



Vysoká škola kreativní komunikace

Katedra fotografie a audiovize

BAKALÁŘSKÁ PRÁCE

Hudba a obraz v symbióze: Technologie tvorby hudebních videoklipů ve
21. století



Vysoká škola kreativní komunikace

Katedra vizuální tvorby
Fotografie a audiovize

Praktická část: Rapový videoklip v narativním stylu
Teoretická část: Hudba a Obraz v symbióze: Technologie tvorby hudebních
videoklipů ve 21. století

Autor práce: Vojtěch Doležal
Vedoucí práce: MgA. Marek Štim

Prohlášení

Prohlašuji, že jsem bakalářskou práci zpracoval samostatně a že jsem uvedl všechny použité prameny a literaturu, ze kterých jsem čerpal. Stvrzuji, že všechny odevzdané výtisky mé bakalářské práce se shodují s elektronickou verzí v informačním systému VŠKK a souhlasím s tím, aby práce byla zpřístupněna veřejnosti pro účely studia a výzkumu.

V Praze dne.....

Podpis autora:

Poděkování

Touto cestou bych rád poděkoval MgA. Markovi Štimovi za odborné vedení, cenné rady, věcné připomínky a vstřícnost při konzultacích teoretické a praktické části mé bakalářské práce.

Abstrakt

Tématem této bakalářské práce je technologie a postup při tvorbě hudebních videoklipů. V jejím úvodu se autor zabývá historií a vznikem tohoto žánru, přičemž v průběhu uvádí příklady historicky slavných hudebních videoklipů a analyzuje rozbory jednotlivých scén. Dále se autor věnuje kategorizaci hudebních videoklipů dle jejich obsahu a vizuálního stylu, kde ke každé kategorii přiřazuje příklady jednotlivých hudebních videoklipů, které svým zpracováním technicky vyhovují dané kategorii. Poté autor přechází k procesu tvorby hudebních videoklipů, který dále člení na kreativní proces jeho tvorby, zpracování finančního rozpočtu a složení klipového štábu.

Abstract

The subject of this bachelor thesis is the technology and process involved in the creation of music videos. In its introduction, the author delves into the history and emergence of this genre, providing examples of historically significant music videos and analyzing the breakdown of individual scenes. Furthermore, the author addresses the categorization of music videos based on their content and visual style, subsequently assigning examples of individual music videos to each category that technically adhere to the given criteria. The author then proceeds to discuss the process of creating music videos, which is further divided into the creative process of its production, financial budgeting, and composition of the video production team.

Obsah

Úvod

1 Historie hudebních videoklipů	1
1.1 Hudební televize MTV.....	2
2 Formát hudebního videoklipu.....	5
2.1 Kategorizace hudebních videoklipů.....	6
2.1.1 Performance klip.....	6
2.1.2 Koncept klip.....	6
2.2 Kategorizace dle stylu.....	7
2.2.1 Vizualizace hudebního vystoupení.....	7
2.2.2 Vizualní narace klasická.....	7
2.2.3 Vizualní narace experimentální.....	8
2.3 Teoretické členění - Sven E Carlsson.....	9
2.3.1 Klipoví exhibicionisté.....	9
2.3.2 Televizní bardí.....	10
2.3.3 Elektronický šaman.....	11
3 Proces tvorby hudebních videoklipů.....	12
3.1 Kreativní proces.....	12
3.1.1. Zpracování hudebního konceptu.....	13
3.2 Zpracování finančního rozpočtu.....	14
3.2.1 Smluvní ustanovení.....	16
3.3 Složení štábu.....	17
3.3.1 Režisérův tým.....	17
3.3.2 Produkční tým.....	17
3.3.3 Kinematografický tým.....	18
3.3.4. Gafferský tým.....	19
3.3.5 Vizážní tým (glam squad).....	19
Závěr.....	20
Literatura.....	21
Internetové zdroje.....	21
Praktická část.....	22

Úvod

Nacházíme se v pestrém audiovizuálním světě, kde jsou videoklipy nedílnou součástí hudebního průmyslu a interpretovy vizuální identity. Během několika posledních dekád se však změnila vizuální pravidla i principy. Od svých 15 let jsem se zabýval propojením rapové kultury s hudebními videoklipy a mohl jsem si vyzkoušet roli asistenta kamery. Postupem času jsem se stával součástí produkčních týmů a měl tak možnost sledovat zkušené tvůrce, kteří pro mne byli inspirací. Díky sledování režisérů a kameramanů při práci si v průběhu let jejich pozice získala můj obdiv. Na základě této vášně jsem se rozhodl jako téma praktické bakalářské práce zvolit natočení hudebního videoklipu.

V teoretické části se budu nejprve zabývat historií hudebních videoklipů, prozkoumám jejich počátky a dobu, kdy zaznamenaly svůj prvotní rozmach v hudební kultuře. Zároveň bude zmíněn i vznik první hudební televize a její umělecký rozvoj ve videoklipech v průběhu let a na základě jejich odlišnosti porovnáám i první hudební klip s videoklipem, který se kvalitou zpracování minimálně blíží současnosti.

Dalším bodem, který budu rozebírat, je kategorizace hudebních videoklipů podle obsahu a podle vizuálního stylu a také budu charakterizovat jednotlivé vizuální prvky, jež se v daných stylech navzájem prolínají. Zároveň ke každému vizuálnímu stylu přiřadím konkrétní příklad hudebního videoklipu dle vlastního výběru a definuji jeho dějství. Poté se práce zaměří na proces tvorby hudebních videoklipů z hlediska produkce a příprav a podrobně rozebere složení klipového štábu. Dále se přesunu k praktické části, kterou je natočení hudebního videoklipu pro interprety dle vlastního výběru. Mým cílem je využít a aplikovat zkušenosti nasbírané z posledních tří let ve světě hudebních videoklipů a zkušenosti nasbírané z rešerše v rámci bakalářské práce.

Cílem je využít je tak, aby produkce mé finální práce proběhla bez problémů, v co nejvyšší kvalitě a co nejefektivněji to bude možné.

1. Historie hudebních videoklipů

Hudební videoklipy a jejich vstup do kultury lze zařadit do období 80. a 90. let 20. století. V době, kdy byla éra hudební televize MTV v plném proudu, se dalo téměř říci, že každý interpret, jehož hudební videoklip byl v televizi přehrán, měl garantovaný úspěch.

Ačkoliv se může zdát, že hudební videa jsou věcí moderní doby, žánr sám má mnohem hlubší historii, která sahá až do konce 19. století.

„Bývalý americký zástupce londýnské organizace Francis, Day and Hunter Al Kohn a zakladatel eMusic a právní zástupce Bob Kohn poskytují souhrn "The Little Lost Child", ve kterém uvádí následující: „V roce 1886 Joseph Stern, obchodník s kravatami, a Edward B. Marks, obchodník s knoflíky, založili partnerství nazvané Joseph W. Stern Company.“¹

Tito dva obchodníci měli silnou vášeň k psaní hudebních skladeb a jejich první písní byla píseň "The Little Lost Child", která byla o malé ztracené holčičce a jejím setkání s policistou, který ji odvedl za její matkou, u níž se ukázalo, že je dlouho ztracenou policistovou manželkou.

V této době byl vytvořen první „prototyp“ hudebního videoklipu – pravděpodobně na začátku 90. let 19. století. George Thomas byl najat, aby pomohl zvýšit prodej písně Edwarda B. Markse a Joea Sterna. Thomas skládal hudbu a kombinoval ji s obrazy na skleněných diapozitivních deskách, které osobně fotografoval a najímal si herce, kteří performovali v rámci kontextu písně. Tím se vytvořila první zaznamenaná instance, kde byla píseň doprovázena sadou obrázků s jediným cílem – propagovat samotnou píseň. Tyto „ilustrované písně“, určené k promítání v divadlech, se rychle staly populární a přinesly velké zisky vydavatelům hudebních skladeb.

Cinebox and Scopitone by George Thomas



¹ MARTINEZ, Kimberly Danielle. *Think Outside the Music Video: A Fantasy Theme Analysis of Music Videos that Break the Genre Convention*. Texas, 2018. Master of Arts. Abilene Christian University. 28. 2. 2024

Prvotní videoklipy se ovšem objevovaly na plánech kin již na přelomu 20. a 30. let 20. století. Jelikož se videoklipy v tu dobu velmi blížily metráži tehdejších filmů, tak se často objevovaly v úvodních scénách filmů.

„O deset let později vznikají „Soundies“, což jsou promo videa určená do vizuálního hudebního automatu, podobnému dnešnímu jukeboxu. Snímky o délce tři minut vznikaly ve Spojených státech amerických v rozmezích let 1940-1946.“² Hudební videoklipy v automatech ve většině zobrazovaly statické záběry na interprety v různých prostředích. Většina z nich se podobá dnešním amatérsky natočeným domácím videím.

„**Samotné slovo videoklip pochází z roku 1959 kdy ho poprvé použil diskžokej Jiles Perry „The Big Bopper“ Richardson.**“³

60.– 90. léta již lze nazývat tzv. zlatými léty hudebních videoklipů. Nastává éra kapely Beatles, která společně s režisérem Richardem Lesterem natočila komediální muzikálový videoklip „The Beatles - A Hard Day's Night“⁴. Celý videoklip je v podstatě (tehdy ještě v černobílém provedení) vizualizace hudebního vystoupení se střídajícími se záběry na skandující diváky a kapelu. Tento hudební videoklip předcházela barevnému provedení filmu „Help!“ (film o kapele Beatles) z roku 1965, kterým se poté inspiroval i hudební videoklip dané písně (stejnomené jako film). Videoklip byl natočen v černobílém provedení s jednou scénou zabírající interprety z různých úhlů pohledu a jako speciální efekt bylo přidáno „sněžení“ formou sypání bílých žmolků ztvárňujících sněhové vločky.

1.1 Hudební televize MTV

Tato televize byla založena 1. srpna 1981 v New Yorku společnostmi Warner a AmEx a její zkratka znamená „Music Television“. Před jejím založením se videoklipy samozřejmě vysílaly. Zde můžeme zmínit například „The Ed Sullivan Show“, která byla vysílána od 20. června 1948 do 6. června 1971 a poté ji nahradila CBS Sunday Night Movie a mnoho dalších.

V den, kdy začala vysílat MTV, byl zároveň vysílán i první hudební videoklip od skupiny „The Buggles – Video Killed the Radio Star“⁵. Zde již můžeme vidět, že se toto dílo výrazně vzdálilo – téměř se až nepřiblížilo záznamu hudebního vystoupení. Ve videoklipu se objevují vizuální efekty,

² STEINOCHEROVÁ, Lucie. *Videoklip jako fenomén MTV: umění či komerce?* Bakalářská diplomová práce, vedoucí Mgr. Martin Flašar, Ph.D. Brno: Masarykova Univerzita; Filozofická fakulta, 2011. Dostupné také z: https://is.muni.cz/th/trbbe/Bakalarska_diplomova_prace.pdf. 11.4. 2024

³ STEINOCHEROVÁ, Lucie. *Videoklip jako fenomén MTV: umění či komerce?* Bakalářská diplomová práce, vedoucí Mgr. Martin Flašar, Ph.D. Brno: Masarykova Univerzita; Filozofická fakulta, 2011. Dostupné také z: https://is.muni.cz/th/trbbe/Bakalarska_diplomova_prace.pdf. 11.4. 2024

⁴ *The Beatles – A Hard Day's Night*. In: YouTube [online]. 21.06. 2018. [cit. 04-11-2024]. Dostupné z: <<https://www.youtube.com/watch?v=Yjyj8qnqkYI>>. Kanál uživatele The Beatles.

⁵ *The Buggles – Video Killed The Radio Star* (Official Music Video). In: YouTube [online]. 8. 10. 2010. [cit. 2024-03-31]. Dostupné z: <<https://www.youtube.com/watch?v=W8r-tXRLazs>>. Kanál uživatele TheBugglesVEVO.

přechody a na tehdejší dobu zajímavé střihy, které minimálně divákovi zanechají stopu v paměti, což je přesně účel, který má videoklip naplnit a zpropagovat tak kapelu, jako její osobní brand. Zároveň je nutno zmínit, že kamera zde již není pouze statická, ale i pohyblivá. Kameraman zde používá například i „Dutch angle“, což je forma záběru, kdy se kamera naklání i do stran. Ve filmu se „Dutch angle“ používá pro dramtizaci nálady v daném momentu.

Ukázky z videoklipu



Navzdory všem těmto televizním estrádám se v jedné věci MTV odlišovala. Do doby, než MTV začala vysílat, téměř nebylo jasné, zda se jedná o pouhý záznam hudebního vystoupení, nebo o hudební videoklip. Jeden z důvodů je například fakt, že se před vznikem MTV a vstupem hudebních videoklipů do hudební kultury nevkládalo tolik úsilí a financí.

Posuňme se ke známé skladbě „Bon Jovi – *It's My Life (Official Music Video)*“⁶

Tento hudební videoklip byl natočen a publikován v roce 2009 režisérem Waynem Ishamem. Pro tento koncept klip byla režisérem zvolena tzv. „vizuální narace klasická“ (definováno v kapitole „Úvod do hudebních videoklipů“), která se střídala s vizualizací hudebního vystoupení Bona Joviho. Snímek vypráví vizuální příběh chlapce, který během vynášení odpadků ve své domácnosti obdrží telefonát od své kamarádky, že se ve městě Los Angeles koná neohlášený koncert Bona Joviho. Chlapec má pouze několik minut se na koncert dostavit. Tak začne celá vizualizace jeho běhu přes ulice Los Angeles, kde režisér zakomponoval i několik kaskadérských kousků (viz skok z mostu). V průběhu tohoto děje můžeme vidět prostřihy na koncert Bona Joviho v odlehlém tunelu někde na okraji města Los Angeles. Lyrika skladby a děj se navzájem dokonale doplňují. Příkladem toho je textová část: „It's my Life, it's now or never. I ain't gonna live forever“ – herec (chlapec) z tohoto

⁶ *Bon Jovi - It's My Life (Official Music Video)*. In: YouTube [online]. 17. 6. 2009. [cit. 2024-03-31].

Dostupné z:

<https://www.youtube.com/watch?v=vx2u5uUu3DE&list=PLmyAPRLQRJ6lMbAdXYGuyZ627Y9RoX25i&index=10>. Kanál uživatele Bon Jovi

důvodu běží doslova o život (vzhledem k nebezpečným kaskadérským kouskům), jen aby daný koncert stihl.

Ukázky z videoklipu



Cíleně jsou zde uvedeny dva příklady hudebních videoklipů s časovým rozdílem zhruba 30 let, aby byly vidět rozdíly uměleckých počátků MTV na jejím startu a v nedávné minulosti (před 15 lety).

2. Formát hudebního videoklipu

Hudební videoklip je formát, který je vzhledem k jeho komplexnosti poměrně mnoha způsoby definovatelný pojem. Pro jednodušší pochopení pojmu uvádíme definici Kimberly Danielle Martinez, studentky Abilene Christian University:

„Hudební videoklipy jsou v podstatě dva až čtyři minuty dlouhé krátké filmy, které jsou vytvořeny jako vizuální doprovod k písni a jsou jedním z nejoblíbenějších forem zábavy.“⁷ Hudební videoklip není vázán na délku hudební skladby, naopak je to skladba, která určuje délku videoklipu. Nicméně se často stává, že videoklip obsahuje pasáže s dialogy nebo monology, které vytváří část, kdy hudba ustane a příběh se rozvine, a tyto části navazují na text písně a její emocionální podtext.

Hudební videoklip je sám o sobě fenomén, na který můžeme nahlížet z mnoha úhlů, a to hlavně v rámci vnímání diváka.

Charakteristické vlastnosti hudebního videoklipu v rámci interakce s divákem jsou následující:

- I. *„Hudební videa komunikují s divákem skrze televizní obrazovku, monitor a reproduktory.*
- II. *Hudební videa jsou určitou formou a produktem populární kultury.*
- III. *recepce hudebního videa je závislá na divákovi (závisí pouze na divákovi, zda je vnímán jako umění, zábava, nepovedený pokus, atd.).“⁸*

Ve 21. století došlo k zásadní změně tradice sledování hudebních videoklipů díky nástupu internetu a sociálních médií, zejména YouTube. Díky této platformě jsou hudební videoklipy nyní snadno dostupné prakticky kdykoliv a kdekoli, což demokratizovalo tvorbu obsahu a umožnilo nezávislým umělcům získat pozornost. YouTube také vytvořil prostor pro interaktivitu a angažovanost diváků, kteří mohou interagovat s videoklipy a tvořit společenství kolem určitého obsahu.

Díky YouTube došlo ke globalizaci a diversifikaci hudebních videoklipů, překonání hranic a umožnění umělcům z různých částí světa sdílet svou hudbu a videoklipy s globálním publikem. Tato platforma také podnítila inovace ve formátu a obsahu videoklipů, což vede ke stále větší kreativitě a inovaci ve světě audiovizuálního umění. Celkově lze říci, že YouTube radikálně změnil způsob, jakým konzumujeme hudební videoklipy, a poskytl umělcům a režisérům nové možnosti pro vyjádření své tvorby a interakci s publikem.

⁷ MARTINEZ, Kimberly Danielle. *Think Outside the Music Video:: A Fantasy Theme Analysis of Music Videos that Break the Genre Convention*. Texas, 2018. Master of Arts. Abilene Christian University. 28. 2. 2024

⁸ UHŘÍK, Jan. *Počátky hudebního klipu v Čechách v období 50. – 60. let 20. století*. PDF, Bakalářská diplomová práce, vedoucí Mgr. Martin Flašar, Ph.D. Brno: Masarykova univerzita, 2012. 28. 2. 2024

2.1 Kategorizace hudebních videoklipů

Hudební videoklipy je možno dle prozkoumání jednotlivých sociálních sítí pojmut mnoha způsoby, v závislosti na druhu skladby. Můžeme je obecně rozdělit dle toho, kam se ubírá pozornost klipu, například jestli se jedná o klip zobrazující vizuální příběh, kde se slova a metafory interpreta vizuálně ztvárňují, či zda se jedná o zobrazení jakéhosi umělcova vystoupení v mnoha různých prostředích. Tyto dvě kategorie dělíme dle obsahu, viz rozdělení níže.

2.1.1 Performance klip

Tento typ hudebního videoklipu se zaměřuje hlavně na interpreta, jeho výstup a skladbu, kterou vizualizuje a performuje, například i mnoha různými způsoby. Je to v podstatě takový umělcův koncert, prostředí se může střídat v závislosti na náladě a atmosféře lyriky, nicméně nemusí se jednat o koncertové prostředí. Do této kategorie se řadí i záznam živého koncertu.

Dobrym příkladem takového klipu je „French The Kid - Mad About Bars w/ Kenny Allstar [S5.E8] | @MixtapeMadness“⁹.

2.1.2 Koncept klip

Tato kategorie hudebního videoklipu se dělí na: „Art klip“ a „Narativní klip“ (obě kategorie jsou charakterizovány v kapitole „Kategorizace dle stylu“). Koncept klip může vyprávět obrazový příběh ve vztahu k lyrice, nebo naopak nemusí mít vizuální narativ a pouze tvoří zajímavou obrazo-malbu. „Více ztvárňuje motiv, nálady, zobrazuje nám příběh, převádí slova do své vizuální podoby, či jiným uměleckým způsobem. Tady platí, že ve fantazii se meze nekladou.“¹⁰

Mohli bychom uvést příklad takového videoklipu od umělce „Earth“, se kterým měl autor čest pracovat jako fotograf v několika případech. Jedná se o klip „EARTH - DOPIS V LAHVI (Official Video)“¹¹.

⁹ French The Kid - Mad About Bars w/ Kenny Allstar [S5.E8] | @MixtapeMadness. In: YouTube [online]. 19.07. 2020. [cit. 04-11-2024]. Dostupné z: <<https://www.youtube.com/watch?v=wKXG9PorsVY>>. Kanál uživatele Mixtape Madness.

¹⁰ KIROVÁ, Eliška. *Proces výroby a tvorby hudebních videoklipů a jejich užití v digitální sféře*. Praha, 2018. Bakalářská práce. VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMICKÁ V PRAZE. Vedoucí práce Ing. Filip Truhlář. 29. 2. 2024

¹¹ EARTH - DOPIS V LAHVI (Official Video). In: YouTube [online]. 26.06. 2019. [cit. 04-11-2024]. Dostupné z: <<https://www.youtube.com/watch?v=9UeGkaA5v0Y>>. Kanál uživatele EARTH.

2.2 Kategorizace dle stylu

2.2.1 Vizualizace hudebního vystoupení

Vizualizace hudebního vystoupení vyzdvihuje velkolepost umělce či kapely, ať už na pódiu nebo v jiných prostředích. Obrazové vyprávění příběhu zde není na místě a mnohdy se může prolínat realita s virtuálním fantasy prostředím (ale není to podmínkou), které nemusí nijak navazovat na kontext skladby. Příkladem vizualizace hudebního vystoupení je „Imagine Dragons, JID - Enemy (Live From The MTV EMA/2021)“¹². Zde můžeme vidět propracovaný světelný set design, který se v průběhu performance mění v závislosti na rytmu a kontinuitě písně. Nicméně obraz je neustále zaměřen na zpěváka a na tanečníky, kteří dodávají atmosféře dostatečné pohybové drama.

2.2.2 Vizuelní narace klasická

Kategorie koncept klip

Narativní hudební videoklip je založen na vyprávění obrazem bez nutnosti doprovodu hudby k pochopení. Řadí se mezi konceptuální klipy. Může i nemusí zahrnovat lip-sing. Vytvořená narativa většinou zrcadlí lyriku a náladu písně a dodává tak divákovi hlubší pochopení daného konceptu.

Podle teorie hudebního videoklipu Svena Carlssona je narativní klip plnohodnotný tehdy, když divákovi k příběhu nechybí hudební doprovod.

Příkladem klasické vizuelní narace je videoklip od skupiny Slza, na kterém měl autor čest se podílet jako asistent kamery. Nese název „Slza - Magnety (Official Music Video)“¹³. Zde můžeme vidět tematiku lásky a vztahu mezi zpěvákem a jeho přítelkyní, která je ztvárněna herečkou.

Celý klip je založen na scénách z různých happeningů typu piknik, oběd, procházka po louce, jízda taxíkem apod. Tyto všechny happeningy dokonale podkládají text. Zpěvák se zároveň objevoval v popředí těchto scén, zpíval s kytarou a happening se odehrával za ním.

2.2.3 Vizuelní narace experimentální (art klip)

Kategorie koncept klip

Experimentální vizuelní narace si neklade za cíl vyprávět příběh, ani být příliš relevantní k textu dané skladby. Art klipy se často vyznačují svými abstraktními prostředími či realistickými happeningy. Interpret se může ve scénách objevovat, ale většina z toho, co vidíme v art klipech, nemusí na první

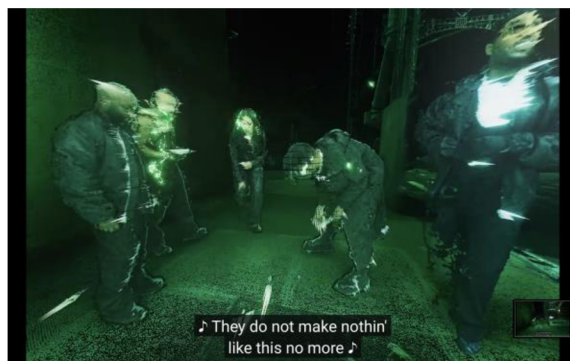
¹² Imagine Dragons. „Imagine Dragons, JID - Enemy (Live From The MTV EMA/2021)“. Online videoklip. YouTube. YouTube, 24. 11. 2021. Web. 29. 2. 2024, Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=4TKDGCBBd2s>.

¹³ Slza. „Slza - Magnety (Official Music Video)“. Online videoklip. YouTube. YouTube, 22. 9. 2023. Web. 6. 3. 2024, Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=mjklNQ7SfZs>.

pohled dávat smysl. Art klip je vnímán jako jeden velký vizuální symbol k jednomu, nebo více velkým tématům. Může obsahovat realistické i CGI scény, jež se mohou prolínat.

Příkladem experimentální vizuální narace může být hudební videoklip harlemské legendy A\$AP Ferga „A\$AP Ferg - Green Juice (Official Video) ft. Pharrell Williams, The Neptunes“¹⁴.

Text písně na začátku zmiňuje „This for Harlem“, interpret tedy jasně dává najevo, komu a jakému místu je toto dílo věnováno. Klip je z 90 % vyroben pomocí CGI, tudíž mnoho scén se neustále přetváří a mění. Střídají se zde scény, které zobrazují temnou a běžnou každodennost lidí v Harlemu a jejich činnosti.



Snímky obrazovky z daného klipu.

¹⁴ A\$AP Ferg - Green Juice (Official Video) ft. Pharrell Williams, The Neptunes. In: YouTube [online]. 28.10. 2021. [cit. 04-11-2024]. Dostupné z: <<https://www.youtube.com/watch?v=jEZ6wAuMM10>>. Kanál uživatele FERG.

2.3 Teoretické členění – Sven E. Carlsson

Ještě se vrátíme k performance klipům a zmíníme tři kategorie vymezující role interpretů v hudebních videoklipech. **Sven Carlsson**, teoretik hudebních videoklipů, je rozdělil následně – viz níže.

Performativní klip

2.3.1 Klipoví exhibicionisté

„Hudební klip, který se snaží prodat umělce, jako hlavní produkt. Působí na diváka veškerými svými přednostmi (např.: tělo, hudba, hlas, životní styl, drahá auta, ...).“¹⁵

Do této kategorie můžeme zařadit například: Britney Spears, Katy Perry nebo Rihannu.

Jako příklad lze uvést hudební videoklip „Katy Perry - Dark Horse ft. Juicy J“¹⁶. V hudebním videoklipu je jasně vidět, že veškerá pozornost i koncept se ubírá k interpretce. Zářivé drahokamy, šperky a hedvábné obleky zde zveličují její půvab a krásu. Zároveň se mezi záběry na interpretku odehrává i příběh, který se také točí hlavně okolo její osoby.



¹⁵ Sven E Carlsson - Music video theorist. Online. SlideShare. 10/2014n. 1., 24.10. 2014. Dostupné z: <https://www.slideshare.net/CoreyGB/sven-e-carlsson-music-video-theorist>. [cit. 2024-04-11].

¹⁶ Katy Perry - Dark Horse ft. Juicy J. In: YouTube [online]. 20.02. 2014. [cit. 2024-04-11]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=0KSOMA3QBU0>. Kanál uživatele Katy Perry.

2.3.2 Televizní bardí

„V tomto typu performativním klipu se interpret prezentuje jako herec, nebo jako vypravěč příběhu na základě textu. Klip může být založený na vizuálním příběhu bez lip-singu, kdy interpret je v roli herce a vypráví příběh na základě hereckého výkonu. Nebo je tu druhá varianta s lip-singem, kdy interpret v klipu artikuluje text písně a zároveň se nachází v činnosti, či prostředí, které je relevantní k lyrice písně.“¹⁷

Pro tuto kategorii uvádíme jako příklad videoklip „AK - SILENCE IS VIOLENCE (Prod. AK)“¹⁸. Interpret vytvořil píseň na protest proti policejnímu násilí v roce 2020. Můžeme si všimnout, že zde rapper nikde nevystupuje jako herec, ale na každé scéně se nachází v dějově neutrálním prostředí, kde lyricky popisuje jednotlivé příběhy a scénáře, co se v poslední době udály, zatímco jeho vyprávění doplňují záběry z celého světa na ono policejní násilí. Dokonce se v klipu vyskytují i scény, kde se zpěvák nachází v televizi v obývacích pokojích několika lidí, kteří nonverbálně reagují na jeho vyprávění. Zdůrazňuje to tak vážnost zprávy, kterou se interpret snaží světu předat.



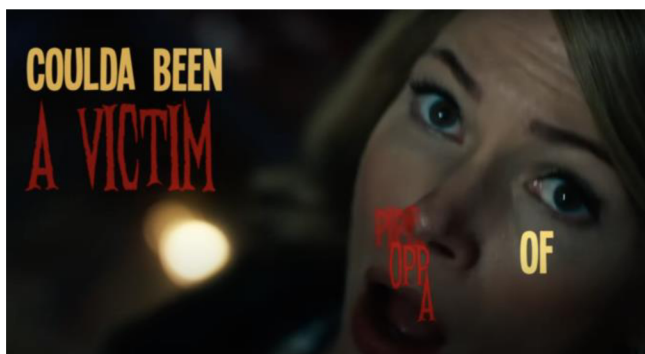
2.3.3 Elektronický šaman

¹⁷ Sven E Carlsson - Music video theorist. Online. SlideShare. 10/2014n. 1., 24.10. 2014. Dostupné z: <https://www.slideshare.net/CoreyGB/sven-e-carlsson-music-video-theorist>. [cit. 2024-04-11].

¹⁸ AK - SILENCE IS VIOLENCE (Prod. AK). In: YouTube [online]. 04.11. 2020. [cit. 2024-04-11]. Dostupné z: < <https://www.youtube.com/watch?v=xXojaEkVmuo>>. Kanál uživatele imtherealak.

„Interpret se ve skutečnosti v klipu nenachází, ale jeho text je ukotven obrázky či vizuály někoho jiného. Například tanečnicka, kaskadéra, či jiného umělce.“¹⁹

V případě elektronického šamana je vhodné uvést jako příklad videoklipu „Skylar Grey, Polo G, Mozzy, Eminem - Last One Standing (Lyric Video)“²⁰. Tato skladba byla vytvořena k druhému dílu filmu *Venom*. Interpreti se zde nezobrazují ani v jedné scéně a jejich hudba doprovází titulkový hudební videoklip se scénami z daného filmu, jež jsou hlavní ilustrací hudebního videoklipu.



¹⁹ Sven E Carlsson - Music video theorist. Online. SlideShare. 10/2014n. 1., 24.10. 2014. Dostupné z: <https://www.slideshare.net/CoreyGB/sven-e-carlsson-music-video-theorist>. [cit. 2024-04-11].

²⁰ Skylar Grey, Polo G, Mozzy, Eminem - Last One Standing (Lyric Video). In: YouTube [online]. 19.10. 2021. [cit. 2024-04-11] Dostupné z: <<https://www.youtube.com/watch?v=4haur3S8z8>> Kanál uživatele EminemMusic.

3. Proces tvorby hudebních videoklipů

Z pohledu laika se může zdát, že se jedná o pouhý nápad, spuštění hudby a tlačítka record.

Nicméně proces tvorby tohoto uměleckého formátu, je mnohem složitější, než se zdá. Samozřejmě složitost tohoto procesu se odvíjí i od velikosti samotného projektu. Velikost projektu udává několik faktorů, například: rozpočet interpreta (čím vyšší, tím více možností z hlediska rekvizit, technologie a velikosti štábu. Jednodušeji řečeno – čím více peněz, tím více kvalitních odborníků lze dostat na plac), kvalita režiséra (umění pracovat s málem a vytvořit z toho více – velice důležitá schopnost). Rozhodl jsem se, že budu strukturu procesu vést ve škále svých osobně nabraných zkušeností a mnou zvolené literatury, tudíž struktura bude rozebrána dopodrobna, ve středním měřítku.

3.1 Kreativní proces

V kreativním procesu se budeme zabývat především zpracováním konceptu skladby, na kterou se videoklip zaměřuje. Projdeme jednotlivé body, které by neměly být vynechány a jsou klíčové ke správnému průběhu spolupráce mezi režisérem a interpretem.

3.1.1 Zpracování hudebního konceptu

Většinou vše začíná obdržením skladby od interpreta, kterou režisér po dobu několika dní ve lhůtě přípravy poslouchá opakovaně. Majoritní část režisérů v dnešní době většinou tvrdí, že se jim musí skladba líbit, aby byli schopni přijít s něčím unikátním a hlavně, aby je to bavilo. Dle našeho názoru je to přesně to, co dělí amatéry od profesionálů. Profesionál v tomto oboru je schopen koncept analyzovat alespoň ve svém vlastním stylu v případě, že mu hudba vkusově nesedí. Každý režisér má vlastní přístup k hledání nápadů (tzv. „brainstorming“). Někteří se s brainstormingem potýkají dny a někteří mají tzv. „dar od boha“, kdy při jednom poslechu skladby přijdou s hlavním nápadem.

Techniky zahrnující hledání nápadů k hudebním klipům:

- **Rešerše nápadů**
- **Identifikace umělce**
- **Orientace dle lyriky skladby**
- **Hledání hlavní nálady/citovosti skladby (jak na režiséra působí)**
- **Audiovizuální inspirace (komiksy, beletrie, filmy)**
- **Spontánnost**
- **Vyvíjení kreativních rutin (myšlenkové mapy)**
- **A další...**

Když režisér sepisuje scénář, dochází k momentu, kdy se chystá převést veškerou svou vizi do slov. Scénář by měl slovně vystihovat vizi režiséra a vyprávět obrazový příběh tak, jak jej i on sám vidí. Poté dochází k fázi, kdy se režisér spojuje s kapelou či interpretem a snaží se jim tento svůj kreativní výtvar prezentovat ideálně tak, aby jej chápal interpret stejně jako režisér. Pokud se interpretovi nápad zamlouvá, tak se spouští přípravy natáčení. V případě, že interpretovi náladové zpracování nevyhovuje, celý proces se opakuje, dokud není zpracování vyhovující.²¹

(Making Music Videos – Lara M. Schwartz)

Níže jsou uvedeny dva příklady režisérů hudebních videoklipů, které stojí za zmínku a je vhodné je zde představit.

Jan Strach

„Patrně nejžádanější tuzemský režisér hudebních videoklipů současnosti. Za dekádu, co se věnuje jejich produkci, jich čtyřicetiletý Jan Strach vytvořil na pět stovek, mnohé z nich pro největší jména československé rapové a popové scény; například Yzomandias, Rytmuse, Lucii Bílou či Jana Bendiga.“²²

Jan Strach se ve 14 letech přestěhoval z Ústí nad Labem do Prahy, kde začal natáčet své první hudební videoklipy. Díky své velké vášni a neúnavnosti se časem dostal do povědomí větších českých interpretů a na základě toho jeho žádanost vzrostla natolik, že si založil produkční společnost s tematickým názvem „Produkce beze Strachu“. Do této společnosti začal postupně nabírat mladé talenty, kterým na základě jejich dovedností věří a diverzifikuje tak svou práci mezi ně a sám na výsledky prací dohlíží.

Jan Strach jako první na české scéně začal vytvářet hudební videoklipy, které se produkčně a vizuálně blížily světové scéně. Jeho vizuální styly jsou poměrně různorodé a každý jeho hudební videoklip je unikát. V době jeho tvůrčího rozmachu založil svůj vlastní projekt Most Wanted Rap (viz YouTube kanál <<https://www.youtube.com/@MOSTWANTEDRAP>>), který měl být specifický hlavně svými „one take“ hudebními videoklipy.

²¹ SCHWARTZ, Lara M. *Making music videos: Everything You Need to Know from the Best in the Business*. New York: Billboard Books, 2007. ISBN 978-0-8230-8368-8.

²² Forbes. Online. Forbes.cz. 2023. Dostupné z: <https://forbes.cz/lists/frbs-30-pod-30-23/jan-strach/>. [cit. 2024-04-15].

Cole Bennett

Cole Bennett je americký režisér, producent a vizuální umělec, který se proslavil svou prací v oblasti hudebních videoklipů. Narodil se 14. května 1996 v Plano, Illinois. Odstratoval svou kariéru v hudbě jako teenager, kdy začal natáčet videoklipy pro místní umělce ve svém rodném městě.

Jeho průlom přišel poté, co založil vlastní produkční společnost nazvanou Lyrical Lemonade v roce 2013. Společnost se rychle stala jedním z klíčových hráčů v oblasti hudebních videoklipů a poskytla platformu pro mladé umělce k tomu, aby získali pozornost a podporu ve světě hudby.

Bennett se proslavil svým unikátním vizuálním stylem, který často kombinuje barevné a kreativní prvky s inovativními postupy editace. Jeho videoklipy jsou obvykle barevně bohaté a vizuálně poutavé, což přitahuje pozornost diváků a umožňuje umělcům vyniknout.

Díky svému talentu a tvůrčímu přístupu se Cole Bennett stal jedním z nejžádanějších režisérů v hudebním průmyslu a spolupracoval s mnoha známými umělci, jako jsou Lil Uzi Vert, Juice WRLD, Eminem a mnoho dalších. Jeho práce získala obrovskou popularitu na platformách jako YouTube a jeho vliv na současnou hudební kulturu je nepopíratelný.

3.2 Zpracování finančního rozpočtu

„Režisér i v scénář může být považován za kreativní mapu k hudebnímu videoklipu a rozpočet, známý též jako „budget“, tvoří takovou finanční mapu. Společně tedy tvoří základ pro smluvní dohodu mezi produkční společností (poskytující videoklip) a nahrávací společností (poptávající videoklip), která přesně, ve větách, cituje, co bude vyprodukováno a kolik to bude vyžadovat financí. Hlavní roli ovšem hraje i produkční harmonogram, o kterém se ještě zmíním ve jeho vlastní kapitole. Ačkoliv je harmonogram zahrnut ve smlouvě mezi nahrávací a produkční společností, je udáván i v režisérově scénáři. Uvedu zde jeden z příkladů vztahu mezi harmonogramem a budgetem, který hrál roli při tvorbě mé praktické části bakalářské práce (hudebního videoklipu).

Režisér se rozhodne že se videoklip bude natáčet v prostorech, které je za potřeby pronajmout. Pronájem a jeho cena byly ustanoveny na základě hodinové sazby (každá započatá hodina = nějaká částka navíc). Pronajímané prostory mají určité dny v týdnu, kdy je po nich vyšší poptávka a vyšší počet klientů/firem, které jsou ochotny zaplatit vyšší částku za pronájem. Na základě vyjednání nejnižší možné ceny se musel režisér s pronajímatelem domluvit na den a čas, kdy by pronajímateli nevadilo poskytnout prostory za nejnižší možnou cenu.

Scénář, smlouva a harmonogram jsou ve vzájemném souladu.

Veškeré aspekty režisérova scénáře, by se měly shodovat s budgetovým plánem.”²³

Níže je uveden autorem zpracovaný a zjednodušený příklad budgetu (rozpočtu) na hudební videoklip. Budgetové soupisy samozřejmě mohou vypadat i složitěji. Početně větší štáb může mít více zaměstnanců a mnohem vyšší sortiment techniky k využití.

Rozpočet hudebního videoklipu - příklad

Název projektu				
Materiály/rekvizity	Pronájem (rent)		Cena včetně DPH (CZK)	
	Počet (ks)	Cena za jeden den		
Láhev Whisky (JD)	1		699	
Figurína	1	500	500	
Whisky sklenky	2	-	-	
Kulatý stůl	1	300	300	
Pronájem Techniky				
Kamera - ARRI ALEXA 35	1	15400	15400	
Canon EF CN-E Cinema Prime Lens Kit (14, 20, 24, 35, 50, 85mm)	1	6800	6800	
SkyPanel X (X21) Soft & Hard Light	2	4200	8400	
Produkční štáb				
Režisér	1		20 000	
Kameraman	1		13000	
Gaffer (osvětlovač)	2		7000	
Asistent režiséra (IAD)	1		5000	
Asistent kamery (IAC)	1		5000	
Celková cena			82 100,-	

²³ SCHWARTZ, Lara M. *Making music videos: Everything You Need to Know from the Best in the Business*. New York: Billboard Books, 2007. ISBN 978-0-8230-8368-8.

3.2.1 Smluvní ustanovení

Jako v jiných moderních obchodních odvětvích, i mezi produkčními společnostmi a nahrávacími společnostmi se tvoří smlouvy. V případech vysoce rozpočtových hudebních videoklipů se používá několik druhů najednou, vzhledem k jejich zaměstnanecké rozsáhlosti a důležitosti.

Smluvní ustanovení v hudebních videoklipech je poměrně občasně, některé produkce si na něm zakládají a jiné se s ním neobtěžují. Na základě osobní zkušenosti můžeme tvrdit, že se smlouvy o dílu dělají ve většině pouze v případech, kdy se jedná o videoklip s vysokým rozpočtem a početným štábem. Nicméně uvedeme dva příklady smluv, které se mohou při takových videoklipech vytvářet.

Jedna ze smluv, která se často používá, je **smlouva o dílo**.

Jedná se o vymezení podmínek pro doručení produktu mezi dodavatelem (produkční společnost) a tvůrcem (interpret). Ve smlouvě je vyjasněno, jaký formát interpret poptává, kdy jej dostane a kolik jej to bude stát peněz. Smlouva obsahuje jméno dodavatele i objednatele. Může obsahovat i dohodu o případné reklamaci daného díla, respektive pokud se objednateli nebude finální výsledek líbit a vše již bude hotové, tak pouze proplatí spotřební náklady natáčení a preprodukce a produkční společnost nedostane své ohodnocení za odvedenou práci.

Smlouva o autorských právech se většinou v hudebních videoklipech týká nezveřejňování ukázek a trailerů před zveřejněním videoklipu samotným interpretem. V takových případech poměrně záleží na faktu, zda je interpretem chystaný projekt prezentovaný jako překvapení pro jeho audienci. Když jsem byl rok zpět na natáčení videoklipu „*Renne Dang - Amen feat. Rytmus (OFFICIAL VIDEO)*“²⁴, tak toto byl přesně jeden z případů, kdy bylo komparsu a všem lidem z produkčního štábu přísně zakázáno zveřejňování jakéhokoliv vizuálního obsahu z průběhu natáčení či po natáčení. Já tam byl konkrétně jako „Behind the scenes fotograf“, takže jsem čekal zhruba dva měsíce, než jsem mohl své fotografie prezentovat veřejně.

²⁴ Renne Dang - Amen feat. Rytmus (OFFICIAL VIDEO). In: YouTube [online]. 07.04.2023. [cit. 2024-04-04]. Dostupné z: <<https://www.youtube.com/watch?v=ItS0Xn997js>>. Kanál uživatele Renne Dang.

3.3 Složení štábu

V této kapitole jsou rozebrány jednotlivé pozice pracovníků štábu v hudebních videoklipech a to, jaká je jejich náplň práce a zodpovědnost. Velikost a větvení štábu se na každém natáčení liší, většinou hlavně z důvodu velikosti rozpočtu na daný hudební videoklip. V některých případech režisér může mít i dva asistenty, stejně jako kameraman, ale jsou i případy hudebních klipů, kde není prostor na finanční ohodnocení těchto pozic, což znamená, že se většina práce a zodpovědnosti převede na režiséra či kameramana.

3.3.1 Režisérův tým

„Jak už bylo řečeno, režisér je považován za kreativní tažnou sílu celého hudebního videoklipu a řídí celou produkci. Je to náročná role, vyžadující značnou organizaci a delegaci odpovědností. V případě velkého natáčení s mnoho odpovědnostmi je pomoc „*asistenta režiséra*“ *velice důležitá*.“

Asistent režiséra (AD – Assistant of Director)

Asistent režiséra se stará o chod celého štábu, udržuje správný časový chod harmonogramu a ujišťuje se, že vše probíhá hladce a bez problému. Zároveň je neustále k dispozici režisérovi a dohlíží společně s ním na chod záběrů ve správném časovém pořadí a vyhovuje jeho požadavkům. Režisér by měl být plně soustředěn na záběry, na to jak působí a hlavně zda jsou dle jeho představ. Nicméně asistent režiséra také spolupracuje s producentem, se kterým dávají dohromady harmonogram, který obsahuje např.: čas svolání štábu (crew call), pauzy na jídlo a časy přesunu celého štábu na jinou lokaci. V případech velkého štábu k sobě AD může mít i druhého asistenta režiséra (2nd AD), který obstarává interprety a komparz a ujišťuje se, zda jsou připraveni na plac (tzn. make-up a ošacení, na kterém je 2nd AD domluven s hlavním režisérem).

3.3.2 Produkční tým

Zatímco režisér zastává celou funkci ředitele kreativní stránky hudebního videoklipu, producent se stará o celou business stránku hudebního videoklipu. Obstarává budget připravený na videoklip, který konzultuje s režisérem, kameramanem, video editorem a asistentem režiséra. Společně vytvoří rozpočtový (budgetový) a produkční harmonogram, který tvoří přehled o jednotlivých částkách vyhrazených na jednotlivé pozice či aspekty hudebního videoklipu.

V průběhu natáčecího dne dohlíží na to, aby veškeré body harmonogramu docílily svých stanovených časů. Obstarává catering a přesuny na další natáčecí lokace.

V rámci většího natáčení zde může být ještě „produkční koordinátor“, který se stará o veškeré účty a transakce zanechané producentem na videoklipu. Spolupracuje s producentem a režisérem, od preprodukce až po finální wrap.

3.3.3 Kinematografický tým

Jeho hlavou je tzv. „**Director of Photography**“, nejčastěji používané ve zkratce „DOP“. Kinematografický tým zahrnuje celý kamerový štáb, jehož velikost se opět odráží od velikosti samotného projektu. DOP většinou v případě hudebních videoklipů funguje i jako kameraman, opět záleží na velikosti projektu. Pokud se bavíme o větším projektu, znamená to, že náplň práce DOP je čistě kreativní a technická stránka obrazu. Společně s režisérem dohlíží na záběry a kontroluje, zda kamerový operátor (kameraman) vytváří svými pohyby správnou náladu v obraze. Dohlíží na nasvícení a exponování scén a rozhoduje o tom, jaké vybavení se v určitý moment použije.

Kamerový operátor

Kamerový operátor pracuje s kamerovým zařízením dle instrukcí DOP a režiséra. Jeho schopnosti zahrnují umění používat kamerovou techniku jako gimbal a kamerový jeřáb. Je zkušený v kamerových pohybech a zodpovídá za celou mobilní stránku kamery. Umění držet si přesně stanovenou kompozici je v jeho případě jedna z nejdůležitějších schopností.

Steadicam operátor

Steadicam operátor je speciální druh kameramana využívající patentované gyroskopické zařízení zvané „Steadicam“, které je momentálně jedno z nejefektivnějších stabilizačních zařízení ve filmovém průmyslu. Je určeno pro filmové kamery většího rozměru, je drahé a náročné k použití. Steadicam operátor je většinou licencovaný profesionál, pracující často na vysokorozpočtových projektech.

1stAC – první asistent kamery

Z anglického jazyka – „First Assistant of Camera“, jinak také zvaný „focus puller“, má na starosti technické aspekty kamery. Během natáčení se stará o neustále ostrý snímek. Je to jedna z technicky nejnáročnějších prací na celém placu. Během přípravy scény si poznačí veškeré plánované vzdálenosti mezi kamerou a objektem, který je hlavním bodem soustředění v daném záběru. Během natáčení se 1stAC řídí čísly nacházejícími se ze vnějšku objektivu, které mu říkají, kolik metrů od objektu bude obraz ostrý. Pomocí značek na ostřicím kolečku a čtením těchto čísel by měl být 1stAC

schopen odvést perfektní práci. 2ndAC, který bývá jeho pravou rukou, se v hudebních videoklipech příliš často nevyskytuje.

3.3.4 Gafferský tým

Pokud si na natáčení představíme vše, co je spojeno s elektřinou a světly, tak bychom si měli vybavit právě tuto štábní složku. V anglickém jazyce je mnohdy nazývána „The electric team“.

Vedoucím tohoto oddělení je „**Gaffer**“. Na základě spolupráce s DOP má na starost nasvícení veškerých scén v průběhu natáčení. V preprodukcí mnohdy i připravuje světelná schémata ve 3D programu, poté je konzultuje s DOP a režisérem a chodí s nimi po lokacích za účelem kvalitnější představy o světelném nastavení na jednotlivých scénách.

The Best Boy Electric

Jinak také „Best boy“, je sekundární pozice zodpovídající se hlavnímu gafferovi. Best boy asistuje gafferovi se vším, co je za potřebí a hlavně dělá většinu fyzické práce, co se týče zapojování všech kabelů na osvětlení scén. Zároveň je zodpovědný společně s grippery za stavění nosných konstrukcí, na které se případně umisťují světla a LED panely. Početnost těchto asistentů se může lišit dle velikosti projektu.

3.3.5 Vizážní tým (glam squad)

Vizážní tým je jednou z nejdůležitějších složek celého týmu. Skládá se z módních stylistů, make-up profesionálů a expertů na vlasy. Tyto tři složky mohou být v některých klipech všechny najednou, nebo jen některé z nich (záleží na velikosti projektu a na tom, zda je stylizace vlasů či oblečení na místě. Make-up je ovšem nejčastěji využívaná složka vizážního týmu). Důležitost tohoto týmu spočívá hlavně v prodeji umělce vzhledové identity. Make-up předchází především vytvoření vizuálních nešvarů, jako např.: odlesky na interpretově obličejí. Nicméně může mít i umělecký a konceptuální záměr (speciální maska, která musí být nalíčena profesionálem).

Závěr

V závěru této práce lze konstatovat, že úsilí věnované propojení rapové kultury s tvorbou hudebních videoklipů přineslo hodnotné poznatky a zkušenosti. Cílem této práce bylo prostřednictvím teoretického a praktického zkoumání proniknout do světa hudebních videoklipů, porozumět jejich historii, vývoji a procesu tvorby.

V teoretické části jsem detailně analyzoval historii hudebních videoklipů, od jejich počátků až po současnou dobu, a soustředil jsem se na vznik první hudební televize a jejího vlivu na rozvoj tohoto média. Dále jsem se zabýval kategorizací hudebních videoklipů podle obsahu a vizuálního stylu, což umožnilo hlouběji porozumět jejich různorodosti a estetickým pravidlům.

V praktické části jsem se zaměřil na konkrétní natočení hudebního videoklipu pro vybrané interprety. Tento proces poskytl neocenitelnou příležitost aplikovat teoretické poznatky v praxi a získat praktické dovednosti v oblasti produkce, režie a tvorby vizuálního obsahu. Díky této zkušenosti jsem se mohl dále rozvíjet jako tvůrce hudebních videoklipů a přispět k rozšíření svých znalostí a dovedností v tomto oboru.

S obrovským vzestupem sociálních médií a krátko-formátových videí se mi někdy vybavuje otázka, jaká bude budoucnost hudebních videoklipů. S postupným zkracováním pozornosti diváků a tlakem na rychlý a snadno stravitelný obsah se může zdát, že tradiční hudební videoklipy budou mít obtížnější postavení. Přesto věřím, že hudební videoklipy mají jedinečnou schopnost vyprávět příběhy a vyjádřit emoce, což je něco, co krátko-formátová videa nemohou nabídnout. Budoucnost hudebních videoklipů tak může spočívat v jejich schopnosti adaptace a inovace, ať už prostřednictvím experimentování s novými formáty nebo využitím interaktivních prvků.

Celkově lze tedy konstatovat, že tato práce splnila svůj účel v plném rozsahu a přinesla nejen poznání problematiky tvorby hudebních videoklipů, ale také cenné praktické zkušenosti, které budu moci využít v budoucí kariéře v audiovizuálním průmyslu.

Literatura

SCHWARTZ, Lara M. *Making music videos: Everything You Need to Know from the Best in the Business*. New York: Billboard Books, 2007. ISBN 978-0-8230-8368-8.

RAILTON, Diane a Paul WATSON. *Music Video and the Politics of Representation*. Edinburgh University Press, 2011 ISBN 9780748671021

VERNALLIS, Carol. *Experiencing music video : aesthetics and cultural context*. Columbia University Press, 2004. ISBN 0-231-11798-1.

Internetové zdroje

Sven E Carlsson - Music video theorist. Online. SlideShare. 10/2014n. 1., 24.10. 2014. Dostupné z: <<https://www.slideshare.net/CoreyGB/sven-e-carlsson-music-video-theorist>>.

Sémiotika hudebních videoklipů: Je to ve hvězdách. 25fps.cz [online]. 2011. Dostupné z: <<http://25fps.cz/2011/peeters/>>

Bon Jovi: It's My Life. IMDb.com [online]. rok vydání neznámý, neznámý. Dostupné z: <https://www.imdb.com/title/tt6736086/plotsummary/?ref=tt_ov_pl>

KIROVÁ, Eliška. *Proces výroby a tvorby hudebních videoklipů a jejich užití v digitální sféře*. Praha, 2018. Bakalářská práce. VYSOKÁ ŠKOLA EKONOMICKÁ V PRAZE. Vedoucí práce Ing. Filip Truhlář. Dostupné z: <https://vskp.vse.cz/73330_proces_vyroby_a_tvorby_hudebnich_videoklipu_a_jejich_uziti_v_digitalni_sfere>

UHŘÍK, Jan. *Počátky hudebního klipu v Čechách v období 50. – 60. let 20. století*. PDF, Bakalářská diplomová práce, vedoucí Mgr. Martin Flašar, Ph.D. Brno: Masarykova univerzita, 2012. Dostupné z: <<https://theses.cz/id/pmitdc/?lang=en>>

MARTINEZ, Kimberly Danielle. *Think Outside the Music Video:: A Fantasy Theme Analysis of Music Videos that Break the Genre Convention*. Texas, 2018. Master of Arts. Abilene Christian University. Dostupné z: <<https://digitalcommons.acu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1101&context=etd>>

STEINOCEROVÁ, Lucie. *Videoklip jako fenomén MTV: umění či komerce?* Bakalářská diplomová práce, vedoucí Mgr. Martin Flašar, Ph.D. Brno: Masarykova Univerzita; Filozofická fakulta, 2011. Dostupné také z: <https://is.muni.cz/th/trbbe/Bakalarska_diplomova_prace.pdf>.

Forbes. Online. Forbes.cz. 2023. Dostupné z: <https://forbes.cz/lists/frbs-30-pod-30-23/jan-strach/>. [cit. 2024-04-15].

Praktická část

Hudební videoklip – Way do Klatov

JKLivininTheNight & Ihaventflavour

Label: Lost Generation

Anotace

V následujících řádcích bude vysvětlen proces tvorby tohoto hudebního videoklipu. Zmíníme zde lyriku hudby, na kterou byl hudební videoklip vytvářen, a to pro snadnější pochopení kapitoly „Přípravy a vytváření konceptu“. Dále tento hudební videoklip kategorizujeme na základě teoretické části bakalářské práce a popíšeme proces plánování harmonogramu. Současně bude detailně uveden vlastní shot list, podle kterého jsme později vycházeli na samotném natáčení.

Text/lyrika písně:

JK

„Nevim jakej je time, někdy glitchuju jak TV
Každej den jinej stav evoluju se jak eevee.
Nevim jakej je time, no party nekončí nikdy.
Music, která má shine, jak diamanty se blýští. (2×) – refrén

Nikdy nekončí night... teda když neřeknem my. Neříkej jak mám žít life, protože nejsi v něm ty. Na chvíli off button, chci aspoň na chvíli klid. Ted' mě neruš, letovej režim, my děláme hit!
Život začíná ve studiu a končí když dám leaving.
Chci život jako z filmu no tvůj vypadá jak teaser.
Já jedu jako bímer
dej mi závod a jsem lídr
Vidím win, už je near.
A vize zůstává clear.
Já a music skvělej deal.
Nestačí talent chci píli.
Pálím gas ve svý říši.
Okolo hlavy jsou víly.“

Ihaventflavour

„Je jako daisy jak tago
Ujel jim vlak jedem tago
ve stu pusobim jak mágo
Sex rano chutna jak mango
Sleduje nas každý faggot
Nosim po kapsach ten batoh i když už nenosim batoh
Daleko jak way do klatov
Boyz zjistili nemaj na to
Radši daj po p pin plato
Nikdo je necení za to
Říkam ji pod' pod' sem zlato
Sekam to jak hlavy kato
Bars jejich měkký jak zlato
Jsme v tom zajedno jak nato
Když dávame na ně fuckoff“

JKLIVININTHENIGHT (Refrén 2×)

Přípravy a vytváření konceptu

V okamžiku, kdy jsem poprvé slyšel tuto skladbu, jsem úplně neviděl úplně jasný koncept. Po několika poslechnutí jsem se rozhodl, že prostředí a koncept bude inspirován hlavně repetitivním refrémem, který můžeme v písni slyšet dvakrát na začátku a dvakrát na konci.

Text popisuje psychický stav hudebního umělce, ve kterém je časově dezorientovaný, často pije alkohol a metaforicky popisuje, že jeho existence se „glitchuje jako TV“ (tzn. stagnuje a nedokáže si vybrat svou pravou podobu).

Na základě této hlavní části jsem se rozhodl zvolit prostředí, které působí tajemně a temně, stejně jako refrén samotný, a zároveň mi sedlo do konceptu života tohoto rappera. Prostedí bylo velmi barevné a zdobené neonovými prvky, které téměř vystihují světelnou náladu jejich konkrétního nahrávacího studia.

Kategorizace hudebního videoklipu

Celý hudební videoklip si klade za cíl působit jako performance klip, který vizualizuje hudebníkovu vystoupení v několika různých prostředích v závislosti na konceptu a náladě. Ačkoliv se v některých snímcích může zdát, že je prostředí zcestné, po více shlédnutích si lze uvědomit, že spadá do životního stylu underground rappera a lehký nádech relativity k lyrickému konceptu se v klipu nachází.

Rozpočet a plánování

Dříve, než jsem byl schopen se domluvit s interprety na jejich rozpočtu na hudební videoklip, jsem začal shánět prostory pro natáčení. Dle reference mého kamaráda jsem narazil na Fun arénu na ulici Petráská. Tato interiérově designová budova se soustředí přímo na pronájem prostor na základě zážitků a firemních večírků, ale po hovoru s ředitelem jsem zjistil, že může být pronajata i pro produkční účely. Tak jsem neváhal a domluvil jsem si prohlídku (ve světě hudebních videoklipů i tzv. „Location check“). Po prohlídce a nafocení materiálů na mood board jsem začal s manažerem domlouvat cenu.

Shot List

Úvodní záběry:

Kamerové průlety chodbami daného prostoru (záběry s úvodním titulkem)



Parallax záběry na figuríny a

details prostoru (pro navození tajemné a podivné atmosféry)



Lipsingy:

Scéna č. 1 – zajímavě vyzdobené auto s gaučem uvnitř. Zde se natočí celá část rappera JKlivininthnight.

Kamera – živější pohyby s Dutch angles



Scéna č. 2 – Glitchující televize

Zde jsem vytvořil vizuál evolujícího se pokémona „eevee“, který se během interpretovy performance přehrává na glitchujících televizích.

Zde je opět natočena celá část rappera JKlivininthnight.

Statické i dynamické záběry.



Scéna č. 3

BAR – tyto scény jsou vytvořeny na základě výroku „party nekončí nikdy“.

Záběr na nalévání Hennessy do skleniček (Hennessy byl nahrazen jablečným džusem, nebyl použit alkohol).

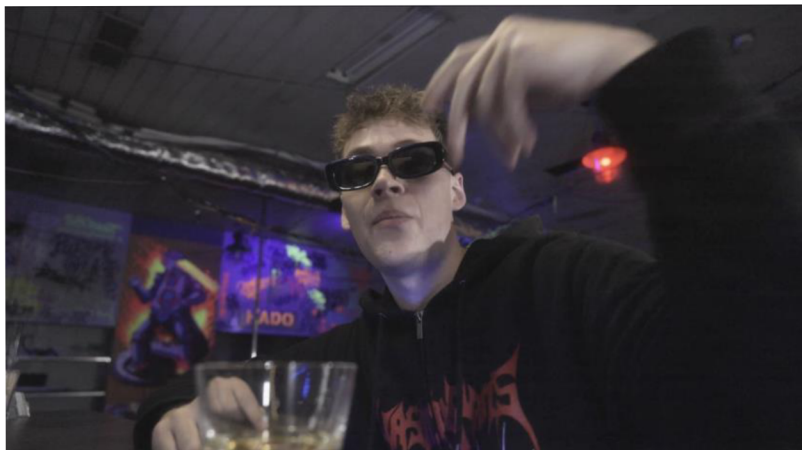


Záběr na přit'uknutí skleniček



Záběr na lipsing rappera JKlivininthnight

- Sloka po refrénu



Scéna č. 4

Gauč v neonovém lese

V této části se natáčí zakončení sloky rappera JK („pálím gas ve svý říši, okolo hlavy jsou víly“). Záběr na část lipsingu, poté zapaluje joint a kamera zajíždí do green screen telefonu (přechod), kde již začíná sloka rappera Ihaventflavour.



Scéna č. 5

Arcade závodní hra

Záběr – rapper JKlivinthenight sedí na závodním simulátoru a dělá, že řídí auto. Tato scéna je natočena 360° kamerou a je natočena k části textu „Já jedu jako Beamer (BMW), dej mi závod a jsem leader, vidim win, už je near a vize zůstává clear“.

Kamera je připevněna na tyči k vrchnímu rámu simulátoru.



Scéna č. 6

Schody – Ihaventflavour

- Statické záběry

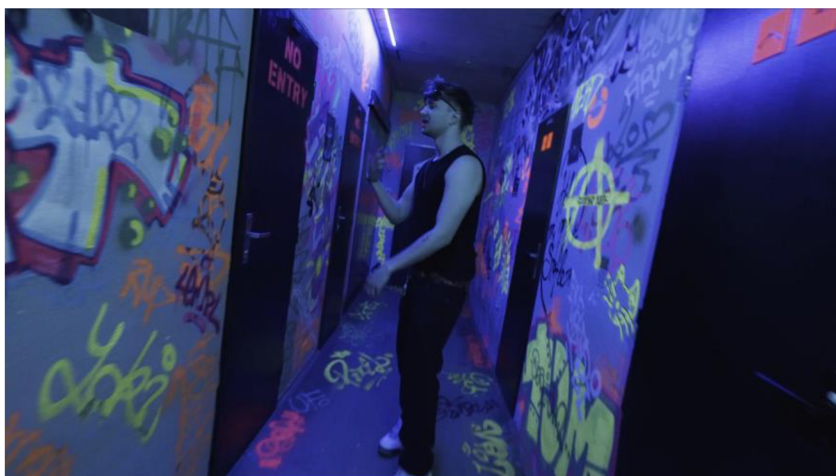


- Změny pozic rappera (na prostřihy)

Scéna č. 7

Graffiti chodba

Zde je natočena celá sloka rappera Ihaventflavour



Scéna č. 8

JKlivininthnight

Finální refrén v zamlžené prázdné místnosti s kontra nasvícením a jedním pohyblivým světlem z pravé strany.



Klipový štáb

Režie, scénár, kamera, produkce, střih – Vojtěch Doležal (uměleckým jménem Rayo Blaze)

1st AC a Gaffer – David Marek

Make-up – Anna Valentýna Gajdošová, Kristýna Hašková

Behind the scenes kamera – Kristýna Hašková