Межпоселенческая центральная районная библиотека им.И.Г.Зиненко

МАУ «Исаклинский МЦК

**«Создание видеоролика: от замысла до результата»**

методическое пособие

****

**Исаклы, 2022**

**ВВЕДЕНИЕ**

В повседневную работу библиотекаря давно и прочно вошли обязательное фотографирование мероприятий и подготовка презентаций к массовым и методическим мероприятиям. Свое небольшое, но важное место занимает и создание видеороликов. Наше методическое пособие предназначено прежде всего для библиотекарей, которые только учатся работать с видео, однако может быть полезно и для тех, кто хорошо освоил популярные виды видеороликов (например, ролики для мероприятий или анонсы), но ни разу не пробовал снять буктрейлер или видеодоклад.

Подготовка видеоролика – достаточно затратный по времени процесс, занимающий обычно несколько дней. Поэтому мы рекомендуем создавать видеоролики к крупным и значимым мероприятиям библиотеки, к длительным проектам, к мероприятиям, которые могут повторяться для разной аудитории. Немного нерационально тратить силы и время на видео, которое будет продемонстрировано всего один раз, поэтому буктрейлеры и ролики о прошедших мероприятиях рекомендуется показывать перед началом мероприятий, когда ребята приходят немного раньше, или просто есть лишние 5-7 минут. Также, если у вашей библиотеки есть группа в социальных сетях или сайт, позволяющий загружать видео, обязательно размещайте там видеоролики, адресатами которых являются ваши читатели.

В данном пособии мы рассмотрим общие принципы создания видеороликов, работу над сценарием и пять видов часто встречающихся библиотечных видеороликов.

**Виды библиотечных видеороликов**

**Анонсы**

Видеоролики-анонсы посвящаются обычно масштабным мероприятиям, подготовка к которым занимает значительное время (например, «Библионочь»). Их аудитория – всегда читатели и посетители библиотеки, в том числе потенциальные.

Видеоролики-анонсы – рекламно-завлекательные ролики какого-либо мероприятия, задача которых – привлечь внимание зрителей и проинформировать их о грядущем событии. Эти ролики должны быть не столько высокоинформативны, сколько эмоциональны, и оставлять у зрителей только приятные впечатления и хорошее настроение. Для этого мы рекомендуем всегда вставлять в анонсы юмор – хотя бы несколько эпизодов, которые вызовут у зрителя улыбку.

Библиотечные анонсы вызывают некоторую трудность в связи с тем, что мероприятие, которое мы хотим прорекламировать, еще не наступило, и наглядно показать в связи с этим нечего (в отличие, например, от трейлеров – анонсов фильмов: даже если фильм находится в стадии монтажа, материалы для анонса уже есть). Решить задачу с материалом можно по-разному: например, использовать видео и фотографии с прошлых мероприятий (в случае с «Библионочью»), взять часть фотографий с похожих мероприятий, или составить такой сценарий, чтобы он вообще не был привязан к конкретным фотографиям.

Ролики-анонсы могут также совмещать в себе несколько задач: например, помимо анонса, показать, как проходило мероприятие в прошлом году, или служить не только анонсом, но и в качестве информационного ролика.

Музыка в анонсах должна быть динамичная, быстрая, без особого лиризма и без слов. Желательно, чтобы она ассоциативно сочеталась с происходящим в ролике.

Для анонса очень важно придумать хорошую идею и уместить ее воплощение в видеоролик продолжительностью не более 3 минут. Такой длительности придерживается и большинство трейлеров современных фильмов. Более длинные анонсы к концу могут заставить зрителей скучать.

**РОЛИКИ О ПРОШЕДШИХ МЕРОПРИЯТИЯХ**

Видеоролики, снимаемые по итогам мероприятий или событий, призваны передать впечатление от мероприятия в краткой и эмоциональной форме. Такие ролики чаще бывают самостоятельными, ориентированными на широкую аудиторию, но могут являться и частью мероприятия.

Этот тип роликов наиболее прост для освоения, и, если вы только овладеваете искусством монтажа или хотите освоить более сложный видеоредактор, мы рекомендуем вам создать ролик о прошедшем мероприятии. Для этого есть несколько причин:

1. Простота подбора визуального материала. После крупного мероприятия обычно остается много фотографий, с помощью которых можно показать событие во всей красе. Видео, снятое коллегами или вами лично, добавит в ролик динамики.

2. Готовый сценарий мероприятия. При составлении сценарного плана видеоролика вы можете опираться на сценарий мероприятия, и, даже если вам сложно придумать какую-то интересную концепцию ролика, всегда можно рассчитывать на этот базовый план.

При этом данный вид роликов подходит и для разнообразного креатива. К примеру, можно сделать новостной сюжет, взяв несколько интервью у читателей в процессе мероприятия, и отдельно сняв подводки в импровизированной студии или на фоне баннера или плаката. Можно вставить в ролик героя, гуляющего по разным площадкам (его можно запечатлеть как на видео, так и на фотографиях). Если ролик состоит только из фотографий, можно стилизовать его под комикс, вставив в фотографии облачка с текстом.

**РОЛИКИ ДЛЯ МЕРОПРИЯТИЙ**

Это самый неоднородный вид видеороликов, для которого нет общих рекомендаций. Тем не менее, есть несколько правил, касающихся всех подобных видеороликов.

Мы не советуем готовить видеоролики к рядовым разовым мероприятиям, поскольку это нецелесообразно. Лучше всего встраивать их в те мероприятия, которые планируется проводить неоднократно, и в крупные значимые мероприятия (например, всероссийский поэтический фестиваль).

Ролик должен быть встроен в общий сценарий мероприятия и быть его частью. При этом он может быть вполне самодостаточным.

**БУКТРЕЙЛЕРЫ**

Слово «буктрейлер» образовано от английских слов «book» – книга и «трейлер» – рекламный видеоролик фильма. Соответственно, буктрейлер – это рекламный ролик книги. Его продолжительность обычно составляет от 1 до 3 минут.

Буктрейлер не случайно заслужил такой интерес со стороны библиотекарей, ведь его главная задача – побудить к прочтению книги, рассказать о книге так, чтобы ее захотелось прочесть даже тем, кто совсем далек от чтения.

Однако буктрейлер для библиотекаря выполняет не одну только эту задачу, а целых три:

1. Пропаганда стоящей книги.

2. Привлечение молодых читателей к созданию буктрейлеров.

3. Побуждение к прочтению книги.

Библиотека как информационно-культурный институт общества, как институт, занимающийся нравственным воспитанием, должна внимательно подходить к выбору книги для создания буктрейлера, особенно если она привлекает к созданию ролика молодежь. Книги наподобие серии «Сталкер», девичьих любовных романов или такие популярные, как «Гарри Поттер», рекламировать ни к чему – ребята сами их найдут. То же самое можно сказать и о книгах с сомнительной философией, например, «Лолита» В. Набокова – если ваш буктрейлер не планируется сделать частью дискуссионного мероприятия по этой книге, лучше такую книгу не брать вообще.

Привлечение читателей к созданию буктрейлеров – очень полезное сотрудничество как для них, так и для библиотеки.

Во-первых, создание ролика само по себе интересно.

Во-вторых – это побуждение ребят к творчеству, к знакомству с книгой и ее анализу: что в книге самое важное, какие моменты хотелось бы показать, как 27 лучше их показать, в каком виде, в каком стиле? Без прочтения книги ролик не сделаешь. Здесь, правда, стоит отметить, что ребята могут помогать, и не читая книгу, главное, чтобы режиссер был с ней хорошо знаком. В этом случае сама работа над буктрейлером и уже готовый ролик заинтересуют ребят рекламируемой книгой.

В-третьих, это привлечение ресурсов для создания ролика: камера, хороший фотоаппарат, актеры, художники, музыканты. Если для создания буктрейлера в библиотеке не хватает какой-то техники, привлечение ребят поможет решить эту проблему.

И, наконец, главная задача – побудить читателя к прочтению книги. Чтобы ее решить, нужно понять, с чем мы, собственно работаем, создавая буктрейлер, в чем его отличие от подобных ему роликов.

Чтобы снять трейлер – рекламный ролик фильма, режиссеры используют отснятый материал фильма и музыку из него. Музыкальный клип состоит из песни и специально отснятого видеоряда. Видео может содержать отдельную историю, связанную с песней (то есть иметь концепцию), может быть чисто танцевальным, включать в себя кадры с исполнителями и музыкантами.

У буктрейлера основных составляющих три – видео, музыка и текст книги. Текст может быть показан через иллюстрации, актерскую игру, прочитан вслух – в том или ином виде он присутствует почти в любом буктрейлере.

Разновидности буктрейлеров можно выделить по способу визуального воплощения текста и по содержанию роликов. В первом случае буктрейлеры могут быть игровые (мини-фильм по книге), неигровые (набор слайдов с цитатами, иллюстрациями, книжными разворотами, рисунками, фотографиями), анимационные (мини-мультфильм по книге).

Разрабатывая сценарий, вам нужно придумать сюжет буктрейлера. Размышляя над сюжетом, стоит вспомнить о классификации буктрейлеров и выбрать способ раскрытия текста книги – путем аннотации, передачи атмосферы или основных идей книги. После этого можно подумать над способами визуального воплощения, оценив свои возможности и ресурсы: например, если среди партнеров библиотеки есть детская театральная студия, можно попробовать снять игровой ролик. Если же в вашем распоряжении нет ничего, кроме сканера или фотоаппарата, вы можете использовать книжные иллюстрации, фотографии, рисунки.

Теперь, когда мы определились с каркасом ролика и визуальными средствами, можно писать закадровый текст. Одновременно с этим рекомендуется делать раскадровку или подробный план ролика, чтобы прописать каждый эпизод.

 При написании закадрового текста важно помнить, что продолжительность буктрейлера не должна превышать 3 минут, и в вашем тексте важно каждое слово. Сокращайте длинные и пространные предложения, чтобы оставалось только самое важное, и чтобы в итоге из ролика, как из песни, нельзя было выкинуть лишнего слова. Закадровый текст важен не только, когда вы записываете для ролика голосовую дорожку. Он имеет не меньшее значение, если звуковой дорожки в ролике нет, и текст появляется на экране небольшими предложениями.

Материалом для видеоряда буктрейлера могут стать книжные иллюстрации, картинки, рисунки, фотографии, видео. Не рекомендуется использовать отрывки из экранизаций, ведь наша задача – реклама книги, а не фильма по ней. К тому же, любая экранизация уже является авторским взглядом режиссера на книгу. Но в целом, использовать кадры из фильмов (не экранизаций) допустимо, если это требуется для передачи атмосферы – например, картины природы.

Несколько обязательных условий для создания буктрейлера:

1.Музыка, видео, фото, закадровый голос не должны противоречить книге и друг другу. Например, для представления приключенческой книги закадровый голос должен быть бодрым, с богатой интонацией.

2. Создание единого стиля. Это может быть единое цветовое и шрифтовое решение, использование стилистики немого кино, детских рисунков, черно-белой съемки, стилизация под эпоху.

3. В конце ролика нужно обязательно упомянуть все использованные источники – музыку, видео, фотографии (имя фотографа), иллюстрации (имя художника), перечислить тех, кто работал над роликом. Если при подготовке к ролику вы использовали какую-либо литературу, это тоже нужно указать в титрах: автора, название книги, год издания. То же самое касается и сайтов, которыми вы пользовались при подготовке. Если литература, которой вы пользовались в интернете, существует в печатном виде, преимущественно указать печатный источник.

Вся эта информация не должна занимать много экранного времени, она может появиться лишь на несколько секунд, главное – чтобы она была. Рекомендуется отдельным слайдом напомнить о библиотеке – указать ее логотип и адрес.

**Видеодоклад**

Иногда библиотекаря приглашают выступить на выездном семинаре, поделиться опытом, но не всегда есть возможность приехать на семинар лично. Не всегда способно помочь ситуации и соединение по «Скайпу»: прерывающаяся связь и плохо различимый голос часто портят впечатление от хорошего доклада. Методические видеоролики помогают библиотекарю решить эту задачу, используя минимум ресурсов и получая в итоге хороший результат, который можно применять в дальнейшем не только на одном конкретном семинаре, но и в последующей методической работе. К тому же, записываясь на камеру, можно увидеть все недостатки своего выступления: долгие паузы, волнение, заикание, путаницу в словах, слова-паразиты, и после нескольких репетиций получить отработанный образцовый доклад.

Видеодоклад можно снимать как одним дублем, так и кусочками, поочередно каждый раздел или даже большой абзац. Доклад без склеек смотрится лучше, но не каждый может рассказывать непрерывно, ни разу не сбившись. Удобнее всего снимать доклад с несколькими склейками, которые можно спрятать под информационными слайдами или фотографиями: в этом случае визуально склейки незаметны, и по звуку, если он смонтирован грамотно, будет не слышно, что доклад состоит из разных фрагментов.

Снимать доклад можно как на хорошую камеру, так и на компактный фотоаппарат с функцией съемки видео. Обычно такие ролики выкладываются в интернет, и видео, снятое в хорошем качестве, становится мало отличимым от видео среднего качества. Но, если есть возможность снимать в хорошем качестве, не стоит от нее отказываться.

Некоторые фотоаппараты или простые видеокамеры плохо улавливают звук. Для доклада звук имеет первостепенное значение, поэтому для достижения наилучшего результата дублируйте звук на диктофон или другой аппарат с хорошим качеством записи звука, разместив его на столе близко к говорящему. При монтаже можно легко заменить звуковую дорожку. Следует помнить, что в методические ролики музыку не вставляют, и, следовательно, она не сможет заглушить огрехи при плохой склейке звука или посторонние шумы.

Информационные слайды и фотографии должны появляться в ролике только там, где без них нельзя обойтись, не мешая воспринимать текст. Мы не рекомендуем вставлять в ролик слайды с большим количеством текста (длинные определения, перечисления), исключая случаи, когда по вашей задумке аудитория доклада должна законспектировать этот текст. К фотографиям рекомендуется делать подписи с указанием мероприятия и даты. Подписи к фотографиям должны быть выполнены в едином стиле: строгий фон, один тип и размер шрифта. Лучше, когда фотографии в видеодокладе неподвижны, чтобы зритель успевал слушать доклад, читать подпись и рассматривать фото.

Снимая докладчика, расположите камеру так, чтобы его было видно по пояс. Слишком крупный план для доклада смотрится хуже: дистанция между докладчиком и зрителем становится не деловой, а личной, что неуместно для данного жанра роликов. В кадре не должно быть ничего лишнего: торчащих спинок стульев, мусора, нагромождения бумаг. Задний фон должен быть нейтрален: книжный стеллаж, стена, рабочее место – чистый и прибранный стол, можно баннер с логотипом библиотеки, если он есть. Не снимайте докладчика напротив окна: яркое солнце превратит его фигуру в темный силуэт.

 Камера, которой вы снимаете, обязательно должна быть неподвижна. Поместите ее на штатив или закрепите в неподвижном положении иным способом.

Записывая доклад кусочками, можно делать смену ракурса. В этом случае склейки разных фрагментов смотрятся лучше. Чтобы понять, как это должно выглядеть, посмотрите фрагменты новостей или телепередач, где у человека берут интервью в рабочей обстановке. Понаблюдайте, как меняются ракурсы съемки, какова длительность «основных» фрагментов интервью, где человека снимают по 33 пояс, и фрагментов, где его снимают крупным планом или с другого ракурса. Если вы решили снимать интервью со сменой ракурса, можно снять сначала весь доклад с одного (главного) ракурса, целиком или в несколько частей. Затем передвинуть камеру в другое место и снять с другого ракурса несколько выбранных эпизодов доклада. Затем снять несколько фрагментов крупным планом. Мы рекомендуем делать несколько дублей, чтобы при монтаже можно было выбрать самые удачные

**Этапы создания видеоролика**

1 этап. Замысел. Определяемся с темой

2 этап. Сценарий. В первые 10-20 секунд нужно дать интересный материал, а далее можно рассказать об этом более подробно.

Текст выступления лучше писать короткими предложениями, при этом не используя трудновыговариваемые слова, аббревиатуры — расшифровывать. Помните о том, что в среднем за одну минуту можно произнести 120 слов.

Когда сценарий готов, прочтите его вслух. На этом этапе обнаружатся «лишние» слова и фразы, сложные предложения, которые нужно удалить. После всех правок прочтите сценарий вслух еще раз. Если речь стала более внятной и простой, можно переходить к следующему этапу

3 этап. Предсъемочный этап или «раскадровка».

4 этап. Съемка - один из самых ответственных этапов в создании фильма. События, которые вы собираетесь запечатлеть, неповторимы, поэтому нужно постараться, снимая их, не допустить ошибок, иначе на следующем этапе (монтаже) у вас могут возникнуть проблемы.

5 этап. Монтаж - это ряд операций, в результате которых отснятые в разное время эпизоды соединяются согласно сценарию в единое целое. Для монтажа используется монтажный лист. В нем прописаны последовательность кадров (раскадровка), все реплики, музыкальные вставки, титры и пр. В соответствии с кадрами.

6 этап. Анализ результата. При просмотре созданного видеоролика вам самим может все нравится или что-то не нравится. Однако, авторам трудно бывает оценить свою работу объективно. Покажите работу тем, кто ничего не знает, и последите за их реакцией, послушайте их мнение. И только после анализа их мнения принимайте решение о каких-то изменениях. Часто бывает, что интересного материала отснято много, и его жалко сокращать, тем более, что масса сил вложена в его создание; но, ещё раз надо напомнить, что главное - ваша мысль и тема видеоролика. Попробуйте сократить что-то и показать ещё раз независимому зрителю. Главное, что должно быть в вашей работе – это соответствие теме. Во-вторых, неизменность жанра на всем протяжении видеоролика и соответствие выбранной форме. Съемка видео — дело нелегкое, но, если заранее продумать процесс, то вам будет гораздо проще во время записи. Даже самые крутые видеоблогеры когда-то с чего-то начинали, так что хорошо подготовьтесь и пробуйте! И у вас обязательно все получится!

**Несколько популярных редакторов:**

Proshow Producer

Movie Maker (Киностудия)

Shotcut

Movavi

Vegas Pro

VideoPad

Pinnacle Studio

**Список литературы:**

<http://infomania.ru/pdf/0308.pdf>

<https://mmvideostudio.ru/blog-videostudii/etapy-videosemki/>

<https://solovey.ru/blog/poetapnoe-sozdanie-videorolikov/>

<https://nsportal.ru/shkola/dopolnitelnoe-obrazovanie/library/2020/05/18/etapy-sozdaniya-videorolika>

<https://infourok.ru/metodicheskaya-razrabotka-master-klassa-sozdanie-videorolika-ot-zamysla-do-semki-5117837.html>

<https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1670913838&tld=ru&lang=ru&name=0308>

«Создание видеоролика: от замысла до результата»: Методическое пособие [Текст] / МЦРБ им.И.Г.Зиненко МАУ «Исаклинский МЦК»; сост.О.А.Буренина – Исаклы, 2022.-15с.

Составитель: Буренина О.А.©, заведующий информационно-методическим отделом Межпоселенческой центральной районной библиотеки им.И.Г.Зиненко МАУ «Исаклинский МЦК»