovskou základnu.

S plánováním vám může značně pomoci strukturovaný scénář či tvorba storyboardu[4]. S jeho pomocí vizualizujete, co se má v které scéně konat, říkat a jak má scéna na obrazovce vypadat. Díky tomu budete mít jasnější představu o tom, kdy, kde, s kým a případně s jakými všemi rekvizitami natáčet.

3) Produkce

Fáze produkce je fází praktickou, dochází v ní totiž k pořizování audiovizuálního obsahu, který se obvykle dále zpracovává. V této fázi jsou důležité tři prvky, jež mají vliv na všechny následující procesy. Jsou jimi čas, prostor a technika.

Hledisko času nám do značné míry definuje, jak dlouho budeme video natáčet a zpracovávat. A to také definuje denní či noční dobu, v níž se bude natáčení odehrávat – jestli tedy potřebujeme ve videu světlo či naopak tmu, je dobré se na to připravit. Také je vždy důležité mít náhradní scénář, pokud nám náš původní z jakéhokoliv důvodu nevyjde. Prostor udává podobu našeho výsledného videa, a to platí pro interiéry i exteriéry. Nejdůležitější je rozhodně pohlídat, aby natáčecí prostory vždy odpovídaly plánované koncepci a cílům vašeho videa. Zvolená technika pak udává kvalitu formálního výstupu – obrazovou a také zvukovou. Je potřeba si uvědomit, zda výstup, třeba v případě natáčení na chytrý telefon, bude pro finální publikování videa dostatečný. U dnešních mobilních zařízení je však kvalita video nahrávek většinou dostatečná, nicméně mají problém například s nedostatečným nasvícením.

U pořizování záznamu jsou však tyto prvky značně důležité a je potřeba si na ně dát pozor. Kromě světelnosti se jedná i o dobrou akustiku, aktivní práci s prostorem a proporcionalitou, hloubkou ostrosti či vyváženosti jednotlivých obrazových prvků v záběru. Snad nejzákladnějším pravidlem správné kompozice je takzvaný zlatý řez.

4) Postprodukce

Ve fázi postprodukce upravujeme pořizené záznamy. Jedná se tedy o formální úpravu našeho

výstupu, a to s pomocí několika technik a metod. V první řadě s pomocí stříhu – vystříhneme vše, co ve videu být nemá. Dále s pomocí přechodů – pokud chceme stříh ozvláštnit nebo co nejvíce zamaskovat, přechod mezi jednou i druhou přestříhnutou sekvencí toto zvládne. Abychom dosáhli výše zmíněné kompozice zlatého řezu, můžeme video různě pozicovat tak, aby se divák zaměřoval na takový objekt, který chceme, například knihovníka či konkrétní knižní titul. Video sekvence můžeme i různě barvit a dodat jim jas, stíny či sytost. Nicméně postprodukční úpravy určitě využijeme i u zvuku, z nahrávek můžeme do značné míry odstranit rušící prvky, jakými jsou například šum či zvuky z pozadí. Toho všeho lze dosáhnout s pomocí takzvaných video editorů, kterých je k dispozici celá řada, některé z nich zdarma, jiné za finanční poplatky. Obecně platí, že komerční editory mají více funkcionalit a možností úprav videa i zvuku, nicméně i s volně dostupnými programy lze dosáhnout velmi podobného výsledku. Přehled editorů naleznete níže.

5) Analytika a zpětná vazba

Posledním důležitým krokem po samotném zpracování a publikování výsledného videa je i jeho zpětná analýza. Je potřeba se dívat na tvrdá data, například počty zhlédnutí, míru interakce s videem, zda lidé video zhlédnou až do konce a podobně. Na základě těchto statistik pak můžeme pracovat s dalšími videi, a to mnohem připraveněji, lépe a tak, aby odpovídala potřebám uživatelů. Pokud ze statistik vyplyne, že diváci v průměru sledují pouze první dvě minuty z desetiminutového videa, je to jasný signál pro tvorbu kratších a obsahově bohatších videí.

Jaké video editory využít?

Volba video editoru bude bezpochyby záležet na přístupnosti, jednoduchosti a možnostech úprav videa i audio nahrávek. V základu si však můžeme editory rozdělit na dvě skupiny – komerční a nekomerční.

Mezi nekomerční video editory se řadí například OpenShot Video Editor[5], ShotCut[6] či například i zcela jednoduchá, a přitom efektivní aplikace Fotky[7] přímo ve Windows jakožto nástupce starého Windows Movie Makeru. OpenShot Video Editor i ShotCut se uživatelským rozhraním a možnostmi úprav do značné míry blíží k podobě komerčních programů. Mezi velké hráče patří i DaVinci Resolve[8], který je poskytován v nekomerční i komerční verzi, klade však celkem vysoké nároky na výpočetní výkon (pro práci s ním je tedy potřeba mít dostatečně výkonný počítač). Čistě komerčních video editorů pak existuje celá řada, z těch nejznámějších můžeme zmínit například Adobe Premiere Pro[9], Wondershare Filmora[10], Camtasia[11] či Vegas Pro[12]. Jejich cena se může značně lišit, proto je vždy dobré vyzkoušet nabízené bezplatné období, pokud to s videotvorbou v knihovně myslíte vážně a chcete vybrat program, který vám opravdu sedne.

Videotvorba v knihovní praxi

Videotvorba není žádnou výjimkou, i u ní je totiž potřeba být konzistentní, publikovat ideálně pravidelně a vybírat taková témata, která uživatele zaujmou. Mezi ně mohou patřit videa k různým událostem (například Vánoce, Valentýn, školní prázdniny a podobně), videa představující novou službu v knihovně nebo třeba novinek ve fondu. Velmi osvědčeným postupem je ukazovat knihovníka či knihovnici, s nímž může čtenář přijít v knihovně do kontaktu, a budovat tak postupně silnější vztah mezi uživatelem a knihovnou. Ať už se tak bude jednat o video s recenzí na konkrétní titul, komediální skeč v prostorách knihovny či představení horkých knižních tipů v regálech, můžete si být jistí, že minimálně z dlouhodobého hlediska může přilákat nové čtenáře, utužit vztah s těmi stávajícími a pro všechny pak nabídnout zcela nový pohled na knihovnu jako na kulturní instituci.

[1] STOLL, Julia. Box office revenue in the United States and Canada from 1980 to 2020. *Statista* [online]. 2021 [cit. 2021-4-26]. Dostupné z: <https://www.statista.com/statistics/187069/north-american-box-office-gross-revenue-since-1980/>

[2] SIBLEY, Amanda. 19 Reasons You Should Include Visual Content in Your Marketing [Data]. *HubSpot* [online]. 2017 [cit. 2021-4-26]. Dostupné z: <https://blog.hubspot.com/blog/tabid/6307/bid/33423/19-reasons-you-should-include-visual-content-in-your-marketing-data.aspx>

[3] Např. <http://mojeprvnivideo.cz/>

[4] Více například zde: <https://www.storyboardthat.com/cs/blog/e/what-is-a-storyboard>

[5] <https://www.openshot.org/>

[6] <https://shotcut.org/>

[7]

<https://support.microsoft.com/cs-cz/windows/vytv%C3%A1%C5%99en%C3%AD-film%C5%AF-v-editoru-vide%C3%AD-94e651f8-a5be-ae03-3c50-e49f013d47f6>

[8] <https://www.blackmagicdesign.com/products/davinciresolve/>

[9] <https://www.adobe.com/cz/products/premiere.html>

[10] <https://filmora.wondershare.com/>

[11] <https://www.techsmith.com/video-editor.html>

[12] <https://www.vegascreativesoftware.com/us/vegas-pro/>

HAMERSKÝ, Vojtěch. Audiovizuální tvorba v knihovní praxi – od teorie po praktické využití. *Impulsy: Inspirace, náměty a trendy dětského čtenářství* [online]. 2021, roč. 7, č. 1 [cit. 2021-05-26].

Dostupný z WWW: impulsy.kjm.cz/impulsy-clanek/audiovizualni-tvorba-v-knihovni-praxi.
ISSN 2336-727X.