

Центральноукраїнський державний педагогічний університет

імені Володимира Винниченка

Бобейко Ярослав, Соменко Дмитро

СТВОРЕННЯ РЕКЛАМНОГО ВІДЕОРОЛИКУ: ЗЙОМКА ТА ПОСТПРОДАКШН У ПРОЦЕСІ ВИВЧЕННЯ ДИСЦИПЛІНИ «КОМП'ЮТЕРНИЙ ДИЗАЙН ТА МУЛЬТИМЕДІА»

Постановка проблеми. У сучасному цифровому суспільстві гостро постає питання про виготовлення якісної рекламної продукції. Помилковою є думка, що основною метою реклами є виключно «просування» тої чи іншої продукції, послуги, ідеї в широкі маси. Існує безліч видів та класифікацій реклами, перед якими виникає завдання не лише поширити інформацію з ціллю отримання прибутку для компанії чи росту впізнаваності бренду, а й зуміти спрямувати думки спільноти коректною інформаційною рекламою або ж отримати можливість коригувати неправильну соціальну поведінку завдяки соціальній рекламі і, врешті-решт, надати допомогу у розумінні особливостей використання тієї чи іншої продукції не з метою її розповсюдження, а з метою набуття навичок користування продукцією без зацікавленості бренду в отриманні прибутку після поширення подібної реклами.

Мета дослідження. Дослідження поняття реклами та класифікації, а також розгляд технічних характеристик відеореклами, її складових, етапу монтування тощо

Результати дослідження. Відеореклама, як один із видів реклами, є найпоширенішою серед ринку замовників. Пояснюється це тим, що вплив на глядача здійснюється відразу з кількох сторін. У відеорекламі є зображення або візуальний ряд, друга складова відеореклами це звук, який створює емоційний фон. Ефективність впливу відеореклами багато в чому

залежить від готового матеріалу. Відеореклама має викликати інтерес, пробуджувати бажання побачити відео знову, а не дратувати глядача.

Провівши аналіз виробництва рекламного відеокліпу, встановили, що цей процес складається з кількох стадій. Перша стадія полягає у створенні літературного сценарію. Потім – підготовка кіно- та режисерського сценарію, визначається концепція, виробничі особливості, масштаб постановки та приблизна тривалість реклами. У процесі знімального періоду проводяться зйомки у павільйонах студії, природних інтер'єрах, комбіновані зйомки тощо.

Ми обрали для монтування відеореклами без застосування специфічних засобів, таких як спецефекти, графічний редактор Movavi Video Editor. Він зручний у використанні завдяки зрозумілому інтерфейсу та спрощеній лінійці інструментів, яка наявна відразу ж на першій сторінці.

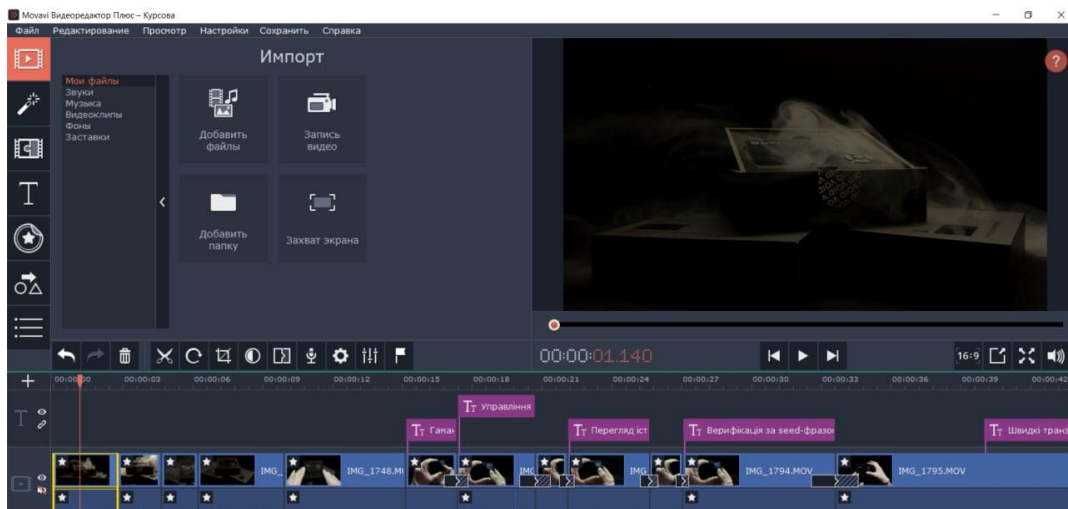
Дії, мінімально необхідні для відеомонтажу:

- розбивка наявного відеоматеріалу на сцени;
- видалення небажаних фрагментів;
- створення переходів;
- накладання титрів;
- виведення готового фільму.

Завдяки технології Fast Track HD можна працювати з фільмами 2K та 4K без затримок комп'ютера. Програма також полегшує роботу з вертикальними відео та дає можливість змінити співвідношення сторін відеоролика під час завантаження файлів. Це дозволяє позбутися «чорних смуг», що з'являються з обох боків зображення під час монтажу відео вертикальної орієнтації. Також є можливість персоналізувати свої кліпи за допомогою вступів, переходів, ефектів, звуків, наклейок і т.д. Для створення відеореклами переходи і ефекти грають велику роль, тому у відеороботі були використані найбільш поширені переходи: gradient right up, gradient

left, fade out to black to fade in, щоб основний візуал виглядав повільнішим та чіпляв увагу глядача завдяки плавному переходу від сцени до сцени.

На завершальному етапі роботи було створено проект, а саме відеореклама першого токенизованого апаратного гаманця SafePal, яка була змонтована завдяки обраному відеоредактору та за чіткого дотримання правил монтування і покрокового слідування етапам роботи над створенням рекламної відео продукції.



Висновки. У результаті дослідження було розв'язано основні проблеми та завдання, поставлені на початку роботи, та визначено переваги і перспективи подальшого використання досліджуваного програмного засобу Movavi Video Editor для створення відеореклами.