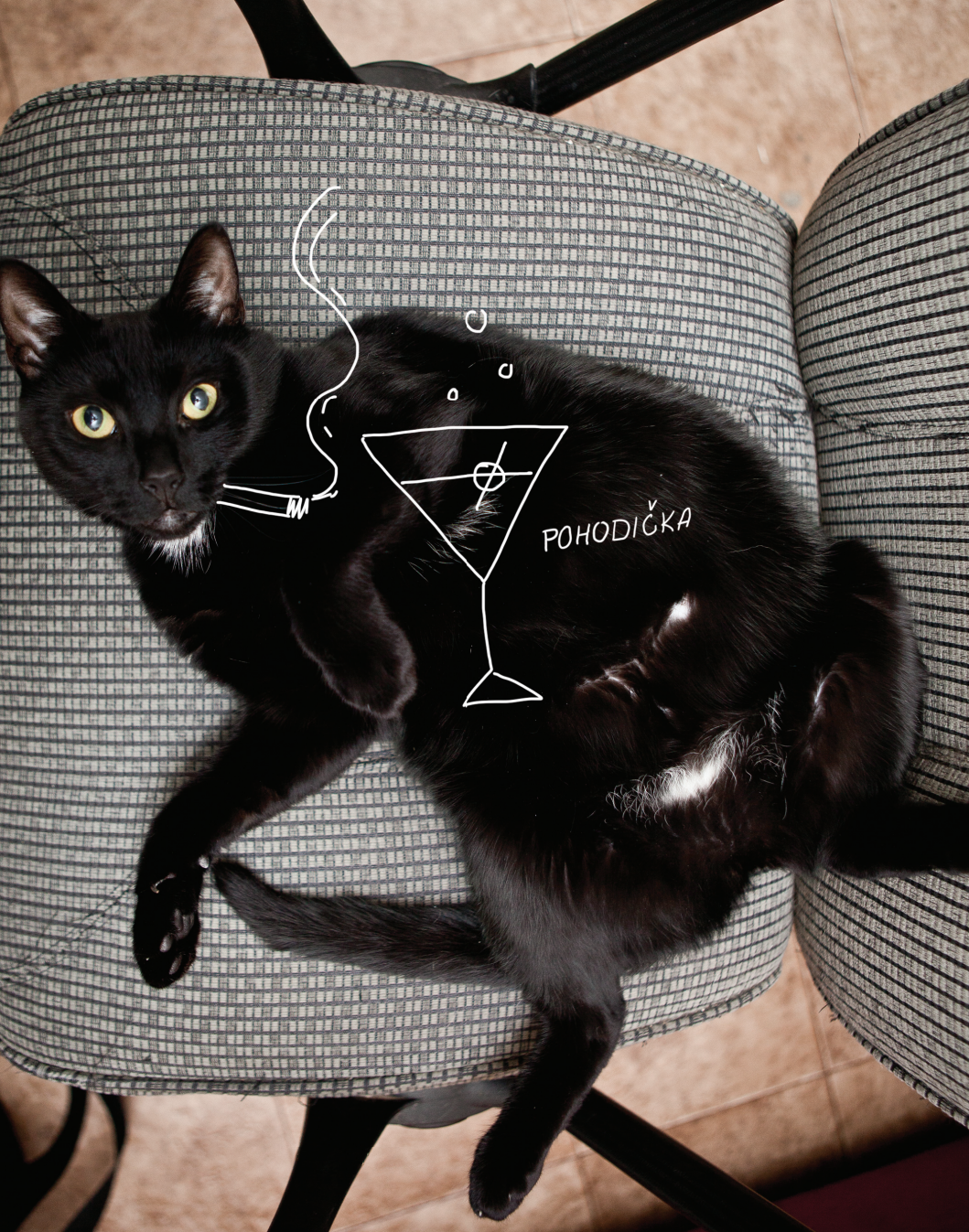




POHODIČKA

KAPITOLA 3

Šplhání na vrchol

V této chvíli už má váš kocour za sebou všechnu hereckou práci. Kamera je vypnutá, už jste umetli všechno rozbité sklo a kocourek si dopřává zaslouženého odpočinku vyvalený na sluníčku. Teď už je to pohodička, že? Nezbývá nic jiného než zveřejnit vaše videa a nechat si poštu přeposílat do Easy Street. Bože! Žijete snad v ráji tupců? Myslíte si, že si prostě půjdete lehnout a všechno za vás dodělají kouzelní elfové? Pravděpodobnost, že se to stane, se rapidně blíží nule. Nastal čas se pustit do díla. Vyhrňte si rukávy. Pokud na sobě nemáte nic s dlouhým rukávem, tak

si hned oblečte košili a ty rukávy si vyhrňte.
Vzhledem k tomu, kolik práce vás ještě čeká,
možná byste měli zvážit koupi staromódních
rukávových podvazků, aby vám ty rukávy
opravdu zůstaly vyhrnuté.



○ OŘÍZNOUT

○ PŘETAHNOUT

○ ZPENĚŽIT

† ⊥ †

Vzhůru k úpravám

Pokud jste následovali rady této knihy do posledního *písmenka*, podařilo se vám natočit skutečný klenot mezi kočičími videi. Tento váš poklad je ale zatím neopracovaným diamantem. Teď začnete tento diamant pěkně leštit a nepřestanete, dokud v něm neuvidíte svůj vlastní obraz a v něm se vám budou v očích blýskat dolarové znaky. A ty dolarové znaky budou z ryzího zlata. Vítejte v nádherném světě *úprav*. Nejenom, že budete video muset pořádně ořezat, ale taky doladíte svůj záznam hudbou, zvukem, typografií a barvami. Budete muset použít všechny možné triky. Nebo aspoň ty z této knihy.

Vzhledem k tomu, že jste pořídili záznam v digitálním formátu (nebo ne? NEBO NE?), máte několik možností jak ze syrové nahrávky udělat něco koherentního a koukatelného. Dost možná už máte na počítači nainstalovaný nějaký program na úpravu videí. Obtěžovali jste se vůbec podívat?

Neměli jste to štěstí. No dobře. I tady platí to stejné pravidlo jako u výběru kamery. Nepotřebujete ani tak nejposlednější technologický výstřelek, jako ho potřebujete umět ovládat. Než si něco koupíte, zkuste si nejdřív nějakou testovací verzi nebo řekněte kamarádovi, teda pokud máte tu možnost. Takhle to dělá i Guillermo del Toro (no, vypadá to tak).

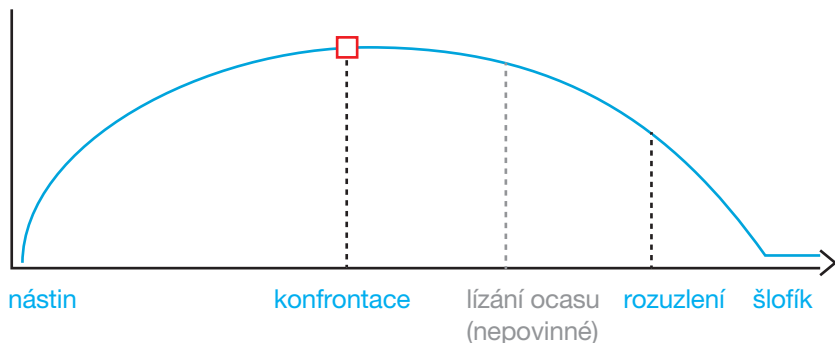
Ať už začnete používat jakýkoliv program, proces je v podstatě obdobný: budete vystříhávat jednotlivé kousíčky z tuny videa, které jste natočili,

přetahovat je a skládat z nich sekvence dle svého vkusu. Umíte přetahovat, že? Jasně, že umíte. Teď už si musíte v procesu tvorby vašeho mistrovského díla pamatovat jen jedno. Mistři Hollywoodu tomu říkají „Pravidlo tří K“.

PRVNÍ K: ŘEKNĚTE TO KRÁTCE A SLADCE

Vaši budoucí diváci jsou zvyklí neustále surfovat na internetu a tweetovat, takže zvládnou udržet pozornost zhruba stejně dlouho jako šedá veverka. Jejich mozečky nezvládnou zpracovat víc kočičích kousků než by se za nehet vešlo. A je jedno, jak chytré ty kousky jsou. Video je proto musí rychle zaujmout, vzbudit v nich pozitivní pocit, stimulovat je ke sdílení na sociálních sítích a skončit dřív, než jejich zájem opadne a přesunou se na fotogalerii hvězdných adopcí. Na tuhle misi máte zhruba šedesát vteřin.

Říkáte si, že je to nemožné? *Au contraire*, Pierre. Prostě následujte tento neomylný plánec:



Plán kočičího videa

1. JEDNÁNÍ: NÁSTIN

Představte protagonistu, jeho cíl a hlavní překážku v úspěchu

Uplynulý čas: 1–10 vteřin

Příklad: Yarrcat, vychrtlý kocour v pirátském oblečku, pokukuje po truhle s pokladem v podobě šanty kočičí, která leží vysoko na polici.

2. JEDNÁNÍ: KONFRONTACE

Protagonista se potýká s překážkami a zkouší své štěstí.

Uplynulý čas: 10–45 vteřin

Příklad: Yarrcat se pokouší vydrápat na vysoce položenou polici. Objevují se žraločí maňasci, kteří ho shazují dolů.

3. JEDNÁNÍ: ROZUZLENÍ

Vrchol. Protagonista dosáhne svého cíle, je definitivně poražen nebo vyřeší situaci ještě nějak jinak.

Uplynulý čas: 45 vteřin–1 minuta

Příklad: Yarrcat se odrazí od žraloka a přistává na truhle s pokladem, strhne ji a společně padají k zemi. Obsah se rozsype všude okolo. Zhruba 10–20 koček v námořnickém vběhne na scénu. Všechny společně se pustí do šanty. Trademark „YARRRRRRR!“ se objeví na obrazovce v jasně žlutém provedení.

DRUHÉ K:

NA STYLU ZÁLEŽÍ, MAKEJTE NA NĚM

Trh s kočičími videi začíná být nasycený. Od režisérů se tak očekává, že budou vizuální hranice posouvat dál a dál, a vytvářet tak odlišný zapamatovatelný styl. Například podnikavý režisér *Henriho*, *Le chat Noir*, se rozhodl pro ponurý efekt černo-bílého snímku. Po jeho kočce byste normálně ani nevzdechli a snímek by byl minimálně jednotvárný. I přesto si její režisér vysloužil cenu Golden Kitty na vůbec prvním festivalu kočičích videí z roku 2012. Henri získal smlouvu na knihu, reklamní smlouvu s Friskies, dvacet tisíc následovníků na Twitteru a začínající přátelství s Christopherem Walkenem. A to všechno jenom proto, že Will Braden šel o krok dál a nalil o trochu víc stylu do kuchařské směsi svého vizuálního díla.

Přidat trochu osobitého stylu může do vašich videí třeba experimentování s různými efekty během úprav. Není na tom nic složitého. Zvažte následující možnosti:

EFEKT	VÝSLEDEK
černobílý	Cynický kocour detektiv
sépie	Kočka z westernu nebo občanské války
mírné rozostření..	Romantická kočičí dáma
vodní hladina	Kočičí kapitán zámořské lodi
rentgen	Kocour lékař
rybí oko	Zhulenec

Ostrý



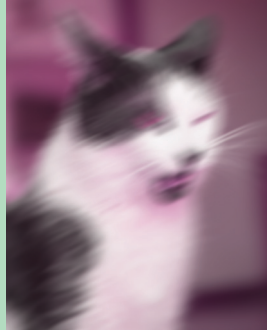
**„Jste sladká jako
zakysaná smetana,
sestro!“**

Retro



**„Tenhle záchodek
pro nás oba stačit
nebude.“**

Sexy



**„Líbej mě, líbej mě,
mňau!“**

Zamlžený



**„Moře je krutá milen-
ka!“**

Rentgen



**„Mám pro vás špatné
zprávy: zdá se, že
někdo odperoval
vaše koule.“**

Psycho



**„Kde končí můj ocas
a kde začínám já?“**

A nezapomeňte na přechod mezi scénami. Nejjednodušší možnost je obyčejný střih. Nechte jednu scénu začínat přesně v okamžiku, kdy ta předchozí končí. Sice to bude takové krkolomné, ale diváci zase ocení, že jim předkládáte to, co jste opravdu natočili. Nahrávku byste ale mohli zjemnit tím, že scény oddělíte pomalu se rozplývajícím obrazem na konci. Existuje ale i mnoho dalších možností a každá vám pomůže vyjádřit něco jiného: otočení stránky v knize (život je jako kniha!), odpočítávání (tempus fugit!), srdíčko (jejdaaa!), otáčející se krychle (pozor! krychle!). Vybírejte pozorně!

TŘETÍ K: PŘIDEJTE ZVUK A VYTVOŘÍTE VIDEO, KTERÉ BUDOU VŠICHNI MILOVAT

Je jasné, že lidé zbožňují zvuk. Krom toho může hudba do vaší nahrávky dodat drama, takže je více než lákavé sáhnout do své hudební knihovničky a vytvořit bohatý, kreativní soundtrack. Dávejte si ale pozor na skladby chráněné autorskými právy, jinak by se mohlo stát, že vaše nově nabyté jmění utratíte za pěkně drahé soudní tahanice. Co by tedy měl udělat chudý kočičí videograf? No, mohli byste zkusit třeba ty nahrávky, které byly v ceně vašeho softwaru. Ty jsou zaručeně zadarmo. Teda myslím. Vlastně těžko říct. Asi byste si měli přečíst informace o vašem programu. Však víte, takovou tu malou brožurku, co jste vyhodili.

Jinou možností je pohledat online, jakou hudbu se dá sehnat pod licencí Creative Commons, která většinou znamená, že se jedná o volnou hudbu. (Technicky vzato si autor vyhrazuje nějaká práva, takže předtím než si nahrávku přivlastníte, byste se možná mohli kouknout na to, o jakých právech

se bavíme. Pokud máte rozpočet na zaplacení hudby (ooo, je nám ctí, pane Rockefeller), můžete si také koupit hudbu a hudební klipy bez podílu na zisku (royalty free). Zaplatíte pouze jednorázový poplatek a získáte neomezená práva na používání daného materiálu. Zadarmo by to bylo samozřejmě lepší, ale tady zase pravděpodobně najdete kvalitnější hudbu, protože někdo dostává zapláceno za to, že ji skládá.

Možná potřebujete jenom jednoduchou nahrávku smíchu nebo zvuk vybuchujících bomb. Víte, jaký celosvětový systém navzájem propojených počítačových sítí můžete prohledat a najít tam širokou škálu zvukových efektů zadarmo? Ano, přesně tak! Máte pravdu!

Dokončovací práce

V této chvíli máte za sebou více hodin práce s kočičím videem, než jste strávili jeho natáčením. Máte za sebou i fázi, kdy jste si editováním zkracovali čekání na pizzu. Proč teď konečně nevykopnout váš výtvar na svět a znovu se oddat věcem, které jste kdysi považovali za samozřejmé, jako je například sluneční vit nebo komunikace v souvislých větvích.

Jak by řekla stereotypní mexická kočka: „Aj, aj, aj, brzdi amigo!“ Možná si na chvíli dejte pauzu od monitoru a vraťte se k němu, až se dobře vyspíte. Možná si pozvěte kamaráda nebo dva, kterým věříte, a ukažte jim váš klip

*Jak by řekla
stereotypní
mexická kočka:
„Aj, aj, aj, brzdi
amigo!“*

(samozřejmě až poté, co podepíší dohodu o uchování tajemství). Bud'te otevření zpětné vazbě.

A jeden poslední detail nakonec: Právě jste vyrobili částechku duševního vlastnictví, a tu si musíte ochránit. Označujte si svoje video jako by si chovatel dobytka ocejšoval svého plemenného býka. Za použití Photoshopu nebo Ilustrátoru si vytvořte logo, které umístěte do rohu videa. Mohlo by to být třeba maličké kotátko s dolarovými znaky místo fousků. Do videa byste také měli vložit adresu webové stránky vaší kočky. Měli byste vytvořit Micčinu webovou stránku.

Tři, dva, jedna – Upload!

Tak! Konečně nastal ten kýžený okamžik. Právě se chystáte osvobodit sílu, které si svět zoufale žádá, i když si ani neuvědomuje, že by ji mohl potřebovat. Objevení penicilinu Alexandra Fleminga bylo úplně stejné. Ptáte se ale, jak se plod vaší práce dostane do vědomí miliónů lidí?

Na vaši otázku odpovím také otázkou: Už jste někdy slyšeli o YouTube?

No ale teď vážně: Pokud jste se ještě nikdy nedívali na YouTube, tak nechápu, jak se k vám dostala tahle knížka. Ale nebudu vás odsuzovat. Třeba jste vyrostli v jedné z těch sekt, co zakazuje používání elektriky a zabývá se pěstěním plnovousu a výrobou mýdla. Nebo jste zrovna vyšli z vězení. Co už, kapitáne roku 2003.

Takže: YouTube je nejhlavnější webová stránka pro sdílení videí. Umožňuje každému sdílet své video se všemi ostatními. To správné video, tzn.

vaše video, pokud jste to nějak nepohnojili, si může okamžitě získat miliony zhlédnutí a stát se světovým favoritem. Možná jsem to měla zmínit dřív, ale *toto je předpoklad, na kterém celý váš plán na úžasné zbohatnutí jaksi závisí.*

K nahrávání videí si budete musit založit YouTube účet, ale nezařekujte, je to snadné. Prostě se zalogujte ve vašem prohlížeči nebo tak něčem, běžte na stránku YouTube.com, najedte na link „Nový na YouTube“ a následujte instrukce. Ve chvíli, kdy máte svůj účet připraven, můžete konečně NAHRÁT a SDÍLET plod své těžké práce! Celé nahrávání spočívá jenom v tom, že kliknete na tlačítko nahrát a vyberete kýžený klip. A přesně toto byste právě teď měli udělat.

Zazvonil zvonec a pohádky je konec (ne tak úplně)

OK, video jste nahráli! Jste slavní? Jasně, že ne, protože je tady ještě jedno překvapení. Čeká vás ještě další práce. Právě teď byste měli odstartovat kritickou fázi SDÍLENÍ. Je to ale úplně něco jiného než ve školce, kdy jste se museli dělit s malým Jiříkem, protože vy jste měli pět bonbónků a on chudáček neměl nic, tak vás paní učitelka donutila mu dát dva a vy jste z toho neměli vůbec nic. Tahle verze sdílení je spíš jako byste někoho odchytili na ulici a řvali mu do ucha tak dlouho, dokud nezačne brečet. Lidé milují agresivní, dotěrnou a nekompromisní reklamní kampaň, a ta má pět stejně důležitých pilířů.

Pilíř 1: Sociální média. Facebook, Twitter, Google+, LinkedIn, ehm...Insta-cosi. Neměli byste lidem jenom nabízet, aby se podívali na vaše videa, měli byste po nich chtít, aby si k vaší kočce vytvořili citové pouto, které by mohlo naplnit prázdnotu v jejich temných a pustých srdcích. Zaplavte platformy všech sociálních médií, ke kterým máte přístup, a všechny je spojte pod jedním pseudonymem a pak to udělejte ještě jednou.

Pilíř 2: Speciální zájmové skupiny. Pokud lze internetové komunity nějak popsat, pak určitě jako úzce zaměřené a obsedantní. Tím pádem existují místa, kde se lidé setkávají k výměně názorů s výhradně kočičí tematikou. Přidejte se k těmto skupinám a infiltrujte je zavčasu. Ve chvíli, kdy budete mít vaše video připravené, budete již mít důvěru a ostatní vás budou brát vážně. Tady je pár skupin, které byste rozhodně měli vzít v potaz: Catster (nedávný příspěvek: „Na dovolené mi strašně chyběla moje kočka a všichni kamarádi si proto ze mě dělali srandu.“), Catmoji (poslání: „Udělat z internetu lepší a šťastnější místo se spoustou koček.“) a Purrsonals („Místo setkávání milovníků koček.“).

Neměli byste lidem jenom nabízet, aby se podívali na vaše videa, měli byste po nich chtít, aby si k vaší kočce vytvořili citové pouto, které by mohlo naplnit prázdnotu v jejich pustých srdcích.

Pilíř 3: Přítomnost na webu. Pokud jsou vaše videa jako koks a YouTube varna, pak www.semdejtejmenosvekocky.com je rožek ulice, kde vy jako dea-

ler distribuujete dávky těm nebohým závislákům. Tvorbu vašich nových webových stránek si probereme v následující kapitole. Ale ne moc dopodrobna, tak si nedělejte žádné velké naděje.

Pilíř 4: E-mail. Všichni máme nějaké kamarády nebo příbuzné, kteří sice „jsou online“, ale chybí jim internetový Filip k tomu, aby se starali o svůj facebookový profil a hlasovali proti narušitelům diskusí. Těmto lidem je potřeba poslat email s přímým linkem k vašim videím a jasným vysvětlením, že pokud chtějí dát svým životům smysl, musí na ty linky nejdřív kliknout. Povzbudte je k přeposlání těchto emailů. Pošlete jim takovýchto emailů více.

Pilíř 5: Přesah YouTube. Dáváme vám sice pocit, že právě YouTube je zemí zaslíbenou pro vás a vaši kočku, ale neměli byste přehlížet ani ostatní webové stránky zaměřené na sdílení videí. Ty totiž shromažďují těch 0,1 % uživatelů internetu, kteří nechodí na YouTube. Mezi jejich příklady bychom mohli zařadit, ehm, třeba Break.com, Vimeo.com, Metacafe.com, Dailymotion.com a Stupidvideos.com.

Jak ovládnout vyhledávač

Pokud hraje kočka na klávesy v opuštěném lese a není tam nikdo, kdo by poslouchal, vydávají vůbec nějaký zvuk? Koho to zajímá? Důležité je, že si *tahle kočka nevydělá ani jediný halíř*. Vyvedme tedy vaši kočku z lesa temnoty do lesa slávy, kam po právu patří.

Vezměte v potaz typického kočičího nadšence, který se snaží najít sílu, aby přežil zbytek pracovní doby. Okolnosti mu dopřaly pár nestřežených okamžiků v místnosti řízení letové kontroly, v telefonní ústředně linky 158 nebo kdekoliv tento člověk pracuje. Nemá čas nazbyt! Zadáním jednoduchých kritérií se snaží dostat ke svému oblíbenému žánru. Zkouší některou z těchto variant:

úžasná kočičí videa
vtipné kočky
nejvtipnější kočičí video všech dob
kočka jak se cítit dobře



Výsledky vyhledávání se bleskurychle zobrazí. Tento muž klikne na jeden z nich, podle své chuti na úžasná nebo vtipná videa. Záchvat smíchu nebo úžas se dostaví téměř okamžitě. Možná to zachrání mnoho lidských životů. Ano, je to tak jednoduché! Na internetu je ale tolik kočičích videí! Jak tedy dokázat, aby se právě to vaše objevilo ve výsledcích vyhledávání?

Odpověď zní: klíčová slova. Vyhledávače (ty věci, se kterými googlíte) jdou po těchto slovech stejně jako slon zlodějček, který se vkrade do kapsy svému ošetřovateli, protože tam cítí buráky. YouTube, ale i ostatní stránky s videi umožňují „otagovat“ vaše videa jakýmkoliv klíčovými slovy chcete. Je úplně v pořádku, pokud okopírujete klíčová slova z jiných úspěšných kočičích videí. Určitě s tím začněte. Časem byste možná chtěli přijít s nějakými vlastními.

DRUH KLÍČOVÉHO SLOVA	PŘÍKLAD
Slovesa a akční slova	skáče, ničí, mazlí se
Názvy filmů a seriálů	Smrtonosná past, Glee, Barton Flink
Popis	vtipný, úžasný, hyperroztomilý
Celebrity a osobnosti	Lady Gaga, Aristoteles, Homer Simpson
Vtipné nebo neočekávané rekvizity	sextant, houpačka, zune
Ne tak úplně slova	awwwww, jejda, LOL
Superlativy (čím víc superlativů, tím lépe)	nejtlustší, nejvtipnější na světě, nejvtipnější nejroztomilejší na světě)
Kočky slavnější než ta vaše	Grumpy Cat, Bub, Yoruichi Shihoin
Současné dění	prezidentské volby, otrava salmonelou, Zlaté Glóby

Svá videa budete ale muset kromě klíčových slov obdařit také tituly, popisky a tagy (což je něco jako klíčová slova, ale trochu jinak, ale koho to zajímá). Proboha, ještě pořád nemáte hotovo! Naštěstí můžete ve všech těchto položkách použít ta stejná slova. Popravdě řečeno byste to měli udělat. Tady se vám na rozdíl od tříletého děcka dostane od vyhledávače tím víc pozornosti, čím víc budete něco opakovat.

Titul: S největší pravděpodobností budete moci operovat se zhruba 100 znaků, takže nacpěte to titulu tolik klíčových slov, kolik bude možné.

Kočka L'il Wayne **letí** jako **hurikán Sandy do vany**.
Hysterie!

Neuvěřitelné kotě tancuje s **Glee** poté, **co zničilo**
origami **žraloka**. **Jejda!**

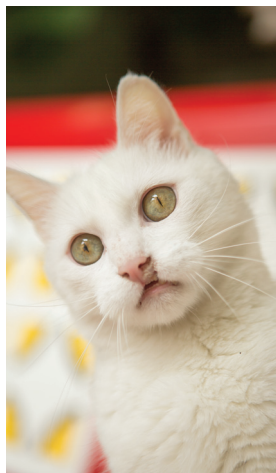
Nejtlustší kočka na světě **Madona** hltá bramboru
podobnou **Gingrichovi**. **Úžasné!!!**

Nebojácná egyptská kočka protestuje proti **invazi**
afghánským štěnětem. **Překvapivé!**

Kočka **roztomilejší** než **Maru** tulí dvojnici **Kate**
Middleton. **Neuvěřitelné!**

Popisek: Jednoduše napište krátký úvod vystihující vaše video. Měl by být co nejpodrobnější a obsahovat co nejvíce klíčových slov. Máte zhruba 800 slov na to, abyste zvládli připojit také linky ke svým ostatním videím, playlistům a webové stránce.

Tagy: Opět použijte svoje klíčová slova. Koukněte, co teď frčí na Googlu, a zkuste využít všechna slova, která sedí k vašemu videu. Například pokud se teď mluví o pádu akcií na trhu... pak vaše kočka „padne“ na gauč vysílením poté, co snědla celého lososa, kterého jste přinesli z „trhu“. Takže je to v pohodě!



Bílý iPhone, rozbitý displej Super Bowl



Christina Hendricks, pád na červeném koberci