

Цифровые технологии при реализации дополнительных общеразвивающих программ



Основы создания видеоролика

Суравицкая Ольга Владимировна



A meme featuring a close-up of Al Pacino as Marlon Brando from the movie 'The Godfather'. He is wearing a dark suit and a white shirt with a dark tie, looking intensely at the camera with a serious expression. His right hand is raised, with his index finger pointing towards the viewer. The background is dark with a grid of light spots, possibly from a window blind. The text is overlaid in white, bold, sans-serif font with a black outline.

**СКОЛЬКО РАЗ МОЖНО
ПОВТОРЯТЬ!**

**ПЕРЕД ТЕМ КАК РЕШИТЬ
ПРОБЛЕМУ, НАДО ЕЕ СОЗДАТЬ.**

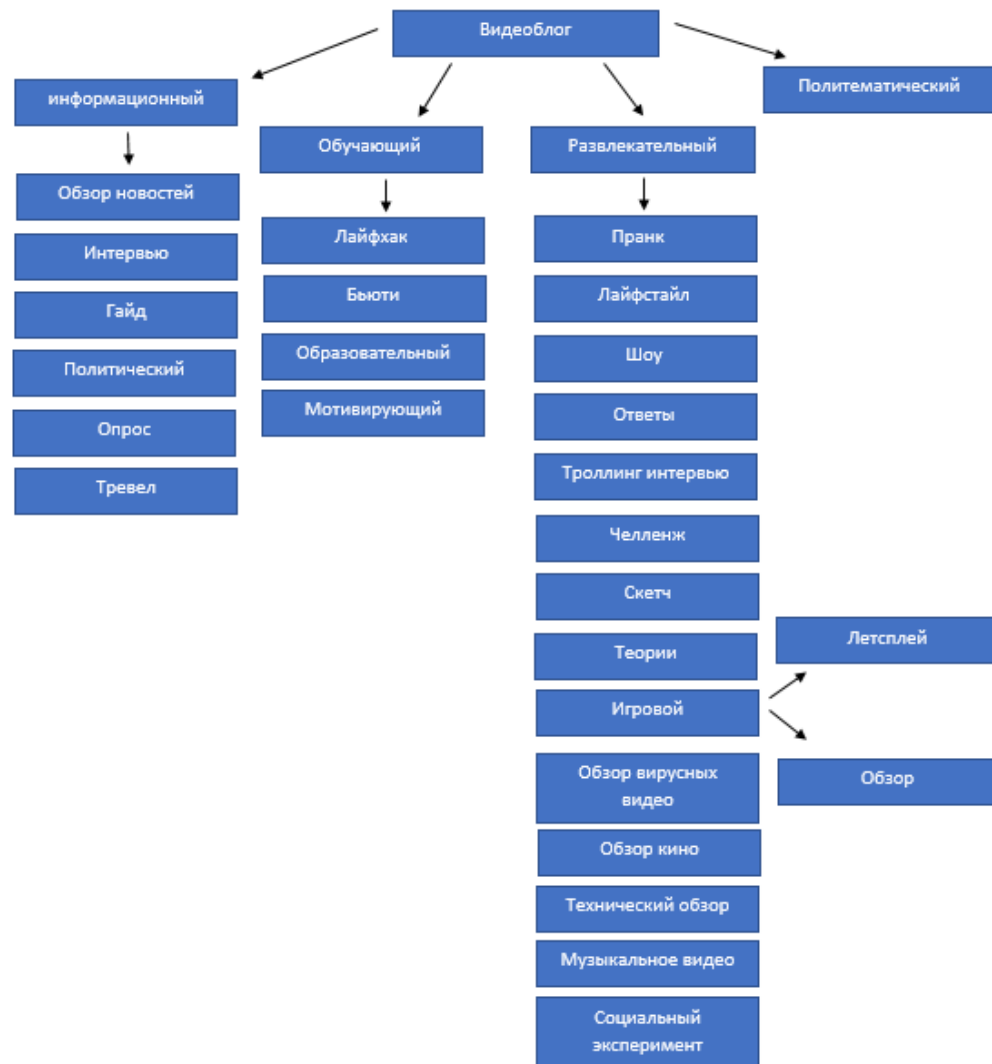
Классификация рекламных роликов

- I. **По техническому исполнению:** игровые, натурные, анимационные, графические.
- II. **По типу сюжета:** описательные, сентиментальные, парадоксальные, шоковые.
- III. **По продолжительности трансляции:** блиц-ролики (5-10 с), развернутые (30-60 с), рекламно-информационные (до нескольких минут).

Современные классификации жанров журналистики выделяют следующие группы:

- **Информационные:** информационное сообщение (заметка), интервью, репортаж, телевизионный отчет, обзор печати.
- **Аналитические:** корреспонденция, комментарий, беседа, обозрение.
- **Документально-художественные** (иногда их называют художественно-публицистическими): очерк, документальный фильм и др.





Презентационные ролики

https://vkvideo.ru/video6303556_171943480?ref_domain=yastatic.net

<https://yandex.ru/video/preview/3630101265813943738>



Цель - эффективно представить продукт или услугу, конкретную технологию или компанию в целом. Их можно сравнить с «мостом» между брендом и целевой аудиторией.

Важно показать, чем компания, её продукты или услуги отличаются от других. Поэтому, помимо эффектного видеоряда, упор делается на качество информации.

Имиджевые ролики



Имиджевые видео призваны вызвать у зрителя эмоциональный отклик.

Упор в них делается на сюжет и создание нужной атмосферы. Цель такого контента создать ассоциацию, поддерживающую имидж компании, отдельного ее направления, товара, услуги или человека. |

Социальный ролик

Освещает давно существующую в обществе проблему и направлен на изменение поведения и мышления людей. В основе сюжета лежит идея, которая обладает социальной ценностью.



Художественное видео



Постановочный игровой видеоролик.
Сюжетный видеоролик,
представляющий некоторую
ситуацию. Музыкальный клип.



Этапы создания видеоролика



Подготовка.

Цель. Разработка идеи. Написание сценария.
Раскадровка. Оборудование.

Съемка.

Во время съемки нужно обратить внимание на композицию кадра и движение камеры.
Убедиться, что все участники хорошо видны и слышны.

Монтаж.

Организовать видеофайлы в логическом порядке, следуя сценарию. Нарезать кадры: удалить ненужные фрагменты и объединить удачные кадры в единое повествование. Работа со звуком: отрегулировать громкость, добавить фоновую музыку или звуковые эффекты, если это необходимо.

ПОДГОТОВКА

Задание №1



Цель - презентация педагога
дополнительного образования

Идея - ...

Сценарий - ...

Оборудование - ...



Технические требования к видеоролику



1. Видеоролик должен быть разрешением не ниже 1280x720 пикселей (горизонтальный формат) с частотой смены кадров не ниже 25 кадров/с.

2. Максимальная продолжительность видеоролика – не более 3-х минут.

3. Видеоролик должен содержать начальные титры с указанием темы, концевые титры с указанием авторов ролика, источников видео и аудио рядов.

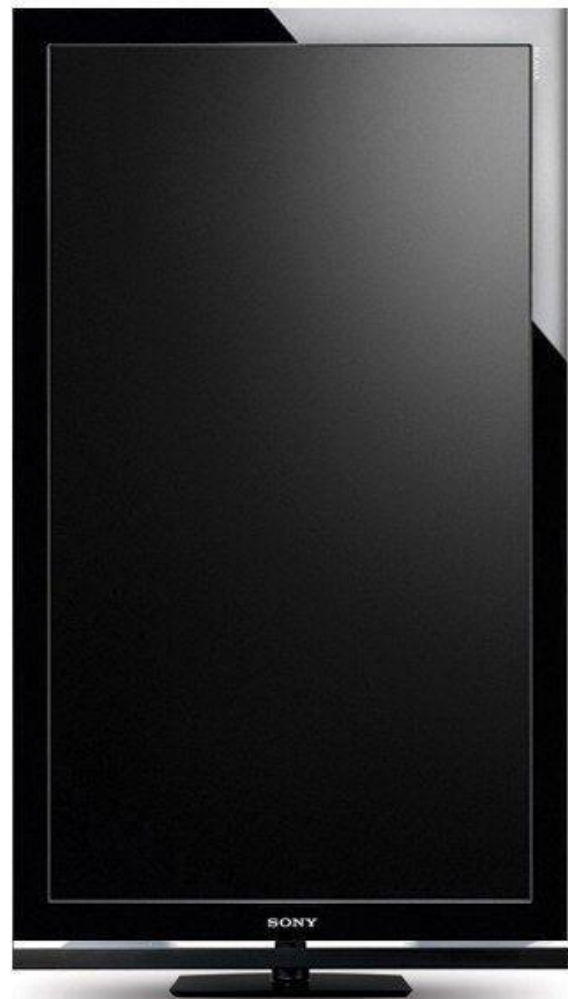
Критерии оценок

1. Содержательная экспертная оценка видеороликов осуществляется по следующим критериям:

- соответствие работы заявленной теме;
- аргументированность и глубина раскрытия темы, ясность представления;
- креативность видеоролика (новизна идеи, оригинальность, гибкость мышления);
- информативность (смысловое наполнение).

2. Техническая экспертная оценка видеороликов осуществляется по следующим критериям:

- Качество видеосъемки;
- Уровень владения цифровыми инструментами видеомонтажа;
- Эстетичность работы.



**ТЕЛЕВИЗОР
ДЛЯ ЛЮБИТЕЛЕЙ
СНИМАТЬ
ВЕРТИКАЛЬНОЕ
ВИДЕО**

Смена планов в съёмке



Исследованиями доказано, что человек может задерживать своё внимание на одном кадре, пока ему не надоест, не более 3-5 секунд. Потому используй смену планов при съёмке. Чередуй дальний с общим и крупным планом (деталими). Так ты создашь кинематографичную видеовизитку.



К РАБОТЕ ГОТОВ!

План съёмки — это масштаб объекта съёмки в кадре.



Некоторые виды планов съёмки по крупности:

Дальний план. Показывает место событий и период времени фильма, отношения персонажа и окружающего мира. Обычно это кадры природы, зданий или окружения героев.

Общий план. Кадр практически занят одним человеком. Такой план привязывает героя к месту действия, а зрители обращают внимание на окружение рядом с ним.

Средний план. Позволяет зрителю рассмотреть лица и мимику героев. Часто используется в сценах диалога, когда нужно показать реакции персонажей.

Крупный план. Кадр, в котором камера показывает объект очень близко, обрезая всё вокруг. Позволяет зрителю увидеть мельчайшие детали объекта или выражения на лице героя.

Деталь. План, который сконцентрирован на какой-либо части объекта сильно вблизи. В таких кадрах раскрываются важные детали: глаза, кисть руки, пуговица, часы, книга и т. д..



ДАЛЬНИЙ ПЛАН



СРЕДНИЙ ПЛАН



КРУПНЫЙ ПЛАН



ОБЩИЙ ПЛАН



СРЕДНИЙ ПЛАН



ДЕТАЛЬ



Сверхкрупный



Крупный



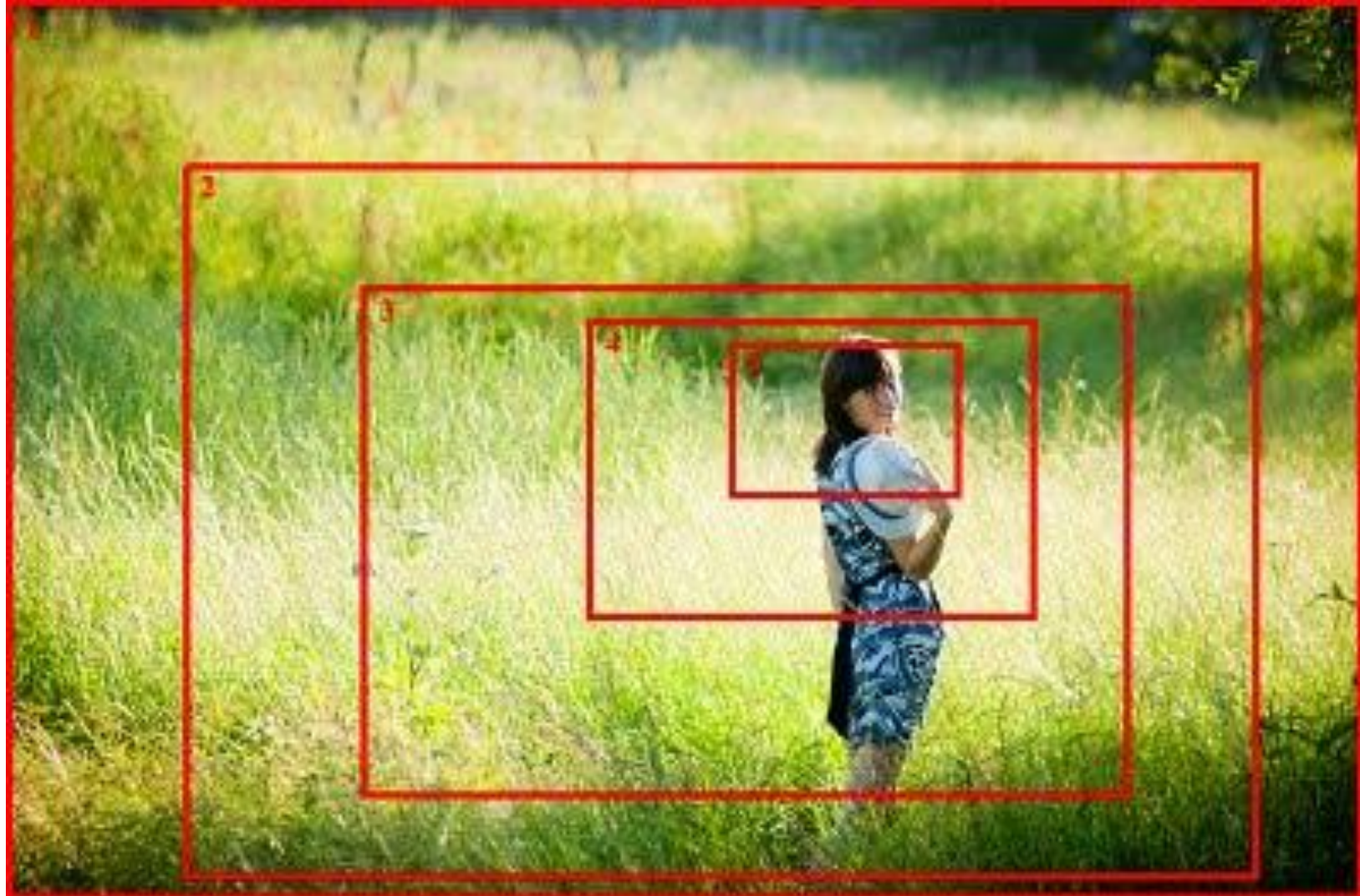
Средний



Общий



Дальний



Раскадровка

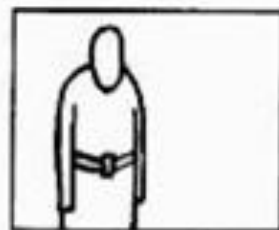
Раскадровка — это последовательность сцен фильма в иллюстрациях, разбитая на отдельные кадры или блоки. Каждый блок включает в себя визуальные подсказки, информацию о ракурсах, диалоги или другие важные сведения.



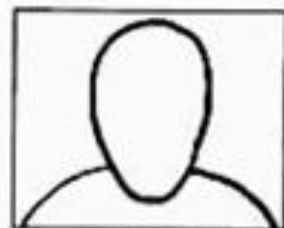
Крупность планов по Л. Кулешову



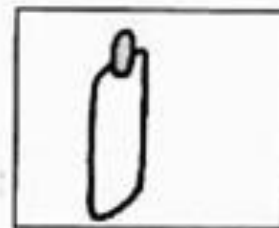
1. Деталь



4. 2-й средний



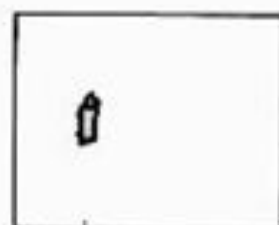
2. Крупный



5. Общий

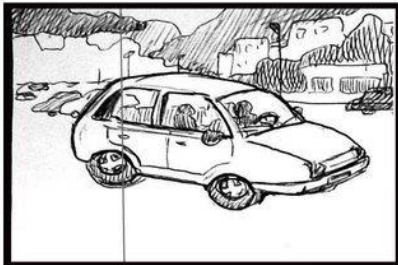


3. 1-й средний



6. Дальний

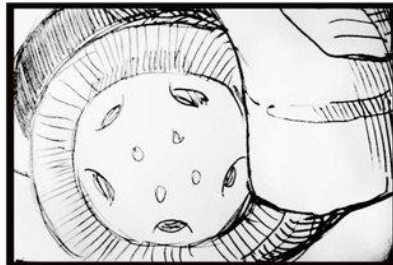
1



2



3



4



5



6



7



8



9



Правило трёх ЦВЕТОВ В ВИДЕОВИЗИТКЕ



<https://colorscheme.ru/>

Первый секрет создания гармоничной видеовизитки, которая точно привлечёт внимание всех членов жюри – соблюдение трёх цветов в видеовизитке.

Ты получил задание в конкурсе по созданию видеовизитки? Теперь подумай, какие цвета будешь использовать в одежде и аксессуарах? Их должно быть не более двух. При этом чёрный, белый и бежевый являются нейтральными цветами, их можно использовать помимо основных. Выбирай оттенки в соответствии с предложенной тематикой. Так, например, для конкурса «МореМедиа» отличным решением будет выбрать в качестве основных цветов жёлтый – цвет солнца и голубой или синий – цвет моря и воды.

При монтаже снятого ролика обрати внимание на шрифт. Его цвета также должны совпадать с выбранными. То же самое касается остальных элементов – различных стикеров и картинок.

Мультипликация

Этот способ помогает внести изюминку в обычную видеовизитку. Для персонажей можно вырезать картинки из картона и бумаги, а можно использовать фигурки и предметы, которые вам захочется. Для создания необходимо установить телефон на штатив, понемногу передвигать героев и детали по фону, каждый раз делая снимок. После этого программа создаст из кадров готовый мультфильм. Этот залипательный эффект разбавит любую скучную видеовизитку!



Эффект разделения экрана (сплит-скрин)



Это технология, которая позволяет совместить несколько видео в одном кадре. Эффект завораживающий! С помощью него ваша визитка будет отличаться от других и запомнится жюри.

https://vk.com/video-41110175_456239437

Приемы видеорепортажа



- **Синхрон.** Фрагмент видео, который содержит прямое общение с участниками события.

- **Stand-up.** Главный персонаж – репортер, который комментирует происходящее в центре кадра.

- **Закадровый текст.** Комментарии озвучены, зрители не видят автора.

- **Видеоряд.** Совокупность видеофрагментов, вошедших в репортаж. Отснятый материал просматривают, вырезают лишнее, дополняют текстом и специальными эффектами при необходимости.

Еще один хороший прием – интершум. Так называют живой звук в кадре – крики болельщиков, рев двигателей (например, при съемках авторалли).

Раскадровка.
Съемка.
Запись звука.
Подбор
дополнительного
визуального и аудио
материала.

Задание №2



Аудио материал



Музыка без авторских прав:

<https://topfonmusic.com/>



- Звуковые дорожки – записи голоса (озвучка материала)
- Музыкальный фон
- Аудио эффекты

ПРИ ИСПОЛЬЗОВАНИИ АВТОРСКОЙ МУЗЫКИ НЕОБХОДИМО В КОНЦЕ РОЛИКА УКАЗЫВАТЬ АВТОРОВ!!!!



A meme featuring Iron Man (Robert Downey Jr.) in a dark blue pinstriped suit, light blue shirt, and patterned tie. He is wearing his signature sunglasses and has his arms outstretched horizontally. The background is a misty, rocky landscape with some evergreen trees in the distance. The text "Благодарим за внимание!" is overlaid in the center in a large, white, bold font with a black outline.

Благодарим за внимание!