

Kategorizace showreelů a jejich skladba

Dominik Albrecht

Bakalářská práce
2021



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta multimediálních komunikací

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta multimediálních komunikací

Ateliér Audiovize

Akademický rok: 2020/2021

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(projektu, uměleckého díla, uměleckého výkonu)

Jméno a příjmení: **Dominik Albrecht**
Osobní číslo: **K18128**
Studijní program: **B8209 Teorie a praxe audiovizuální tvorby**
Studijní obor: **Audiovizuální tvorba – Stříhová skladba**
Forma studia: **Prezenční**
Téma práce: **1. Teoretická část:
Kategorizace showreelů a jejich skladba
2. Praktická část:
Stříhová skladba audiovizuálního díla, nebo tematický soubor audiovizuálních děl, délka minimálně 12min., nebo projektová část teoretické bakalářské práce.**

Zásady pro vypracování

1. Teoretická část:

Rozsah práce: minimálně 15 normostran textu bez započítání obsahu, rejstříku a obrazových příloh.

Formální podoba: Jednotná formální úprava teoretické části práce, její uložení a zpřístupnění se řídí aktuální verzí příslušné směrnice rektora. Student odevzdává 1 ks fyzické (tištěné) práce v pevné vazbě. Tištěná verze práce obsahuje originální „Zadání DP/BP“ včetně příslušných podpisů a studentem podepsané Prohlášení o původnosti práce. Práce v elektronické podobě obsahuje naskanované „Zadání DP/BP“ se všemi formálními náležitostmi a také nepodepsané Prohlášení studenta o původnosti práce. Plný text elektronické verze ve formátu PDF/A a případné přílohy (zkomprimované do jednoho zip souboru) student odevzdává nahráním do IS/STAG a do příslušné složky na NAS-AAV (viz níže).

Pokyny k vypracování: prostudujte a analyzujte dostupné materiály z profesního hlediska a formulujte závěry a získané vědomosti do podoby akademického/odborného textu.

2. Praktická část:

Přípustné varianty praktické části:

1) Stříhová skladba audiovizuálního díla (vyrobeného v systému řízené výroby FMK) v minimální délce 12 minut, ve výstupní kvalitě uvedené ve Výrobní knize AAV.

2) Stříhová skladba souboru audiovizuálních děl oficiálně schváleného před odevzdáním Výrobní komisí ateliéru Audiovizuální tvorba, ve výstupní kvalitě uvedené ve Výrobní knize AAV.

3) Projektová část (realizovaná prostřednictvím metody výzkumu uměním) stříhového charakteru úzce související s teoretickou částí práce. Varianta musí být schválena před odevzdáním Výrobní komisí ateliéru Audiovizuální tvorba.

Další požadované materiály praktické části:

a) Upoutávka, teaser či trailer na předložené audiovizuální dílo (var. 1 a 2).

b) Písemná explikace z pohledu dané specializace. Minimální rozsah 2 normostrany (var. 1, 2, 3).

c) Anotace (var. 1, 2, 3).

d) Technický scénář (var. 1).

e) Štábová listina (var. 1, 2, 3).

V případě, že je dílo autorským počinem nebo není součástí praktické části SZZ studenta produkce, je nutné dodržet doložení požadovaných materiálů a – h dle zadání specializace Produkce. Tato data odevzdává za projekt vždy jeden člověk. Nezbytná je konzultace s vedením AAV.

Všechny odevzdávané materiály musí splňovat vnitřní technické normy dle Výrobní knihy AAV pro odevzdávání prací a musí být řádně popsány (jméno, název, logo fakulty, formát, rozlišení). Součástí závěrečné práce je vytištěný a podepsaný formulář „Údaje o bakalářské práci studenta“.

Uložení na NAS:

Ve složce na NAS-AAV, označené „Bakalářská / Magisterská práce“ uložte:

1) Teoretickou práci ve formátu PDF/A a případné přílohy (zkomprimované do jednoho zip souboru) dle specifikací výše.

2) Vytvořte podsložku Praktická práce, která bude obsahovat materiály částí a- h. Řádně nazvaný film/absolventské dílo odevzdávejte ve formátech splňujících vnitřní technické normy AAV pro odevzdávání prací. 3) Vytvořte podsložku s názvem Katalog, která bude obsahovat „Podklady pro katalog FMK UTB ve Zlíně“: 10 kusů obrazové dokumentace praktické části závěrečné práce pro využití v publikacích FMK. Formát pro bitmapové podklady: JPEG, barevný prostor RGB, rozlišení 300 dpi, 250 mm delší strana.

Formáty pro vektory: AI, EPS, PDF. Loga a texty v křivkách. V samostatném textovém souboru uveďte jméno a příjmení, login do portálu UTB, obor (ateliér), typ práce, přesný název práce v češtině i v angličtině, rok obhajoby, osobní e-mail, osobní web, telefon. Přiložte svou osobní fotografii v tiskovém rozlišení.

Forma zpracování bakalářské práce: **Tištěná/elektronická**

Seznam doporučené literatury:

- VALUŠIAK, Josef. *Základy stříhové skladby*. 3., rozš. vyd. V Praze: FAMU, 2005. ISBN 80-7331-039-2.
- KUČERA, Jan. *Stříhová skladba ve filmu a v televizi*. 3. vydání. V Praze: Akademie múzických umění, 2016. ISBN 978-80-7331-386-9.
- ĚJZENŠTEJN, Sergej Michajlovič. *Kamerou, tužkou i perem*. 2., rozšíř. vyd. Praha: Orbis, 1961. Filmové publikace.
- CHANDLER, Gael. (2012). *Cut by cut – editing your film or video*. Michael Wiese Productions
- LABÍK, Ľudovít. *Dramaturgia strihovej skladby: horizontálna a vertikálna štruktúra filmového príbehu*. Zlín: VeRBuM, 2013. ISBN 978-80-87500-30-9.
- ARUNDALE, Scott, & Trieu, T. (2015). *Modern post: Workflows and techniques for digital filmmakers*. New York: Focal P.

Vedoucí teoretické části: **MgA. Josef Erla**
Ateliér Audiovize

Vedoucí praktické části: **doc. MgA. Libor Nemeškal, Ph.D.**
Ateliér Audiovize

Datum zadání bakalářské práce: **2. prosince 2020**

Termín odevzdání bakalářské práce: **21. května 2021**

L.S.

doc. Mgr. Irena Armutidisová
děkanka

MgA. Irena Kocí, Ph.D.
vedoucí ateliéru

Ve Zlíně dne 2. prosince 2020

PROHLÁŠENÍ AUTORA BAKALÁŘSKÉ / DIPLOMOVÉ PRÁCE

Beru na vědomí, že

- bakalářská/diplomová práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému a bude dostupná k nahlédnutí;
- na moji bakalářskou/diplomovou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3;
- podle § 60 odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- podle § 60 odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – bakalářskou/diplomovou práci - nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- pokud bylo k vypracování bakalářské/diplomové práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tj. k nekomerčnímu využití), nelze výsledky bakalářské/diplomové práce využít ke komerčním účelům;
- pokud je výstupem bakalářské/diplomové práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Prohlašuji, že:

- jsem na bakalářské/diplomové práci pracoval samostatně a použitou literaturu jsem citoval. V případě publikace výsledků budu uveden jako spoluautor.

Ve Zlíně dne:

Jméno a příjmení studenta:
podpis studenta

ABSTRAKT

Hlavním tématem bakalářské práce je nahlédnutí do problematiky audiovizuálního formátu showreelu a vytvoření funkční kategorizace pro jeho dělení. Práce definuje formát showreelu výhradně na území České republiky a zabývá se jeho strukturou, formálními prvky a trendy v oblasti jeho užití. Teoretická část práce se věnuje definici formátu a tvůrčím prvkům. Analytická část práce poté nabízí dvě kategorizace, podle kterých lze přistupovat k dělení showreelů.

Klíčová slova: showreel, definice, kategorizace, struktura, formální prvky

ABSTRACT

The main topic of the bachelor's thesis is an insight into the issues of the audiovisual format of the showreel and the creation of a functional categorization for its division. The thesis defines the format of the showreel exclusively in the Czech Republic and deals with its structure, formal elements and trends in its use. The theoretical part of the thesis deals with the definition of the format and creative elements. The analytical part of the thesis then offers two categorizations, according to which it is possible to approach the division of showreels.

Keywords: showreel, definition, categorization, structure, formal elements

PODĚKOVÁNÍ:

Rád bych touto cestou poděkoval svému vedoucímu práce MgA. Josefovi Erlovi za odborné vedení mé práce, za jeho čas, cenné poznámky a konzultace. Stejně tak bych chtěl poděkovat svému oborovému pedagogovi doc. MgA. Liborovi Nemeškalovi, Ph.D. za jeho čas, možnost konzultací a cenné informace. Nakonec bych chtěl poděkovat všem respondentům, za jejich postřehy a zkušenosti, které se mnou sdíleli.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské/diplomové práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD.....	10
I TEORETICKÁ ČÁST	11
1 SHOWREEL.....	12
1.1 DEFINICE SHOWREELU.....	13
1.2 SHOWREEL JAKO REKLAMNÍ ÚTVAR	15
1.3 TVORBA SHOWREELU	17
1.3.1 Kategorizování showreelu.....	17
1.3.2 Výběr záběrů	18
1.3.3 Práce s hudbou a zvukem	19
1.3.4 Struktura.....	21
1.3.5 Montáž a práce s temporytmem	22
1.3.6 Text a grafika	23
2 METODIKA	25
II ANALYTICKÁ ČÁST	26
3 OBECNÁ KATEGORIZACE SHOWREELŮ.....	27
3.1 PROFESNÍ SHOWREELY	27
3.1.1 Režie.....	27
3.1.2 Kamera	28
3.1.3 Střih	28
3.1.4 Herec	29
3.1.5 Vizuální efekty	29
3.1.6 Animace	30
3.1.7 Další profese.....	30
3.2 KOLEKTIVNÍ SHOWREELY	30
3.2.1 Audiovizuální studia	30
3.2.2 Televizní stanice.....	31
3.2.3 Instituce	33
3.3 SPECIFICKÉ SHOWREELY	33
4 KATEGORIZACE SHOWREELŮ PODLE TVŮRČÍHO PŘÍSTUPU	34
4.1 STOPÁŽ	34
4.2 TEMPO A RYTMUS.....	39
4.2.1 Převzatý temporytmus.....	39
4.2.2 Dostředivé a odstředivé.....	40
4.2.3 Strukturované	41
4.3 ZVUK.....	42
4.3.1 Podkresové	42
4.3.2 Ruchové.....	42
4.4 MONTÁŽ.....	42

4.4.1	Rapid montáž	42
4.4.2	Asociativní montáž.....	43
4.4.3	Práce s match cuty.....	43
4.5	STRUKTURA	44
4.5.1	Jednoduchá struktura.....	44
4.5.2	Tematická struktura.....	44
4.5.3	Asociativní struktura	50
4.6	TEXT A GRAFIKA	50
4.6.1	Informativní přístup	50
4.6.2	Tvůrčí přístup	51
4.7	SHRNUTÍ.....	51
ZÁVĚR		52
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY		53
SEZNAM OBRÁZKŮ		54
SEZNAM GRAFŮ		55
SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....		56
SEZNAM SHOWREELŮ		57

ÚVOD

Showreel je velmi flexibilní formát hojně využívaný k propagaci a reprezentaci v audiovizuální sféře. Jedná se o krátké audiovizuální dílo, které slouží k propagaci autora a jeho audiovizuální práce. Tento krátký formát však nemá jasně ukotvené definice, ani žádná jasně nadefinovaná pravidla, jimiž by se řídil. Záleží vždy na autorovi, jaké přístupy si vezme za své a jakých formálních prvků využije. I přesto, že možnosti jsou de facto nevyčerpatelné a každý jeden showreel může obsahovat jiné struktury a přístupy, lze sledovat určité trendy a skladebné postupy, kterých je více či méně často užíváno.

V této práci se budu věnovat samotné definici a zařazení formátu showreelu. Současně budu sledovat využívané trendy a postupy a následně vytvořím kategorizaci, jež bude východiskem pro otázku vzniku a využití showreelů.

Při vytváření definice nemohu vycházet z odborné literatury, protože žádná literatura přímo nedefinuje showreel v tak obecné rovině, jak by bylo příhodné pro potřeby této práce. Jako východisko mi tedy poslouží můj vlastní výzkum a rozhovory se střihači, kteří se showreely zabývají.

Můj výzkum se zaměřuje na problematiku showreelu z pohledu jeho variability. Vytvořená kategorizace poté poslouží k uchopení této problematiky. Jednotlivé kategorie nesou určitý společný prvek spojující dané showreely a vznikají i překryvy mezi dalšími kategoriemi.

V této práci jsem si stanovil tři základní cíle. Nejdříve chci vytvořit náhled na samotnou problematiku showreelů, poté vytvořit kategorizaci, podle níž bude showreely možné dělit, a nakonec popsat formální přístupy a postupy, kterých se při tvorbě showreelů užívá.

I. TEORETICKÁ ČÁST

1 SHOWREEL

Showreel je krátké video, které plní funkci audiovizuálního portfolia. Je obvykle tvořen výběrem těch nejlepších záběrů z nejlepších projektů. Přestože už má tento formát určitou historii, která sahá i mimo digitální éru,¹ zažívá rozmach až v poslední době, kdy nachází nová využití primárně díky internetovým platformám. Je tedy čím dál častěji využíván jako prostředek pro propagaci, a to z toho důvodu, že si ho může vytvořit téměř kdokoli. Co se týká jeho termínového ukotvení, setkáme se s mnoha příklady různých interpretací. Tyto definice nejsou jednotné a občas jsou dokonce rozporuplné. V odborné literatuře se zaměřením na film a reklamu jednotnou a jednoznačnou definici pojmu showreel nenajdeme.

Z vlastního výzkumu, který jsem provedl, a z informací, které jsem získal z rozhovorů se střihači showreelů, vyplývá, že nelze jasně nadefinovat jednotnou strukturu. Děje se tak jednak vzhledem k variabilnosti projektů, s nimiž se při vytváření showreelu pracuje, ale také vzhledem k požadavkům klientů, osobním preferencím, kreativitě jedince a dalším faktorům. Reklamní střihač Josef Erla v rozhovoru říká: „... *já si upřímně myslím, že showreel nic moc takového nemá, nějaká dogmatická pravidla, protože jinak by to bylo asi dost svazující a ono je to asi vlastně fajn na jednu stranu, protože si v něm můžete dovolit víceméně cokoli, tím, že to není úplně přesně dogmaticky ukotvené téma, ukotvený útvar. Kreativité se meze nekladou...*“² To však samozřejmě neznamená, že se jedná o nahodilý útvar, jenž může nabývat jakékoliv podoby. Existují určité tendence, postupy a nepsaná pravidla, kterých se při tvorbě showreelu užívá a o kterých si řekneme více v dalších kapitolách.

¹ [online]. [cit. 2021-7-22]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/pulse/evolution-showreel-mark-knight>

² ERLA, Josef. přepis rozhovoru, [online rozhovor], 26.11.2020

1.1 Definice showreelu

Showreel je velice obtížně uchopitelný formát, jak jsem již avizoval výše. Není snadné stanovit jednotnou definici toho, co to showreel je. Z internetových zdrojů lze dohledat definice jako „krátká videokazeta s ukázkami práce herce nebo režiséra, kterou lze ukázat potenciálním zaměstnavatelům“³ nebo „video portfolio, demonstrující talent herce, režiséra atd.“⁴ Tyto definice lze však aplikovat pouze na úzké spektrum vybraných showreelů a nepokrývají celou problematiku tohoto formátu.

Pokud bychom chtěli definovat samotné slovo showreel podle jeho doslovného překladu, lze ho rozdělit na dvě části. První slovo *show* můžeme přeložit dvěma způsoby, buď jako „ukázat“, nebo jako „show“ (ve významu jakéhosi představení). Slovo *reel* lze potom doslovně přeložit jako kotouč nebo cívka. Toto slovo bývá použito ve slovní spojení *film reel*, které v překladu znamená filmový kotouč. Význam slova showreel je možné interpretovat jako audiovizuální materiál (filmový kotouč), který něco ukazuje, představuje a činí tak poutavě, spektakulárně a to tím, že vytváří určitý audiovizuální zážitek (show) s cílem oslovit diváka.

Na území České republiky se většinou setkáme pouze s označením showreel. V anglicky mluvícím prostředí se užívá i jiných pojmů, například *demo reel*, *sizzle reel*⁵ nebo pouze *reel*. V podstatě by se dalo říct, že toto dělení je jakýmsi sub žánrem samotného showreelu. Lze se však setkat i s případy, kdy je showreel postaven na stejnou úroveň. Tyto sub žánry, když je tak nazveme, pak mají své vlastní definice a pravidla, jež se často liší a někdy si dokonce protirečí.⁶ Pro účely této práce budu pracovat pouze s pojmem showreel, který v našem jazyce považuji za nadřazený podobným ostatním pojmům.

Vzhledem k tomu, že dohledatelné definice nejsou pro účely této práce dostatečné, vytvořím definice vlastní. Učiním tak na základě informací získaných z rozhovorů se zlínskými

³ [online]. [cit. 2021-7-22]. Dostupné z: <https://www.lexico.com/definition/showreel> přeloženo

⁴ *Showreel* [online]. [cit. 2021-7-28]. Dostupné z: <https://www.wordsense.eu/showreel/>

⁵ GRONOS, Bill. Sizzle reel. Urban Dictionary. 1.11.2013 [25.1.2021] Dostupné z: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=sizzle+reel>

⁶ Otázka rozdílnosti názvů v anglickém prostředí by se dala rozebrat na několika stranách. Pro účely mé práce není toto dělení stěžejní, proto se mu nebudu dále věnovat a budu užívat pouze označení showreel.

střihači, s nimiž jsem tuto problematiku rozebíral, a z informací získaných při zkoumání showreelů.

Showreel je krátký audiovizuální útvar, který vzniká za účelem propagace jeho zadavatele.⁷ „Měl by vznikat za účelem oslovení nějakých potencionálních klientů, nebo za účelem získání nových zakázek...“⁸ Skládá se z výběru záběrů napříč autorovou tvorbou. „Je to ukázka toho nejlepšího, sestříhaná kreativním a dramaturgickým způsobem...“⁹ Showreely se po určitém časovém období aktualizují nebo vznikají jejich nové verze. „Showreel je věc proměnlivá v čase, protože každý z nás ten showreel po nějaké době obměňuje. Zpravidla se nabízí jeden rok, někdy po dvou letech, záleží na časových indispozicích nebo proporcích konkrétního jedince či studia...“¹⁰

Showreel může vzniknout pouze jeden, jako zástupce celé tvorby daného autora, nebo jich lze vytvořit více, každý s jiným specifickým zaměřením a cílovým divákem.

Jedná se o krátký útvar. Stopáž se v optimálním případě pohybuje okolo jedné až dvou minut.

„Showreely, které jsem stříhal, jsem se vždycky snažil cílit na tu minutu, minutu a půl max. Víím, že se často mluví i o delší stopáži, třeba dvě tři minuty, to už je za mě ale docela dost...“¹¹

„Záleží na tom, o jaký showreel se jedná, pokud je to stříhový, tak do té minuty, ale potom, když to bude třeba pro režiséra, kameramana a někoho, kdo chce ukázat, co všechno dokázal, tak se ta stopáž prodlužuje...“¹²

„Záleží na tom, jaký showreel, když je to nějaký režisérský, tak může být klidně delší, protože tam musíme ukázat nějaké ty herecké akce a scény, takže tam se může trošku natáhnout ta délka, kolem minuty, minuty třicet je ta ideální délka. Nikdo nemá čas koukat na nějaký delší...“¹³

⁷ Zadavatel je člověk, pro něhož je showreel vytvářen. Může být i autorem stříhové stránky, pokud si showreel vytváří sám.

⁸ ERLA, Josef. přepis rozhovoru, [online rozhovor]., 26.11.2020

⁹ ONDRUŠ, Juraj. přepis rozhovoru, [online rozhovor]., 10.12.2020

¹⁰ ERLA, Josef. přepis rozhovoru, [online rozhovor]., 26.11.2020

¹¹ ERLA, Josef. přepis rozhovoru, [online rozhovor]., 26.11.2020

¹² ONDRUŠ, Juraj. přepis rozhovoru, [online rozhovor]., 10.12.2020

¹³ MIKUŠINEC, Peter. přepis rozhovoru, [online rozhovor]., 10.12.2020

Když to tedy shrnu, showreel je krátkým audiovizuálním útvarem, který má za úkol propagovat autorovu tvorbu, vytvářet o něm povědomí a oslovovat potenciální zákazníky a měl by tak činit poutavě a zajímavě. Je přehlídkou toho nejlepšího, co může autor nabídnout. Nejedná se o finální produkt a je možné ho aktualizovat nebo vytvářet jeho různé verze. Jeden autor může mít vícero showreelů, každý s jiným zaměřením. Stopáží se jedná o kratší útvar, zpravidla okolo jedné až dvou minut.

1.2 Showreel jako reklamní útvar

Jak již bylo zmíněno, showreel slouží k propagaci a oslovování potenciálních zákazníků. Lze tedy uvažovat o showreelu jako o reklamě?

Pokud se zaměříme na pojmové vymezení reklamy, tak se setkáme s celou řadou definic. Tyto definice, jak zmiňuje ve své bakalářské práci Lucie Grozmanová,¹⁴ mají jedno společné: „...a to komunikaci mezi zadavatelem a adresátem prostřednictvím média s reklamním cílem...“ Karel Šebesta reklamu definuje jako „(a) veřejné neosobní sdělování (b) sloužící firmě jako nástroj marketingu a (c) zaměřené na šíření informací o předmětu marketingového působení (d) s cílem dosáhnout dlouhodobé nebo trvalé změny povědomí adresátů o tomto předmětu nebo ovlivnit dlouhodobě jejich postoje a chování vůči němu, (e) a to s využitím kanálů (především médií), které si příslušná firma zjevně platí“.¹⁵ Showreel, stejně jako reklama, komunikuje s adresátem prostřednictvím média s cílem promovat jeho dosavadní práci. Určitá paralela tu tedy je.

Pokud se na tuto otázku podíváme z formálního hlediska, lze najít podobnosti v několika příkladech. Tak jak reklama pracuje s packshotem na konci, může zase showreel pracovat s logy partnerů a klientů.

¹⁴ GROZMANOVÁ, Lucie. Hodnoty v reklamě [online]. Olomouc, 2010 [cit. 2021-01-25]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/560p7z/>. Bakalářská práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Soňa Schneiderová. 7 s.

¹⁵ ŠEBESTA, K.: Reklama jako funkční styl?!, Čeština doma a ve světě, FF UK, Praha 1998, s. 194.



Obr. 1. Showreel BareBear – loga klientů

Dalším příkladem může být kompozice záběrů. Pokud provedeme analýzu kompozice použitých záběrů, dospějeme k závěru, že je zde například, stejně jako u reklamy, tendence využívat záběry více komponované na střed. Josef Erla k tomu říká: „*Když se to vezme kolem a kolem, tak showreel je nějaká určitá forma reklamní tvorby a v reklamě je takové nepsané pravidlo, že by se vše mělo komponovat na střed, protože člověk má takové to tunelové vidění a kouká zpravidla do toho středu.*“¹⁶

Takovýchto příkladů je možné pojmenovat více, ale existuje mnoho faktorů, které tyto dva formáty odlišují. Jedním z nich je otázka samotného promovaného produktu. „*U obou chceme ukázat nějaký svůj produkt, ale u reklamy je ten produkt jasně daný. U showreelu jde spíš o image.*“¹⁷

Zároveň však vznikají reklamy nebo reklamní filmy, které si nekladou za úkol primárně prodávat, ale spíše budovat image. Tato image je tedy samozřejmě spojena s určitým produktem. Dalo by se ale říct, že u showreelu je daným produktem jeho autor.

Zásadním rozdílem mezi reklamou a showreelem je to, že showreel prezentuje střípky mnoha projektů, které dohromady utvářejí jeden útvar promující jednoho nebo více autorů, zatímco reklama je oproti tomu koncipovaná jako jeden funkční celek.

Lze tedy pozorovat určité paralely a podobnosti. Showreel je ze své podstaty reklamním formátem, nelze však přímo prohlásit, že showreel rovná se reklama.

¹⁶ ERLA, Josef. přepis rozhovoru, [online rozhovor], 26.11.2020

¹⁷ MIKUŠINEC, Peter. přepis rozhovoru, [online rozhovor], 10.12.2020

1.3 Tvorba showreelu

V této kapitole budeme pohlížet na showreel z pohledu osoby střihače,¹⁸ který ho vytváří. Projdeme procesem tvorby showreelu, představím prvky, o nichž je možné uvažovat, a uvedu příklady, jak s nimi lze nakládat. Je však třeba mít na paměti, že každý jeden showreel si může pro své účely vzít za své rozdílné přístupy. Následující text tudíž nepředstavuje dogmatická pravidla, ale je nabídkou toho, jak lze k showreelu přistupovat.

„Don't make the presentation flashier than the material contained within. I have seen too many CV showreels that overuse video effects with no sense of any taste or decency. A prospective director might go away with the impression that their next project might end up looking like your CV presentation.“¹⁹

1.3.1 Kategorizování showreelu

Prvním krokem při tvorbě jakéhokoliv showreelu je určit, o jaký showreel se bude jednat, do jaké kategorie ho lze zařadit a jaký účel bude plnit. Je příhodné položit si za tímto účelem několik jednoduchých otázek. Jedná se o hlavní showreel, který bude prezentovat celou tvorbu? Bude zaměřený na určitý aspekt tvorby a pokud ano, na jaký? Budu vytvářet zcela nový showreel, nebo budu pouze aktualizovat ten již existující? Každá z těchto otázek po zodpovězení vytváří určité zúžení a nabízí klíče,²⁰ podle nichž lze dále postupovat při tvorbě daného showreelu.

Pro demonstraci uvedu příklad dvou showreelů. Prvním bude střihačský a druhým herecký showreel. Budeme vycházet z toho, že pro oba showreely byl použit stejný zdrojový materiál a stříhal ho tentýž střihač. Při tvorbě showreelu střihačského bude střihač klást důraz na stříhovou složku daného díla, bude pracovat s temporytmem, montážemi. Celý showreel bude koncipován tak, že stříh bude jeho dominantou a bude na sebe poukazovat. Na druhou stranu, pokud bude vytvářet showreel herecký, střihač určitě nebude klást takový důraz na samotný stříh. Naopak stříh bude čistý, neviditelný a záběry budou primárně zobrazovat hereckou akci.

¹⁸ Pro účely této kapitoly budu pro osobu, která tvoří showreel, používat označení střihač s vědomím toho, že daná osoba nemusí být profesí střihač, ale v momentu tvorby showreelu na něj takto budu nahlížet.

¹⁹ WADSWORTH, Chris. *The Editor's Toolkit*. 226 s.

²⁰ Klíč je pojící prvek, podle kterého vybíráme například záběry či hudbu.

Tato zúžení a rozřazení do určitých kategorií nám pomohou v uvažování o tom, jaké záběry by měl showreel obsahovat, jakým způsobem by měly být prezentovány či jakých tvůrčích postupů je vhodné využít a jakých se naopak vyvarovat.

1.3.2 Výběr záběrů

Pokud si tedy definujeme, jaký showreel máme v úmyslu tvořit, jedním z prvních kroků bude výběr záběrů, se kterými budeme pracovat. Jejich výběr bude záviset na specifikaci daného showreelu a vlastním subjektivním pohledu. Pro efektivnost a přehlednost je dobré vytvořit si určitý systém. „*Většinou dělám to, že si vezmu všechn materiál, mám osm devět barev, nadefinuji si, co jednotlivé barvy znamenají. Takže jednička jsou emoce, dvojka tváře... a takto postupuji, nabarvím si to, dám do skupin a pak s tím takto pracuji.*“²¹ Je vhodné záběry vybírat na základě společných prvků. „*Jdu po asociaci, mini příběžích a podobných vizuálních prvcích. Chůze, nějaké following shoty zezadu...*“²²

Pokud budeme hovořit o volbě záběrů pro showreel tvořený na zakázku, je možné se setkat s povinnými záběry, jež se v showreelu musejí objevit. Zpravidla to bývají produkčně náročné záběry, které stály mnoho financí nebo je klient chce v showreelu mít z jiného důvodu. Vzhledem k tomu, že jde o požadavek klienta a tyto záběry se musejí použít, je příhodné začít úvahu nad stavbou showreelu právě s těmito záběry a přemýšlet nad tím, jak je zpracovat. Může se totiž jednat o záběry, které by následně neseděly do zamýšleného konceptu a narušovaly by strukturu.

Dalším faktorem je otázka velikosti záběrů a jejich kompozice. Jak je již zmíněno výše, v tomto ohledu lze aplikovat nepsaná pravidla, která platí pro reklamu. To znamená ideálně pracovat spíše s užšími záběry komponovanými na střed. „*Tím že ty showreely bývají většinou sekvence docela dost krátkých záběrů, protože každý klient se tam toho snaží dostat co nejvíce, tak ty záběry jsou poté kratší, kratší, kratší, až na úplně maximální minimum. Takže je fajn, když ta kompozice je zarovnaná úplně přesně krásně na střed, aby nám to lícovalo a stříhali jsme třeba po* ²³*match cutech.*“²⁴ Úzké záběry zakomponované na střed samozřejmě nemusejí být základním východiskem pro všechny showreely. Jak se říká, kreativité se meze nekladou, takže lze pracovat se všemi velikostmi záběrů i mimo středovou

²¹ MIKUŠINEC, Peter. přepis rozhovoru, [online rozhovor], 10.12.2020

²² ONDRUŠ, Juraj. přepis rozhovoru, [online rozhovor], 10.12.2020

²³ Match cut je střih z jednoho záběru na druhý, kdy oba záběry mají určitou podobnost a střih je proveden na základě této podobnosti (jde o podobnou kompozici, barvu atd.).

²⁴ ERLA, Josef. přepis rozhovoru, [online rozhovor], 26.11.2020

kompozici. Mohu ale konstatovat, že je to praktický a funkční přístup, který napomáhá k lepší srozumitelnosti a jednodušší čitelnosti výsledného díla.

Jak jsem již zmiňoval výše, showreely bývají většinou sekvence velmi krátkých záběrů. Průměrná délka záběru v mnou analyzovaných 70 showreelech je 1,7 sekundy. Toto číslo není zrovna vysoké, a proto je třeba dbát na čitelnost každého záběru a brát v potaz jeho délku v kontextu celého díla. Valušiak tvrdí, že *„záběr by měl být tak dlouhý, aby divák zachytil právě ty informace, které mu autoři chtějí sdělit... Má trvat tak dlouho, aby divák přečetl to, co je potřeba... Délka záběrů závisí na řadě dalších parametrů, jako je třeba pořadí v sekvenci, dramaturgický význam, obrazové hodnoty (velikost, záběrů, kompozice, osvětlení, barevné řešení), spojení se zvukovou složkou atd.“*²⁵

Nad délkou záběrů lze uvažovat ze dvou hledisek. Z hlediska toho, jak je původně využit ve zdrojovém díle, a také v kontextu jeho opětovného využití v showreelu. Jeho stopáž a zařazení v původním díle je výsledkem předchozích úvah nad kontextem scény, ve které se nachází, dalších záběrů, se kterými interaguje, a nad informacemi, které obsahuje. Tento proces uvažování musí být zopakován, tentokrát však v kontextu právě vytvářeného showreelu, a je třeba tomuto záběru najít nové funkční místo.

Volba záběrů tedy závisí primárně na osobních preferencích, požadavcích klienta (pokud jde o showreel na zakázku) a vhodnosti daných záběrů v kontextu celého díla. Je dobré mít na paměti, že vybrané záběry jsou jen tak kvalitní, jak je dobrý ten nejhorší z nich. Proto je třeba uvažovat o každém záběru kriticky a je důležité mu najít správné místo ve vztahu k dalším záběrům.

1.3.3 Práce s hudbou a zvukem

Ve většině příkladů se setkáme s tím, že je u showreelů použita určitá podkladová hudba. Je možné vytvořit showreel i bez hudby, ale vzhledem k tomu, že jednotlivé záběry, které pro tvorbu showreelu používáme, mají každý svou audio stopu, je jednotná hudba dobrým a praktickým pojícím prvkem. Vhodně zvolená hudba může být velkým pomocníkem při budování temporytmu celého showreelu. Jak tedy vybrat správnou hudbu pro showreel?

²⁵ VALUŠIAK, Josef, 2017. *Základy střihové skladby*. Praha: Nakladatelství Akademie múzických umění. 69 s. ISBN 978-80-7331-455-2.

Zprv je potřeba si ujasnit styl a žánr, který bude sedět k danému showreelu a bude naplňovat vaše nebo klientovy představy. Poté v ideálním případě najít vícero skladeb, ze kterých se poté vybere ta nejvíce vyhovující. Cest, jak postupovat při výběru hudby a momentů, kdy se k tomuto kroku uchýlit, může být několik. „...v ten moment, kdy vybírám záběry, tak si pouštím hudby a v průběhu si je přepínám a řadím podle toho, které se mi líbily.“²⁶

„Ta hudba by se za mě měla vybírat až po zhlédnutí materiálu. Až nakoukáte materiál, tak vás to hodí do určité atmosféry, ve které je poté dobré vybírat hudbu na základě dostupných prostředků.“²⁷ Podstatné je, aby hudba seděla do vašeho konceptu a v ideálním případě obsahovala strukturu, která se nějakým způsobem vyvíjí a není monotónní.

Na hudební složku lze pohlížet buď horizontálně anebo vertikálně. Pokud o hudbě uvažujeme v horizontální struktuře, uvažujeme o ní jako o lince, která vytváří pojítko všech záběrů. Slouží k ucelení formátu a jeho jednotnému vyznění. Pokud uvažujeme o vertikální struktuře, tak se zvuková složka dělí na jednotlivé fragmenty, které se na sebe vrství, komunikují spolu nebo se rozporují. Nabízí se nám mnoho možností, jak s ní pracovat. Samotnou hudbu lze rozložit ruchy, grafikou, textem, lze s ní pracovat ve vztahu k jednotlivým záběrům, nebo ji můžeme stavět do kontra postu vůči záběrům. Totéž lze aplikovat na jednotlivé zvuky a ruchy. Je možné uvažovat o práci s voiceoverem, o zvukovém zabarvení, hudebním leitmotivu či mluveném slovu. Například zlínská audiovizuální produkce *Bumerang film* ve svém showreelu²⁸ asociativně používá na konečné zastavení podkresové hudby detail vypínání magnetofonu.

Při výběru hudby a zvuku je možné zaujmout několik stanovisek. Lze pracovat pouze s podkladovou hudbou jako s jednoduchým pojítkem celého showreelu bez dramatictějšího zásahu do zvukové složky, ale zároveň lze pracovat pouze s ruchy a originální zvukovou stopou. Stejně tak je možné pracovat s podkladovou hudbou, ruchy i originální zvukovou složkou. Tyto jednotlivé zvukové a hudební prvky spolu mohou navzájem komunikovat, dotvářet obraz, nebo se navzájem negovat. Je na každém autorovi, který postup si vezme za svůj a jak s touto složkou naloží.

²⁶ ONDRUŠ, Juraj. přepis rozhovoru, [online rozhovor], 10.12.2020

²⁷ ERLA, Josef, přepis rozhovoru, [online rozhovor], 26.11.2020

²⁸ *SHOWREEL 2019* [online]. [cit. 2021-7-22]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=XiTHGbSmzVY>

1.3.4 Struktura

Struktura je stejně jako celý tento formát velice těžko uchopitelná a interpretovatelná. Není možné tvrdit, že existuje jedna jediná struktura, která funguje, protože se vždycky najde příklad, jenž toto tvrzení vyvrátí. Nelze stanovit jednu unifikovanou strukturu, protože každý jeden střihač showreelu si může vytvořit své vlastní vzorce.

Tak jako dramatická díla mohou nabývat různých formálních struktur, stejně i showreel není jednotný ve své stavbě. Při strukturování dramatického díla lze však uvažovat o základní trojaktové struktuře, úvod, stať a závěr. V rovině takto jednoduchého dělení lze úvahu aplikovat i na showreel. Stanoví se základní strukturální body dohledatelné v definicích trojaktové struktury, jako obrat, midpoint, darkest point, a okolo těchto bodů vybudujeme celou strukturu.

Jako příklad strukturálního showreelu, kde jsem pozoroval prvky trojaktové struktury, použiji showreel²⁹ vytvořený Josefem Erlou pro režiséra Petra Babince. Tento showreel nejdříve triádou záběrů vytváří intro a poté představí titulky Petra Babince. Počáteční krátký úsek lze považovat za úvod do celého showreelu, který v sobě nese informaci o tom, komu showreel patří, a triádou záběrů nastavuje jakési očekávání toho, co diváka čeká. Další část showreelu obsahuje záběry představující práci Petra Babince a jsou dělené na jednotlivé tematické celky. Někde v polovině stopáže dochází ke zpomalení a lze pozorovat určitý temporytmický zvrát. Další rys trojaktové struktury lze najít v podobě jakéhosi darkest pointu, který následuje po temporytmickém zvrátu, kdy je volbou záběrů vytvořena určitá emoce. Poté dochází ke změně z hraného materiálu na materiál animovaný, který ukončuje celý showreel a znovu představuje jméno Petra Babince. Nejedná se o přesné užití trojaktové struktury, ale lze zde pozorovat určité tendence v tomto směru. Primárně se jedná o dělení do tří hlavních bloků a jejich následné dělení na základě různých asociací na další menší celky.

Mimo trojbodovou strukturu lze uvažovat o rozdělení pouze na dvě části a vytvoření jednoho zlomového bodu, například za pomoci hudby. V showreelu³⁰ IS produkce Zlín Peter Mikušinec rozdělil showreel na dvě části nejdříve zpomalením temporytmu, utlumením

²⁹*Petr Babinec (Director's showreel 2017)* [online]. [cit. 2021-7-22]. Dostupné z: <https://vimeo.com/57452425>

³⁰*IS Produkce – showreel 2019* [online]. [cit. 2021-7-22]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=vhgCs549YuM&feature=emb_logo

hudby, která přenechala dominanci ruchům, a následně poté novou hudbou odstartoval druhou část showreelu. „*Já se vždycky snažím rozdělit ten showreel na určité části. Vždycky minimálně na dvě. Vždycky se tam snažím vytvořit nějaký zlom... Třeba někde ve třicáté vteřině.*“³¹

Zároveň je možné si showreel rozdělit na tematické celky podle určitého klíče a tyto celky pak za sebe dramaturgicky skládat. Jak již bylo zmíněno výše, lze pracovat se změnou nálady pomocí asociativních montáží, změnou technického zpracování, pokud náš materiál obsahuje technicky rozdílná, například animovaná díla. Je možné pracovat s work breakdownem,³² kdy ukazujeme jednotlivé fáze postupu na daném díle atd. Je čistě na autorovi, pro kterou možnost se rozhodne a jakých přístupů využije.

Aby showreel plnil svou funkci reprezentace díla autora, nepotřebuje k tomu nutně žádnou složitou strukturu, je však možné využívat tematických celků a montáží za účelem vytvoření sofistikovanějšího díla, které v sobě nese více než pouhou interpretaci záběrů a projektů.

1.3.5 Montáž a práce s temporytmem

Pokud jsme uvažovali o struktuře výsledného showreelu, určitě jsme vzali v potaz, zda využijeme nebo nevyužijeme práce s montážemi. Na základě této úvahy by se autor měl rozhodnout, jakých montáží, pokud vůbec, využije. Musí jim najít správné místo, zamyslet se nad jejich významem a nad celým temporytmem díla.

Než se dostaneme k samotným montážím, tak je potřeba se pozastavit nad temporytmem. O temporytmu lze uvažovat ve dvou rovinách – vnitřní a vnější. Vnější temporytmus je nastaven střihovou skladbou a primárně délkou záběrů a zvukovým podkladem. Postupným zkracováním záběrů lze zvyšovat tempo, opakováním, střídáním nebo vynecháváním určitého motivu lze zase pracovat s rytmem. Vnitřní temporytmus naopak není přímo udáván střihovou skladbou, i když na ni tedy má značný vliv, ale tím, co daný záběr obsahuje. Jde o tzv. vnitro záběrovou montáž. Rychlost herecké akce, změna mizanscény, pohyby kamery, záběrování – uvnitř jednoho záběru tak může dojít ke změně temporytmu i bez jediného střihu. Proto je potřeba mít na mysli oba tyto přístupy a brát je v potaz při úvaze nad temporytmem showreelu.

³¹ MIKUŠINEC, Peter. přepis rozhovoru, [online rozhovor], 10.12.2020

³² Work breakdown znamená vizuální zobrazení postupu práce, zobrazení postupného vrstvení vizuálních efektů u trikového záběru apod.

Funkcí montáže je „*upozorňovat sama na sebe a vytvářet skrze střety časoprostorově nenavazujících obrazů specifické expresivní efekty (produkuje estetický šok, kolize nezávislé na vyprávění, střetem obrazů vyjadřuje ideje, emoce); kreativní funkce, montážní efekt (montáž vytváří něco nového, neobsaženého ve spojovaných záběrech)*“.³³ Existuje několik druhů montáží, o kterých lze uvažovat při tvorbě showreelu.

Asociativní montáž vychází ze základu dvou záběrů stojících v juxtapozici, jimž se na základě určité analogie vytvoří společný význam. Například záběr na polibek následovaný záběrem na ohňostroj vytváří pocit vášně.³⁴ Dále lze pracovat s rytmickou montáží, která vytváří kontinuitu na základě vizuálních informací obsažených v záběrech. Návaznosti tak závisejí na akci a vnitro záběrovém směru.³⁵ Rapid montáž je dynamickým sledem rychle po sobě jdoucích záběrů za účelem vytvoření dynamizujícího prvku.

Těchto montáží a přístupů k nim je nadefinováno ještě mnohem více.³⁶ Závisí poté na každém střihači, kterou cestou se vydá.

Showreel nemá žádný předem daný scénář, proto nelze pracovat na úrovni scén a vytvářet velkou dramatickou strukturu. Práce s montáží je jedním z hlavních stylistických prvků, s nimiž se pracuje.

1.3.6 Text a grafika

Pokud se bavíme o showreelu jako o formátu, který promuje a reprezentuje jeho autora, je příhodné tohoto autora nějakým způsobem v showreelu představit. Nabízí se tedy možnost práce s textem a grafikou.

Stejně jako k hudbě a zvuku je možné ke grafice a práci s textem přistoupit z několika hledisek. Je příhodné, aby každý showreel nesl název jeho zadavatele. Pokud se tak nestane, dalo by se říct, že daný showreel nepatří nikomu.³⁷ Zpravidla se jméno zadavatele odprezentuje titulkem na začátku nebo na konci. Tímto počinem může celá práce s grafikou

³³ Cit. SZCZEPANIK, P. Montáž. In: Informační systém Masarykovy univerzity: Studijní materiály předmětu FF: FAVBPa04 [online]. 20.5.2021 [cit. 2021-05-20]. FF: FAVBPa04 Pojmy filmové teorie I (jaro 2005). Dostupné z: http://is.muni.cz/el/1421/jaro2005/FAVBPa04/Montaz_pojem.txt.

³⁴ *Associative editing* [online]. [cit. 2021-7-22]. Dostupné z: <https://www.oxfordreference.com/view/10.1093/oi/authority.20110803095430886> (přeloženo)

³⁵ DANCYGER, Ken. *The technique of film and video editing: history, theory, and practice*. 5th ed. Oxford: Focal, 2010, s. 18. ISBN 0240813979.

³⁶ DANCYGER, Ken. *The technique of film and video editing: history, theory, and practice*. 5th ed. Oxford: Focal, 2010, s. 16-32. ISBN 0240813979.

³⁷ ERLA, Josef. *přepis rozhovoru, [online rozhovor]*., 26.11.2020

a textem končit, pokud s nimi není v plánu dále nakládat. Tento nástroj lze pojmout ještě kreativněji a vytvořit z něj dominantu celého showreelu.

Pro představu se podíváme na pár příkladů. Když ve zvuku uvažujeme o voiceoveru jako nástroji na předání informací, lze na stejném principu uvažovat i o textu. V showreelu pro *Bumerang film* z roku 2018³⁸ střihač Juraj Ondruš využívá textu jako nástroje pro komunikaci s divákem. Lze ho využít jako stavebního prvku a odkazovat se v něm přímo na záběry, které jsou součástí showreelu. Je možné textem komunikovat s divákem a představovat mu své myšlenky a názory. Tímto způsobem je možné se odlišit a poukázat na sebe.

Pokud se rozhodneme s textem pracovat jako s dominantním prvkem, objevuje se otázka konfrontace s obrazem. Jako autor předpokládám, že divák daný text bude číst a jeho pozornost bude od obrazové stránky přecházet k danému textu a jeho interpretaci. To by však nebylo zrovna chtěné, pokud se jednalo třeba o kameramanský showreel, který se snaží ukázat preciznost záběru. Text by v tomto případně poškodil jak vizuální stránku, tak zamýšlenou interpretaci pocitu z daného záběru, protože pozornost diváka by byla soustředěna na text, ne na záběr.

Práce s textem a grafikou může být kvalitním zpestřením celého showreelu, najde-li se funkční způsob, jímž se interpretuje. Současně však není nutnou součástí výsledného produktu. Je čistě na autorovi, zda se rozhodne pro jeho kreativní využití, nebo ho využije pro pouhou interpretaci základních informací.

³⁸*BUMERANG FILM / showreel 2018* [online]. [cit. 2021-7-22]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=_LXUhmGczBg

2 METODIKA

V analytické části se budu zabývat samotnou kategorizací showreelů. K celé této problematice přistoupím dvěma způsoby a představím tak dvě možnosti, jak lze na kategorizování showreelů pohlížet.

V první části budu na showreely nahlížet z hlediska okolností jejich vzniku – za jakým účelem vznikly, kdo je vytvářel, pro koho byly vytvořeny. Vznikne tak obecná kategorizace, která však má své nedostatky, především ve variabilitě jednotlivých zástupců dané kategorie.

V druhé části se proto budu věnovat kategorizaci podle jednotlivých tvůrčích prvků, jako je hudba, práce s montážemi nebo grafikou.

Pro účely výzkumu jsem si vybral 70 zástupců. Jedná se o showreely českých autorů, které vznikly za posledních pět let. Vzhledem k podstatě výzkumu jsem nesledoval žádné tendence v průběhu času. Daný výzkum by pak přesahoval rozsah této práce a jejích cílů, proto při analýze neberu v potaz dataci vzniku daných showreelů. K jednotlivým kategoriím jsem přiřadil stejný počet zástupců tak, aby jich každá kategorie měla shodně, ale aby se nejednalo o extrémně vysoké číslo, které by převyšovalo rozsah daného výzkumu. Zástupce jsem vybíral dvojím způsobem. Nejdříve jednoznačné zástupce každé kategorie a následovně takové zástupce, které lze zařadit do více kategorií najednou, jako například režijně střihačský showreel apod. Každý z vybraných showreelů jsem podrobil analýze, jejíž výsledky jsem zaznamenával do tabulky, s níž jsem následně pracoval při vyhodnocování přiřazování do jednotlivých kategorií.

Číslo	Název ZDROJ	Kategorie		
		animace	hrané	oboje
	Stopáž			
	Počet záběrů			
	Průměrná délka záběru			
		ANO	NE	
	Hudba			
	počet skladeb			
	Práce s hudebním motivem			
	poznámka			
	Práce s ruchy			
	poznámka			
	Práce s grafikou			
	poznámka			
	Práce s textem			
	Název	čas		
	Match cuty			
	Rapidomontáž			
	Asociativní montáž			
	Work breakdown			
	Temporytmus			
	GRAF			

Obr. 2. Výzkumná tabulka

II. ANALYTICKÁ ČÁST

3 OBECNÁ KATEGORIZACE SHOWREELŮ

V této části se budu věnovat kategorizaci showreelů na základě okolností jejich vzniku. Tato kategorizace poskytuje náhled na variabilitu vznikajících showreelů. Jednotlivé kategorie reprezentují skupiny showreelů, které mají jako pojící prvek typově stejného autora nebo podobné zaměření.

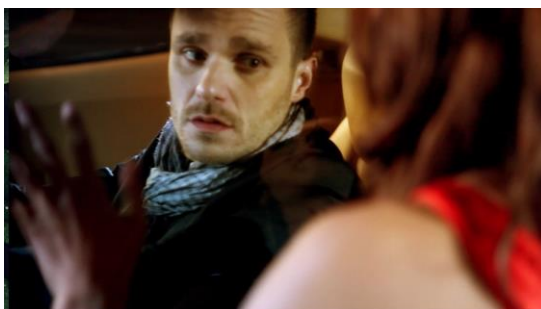
3.1 Profesionální showreely

První kategorii tvoří showreely, které vznikly za účelem propagace jednoho autora a jeho práce v určité profesi. Každá profese s sebou nese svá specifika a postupy, které udávají výslednou podobu daného showreelu. Je na autorovi, jaký přístup zaujme.

3.1.1 Režie

Režisérské showreely si berou za úkol představit práci režiséra. Výsledná forma se odvíjí od projektů, které režisér realizoval. Může obsahovat jak hrané pasáže, tak animace, práci s grafikou nebo vizuální efekty. Je na daném režisérovi, jaké projekty má za sebou a jaké chce prezentovat.

Výsledný showreel odráží tvorbu autora. Toto bude platit i u dalších profesí. Showreel režiséra, který se realizuje v odvětví reklamní produkce, si vypůjčí určité aspekty reklamy. Bude mít spíše rychlejší tempo, bude obsahovat reklamní produkty, loga společností, se kterými se spolupracovalo. Pokud je v materiálu, z něhož se vychází, nějaká známá tvář, obvykle se objeví i ve finálním showreelu.



Obr. 3. Showreel Petra Babince - známá osobnost

Pokud se budeme bavit o režisérovi filmovém, tak daný showreel bude velice pravděpodobně naprosto odlišný od toho reklamního. Místo barevných log a výčtu spokojených zákazníků se spíše objeví herecká akce a ocenění, která jeho filmy získaly.

3.1.2 Kamera

Kameramanské showreely mají zpravidla pomalejší temporytmus a obsahují méně záběrů. Je tomu tak proto, že nepoukazují na filmovou řeč, ani na loga a spolupráce, ale primárně představují samostatné záběry. Bylo by samozřejmě úzkoprsé konstatovat, že kameramanské showreely jsou pouze o hezkých záběrech, i když v podstatě tomu tak je.

Pod pojmem kamery se schovává ještě další dělení. Kromě hlavního showreelu, který lze nazvat kameramanský, se setkáme i se showreely reprezentujícími určité kameramanské techniky nebo techniku. Můžeme se bavit o dronových showreelech složených čistě ze záběrů z dronu a dále se můžeme setkat se showreely prezentujícími pouze určitou šířku záběru, lokaci nebo třeba barevný motiv.

3.1.3 Střih

Střihačský showreel reprezentuje schopnost střihače. Co se týče zdrojového materiálu, může se jednat o cokoliv. Stejně jako ostatní profese, střihač čerpá z projektů, na kterých pracoval. Záleží na každém střihači, který aspekt své tvorby nebo dovedností chce v daném showreelu představit. Může pouze představit projekty, které stříhal, a využít celé scény tak, jak jsou sestříhané v originálním materiálu, nebo naopak své dovednosti předvede na samotném showreelu.

Pokud bych měl já osobně definovat střihačský showreel a určit, v čem by se měl lišit od ostatních, tak to bude v temporytmu, struktuře a stříhové montáži. Pokud se střihač rozhodne ukázat své schopnosti samotným showreelem, měl by tento showreel naplňovat nějakou strukturu, pracovat se změnou temporytmu. Je příhodné pracovat s asociacemi, vytvářet mikro příběhy a dát si pozor na body pozornosti.

Střihačský showreel by měl být ucelené fungující dílo, které v ideálním případě nese určitou emoci či informaci. Mimo to, že prezentuje již hotová díla, by měl jako dílo působit sám o sobě.

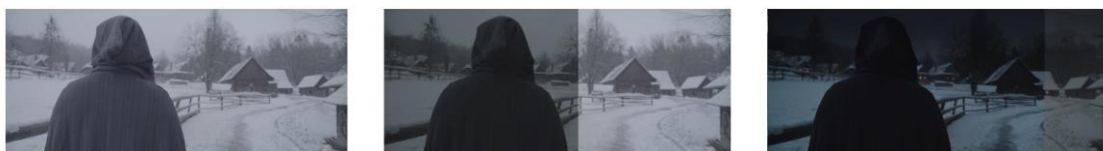
3.1.4 Herec

Herecký showreel je z hlediska struktury vcelku komplikovaný. Většina hereckých showreelů, na něž jsem narazil, byly pouze za sebe řazené vystřižené scény. Nelze se tedy bavit o nějakých komplexních skladebných postupech. Jsou zde však určité tendence. Zpravidla je zachována původní hudba či zvuk, tudíž není využíváno jednotící skladby jako podkresu. Výběr záběrů závisí na tom, pro jaké účely/role showreel vzniká. Herecké showreely by měly být primárně o hereckých schopnostech herce, ne o struktuře daného showreelu. Kreativní práce se střihovou složkou díla by tak mohla být spíše kontraproduktivní.

Zároveň ale vznikají i showreely, které využívají montáží a dalších formálních prvků. Jestli je to vhodné či není, záleží vždy na koncovém divákovi, pro něhož showreel vzniká. Showreel Jana Nedbala³⁹ je příkladem klipového přístupu, na druhé straně v showreelu Pavly Dostákové⁴⁰ se setkáme s trajlerovou formou.

3.1.5 Vizualní efekty

Důležitým prvkem této kategorie jsou takzvané work breakdowny. Jedná se o rozfázování postprodukční práce a následnou prezentaci divákovi.



Obr. 4. Showreel Kouzelná animace - vfx breakdown

Může se stát, že celý showreel je složen pouze z těchto breakdownů, doplněný o loga a spokojené zákazníky. V tomto případě je kladen důraz na práci vizuálních efektů a toho, co dokážou, tudíž se jen zřídka setkáme s jakoukoliv strukturou či střihovou montáží.

Showreel vizuálních efektů si mohou vytvořit reklamní produkce, které tohoto odvětví hojně využívají. V tomto případě se nemusíme s work breakdownem vůbec potkat a showreel

³⁹ Jan Nedbal – *Acting Showreel 2018* [online]. [cit. 2021-7-1]. Dostupné z: <https://vimeo.com/263885207>

⁴⁰ Pavla Dostáková *Showreel 2019* [online]. [cit. 2021-7-1]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=7sEx2kmfdwY>

může naplňovat podobnou strukturu jako showreel tvořený samotným reklamním studiem. K reklamním studiím se dostaneme níže.

3.1.6 Animace

S animací se můžeme setkat u každé profese, režisér si může udělat animační showreel, stejně tak střihač, společnosti atd. Pokud se budeme bavit o čistě animačním showreelu animátora, bude si velice blízky se showreelem jakékoliv autorské složky – bude představovat nejzajímavější a nejatraktivnější záběry a projekty, případně oceněná díla.

3.1.7 Další profese

Každá profese si může vytvořit svůj profesní showreel a představit své schopnosti a úspěchy v dané oblasti. Některé z nich to mají ale o něco obtížnější.

Takovým komplikovaným odvětvím jsou profese pracující výhradně s hudbou a zvukem. Showreel je z podstaty věci audiovizuálním formátem, tudíž profese, která se stará pouze o jednu tuto složku, to má poněkud složité. Tyto showreely používají záběry, na nichž pracovali zvukaři, a ti kladou důraz na svoji práci. Hudební skladatelé mohou používat ilustrační záběry, folley artisti zase mohou vytvořit montáž ruchů a zvuků, které vytvářeli. Pokud se má stále jednat o showreel, musí být přítomen i obraz. Pokud se jedná pouze o zvukovou složku, nelze tento útvar nazvat showreelem.

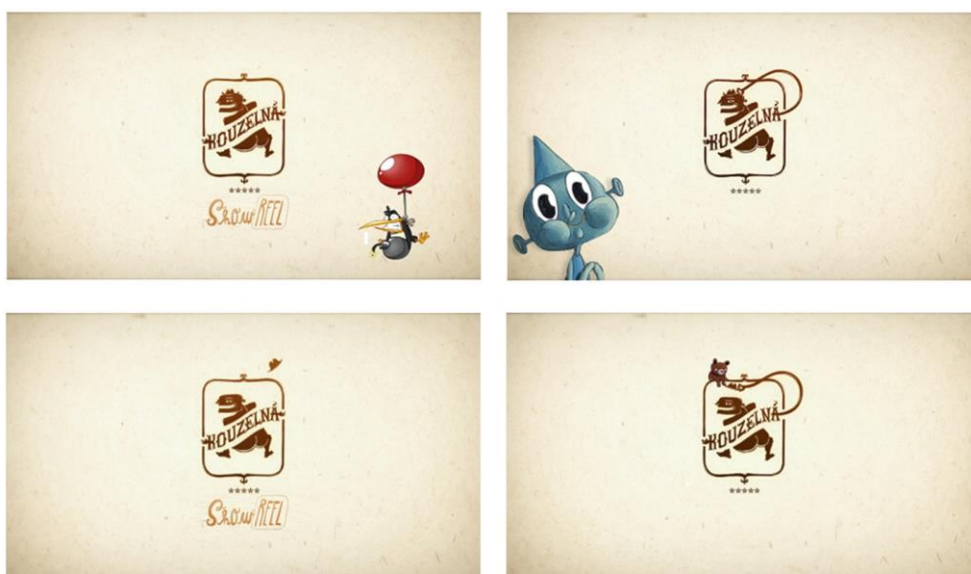
3.2 Kolektivní showreely

Profesní showreely vždy představovaly práci jednoho člověka. V této části se podíváme na showreely, které reprezentují určitý kolektiv nebo značku. Základním elementem těchto showreelů je to, že pod jednou značkou jich vzniká více, a to jak profesních, tak firemních.

3.2.1 Audiovizuální studia

Pokud se bavíme o showreelech audiovizuálního studia, jde primárně o hlavní showreel. Takový showreel si studia vytvářejí jako svoji vizitku. Obsahuje nejatraktivnější projekty, známé tváře a nejsilnější partnery. Vzniká jak pro již aktuální partnery, tak za účelem oslovení nových potenciálních zákazníků a partnerů.

Mimo tento hlavní showreel pak vznikají dílčí showreely jednotlivých profesí a dílčích témat. Vzniká tak balíček showreelů, který je prezentován veřejnosti. Je příhodné, aby tyto showreely měly jednotnou strukturu a vytvářely ucelený obraz dané společnosti. Je velice účinné najít si nějaký jednotící prvek, který provází všechny showreely. Například *Kouzelná animace* užívá animované logo na začátku a konci svých showreelů. Zároveň se zde pracuje s animovanými postavičkami, které se showreel od showreelu mění. Vzniká tak vizuál napomáhající k vizuální jednotě.

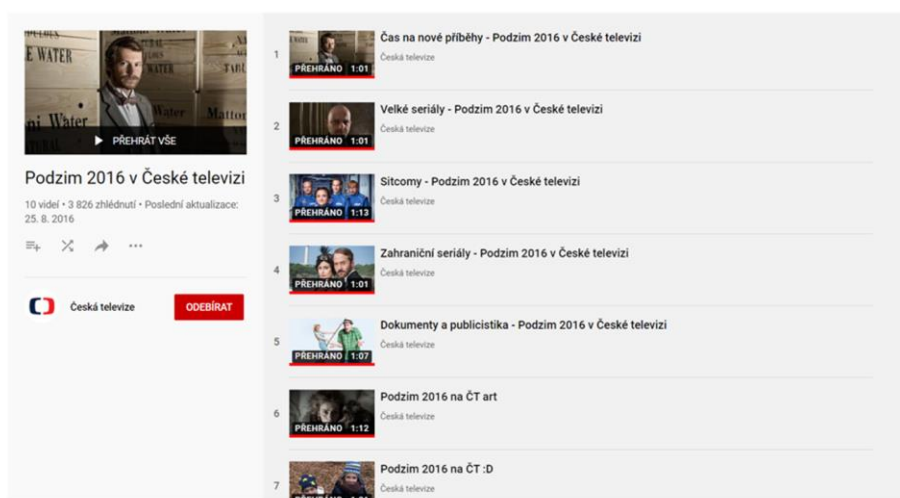


Obr. 5. Showreely Kouzelná animace – Vizuální práce s logem

3.2.2 Televizní stanice

V České republice se s tímto formátem moc neseťkáme. Lze dohledat videa, která se formátu showreelu velice blíží, ale spíše se jedná o jakési sestřihy. Například na YouTube kanále *Totalfilm.cz* lze pod názvem showreel dohledat právě takovéto sestřihy. Jedná se o sestřih filmů vysílaných v určitý den nebo o obecnou nabídku filmů, které daný portál zprostředkovává. Tento formát se ale nebezpečně blíží klasickým upoutávkám běžícím v televizi a není vhodné jej nazývat showreelem.

Klasickému showreelu se podobají formáty, které generují televizní stanice jako jakýsi souhrn za určité období. Jedná se o sestřihy produkovaných, koprodukovaných nebo podpořených projektů. *Česká televize* vydávala na svém YouTube kanále krátká, většinou minutová videa představující tvorbu za určité časové období. V play listu „Podzim v České televizi“⁴¹ lze najít krátká videa/showreely⁴² reflektující projekty vzniklé nebo vysílané za dané období podzimu roku 2016.



Obr. 6. YouTube kanál České Televize – Showreely za podzim 2016

⁴¹ *Čas na nové příběhy – Podzim 2016 v České televizi* [online]. [cit. 2021-7-22]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=cIq4n-FJBe4>

⁴² Tato videa nejsou oficiálně označena jako showreely, ale dle mého úsudku naplňují funkci i strukturu tohoto formátu.

3.2.3 Instituce

Stejně jako každá společnost může vytvářet showreely, mohou tak činit různé instituce. Princip zůstává stejný. Pokud se najde určitý audiovizuální aspekt, který je příhodný pro komunikaci s veřejností, je možné na něj vytvořit showreel. Příkladem mohou být školy se zaměřením na audiovizuální tvorbu nebo film, například showreel⁴³ Ateliéru audiovizuální tvorby na FMK UTB.⁴⁴ Jedná se o showreel, který prezentuje studentské filmy vzniklé pod záštitou Ateliéru audiovizuální tvorby za rok 2019.

3.3 Specifické showreely

Jedná se o showreely s jasně vymezenou specifikací, kterou lze pojmenovat. Autoři se většinou nezaměřují pouze na tento jeden aspekt. Důvodem vzniku může být požadavek klienta, zacílení na určitou skupinu lidí, ale také pouhá demonstrace schopností jednotlivce či studia v tom daném aspektu tvorby. Některé z nich se dají schovat pod již zmiňované kategorie, ale pro přehlednost je zařadím i sem.

Může se jednat o svatební videa, dronové záběry, vertikální videa, video prohlídky nemovitostí, specializace na mečové souboje, natáčení aut, natáčení motorek apod.

Může se jednat také o showreel vytvořený ze záběrů, jež jsou pouze záznamem určité akce. Nevzniká tedy propagace audiovizuálního materiálu, ale určité zaznamenané činnosti, například showreel holoimage, holografické společnosti. Vzhledem ke stylu, jakým je showreel pojat, se stále řadí mezi showreely. Nejedná se o reklamu, protože použité záběry jsou záznamem exhibice a představují práci a schopnosti autorů, nikoliv jejich produkt.

⁴³ AAV *Showreel 2019* [online]. [cit. 2021-7-22]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=1kaymKpln5o>

⁴⁴ FMK UTB – fakulta multimediálních komunikací při Univerzitě Tomáše Bati ve Zlíně.

4 KATEGORIZACE SHOWREELŮ PODLE TVŮRČÍHO PŘÍSTUPU

Jak je patrné, první kategorizace není zcela spolehlivá. Dělení podle jednotlivých profesí nenabízí dostatečné zúžení, které by po rozdělení určitého množství showreelu vygenerovalo typově podobné showreely. Je však důležité si toto dělení uvědomovat a vnímat jednotlivé aspekty každé kategorie.

Pokud se však v kategorizaci budeme chtít dostat na úroveň jisté podobnosti zástupců v řadách showreelů, je potřeba vytvořit kategorizaci pomocí jiného klíče. Problémem v první kategorizaci byla přílišná variabilita jednotlivých podkategorií. Režisérský showreel může obsahovat animaci, stejně tak vizuální efekty, work breakdown, asociativní montáž nebo propracovaný hudební motiv a může se stát, že jediný aspekt, který poté tyto showreely pojí, je to, že jejich autorem je režisér, nemluvě o tom, kdo showreel stříhal.

Druhá kategorizace se tedy zaměří na jednotlivé tvůrčí prvky, které je možné v showreelu definovat, a každý tento prvek bude tvořit jednotlivou kategorií. Pro jasnější definování a demonstraci této kategorizace jsem stanovil 70 showreelů, které jsem vybral za pomoci první kategorizace tak, aby každá kategorie měla své zástupce. Jednotlivé showreely jsem podrobil analýzám a poté je na základě shodných prvků rozřadil do jednotlivých kategorií.

Výsledkem této práce je rozdělení showreelů do příslušných kategorií a rozbor jednotlivých kategorií na základě přiřazených showreelů. Je možné sledovat určité trendy v různých kategoriích, například nakolik se režijní showreely vyskytují v kategorii, která se zabývá stříhovou montáží, či zda je možné sledovat podobné stopáže u showreelů pracujících s montáží a strukturou.

4.1 Stopáž

V teoretické části této práce se v souvislosti se stopáží bavíme o ideální stopáži od jedné do dvou minut. Showreely však vznikají jak se stopáží kratší, tak delší. Pro účely rozdělení showreelů podle jejich stopáže jsem stanovil tři základní skupiny, do nichž jsem podle stopáže rozdělil zkoumaných 70 showreelů.

Krátké

Do této skupiny se řadí všechny showreely se stopáží od 1 do 70 sekund.

Ze zkoumaných příkladů do této kategorie spadá celkem 24 zástupců. Průměrná stopáž těchto 24 showreelů je 54,4 sekund s průměrným počtem záběrů 50 a průměrnou délkou jednoho záběru 1,2 sekundy. Nejkratším zástupcem této kategorie je osobní showreel Jana Fuksy (číslo 31) se stopáží 28 sekund. Většina zástupců se pohybuje v rozmezí mezi 60 a 70 sekundami.

Průměrné

Do této skupiny se řadí showreely se stopáží od 70 do 120 sekund.

Ze zkoumaných příkladů do této kategorie spadá celkem 25 zástupců. Průměrná stopáž těchto 25 showreelů je 91,7 sekund s průměrným počtem záběrů 60 a průměrnou délkou jednoho záběru 1,3 sekundy.

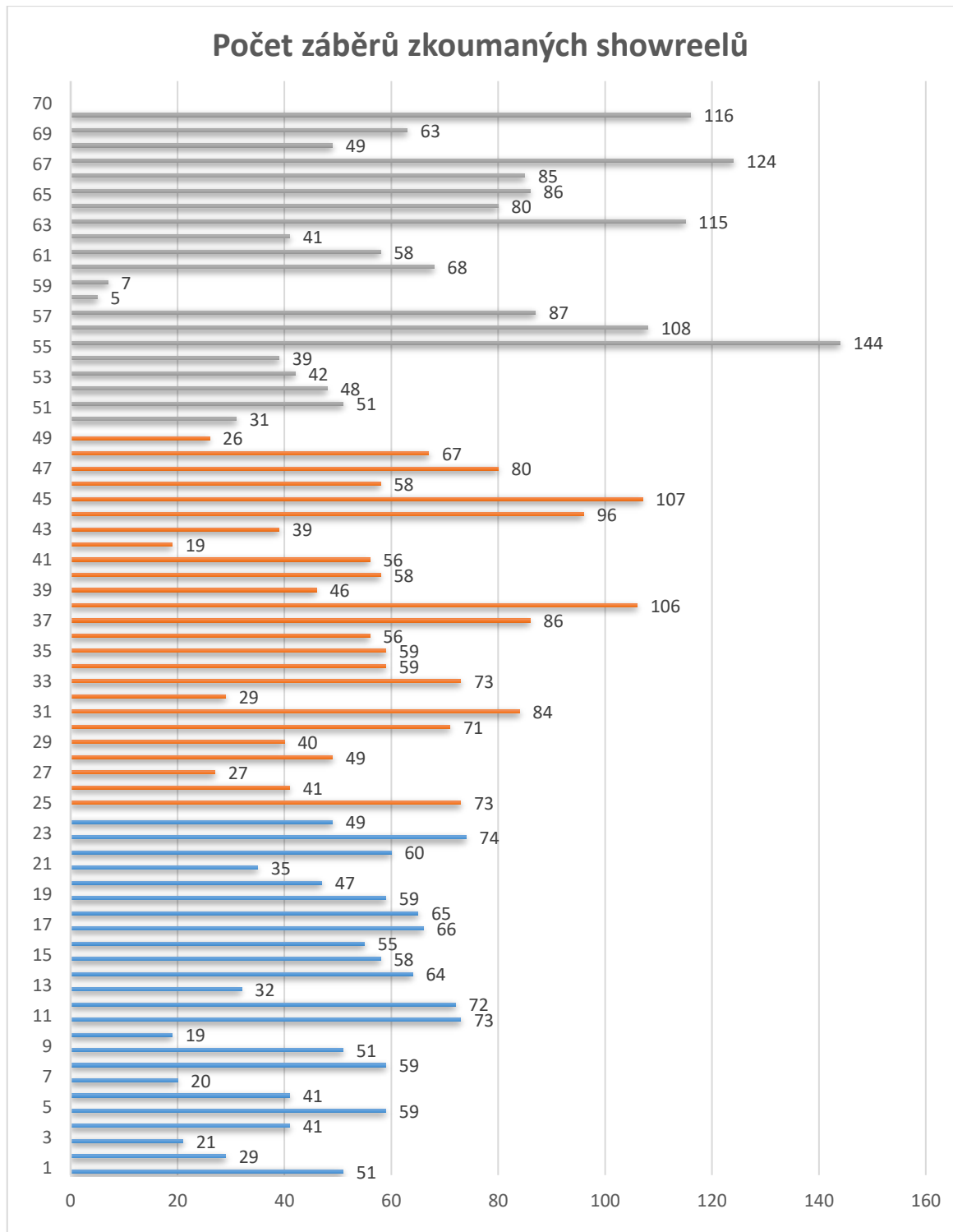
Dlouhé

Do této skupiny se řadí showreely se stopáží od 120 sekund a výše.

Ze zkoumaných příkladů do této kategorie spadá celkem 21 zástupců. Průměrná stopáž těchto 21 showreelů je 166 sekund s průměrným počtem záběrů 68 a průměrnou délkou jednoho záběru 2,3 sekundy. Nejdelším zástupcem této kategorie je režisérský showreel Terezy Vejvodové se stopáží 346 sekund.

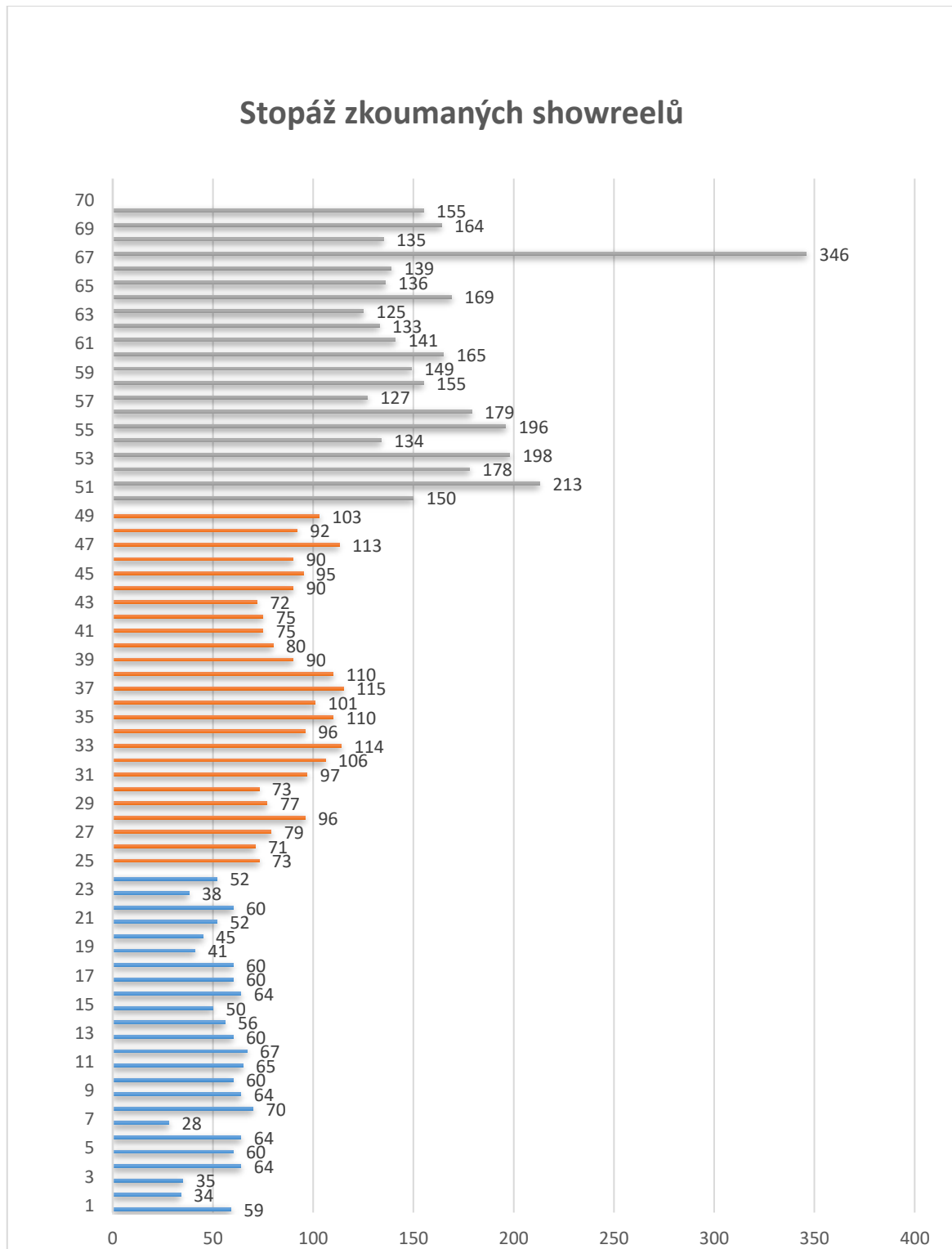
Když to tedy shrnu, showreely lze rozdělit podle stopáže na tři skupiny. Mezi krátkými a průměrnými není v základu žádný značný rozdíl. Obě skupiny obsahují podobné zástupce z řad zkoumaných showreelů a lze pozorovat podobnosti v průměrné délce jednoho záběru. Co se týká poslední skupiny, tyto showreely se už od ostatních liší svým pomalým tempem, dlouhými záběry a samozřejmě samotnou stopáží. Zpravidla se jedná o showreely reprezentující vizuál, například kameramanské showreely či showreely se speciálním zaměřením, jako jsou třeba showreely dronové.

Grafy



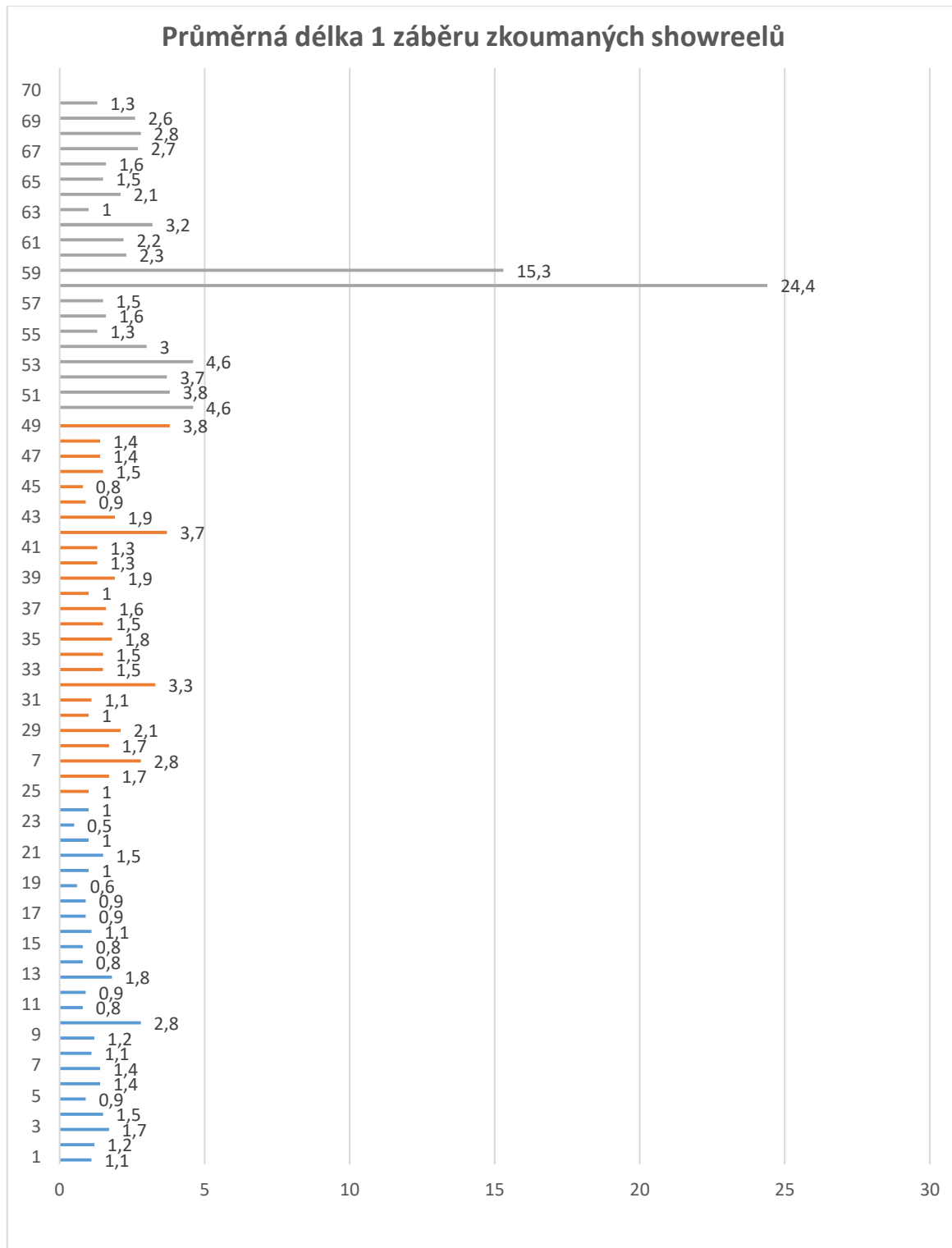
Graf 1. Počet záběrů zkoumaných showreelů

- Krátké ■
- Průměrné ■
- Dlouhé ■



Graf 2. Stopáž zkoumaných showreelů

- Krátké ■
- Průměrné ■
- Dlouhé ■



Graf 3. Průměrná délka 1 záběru zkoumaných showreelů

- Krátké ■
- Průměrné ■
- Dlouhé ■

4.2 Tempo a rytmus

V rámci svého výzkumu jsem provedl za pomoci cinemetry rozbor vnějšího temporytmu a vytvořil grafy ke každému showreelu. Na základě těchto grafů a dalších okolností jsem stanovil tři skupiny, do nichž lze showreely dělit z hlediska práce s vnějším temporytmem.

4.2.1 Převzatý temporytmus

Zástupci této kategorie se vyznačují tím, že jejich temporytmická stránka vychází primárně z jedné zvolené skladby, která hraje v pozadí. Nelze zde hovořit o nějakém konkrétním temporytmickém záměru ani stavbě. Kvalita temporytmické složky se odvíjí od zvolené skladby, která je v případě mnou zkoumaných příkladů repetitivní.

Zástupci této kategorie jsou showreely, které na temporytmus nekladou důraz. Příkladem mohou být vizuální efekty. Primárním cílem je prezentace práce na vizuálních efektech a často také demonstrace postupů pomocí work breakdownů. Vzhledem k tomu, že při sledování tohoto showreelu není pohlíženo na jeho temporytmickou skladbu, může si dovolit použít hudební skladbu jako podkresovou hudbu a využít její sktrukturu pro tvorbu struktury samotného showreelu.

Tento fakt však může být degradační u showreelů, kde očekáváme práci s tempem a rytmem. Je nevhodné, když je showreel prezentován jako stříhačský a celá stříhová skladba stojí pouze na již nastaveném temporytmu dané skladby.

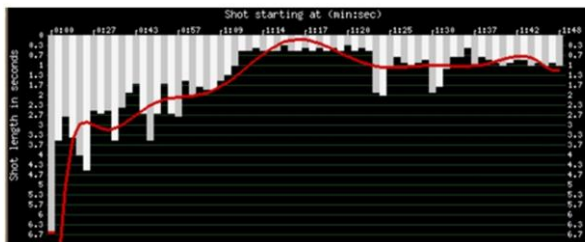
Je tedy důležité dbát na výběr skladby. Může se totiž stát, že zvolená skladba bude mít repetitivní průběh a pokud této skladbě podřídíme stříh, temporytmická křivka bude spíše přímka. Příkladem této přímky je graf showreelu *fabianproduction*. Stříhová skladba kopíruje beaty dané skladby a vytváří tak repetitivní a předvídatelnou stříhovou skladbu.



Obr. 7. Showreel *Fabianproduction* – temporytmická křivka

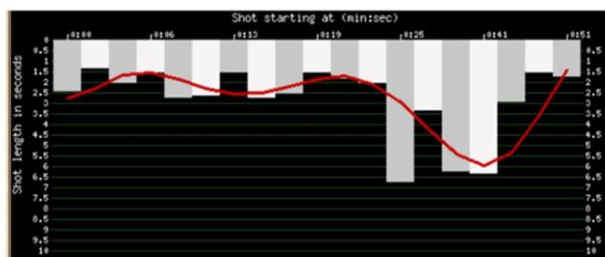
4.2.2 Dostředivé a odstředivé

Showreely v této kategorii se vyznačují tím, že temporytmicky spějí k jednomu bodu zlomu, kdy dojde buď ke změně hudebního motivu nebo rychlosti stříhové skladby. Příkladem je osobní *showreel Aleše Neničky*.



Obr. 8. Showreel Aleše Neničky – temporytmická křivka

První půlka showreelu postupně spěje do bodu zlomu tím, že se zkracuje délka jednotlivých záběrů, čímž se zrychluje stříhová skladba a celkové tempo. V půlce stopáže dojde ke zlomu, kdy se změní hudební motiv, který je v tomto případě rychlejší, a zrychluje se i samotný stříh.



Obr. 9. Showreel BareBear – temporytmická křivka

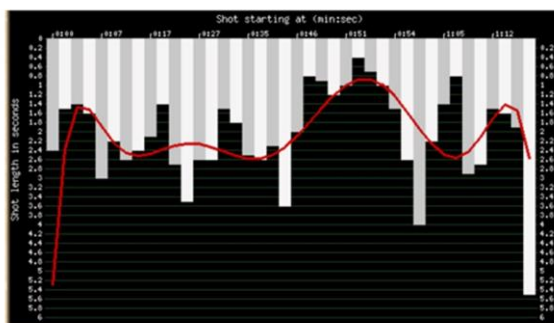
Dalším příkladem je *vfx showreel BareBear*. Showreel směřuje do bodu, kdy ve druhé třetině stopáže přejde do prezentace work breakdownů. Tempo se zde zpomalí, protože je potřeba ukázat jednotlivé části postupu práce.

Tyto showreely mají jeden bod, k němuž směřují a z nějž následně vycházejí. Tento bod bývá většinou reprezentován zlomem v hudbě a důraznou změnou v délce záběrů, čímž dojde ke změně temporytmu, který se poté buď vrátí do původních hodnot nebo pokračuje v podobném duchu až do konce.

4.2.3 Strukturované

Pod pojmem strukturovaný temporytmus se nachází ty showreely, jejichž temporytmická křivka má vývin a je viditelný určitý záměr autora v tomto ohledu. Pracuje se s rychlými a pomalými pasážemi, jejich střídáním a vzájemnými vztahy. Kreativně se pracuje s hudebním motivem a případně s ruchy.

Zástupci této skupiny budeme asi nejčastěji potkávat u střihačských showreelů, kdy je velice pravděpodobné, že právě na tento aspekt bude pohlíženo. Zástupce ze skupiny mnou rozebíraných showreelů je *showreel Alana Sýse*.



Obr. 10 Showreel Alana Sýse – temporytmická křivka

4.3 Zvuk

Při dělení do kategorií podle zvukové složky budeme sledovat hudební podkresy, práci s ruchy a jednotlivými hudebními motivy.

4.3.1 Podkresové

Do této skupiny budeme řadit všechny showreely, jejichž zvukovou složkou je pouze podkresová hudba. Může se jednat o více skladeb, ale nepracuje se s ruchy a není přítomna žádná komplexnější práce s hudebními motivy.

4.3.2 Ruchové

Jak vyplývá z názvu, zástupci této skupiny se vyznačují tím, že obsahují mimo podkresovou hudbu i ruchy. S ruchy lze pracovat buď pouze ilustračně na doplnění pozadí, nebo je lze využít tvořivě. Mohou podpořit práci s grafikou či textem, oživit scény nebo dopomáhat při budování temporytmu.

Osobně jsem příznivcem práce s ruchy, protože dokážou vdechnout showreelu život a učinit jej pro diváka poutavějším. Mohou dopomoci k vytvoření určité emoce i na tak krátké ploše, jako je showreel.

4.4 Montáž

Toto dělení je založeno na kreativní práci s montážemi. Showreely této kategorie mají přidanou hodnotu v tom, že střihač, který je tvořil, uvažoval v určitých návaznostech. Základním nástrojem pro tvorbu jakékoliv montáže je střih, jenž může sloužit buď k vytvoření iluze kontinuity, nebo naopak na sebe může upozorňovat jako na tvůrčí prvek. Pokud se bavíme o střihových montážích, uvažujeme o střihu jako o dominantním prvku.

4.4.1 Rapid montáž

Rapid montáž je u showreelů vcelku běžná. Kdykoliv dojde na rychlejší scénu, přijde čas na krácení záběrů. Je na střihači, jak danou rapid montáž pojme a jak k ní přistoupí. Může se jednat o rychlý sled záběrů, které spolu mají pramálo společného, nebo o sofistikovanější montáž, jež v rychlém sledu poutavě a čistě představuje danou část showreelu. Abychom ale mohli danou část nazvat rapid montáží, měla by tato část držet pohromadě jako jeden celek.

4.4.2 Asociativní montáž

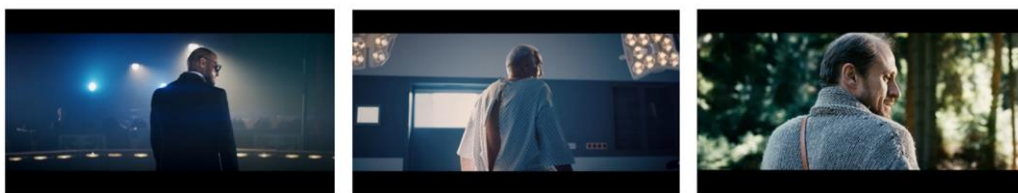
Asociativní montáž považuji za nejúčinnější nástroj při tvorbě tohoto formátu. Vycházíme-li z předpokladu, že showreel je změtí mnoha projektů, které spolu víceméně vůbec nesouvisí, je třeba hledat pojítka k vytvoření uceleného dojmu. Tato pojítka hledáme právě na základě asociací.

V základu se setkáme s typově podobnými záběry/scénami kladenými za sebe v takovém pořadí, že vytvářejí celek, který v sobě nese určitou informaci nebo emoci. Showreel si přímo neřádá, aby byla za pomoci asociativních montáží vytvořena emočně silná scéna, ale pokud se to podaří, jedná se o velice zdařilý výtvar.

Asociativní montáž však není pouze na úrovni emoční. Díky asociacím lze vytvářet mikro příběhy a spojovat na první pohled nespojitelné. Nejčastěji jsem se při tomto výzkumu setkal se základními asociacemi, kdy byla montáž vytvořena na základě několika společných prvků, například chůze, oheň, specifická šířka záběru apod.

4.4.3 Práce s match cuty

S match cuty se pracuje velice často. Krom toho, že díky nim lze vytvářet čisté přechody mezi jednotlivými scénami, působí jako demonstrace uceleného stylu. Tím, že se v materiálu vyskytují natolik podobné záběry, že je lze čistě stříhat na sebe, dává showreel najevo, že jeho autor má svůj určitý styl, ve kterém tvoří, a že tento showreel je skutečně jeho vizitkou.



Obr. 11. Příklad match cutu

4.5 Struktura

Jak jsem již avizoval výše, struktura showreelu může vycházet z mnoha klíčů. Může se jednat o strukturu nahodilou, která nesleduje žádná specifická pravidla ani postupy, nebo naopak lze postupovat podle předem stanovených pravidel a postupů. Autor se může pokusit o dramatickou strukturu nebo pouze tematicky řadit jednotlivé celky za sebe podle jejich významu či společných aspektů.

4.5.1 Jednoduchá struktura

Do této kategorie patří ty showreely, které nenaplnují žádnou dramatickou strukturu, nevyužívají složitých montáží a neobsahují žádné specifické postupy. Jedná se o jednoduchou strukturu, pouze záběr za záběrem, scéna za scénou představující práci autora. Tyto showreely na sebe nepoukazují svou formou, pozornost diváka míří k daným záběrům a scénám, které jsou prezentovány. Tuto jednoduchou strukturu zpravidla naplňují showreely se specifickým zaměřením, kdy není kladen důraz na zpracování daného showreelu, ale na pouhou prezentaci již odvedené práce. Příkladem mohou být showreely dronové, herecké či televizní.

4.5.2 Tematická struktura

Tematická struktura vzniká na základě řazení jednotlivých společných prvků do záběrových skupin, z nichž se poté vytvářejí jednotlivé scény. Finální struktura je poté složena z těchto tematických celků. Hlavním východiskem této kategorie jsou právě tematické celky.

Pro vytvoření tematického celku je třeba si stanovit klíč, který bude dominantou dané skupiny. Může se jednat o obecný faktor, jako je třeba technika zpracování – animace, nebo specifičtější prvek typu barva či určitý motiv.

Vzhledem k tomu, že tato struktura je důležitá pro obecné uvažování o práci s asociacemi, řazení tematických bloků a vedení divákovy pozornosti, rozeberu tuto strukturu na příkladu režijního showreelu Petra Babince, který sestříhal Josef Erla, jeden z respondentů.

Úvod – Pro účely expozice slouží pouze několik záběrů důležitých pro následné představení autora showreelu. Absence těchto záběrů by znamenala, že by celý showreel začínal hned titulkem a nedalo by se tedy uvažovat o expozici.



Obr. 12. Showreel Petra Babince – Expozice

Grafický úvod– Prostor pro logo společnosti, pojmenování autora či značky a zaměření showreelu. Lze pracovat s titulkem, animovaným intrem, sekvencí a tak dále.



Obr. 13. Showreel Petra Babince – Grafický úvod

- ➔ **Jednotlivé tematické řady** – Jedná se o záběry, které spolu souvisejí. Může jít o obecnější podobnost typu animace, vizuální efekty, motion design apod. nebo o specifitější podobnost založenou na velikosti záběrů, barevném motivu či náladě. Tyto jednotlivé záběrové řady by spolu v ideálním případě měli na nějaké úrovni interagovat, nebo by měl být zajištěn plynulý přechod mezi nimi.

Jídlo: V showreelu Petra Babince je první tematická řada založena na motivu jídla. Začíná se záběry které spojuje to, že se na nich objevuje právě jídlo.



Obr. 14. Showreel Petra Babince – Motiv jídla

Přechod z jídla na děti: Divák registruje, že momentálním tématem je jídlo, proto je velice příhodné, pokud to materiál nabízí, abychom na další motiv přešli tak, že bude nový i starý motiv v jednom záběru. To znamená jídlo společně s novým motivem. V tomto případě jsou novým motivem děti, takže výsledkem je záběr dítěte, které něco jí. Takto vznikne logická návaznost, která ničím neruší a volně se díky ní přechází dále.



Obr. 15. Showreel Petra Babince – Motiv dětí

Přes dítě na VFX: Další přechod je typově stejný, držíme se dítěte ve scéně, kde se pracuje s vizuálními efekty, a odhalujeme tak postavu, která je na první pohled uměle vytvořená, tím se otevírá nový tematický celek práce s vizuálními efekty.



Obr. 16. Showreel Petra Babince – Vfx

Přechod za pomoci hudební informace: V tomto případě je využito práce s hudebním motivem jako pomocníka pro plynulý přechod mezi záběry. V jednom záběru vidíme muže na horách a slyšíme zavytí vlka. V následujícím záběru se ozve nepatrné ženské vzdychnutí, které společně se zavytím reaguje na hudební podkres a vytváří tak poutavý a čistý přechod. Zároveň pohled muže v předchozím záběru vytváří určitou asociaci.



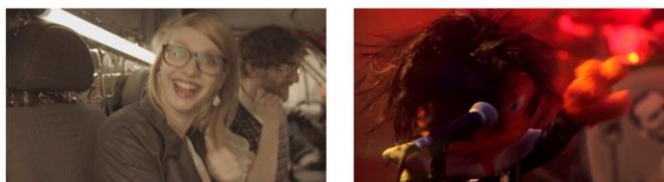
Obr. 17. Showreel Petra Babince – Přechod za pomoci hudební informace

Přechod do tematicky akčnější části: S archetypálním motivem pistole náladově přecházíme do pocitově akčnější pasáže, která v sobě nese jak akci, tak emoce. Tento tematický celek drží pohromadě, mimo jiné, také díky barevné jednotě.



Obr. 18. Showreel Petra Babince – Tematický akční pasáž

Přes podobnost záběrů na animaci: Díky podobnosti ve velikosti záběrů a podobnému pohybu, který se děje v obou záběrech, se v tomto případě přechází z hrané pasáže na pasáž animační. Plynulost přechodu tudíž závisí na pohybové a kompoziční podobnosti.



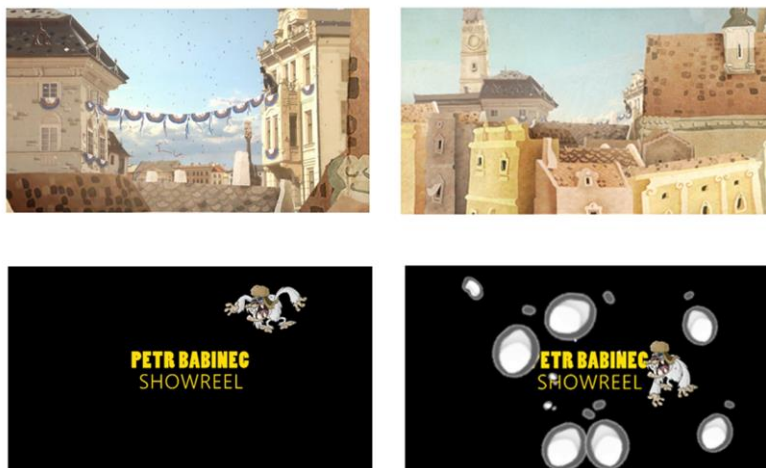
Obr. 19. Showreel Petra Babince – Přechod na animaci

Animační blok: Tento tematický blok působí jednotně už díky tomu, že se jedná o animaci, která stojí v kontrastu vůči hraným pasážím. Principy přechodů mezi jednotlivými záběry jsou již totožné. Využívá se asociací, podobností a stejně jako v předchozích případech je pomocníkem hudební složka.



Obr. 20. Showreel Petra Babince – Animace

Konec: Nakonec se z animačního motivu přesuneme zpět ke konstatování, komu showreel patří. Díky pohybu v obraze přejdeme až do momentu, kdy se objeví samotný titulek, jenž působí tak, jako by vykoul zpoza domů. Ve finále je ještě text doplněn dodatkem v animaci postavičky, která se objeví a sněhovou koulí ukončí celý showreel.



Obr. 21. Showreel Petra Babince – konec

Výše uvedená analýza je příkladem přístupu, který lze vzít za svůj při práci s tematickými celky jako hlavním východiskem pro strukturu showreelu. Většina přechodů je založena na určité asociaci, ale celý showreel funguje jako celek, a ten je možné rozdělit na jednoduše pojmenovatelné tematické části.

4.5.3 Asociativní struktura

Ne každá struktura musí vycházet z nastavených pravidel a postupů. Showreel lze vytvářet pouze na základě jednoduché myšlenky, kterou chceme v rámci tohoto formátu naplnit. Tímto východiskem může být jednoduchá montáž, jeden pojící prvek, dominantní hudba atd. Finální struktura poté bude výsledkem tohoto postupu, ne výsledkem určitého předpokladu.

4.6 Text a grafika

Práci s textem a grafikou dělím na dvě základní skupiny podle přístupu, který je zvolen. Buď se s textem a grafikou pracuje pouze na úrovni informativní, kdy pouze předává určité informace. Nebo v druhém případě se k těmto nástrojům přistupuje tvůrčím způsobem a stávají se tvůrčími prvky.

4.6.1 Informativní přístup

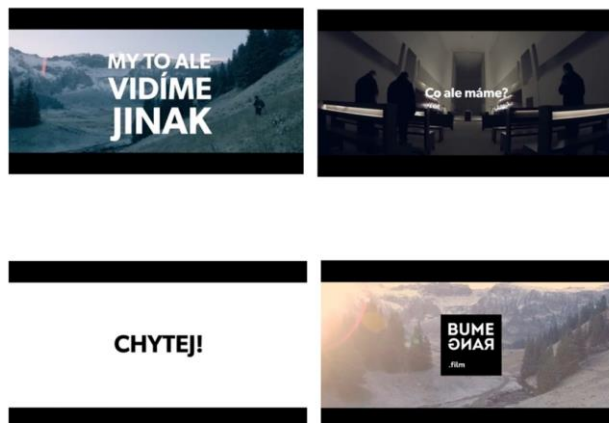
S grafikou se v tomto případě pracuje pouze na informativní úrovni. Zpravidla se jedná o úvodní titulek představující autora a poté titulek na konci, který buď odkazuje na zdroj, nebo znovu oznamuje jméno autora. S grafikou a textem se může pracovat jako s informativním prvkem pro rozdělení jednotlivých tematických částí daného showreelu. Grafika může představit pomocí log spokojené zákazníky i klienty a demonstrovat tak všechny dosavadní úspěchy společnosti či jednotlivce. Současně lze text použít pro pojmenování jednotlivých projektů.



Obr. 22. Informační grafika

4.6.2 Tvůrčí přístup

Showreely této kategorie využívají text a grafiku jako jeden z tvůrčích prvků. Text se dokonce může stát dominantou celého díla. Míra jeho využití je zcela na autorovi. Textem lze vytvořit takovou dějovou linku, která by se jinak velice těžko stavěla pouze obrazově. Lze s ním pracovat jako s voiceoverem.



Obr. 23. Showreel Bumerang film – Tvůrčí grafika

Co se týče samotné grafiky, kreativité se meze nekladou. Je možné pracovat s logy klientů, vlastním logem, doprovodnou grafikou, ale také lze grafiku animovat a pracovat s ní ve spojení s hudbou a ruchy.

4.7 Shrnutí

Tyto dvě kategorizace nabízejí řešení problematiky dělení showreelů a současně zprostředkovávají náhled to tvůrčího procesu. Jednotlivé kategorie však nepovažuji za finální dogmatické dělení, podle kterého by se měly showreely třídit. Naopak jsem si vědom toho, že každá z kategorií má své určité nedostatky. Předložené kategorizace mají posloužit jako nástroj pro pochopení tohoto jedinečného formátu, nikoliv jako striktní dělení do jednotlivých sekcí. Místo východiska pro encyklopedické dělení poslouží spíše jako východisko při řešení otázek spojených se samotnou tvorbou showreelů, při zkoumání určitých trendů a postupů nebo při snaze blíže definovat, co to showreel vlastně je.

ZÁVĚR

Showreel je velice užitečný nástroj pro propagaci, když se k němu přistoupí správným způsobem. Tento správný způsob však vychází z mnoha faktorů a liší se u každého showreelu zvláště. Některé showreely si žádají promyšlenou strukturu, jiným by tato složitá struktura byla zase na škodu. Je proto vždy důležité o tomto formátu uvažovat v souvislostech, mít na mysli, proč showreel vzniká, pro koho vzniká, co má prezentovat a jaké prostředky využít.

V této práci jsem si stanovil tři základní cíle. Prvním z nich bylo nahlédnutí do problematiky showreelů. Tato práce takový vhled nabízí několika způsoby – nejdříve samotnými kategoriemi, které reprezentují členitost a variabilitu, poté práce představuje samotnou definici showreelu jak z mého pohledu, tak z pohledu zlínských střihačů, a v neposlední řadě práce obsahuje příklady showreelů a jejich rozbor.

Dalším cílem bylo vytvoření kategorizace, jež měla být původně jedna a jejímž účelem bylo pokrýt celé spektrum showreelů. Tato vize se však setkala s neúspěchem, protože jsem nenašel žádný jediný společný klíč, podle něhož showreely rozdělit, aby bylo možné toto dělení prohlásit za konečné. Vznikly proto kategorizace dvě. První kategorizace dělí showreely podle toho, co reprezentují. Tato kategorizace má však své nedostatky (hlavním nedostatkem je stále vysoká variabilita showreelů jedné kategorie), je však potřebná pro obecné zařazení. Z těchto důvodů jsem vytvořil kategorizaci druhou, která se už nezaměřuje na obecné dělení, ale vytváří kategorie podle jednotlivých tvůrčích přístupů. Tato kategorizace nabízí bližší náhled na samotnou strukturu. Tyto dvě kategorizace poté fungují v překryvech, kdy více kategorií jedné kategorizace může být obsaženo v té druhé a naopak.

Posledním cílem této práce bylo popsání formálních přístupů. Tento bod je naplňován nejdříve v teoretické části, kde popisují jednotlivé tvůrčí nástroje, a poté v analytické části v další kategorizaci. Tato kategorizace se přímo zaměřuje na formální prvky. Popisuje je, přiřazuje k nim zástupce z řad showreelů a nabízí různá východiska.

Při tvorbě showreelů je nutné pamatovat na to, že střihově unikátní a hudebně propracovaný showreel nemusí být vždy tím nejlepším řešením. Občas tyto jednotlivé tvůrčí prvky působí rušivě a mohou ubírat na jeho sdělení. I přesto, že showreel nabízí možnost se kreativně vyjádřit, jde stále o reklamní formát, který prvotně prodává práci a schopnosti jeho zadavatele, nikoliv sebe sama.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

ARUNDALE, Scott., & Trieu, T. (2015). Modern post: Workflows and techniques for digital filmmakers. New York: Focal P

ĚJZENŠTEJN, Sergej Michajlovič. Kamerou, tužkou i perem. 2., rozšíř.vyd. Praha: Orbis, 1961. Filmové publikace.

CHANDLER, Gael. (2012). Cut by cut – editing your film or video. Michael Wiese Productions

KUČERA, Jan. Stříhová skladba ve filmu a v televizi. 3. vydání. V Praze: Akademie múzických umění, 2016. ISBN 978-80-7331-386-9.

LABÍK, Ľudovít. Dramaturgia strihovej skladby: horizontálna a vertikálna štruktúra filmového príbehu. Zlín: VeRBuM, 2013. ISBN 978-80-87500-30-9.

VALUŠIAK, Josef. Základy stříhové skladby. 3., rozš. vyd. V Praze: FAMU, 2005. ISBN 80-7331-039-2.

SEZNAM OBRÁZKŮ

<i>Obr. 1. Showreel BareBear – loga klientů.....</i>	16
<i>Obr. 2. Výzkumná tabulka.....</i>	25
<i>Obr. 3. Showreel Petra Babince - známá osobnost</i>	27
<i>Obr. 4. Showreel Kouzelná animace - vfx breakdown.....</i>	29
<i>Obr. 5. Showreely Kouzelná animace – Vizualní práce s logem.....</i>	31
<i>Obr. 6. Youtube kanál České Televize – Showreely za podzim 2016.....</i>	32
<i>Obr. 7. Showreel Fabianproduction – temporytmická křivka</i>	39
<i>Obr. 8. Showreel Aleše Neničky – temporytmycká křivka</i>	40
<i>Obr. 9. Showreel BareBear – temporytmická křivka.....</i>	40
<i>Obr. 10 Showreel Alana Sýse – temporytmická křivka.....</i>	41
<i>Obr. 11. Příklad match cutu</i>	43
<i>Obr. 12. Showreel Petra Babince – Expozice.....</i>	45
<i>Obr. 13. Showreel Petra Babince – Grafický úvod</i>	45
<i>Obr. 14. Showreel Petra Babince – Motiv jídla</i>	46
<i>Obr. 15. Showreel Petra Babince – Motiv dětí.....</i>	46
<i>Obr. 16. Showreel Petra Babince – Vfx.....</i>	47
<i>Obr. 17. Showreel Petra Babince – Přechod za pomoci hudební informace</i>	47
<i>Obr. 18. Showreel Petra Babince – Tematický akční pasáž.....</i>	48
<i>Obr. 19. Showreel Petra Babince – Přechod na animaci.....</i>	48
<i>Obr. 20. Showreel Petra Babince – Animace</i>	49
<i>Obr. 21. Showreel Petra Babince – konec.....</i>	49
<i>Obr. 22. Informační grafika.....</i>	50
<i>Obr. 23. Showreel Bumerang film – Tvůrčí grafika</i>	51

SEZNAM GRAFŮ



<i>Graf 1. Počet záběrů zkoumaných showreelů</i>	36
<i>Graf 2. Stopáž zkoumaných showreelů</i>	37
<i>Graf 3. Průměrná délka 1 záběru zkoumaných showreelů</i>	38

SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

1. ERLA, Josef. přepis rozhovoru, [online rozhovor]., 26.11.2020
2. GRONOS, Bill. Sizzle reel. Urban Dictionary. 1.11.2013 [25.1.2021] Dostupné z: <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=sizzle+reel>
3. GROZMANOVÁ, Lucie. Hodnoty v reklamě [online]. Olomouc, 2010 [cit. 2021-01-25]. Dostupné z: <https://theses.cz/id/560p7z/>. Bakalářská práce. Univerzita Palackého v Olomouci, Filozofická fakulta. Vedoucí práce Soňa Schneiderová. 7 s.
4. MIKUŠINEC, Peter. přepis rozhovoru, [online rozhovor]., 10.12.2020 (přeloženo)
5. ONDRUŠ, Juraj. přepis rozhovoru, [online rozhovor]., 10.12.2020 (přeloženo)
6. *Showreel* [online]. [cit. 2021-7-22]. Dostupné z: <https://www.lexico.com/definition/showreel>
7. *Showreel* [online]. [cit. 2021-7-28]. Dostupné z: <https://www.wordsense.eu/showreel/>
8. SZCZEPANIK, P. Montáž. In: Informační systém Masarykovy univerzity: Studijní materiály předmětu FF: FAVBPa04 [online]. 20.5.2021 [cit. 2021-05-20]. FF: FAVBPa04 Pojmy filmové teorie I (jaro 2005). Dostupné z: http://is.muni.cz/el/1421/jaro2005/FAVBPa04/Montaz_pojem.txt.
9. ŠEBESTA, K.: Reklama jako funkční styl?!, Čeština doma a ve světě, FF UK, Praha 1998, s. 194.
10. *The evolution of showreel* [online]. Dostupné z: <https://www.linkedin.com/pulse/evolution-showreel-mark-knight>
11. WADSWORTH, Chris. *The Editor's Toolkit*

SEZNAM SHOWREELŮ

01. 21COINS, 2019. Showreel 2019 | 21coins.cz. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=4Q45pAitOGE>
02. AC PRODUCTION, 2020. SHOWREEL – MATURITNÍ PLESY 2019/2020. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=yhPV89LCKz4>
03. ACT MEDIA, 2016. ACT Media showreel. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=3gg1aX05kLc>
04. ADAMVIDEO CZ, 2019. Showreel 2019 - ADAMVIDEO.CZ. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=kc4GNJWDmxM&feature=emb_logo
05. AGROFILM, 2018. Showreel 2018 | agrofilm.cz. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=v9WVaKX0pok&feature=emb_logo
06. ALAN SÝS, 2018. ALAN SÝS | EDITOR SHOWREEL | 2018. In: *Vimeo* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://vimeo.com/266366668>
07. ALESNENICKA.CZ, 2018. Alesnenicka.cz - showreel. In: *Vimeo* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://vimeo.com/307497142>
08. AN FUKSA, 2019. Showreel Jan Fuksa. In: *Vimeo* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://vimeo.com/378307878>
09. ANIMATZLIN, 2017. AnimatZlin.cz Showreel. In: *Vimeo* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://vimeo.com/254194091>
10. BUMERANG FILM, 2018. BUMERANG FILM | showreel 2018. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=_LXUhmGczBg
11. BUMERANG FILM, 2019. SHOWREEL 2019. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=XiTHGbSmzVY>
12. CAD STUDIO – ARKANCE SYSTEMS, 2018. Autodesk AEC 2018 Showreel. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=6khajYWUCzo>
13. CAMERATEAM.CZ, 2014. Octocopter Showreel (camerateam.cz). In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=rp79PEA-rxk>
14. DADDY'S GARAGE SHOW #DGSHOW, 2020. DG Production Teaser – Showreel. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=kV7NQK-TdLQ>
15. DANIEL TRÖGLER, 2017. GLASSWOUNDED // Linkin Park – Session. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=u5yISL7vZ3U>

16. DEMOPICTURES, 2019. DEMOPICTURES – Showreel 2019. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=tllbCQVW3MU>
17. DIFFVIEW – PORTFOLIO, 2019. DiffView car2car showcase 2019. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=f_haqJj8zTQ&t=71s
18. DIFFVIEW – PORTFOLIO, 2019. DiffView showreel_2019. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=FzAsKX2ofK4>
19. ELISKA BRUKNEROVA, 2019. Video and photo showreel. In: *Vimeo* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://vimeo.com/374692604>
20. ERLA, Josef, 2016–2020. Soubor Showreelů. In: *GOOGLE DRIVE* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://drive.google.com/drive/folders/1ervOuNU6mbYi5kIEc8aIPizO9ZnMwQie?usp=sharing>
21. ETERNIS, 2020. Eternis showreel 2020. In: *Vimeo* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: https://vimeo.com/378485659?fbclid=IwAR0v2rLou3LFDrYlhG_ccbt0tMd4BBOM1hF8HF1yTCR7eaMaOtlr8WXMqJE
22. FACEX PRODUCTION, 2020. Showreel FaceX Production. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=Fvcu7kqMXfg&feature=emb_logo
23. FILIP MALÝ, 2017. SHOWREEL 2016–2017 - Filip Malý. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=wPo61l49smY>
24. FILIP RÁŽ, 2020. Showreel 2020 | 6sfull.cz. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=zYzpTEP-Sb8>
25. FILMOFON, 2019. FILMOFON SHOWREEL 2019. In: *Vimeo* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://vimeo.com/347738285>
26. FOTOVIDEODRONEM CZ, 2019.  SHOWREEL 2019 - čtvero ročních období dronem | Fotovideodronem.cz . In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=7UJbgM9joKM>
27. FVDRONEM, 2019. SHOWREEL 2019. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=6aja8bdp3Qs>
28. FVDRONEM, 2020. SHOWREEL 2020. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=O4Rww7SShSU>
29. GOODREQUEST, 2018. GoodRequest Showreel 2018. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=Pp8OiN9pYYM>
30. HARD TASK, 2020. CZ Firearms photo shooting showreel. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=ksdIHsUJeq4>

31. IS PRODUKCE, 2019. IS Produkce – showreel 2019. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=vhgCs549YuM>
32. IS PRODUKCE, 2020. IS Produkce – ANIMATION showreel. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=C4GqJF1r8rs>
33. IS PRODUKCE, 2020. IS Produkce – SPORT showreel. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=dqz5at6N67o>
34. IS PRODUKCE, 2020. SHOWREEL Štěpán Zálešák. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=3tHvs_mz27w
35. JAN CHRAMOSTA – DIRECTOR, 2020. Jan Chramosta – director's showreel 2020. In: *Vimeo* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://vimeo.com/451791745>
36. JAN SYROVÝ, 2018. SHOWREEL - PEAKPRODUCTION.CZ. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=HM3bS51-TWQ>
37. KIKI LEM, 2019. Motion Design Showreel 2019. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=mwtbEGNABWU>
38. KOUZELNA, 2015. Kouzelná – Showreel. In: *Vimeo* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://vimeo.com/135041035>
39. KREUS FILM, 2018. Food & Stock stopmotion showreel. In: *Vimeo* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://vimeo.com/304561920>
40. KREUS FILM, 2018. Stop motion Showreel KREUS FILM. In: *Vimeo* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://vimeo.com/304353480>
41. LEAF-ANIMATION STUDIO, 2017. Showreel_cz. In: *Vimeo* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://vimeo.com/250267388>
42. LITTLE CUBE – FILM & CREATIVE, 2017. Little cube showreel 2017. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=Kt9VoAs8Gek>
43. LUKÁŠ VEVERKA, 2016. LUKAS VEVERKA SHOWREEL 2016. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=ZrVHaoHPjBs>
44. MAREK JEHLIČKA, 2019. Showreel SKYWORKER.CZ 2019. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=JNkqpBa2dQo>
45. MAROŠ FABIAN, 2020. Showreel 2019 || film and video production. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=N_YbexioAmg
46. MARTIN KUBALEC, 2017. 2017 / DOP Showreel Martin Kubalec. In: *Vimeo* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://vimeo.com/265954645>

47. MARTIN NABELEK, 2017. SHØWREEL 2017. In: *Vimeo* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://vimeo.com/219310248>
48. MICHAL FÍBEK, 2020. Michal Fíbek | showreel 2020 (motion & vfx). In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=82SFJeLn2Bk>
49. MICHAL TEPRÍK, 2018. UPP – Commercials_Showreel. In: *Vimeo* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://vimeo.com/275419584>
50. MRÁZEK MEDIA, 2020. SHOWREEL 2020 - Video produkce MRÁZEK MEDIA | Kameraman Chrudim, Pardubice. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=MIPVsfDaNow>
51. OLTSKUL, 2020. V. A. Kamas - 2020 showreel. In: *Vimeo* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://vimeo.com/430011587>
52. ONDRA HAJEK, 2020. Ondrahajek.com showreel 2020. In: *Vimeo* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: https://vimeo.com/435073664?fbclid=IwAR0NGD_36fE5uSCSJFHyl9k9K_ZUs-dryoaW7tviLre8dFBDa_hsC5KhF78
53. ONDŘEJ ŠTEFÁK, 2018. Ondřej Štefák Showreel. In: *Vimeo* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://vimeo.com/303449691>
54. PANDORASBOX, 2019. SHOWREEL. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=a5RXRS7Uhko>
55. PAVEL SOUKUP, 2020. PAVEL SOUKUP: SHOWREEL TEASER 2020. In: *Vimeo* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://vimeo.com/425247423>
56. PAVLA DOSTÁLOVÁ, 2019. Pavla Dostálová Showreel 2019. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=7sEx2kmdwY>
57. PINARTO – CREATIVE STUDIO, 2020. Pinarto_showreel_2020. In: *Vimeo* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://vimeo.com/416031383>
58. POZITIV.CZ, 2018. Showreel – Films 2018. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=mf9Jz0i8V7k&feature=emb_logo
59. PR FILM CZ, 2018. PR Film.cz showreel 2018 - videoprodukce, tvorba animací. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=LJ0z3pABc-k>

60. RANDY COLD, 2016. RANDY COLD Showreel 2016. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=Pa9iKmGqo0M>
61. SARA SANDEVA, 2019. Sara Sandeva – SHOWREEL. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=MgcNMGEvmcY>
62. SHOTBOX TABLETOP, 2020. Tabletop Food Showreel – SHOTBOX. In: *Vimeo* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://vimeo.com/412340950>
63. SHOTBOX TABLETOP, 2020. Tabletop Chocolate Showreel – SHOTBOX. In: *Vimeo* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://vimeo.com/413720172>
64. SHOW REALLY, 2020. Denisa Pfauserová – herecký showreel 2020. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=bL4_ebwf7yw
65. SHOW REALLY, 2020. Kristýna Podzimková – herecký showreel 2020. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=RdNwU8rcyKI>
66. SPANECO PRODUCTION, 2019. Spaneco Production – Showreel (CZ). In: *Vimeo* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://vimeo.com/324573722>
67. STUDIO FONTANA, 2018. Showreel komponované hudby. In: *Vimeo* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://vimeo.com/218005163>
68. STUDIO NAVARA, 2018. High In The Sky | Showreel 2018. In: *Vimeo* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://vimeo.com/317828510>
69. SVĚT V HLEDÁČKU, 2019. Špetla Film – showreel. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=XWbAOXP2fX8&t=2s>
70. TEREZA VEJVODOVÁ, 2019. SHOWREEL / 2019 / Tereza Vejvodová. In: *Vimeo* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://vimeo.com/319354405>
71. THEJITKACH, 2019. EDITOR'S SHOWREEL | JITKA JANATOVA. In: *Vimeo* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://vimeo.com/339949634>
72. TOMAS OCADLY, 2015. Drone ShowReel 2015 - AndruVision.cz. In: *Vimeo* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://vimeo.com/154180373>
73. UŽ TOHO MÁM PLNÝ KUFR, 2016. Filmambo | Showreel 2016. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=KyJAgZ-AF5M>
74. VAŠE IDVIDEO, 2019. Showreel - IDVIDEO.cz. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=89yDxsjmENA>
75. VIDEOANIMACE, 2018. Tvorba videa a animace ☆ VideoAnimace.com. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=AfWFwK_vpys

76. VIDEOBROTHERS S.R.O., 2021. VideoBrothers SHOWREEL – vertical #shorts. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=TSn2lhxKa3w>
77. VIDEOJINAK CZ, 2020. VIDEOJINAK FOOD SHOWREEL. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?app=desktop&v=XKlZbxNEVeo>
78. VIDEOJINAK, 2021. Svatby podle VIDEOJINAK.cz (Svatební showreel). In: *Vimeo* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://vimeo.com/501382973>
79. VILÉM RŮŽIČKA, 2020. Filmmaker/Editor SHOWREEL 2020 | Vilém Růžička. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: https://www.youtube.com/watch?v=9Jk1ihY_DYA
80. VISUALIO, 2019. Visualio Showreel 2019. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=ifdyONTuXbl>
81. VYSVETLI, 2018. Vysvetli.cz - SHOWREEL. In: *Vimeo* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://vimeo.com/214833346>
82. ZOA STUDIO, 2017. ZOA Architectural Animation Showreel 2017. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=MPmyncxmsus>
83. ZUZANA MAZACOVA, 2020. SHOWREEL 2020 / Zuzana Mazacova Videography. In: *Youtube* [online]. [cit. 2021-7-20]. Dostupné z: <https://www.youtube.com/watch?v=2jbHI8OodB8&vl=cs>