

Фестиваль соціальної реклами

По-перше, ми дуже вдячні саме Тобі за те, що Ти захотів пізнати щось нове та відкрити в собі нові творчі можливості! Це дуже круто!

Головне, пам'ятай, що не треба йти на фестиваль аби тільки взяти участь. Треба йти та перемагати, перемагати разом з командою! Не забувай про розподіл обов'язків (оператор, монтажер, режисер, сценарист тощо), це значною мірою допоможе якісніше підійти до роботи!

Тому бажаємо саме Твоїй команді успіхів та перемоги!

ПРАВИЛА ГРИ

1. Тільки соціальна реклама! Нам потрібне саме таке відео, яке зможе за короткий проміжок часу описати проблему та показати рішення (проблема + рішення = соціальна реклама). Глядач повинен змінити погляд на конкретну проблему, або приділити їй більше уваги.
2. Можливі теми для соціальної реклами (якщо у вас є своя тема і ви впевнені, що зможете її розкрити – це буде дуже круто!):
 - Національно-патріотичні теми;
 - Теми суспільної поведінки, етики та моралі;
 - Боротьба зі шкідливими звичками або пропаганда ЗСЖ;
 - Захист навколишнього середовища;
 - Захист певних категорій населення від дискримінації та підтримка соціально незахищених верств населення;
 - Захист тварин від жорстокого поводження;
 - Освіта, цінність життя і пошук людиною її сенсу;
 - Інше.
3. Хронометраж (тривалість) соціальної реклами: **ДО 2 ХВИЛИН!**
4. Робота повинна бути тільки одна (ми не додаємо бали за кількість!)

5. Роботу необхідно опублікувати на відеохостингу YouTube на одному з акаунтів учасника фестивалю. Необхідно створити фото-заставку (preview), опис та додати мета-теги (нижче буде надано приклад, не хвилюйтесь!). Тільки після цього можна відправляти організаторам посилання на роботу! Пам'ятайте, що в назві роботи не повинні бути літери вашої школи, класу чи ще щось (таку інформацію можна привести в описі до відео). Потрібна чітка назва відео, прочитав яку, хочеться натиснути на відео та переглянути його! Але не робіть clickbait (неправдива назва, яка зовсім не стосується відео).
6. Посилання на відеоролик із назвою закладу потрібно надіслати організаторам та сюди: mediagrupaacademia@gmail.com

ПОМІЧНИК

Соціальне відео (соціальна реклама) – це невеликий відеоролик, націлений на зміну мислення і / або поведінки людей. Основа такого сюжету – ідея, яка має певну соціальну цінність.

Сценарій | Коротко про головне

Алгоритм побудови сценарію:

- генерація ідей, використання ментальних карт;
- вибір з переліку ідей 3-5 кращих варіантів, розширення, редакція;
- вибір кращої ідеї;
- логлайн – опишіть 1-2 реченнями суть вашого відео.
- структура. Яким буде початок? Кінець? Зав'язка? Іноді простіше почати з кінця, але поки його не буде визначено – далі немає сенсу працювати;
- робоча назва проєкту;
- персонажі, характер, мотиви;
- пишемо повний сценарій;

- редагування першої версії. Дуже важливо дати деякий проміжок часу для відпочинку від написання сценарію, а потім повернутися зі свіжою головою.

Пам'ятайте!

1. Стислість – сестра таланту. Особливо, коли справа стосується соціальної реклами.
2. Перші 15 секунд відео – зацікавленість глядача, посадить його «на гачок».
3. Завершення відео – вирішення проблеми, розв'язка, зміна мислення.
4. Приклад оформлення сценарію:

Відео	Аудіо
Андрій, маленький хлопчик, сидить за столом, перед ним лежить іграшка, навколо сірість, порожня кімната, що уособлює самотність. Дитину кинули батьки... У нього сумний погляд, навертається сльоза...	Легка, сумна музика (клавішні). Закадровий голос (Voiceover): «Щороку (кількість, відсоток) дітей потрапляє в ситуації, коли з ними жорстоко поводяться батьки»...

Відео-матеріал для покращення навичок написання сценарію

«Как писать сценарий – советы Рихар (очень качественный материал, однако учитывайте, что тут рассказывается про фильм, а не короткий ролик. Соответственно, Ваша задача – адаптировать и написать сценарий для рекламы!):»:
https://www.youtube.com/watch?v=2vR2TWqnP_8

YouTube-канал з минулими роботами учасників фестивалю соціальної реклами (дивіться, аналізуйте, шукайте помилки та створюйте ще кращі роботи!): <https://www.youtube.com/channel/UCTQKxVv1mtfMzPoIkuDtq9A>

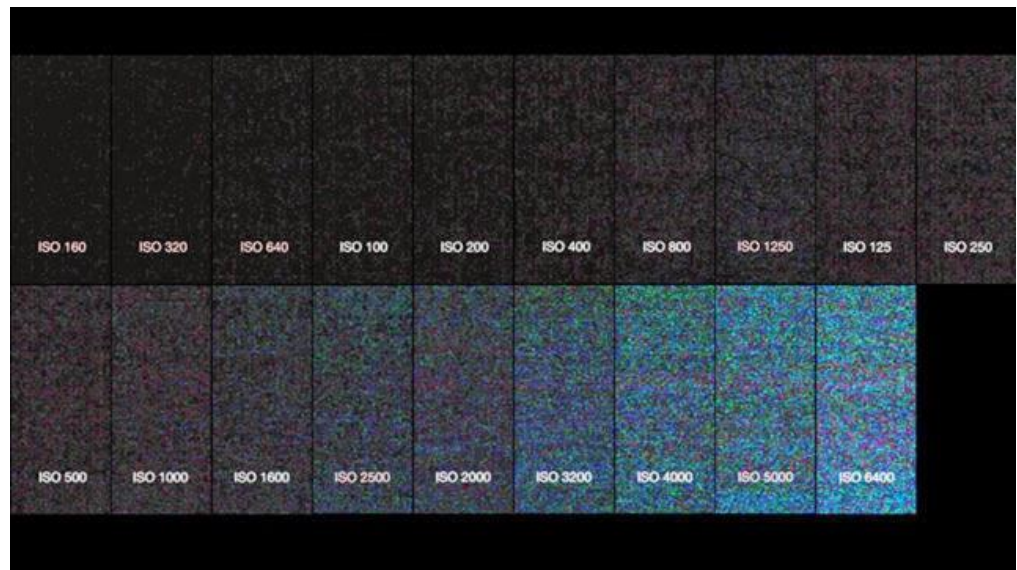
Приклад соцреклами: <https://www.youtube.com/watch?v=1ZvoiEtO3Go>

Відеозйомка | Коротко про головне

1. Технічна складова – не важливо, на що ви знімаєте, важливо те, як ви це робите.
2. fps – кількість кадрів за секунду. **Знімаємо в 24 fps.**
3. Витримка, діафрагма, ISO:
 - **витримка** – це проміжок часу, необхідний камері для експозиції; час, протягом якого світло впливає на світлочутливий матеріал.

Чим більша витримка у відео (тобто чим менше число у знаменнику: $1/25 > 1/100$), тим більш яскравим буде кадр, але тим більш розпливчастим буде рух у кадрі. Правило витримки у відеозйомці: **витримка = $1 / \text{fps} * 2$** .

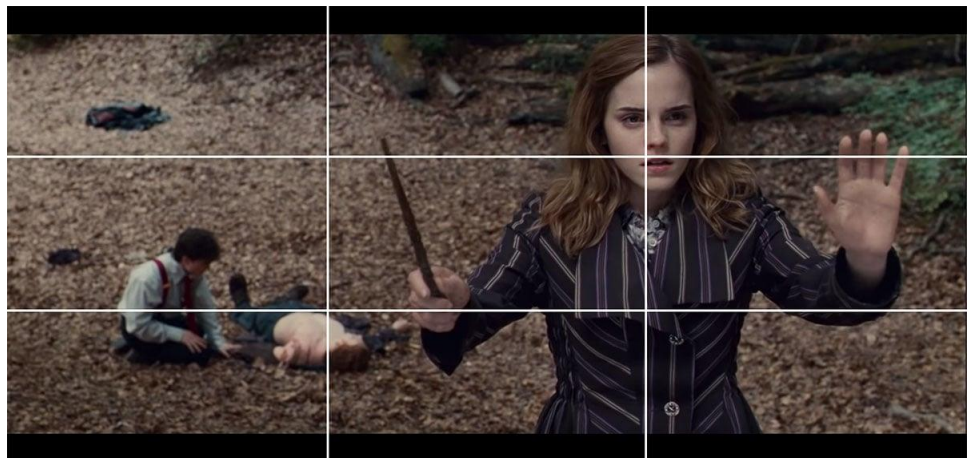
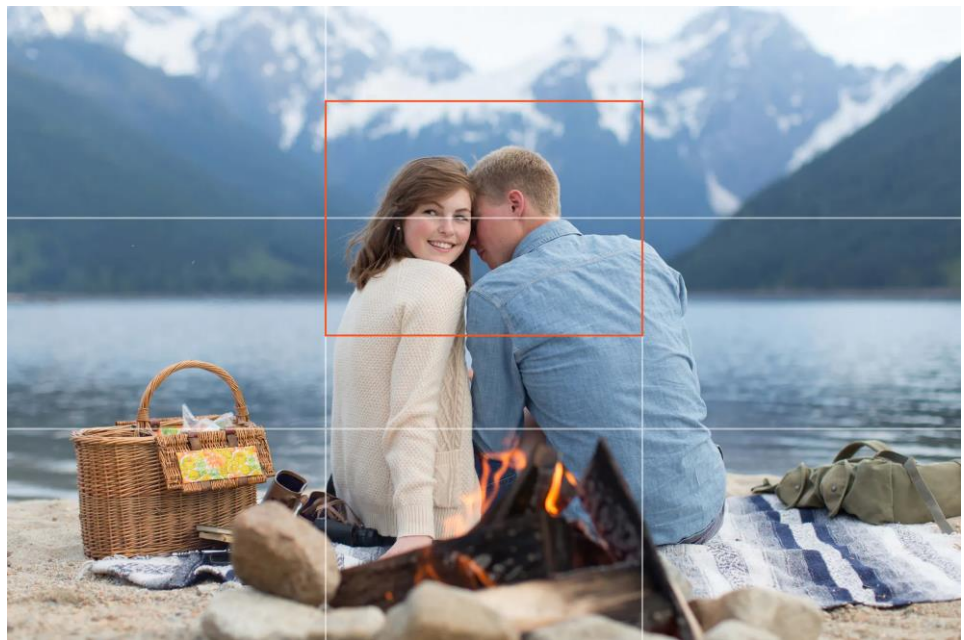
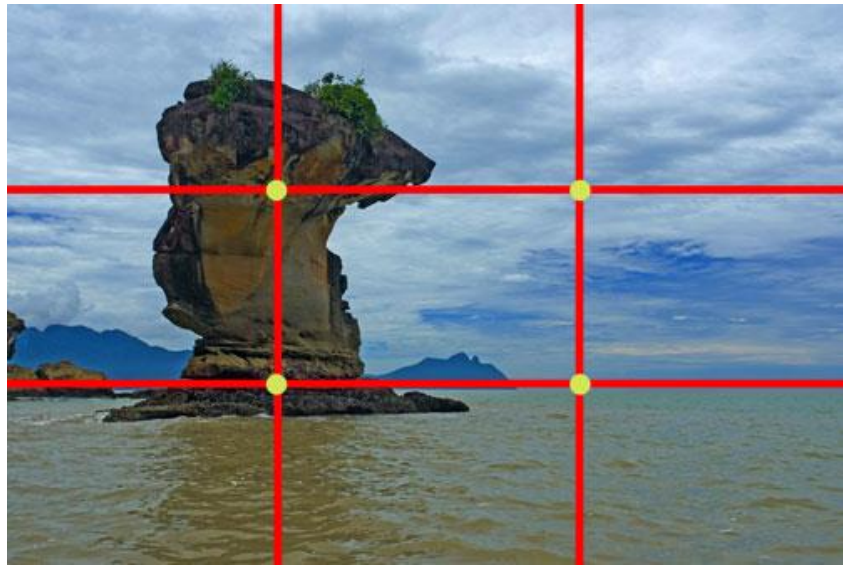
- **діафрагма** – пристрій об'єктива фотокамери, відеокамери у вигляді керованої перегородки, що дозволяє регулювати отвір, через який світло потрапляє до об'єктива – тобто змінювати світлосилу об'єктива – співвідношення яскравості оптичного зображення об'єкта до яскравості самого об'єкта. А також дозволяє встановлювати необхідну глибину різкості – діапазон відстані, в якому предмети будуть зображені чітко.
- **ISO** – це показник світлочутливості – тобто наскільки матриця камери чутлива до кількості одержуваного нею світла. Тому чим вище показник ISO, тим більш чутлива матриця, і фотограф може робити знімки в місцях, які слабо освітлені. **Чим більше ISO – тим більше цифрового шуму в кадрі!** Пам'ятайте про це!



4. Композиція кадру: правило третин.

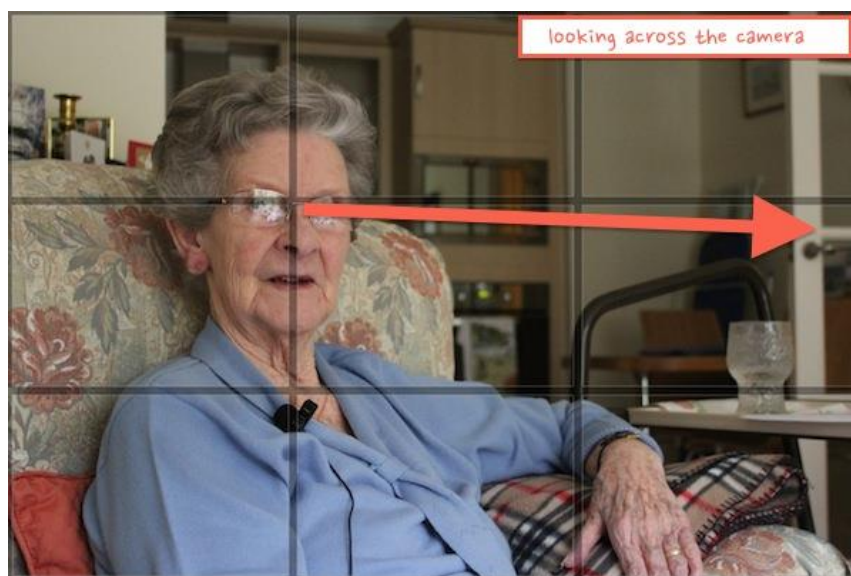
Композиція – це приємне глядачеві та логічне розташування всіх об'єктів у кадрі. Треба пам'ятати про одне важливе правило – правило третин.

Ось як воно виглядає на прикладах:



Дуже важливим під час зйомки інтерв'ю є **напрямок зору об'єкта**. Правило наступне: з тієї сторони, в яку дивиться об'єкт (людина) – необхідно залишати більше місця в кадрі. Інакше, глядач буде відчувати

напруження, коли воно зовсім не потрібне (а це – фейл!). Ось ілюстрація цього правила:



5. Плани зйомки – загальний, середній, крупний, детальний.



6. Відеодопомога: <https://www.youtube.com/watch?v=1OK7mIMJKok>

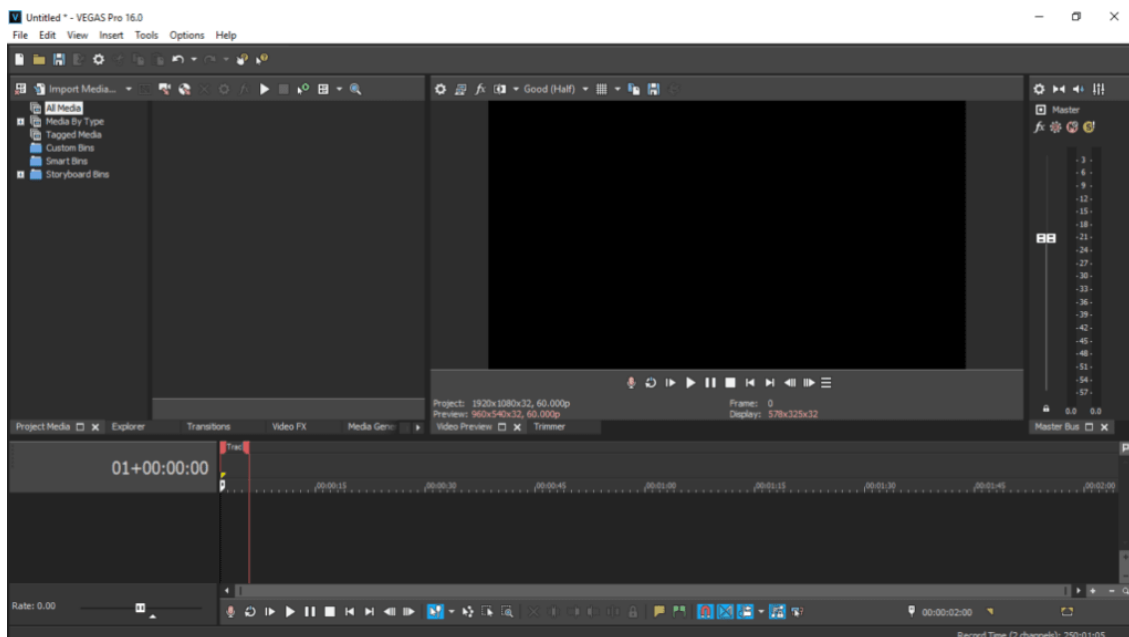
Монтаж | Коротко про головне

1. **Монтаж** – це певна послідовність кадрів, послідовність подій, які трапляються у відео.
2. **Програми для монтажу, що можемо запропонувати:**

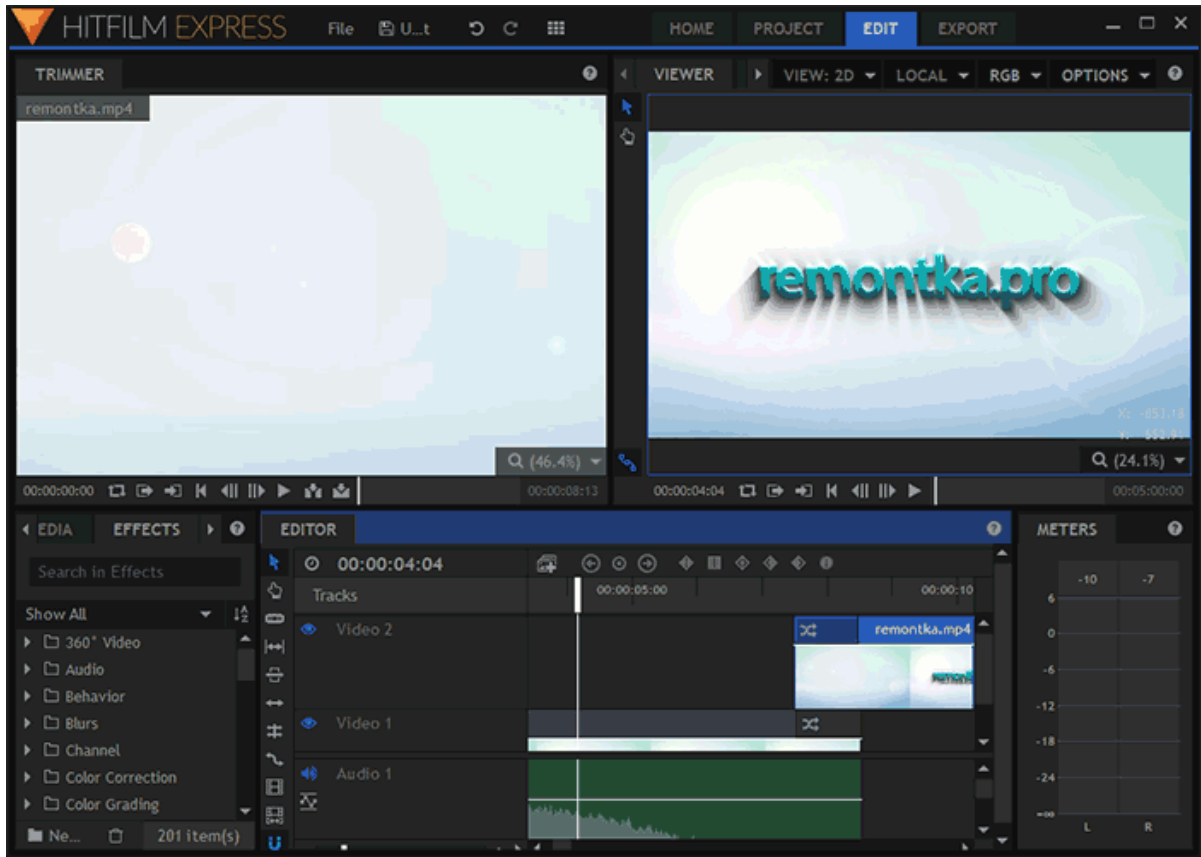
1. Adobe Premiere Pro (ми розберемо роботу з цією програмою, версія CC 2020)



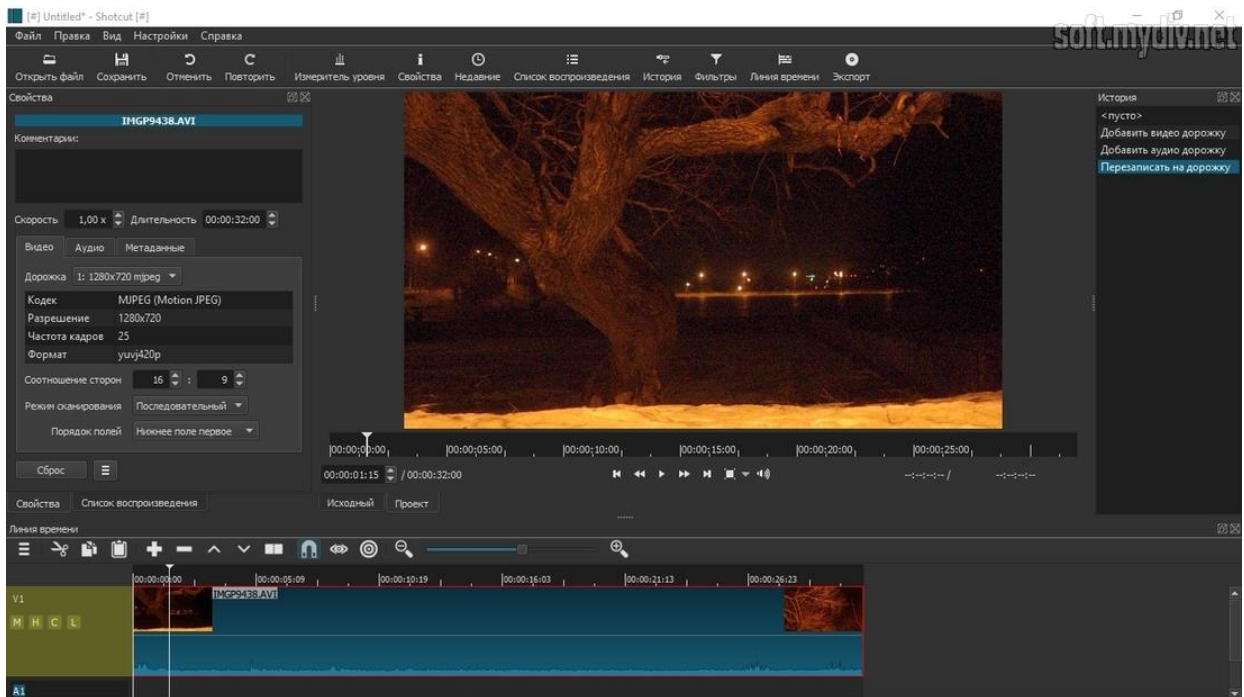
2. Sony Vegas Pro



3. Hitfilm Express – <https://fxhome.com/express>

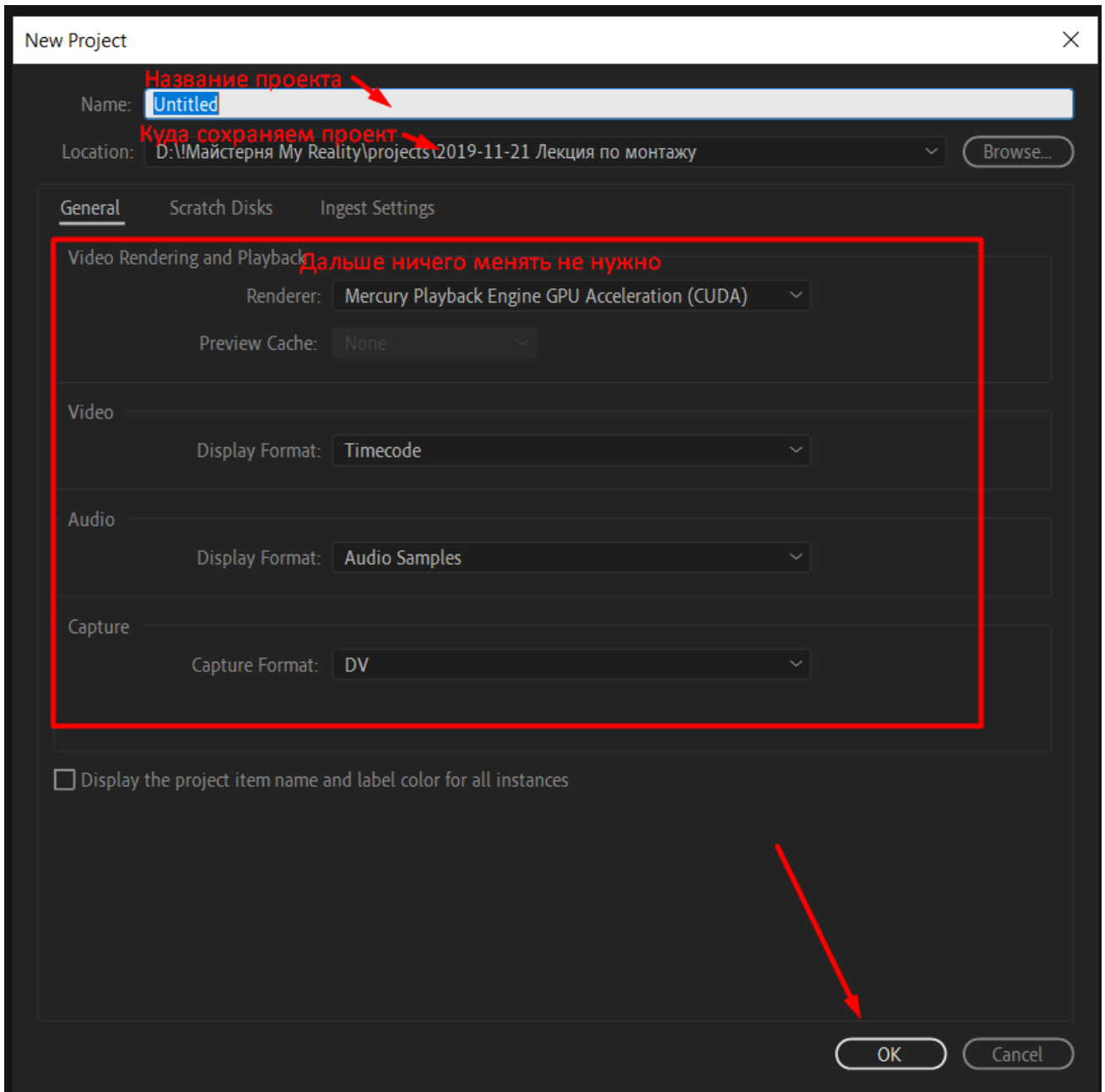


4. Shotcut – <https://shotcut.org/download>

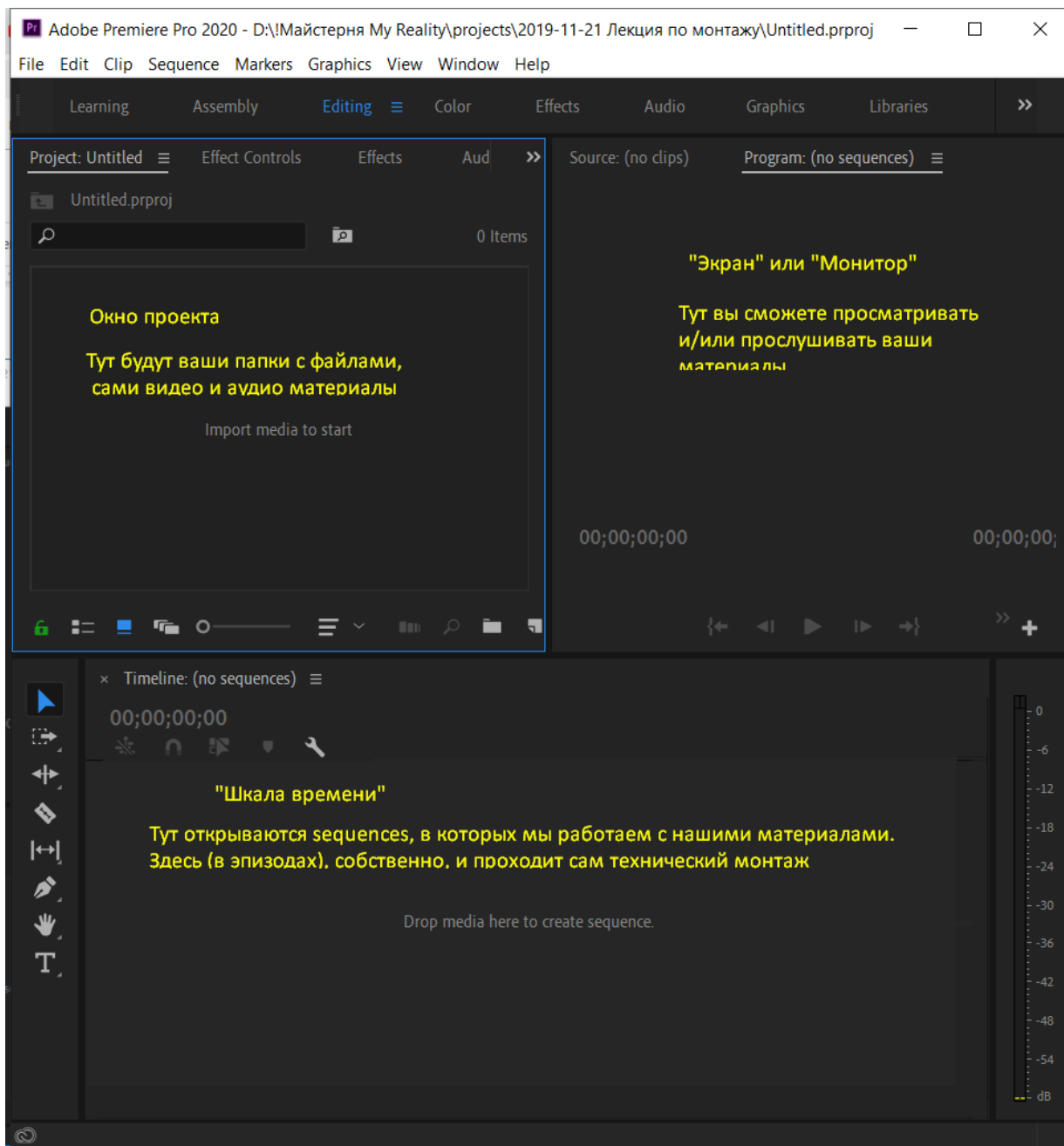


Також дивись за посиланням безпосередньо безкоштовні програми із демонстрацією інтерфейсу (починай дивитися з 3-ї хвилини): (<https://www.youtube.com/watch?v=c61JE52c6Co>)

Надаємо ім'я проекту та вказуємо шлях для його подальшого розташування.
ОК.

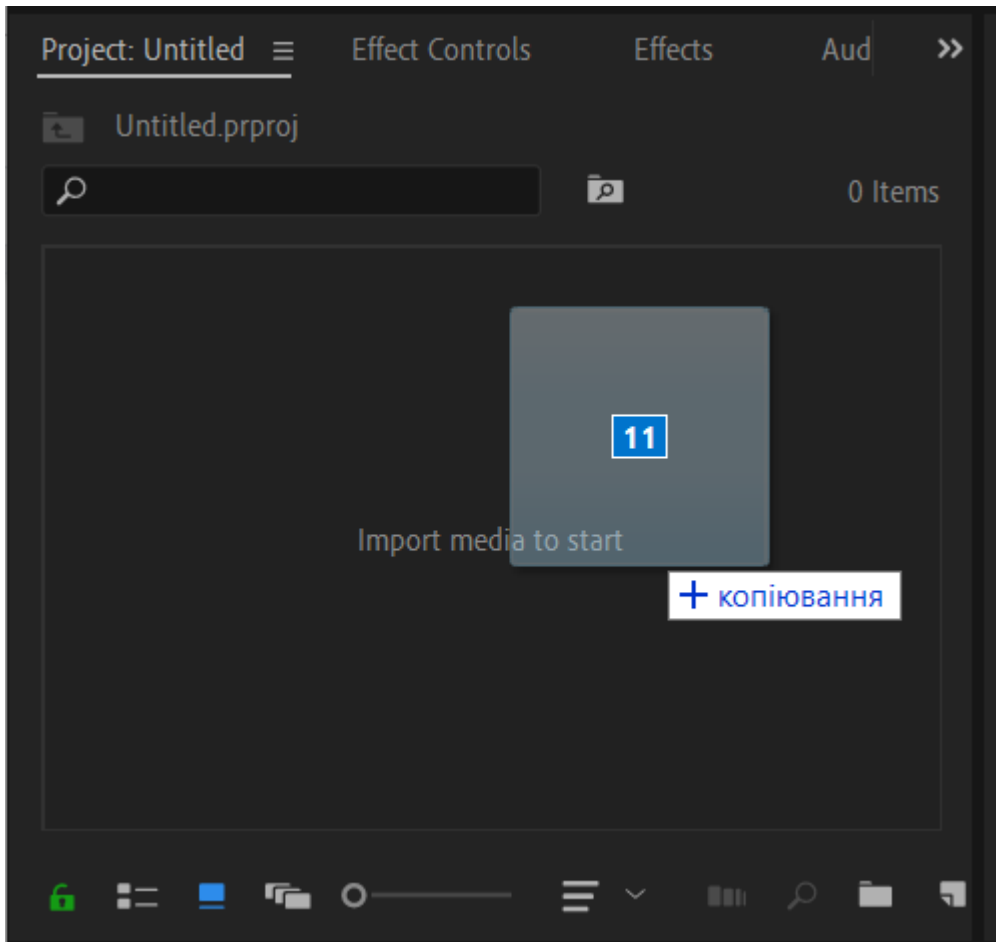


в. Робочі вікна. Інтерфейс



с. Імпорт

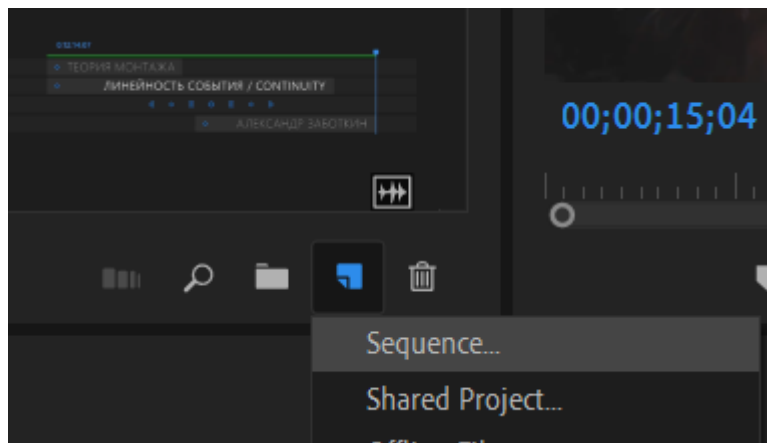
Необхідно перетягнути потрібні матеріали у вікно проєкту



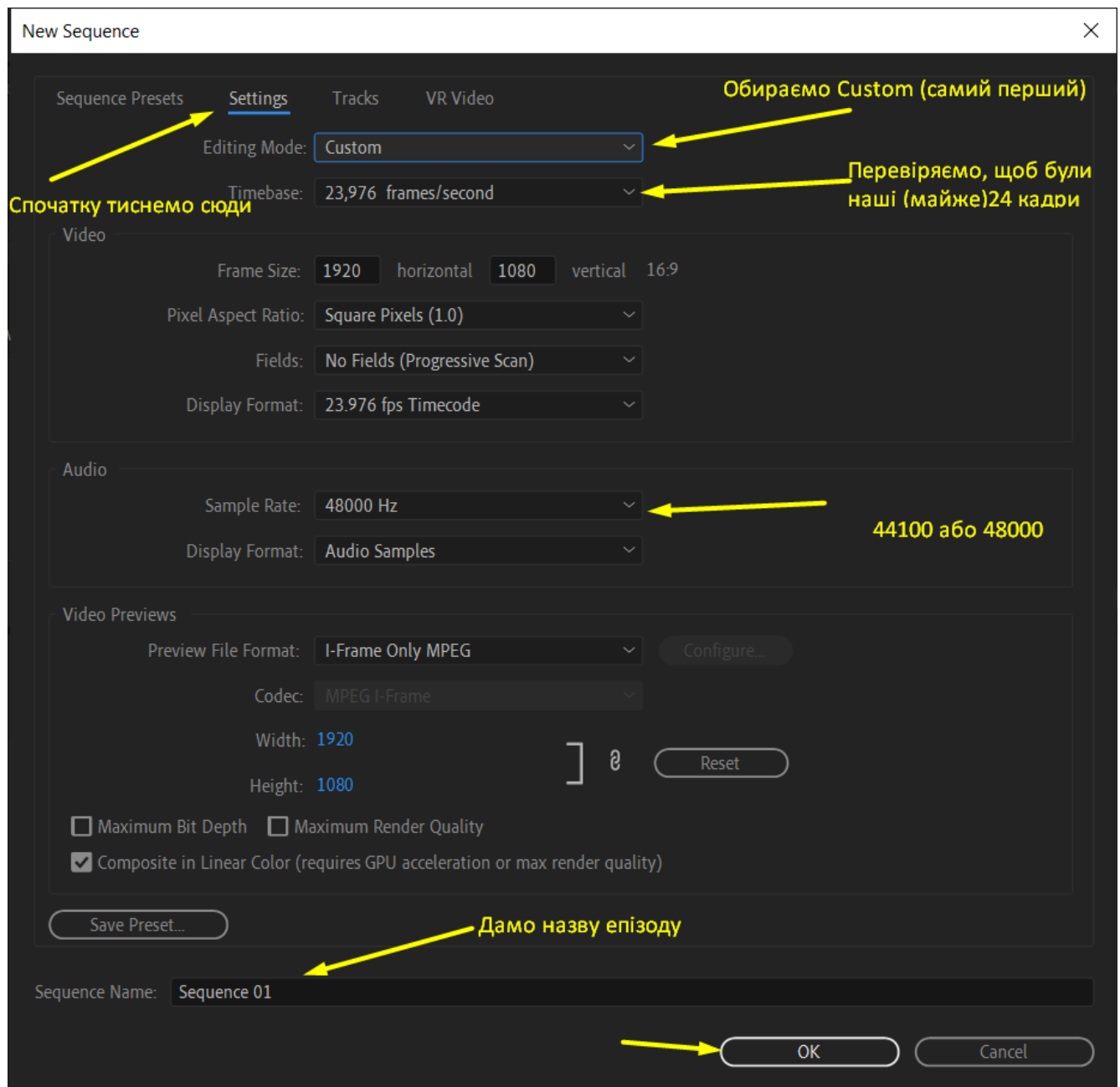
Або через Ctrl+I обрати потрібні папки/файли.

d. Створюємо sequence (епізод).

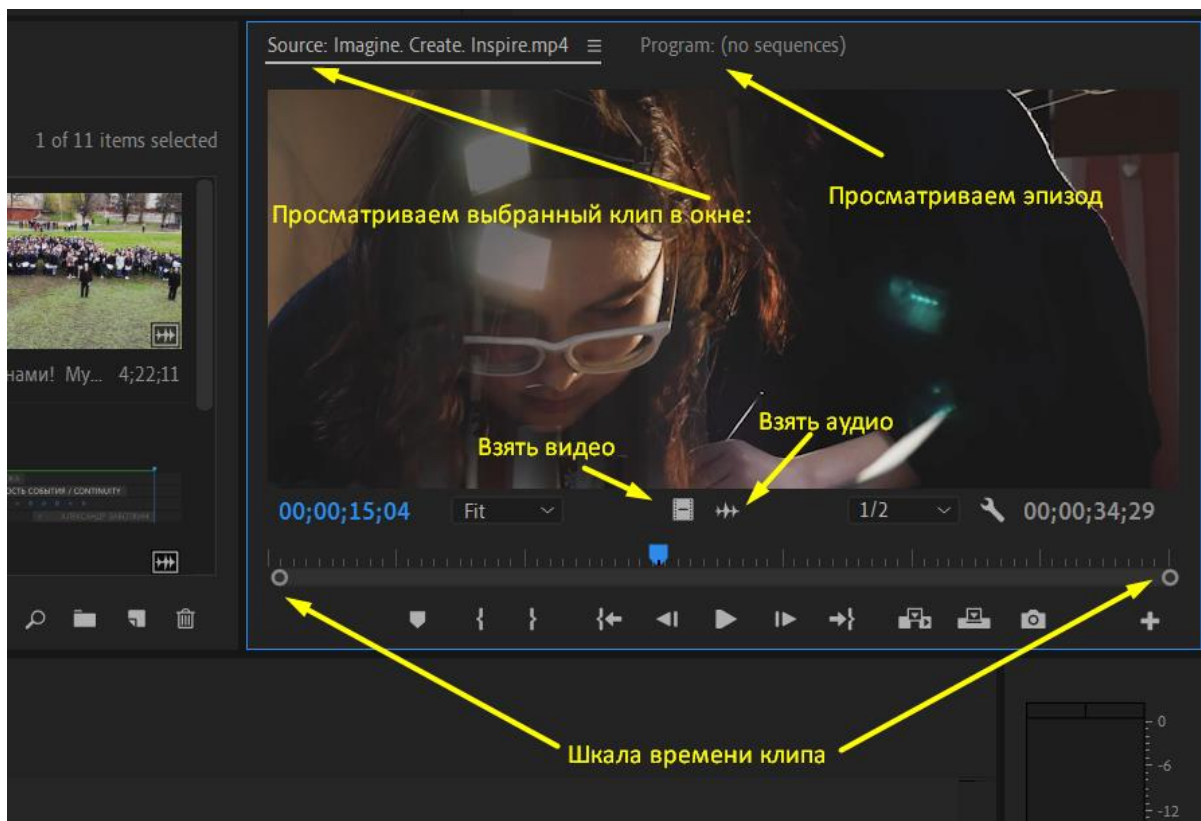
У правому нижньому куті вікна проєкту є така іконка, тиснемо на неї та обираємо епізод.



Перейдемо до налаштування епізоду, що ми створюємо:

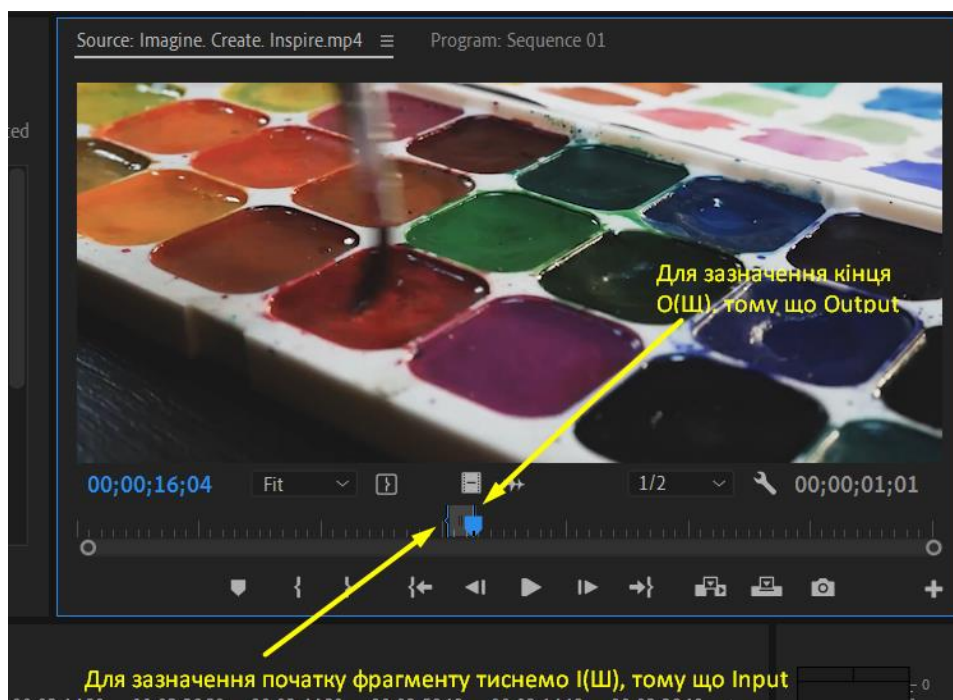


- е. Перегляд матеріалу або епізоду.
Обираємо лише звук. Обираємо лише відео.

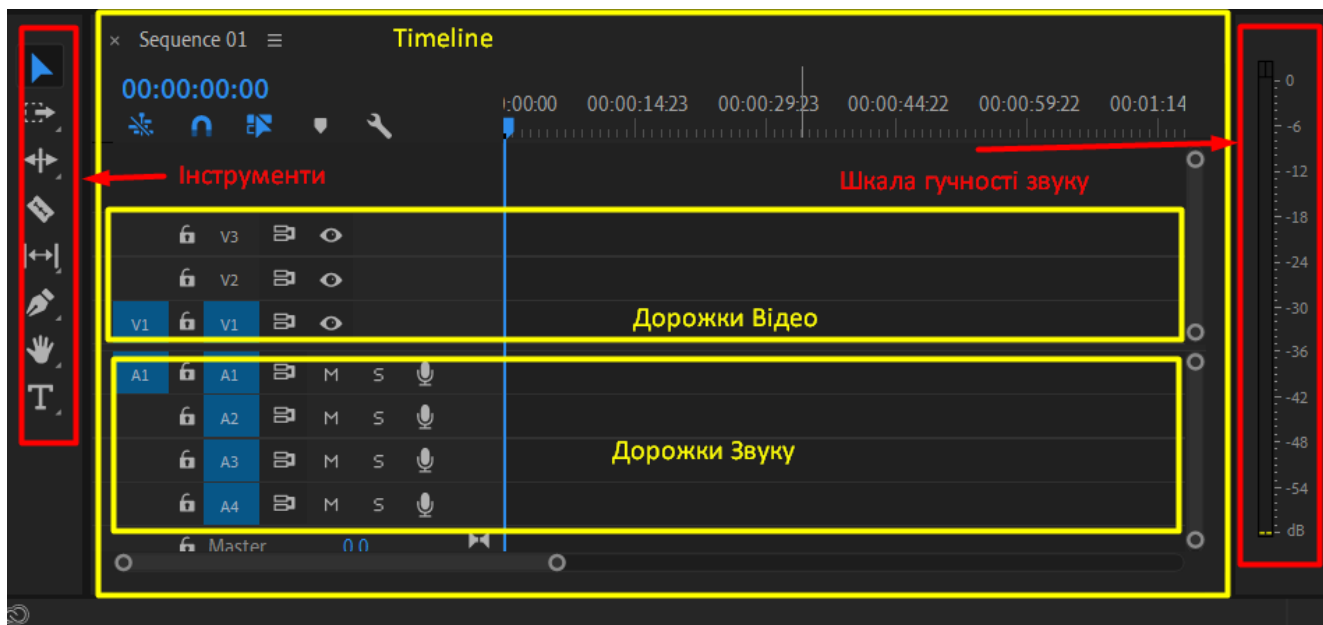


Коли ми затиснемо ліву кнопку миші на зображенні кліпу й перетягнемо його на Timeline, нам вдасться взяти фрагмент із відео та з аудіо одночасно.

Для того щоб витягти лише частку кліпу, потрібно зазначити початок і кінець:

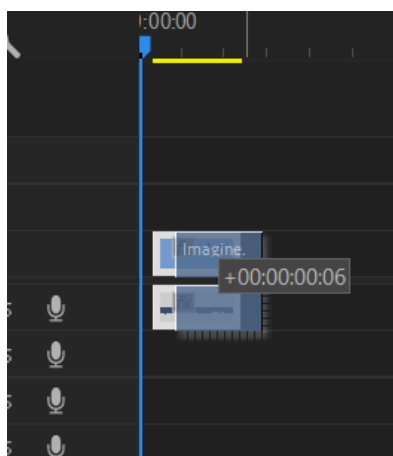


f. Timeline



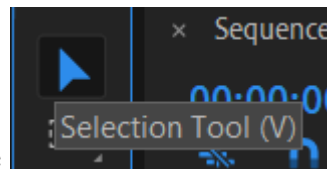
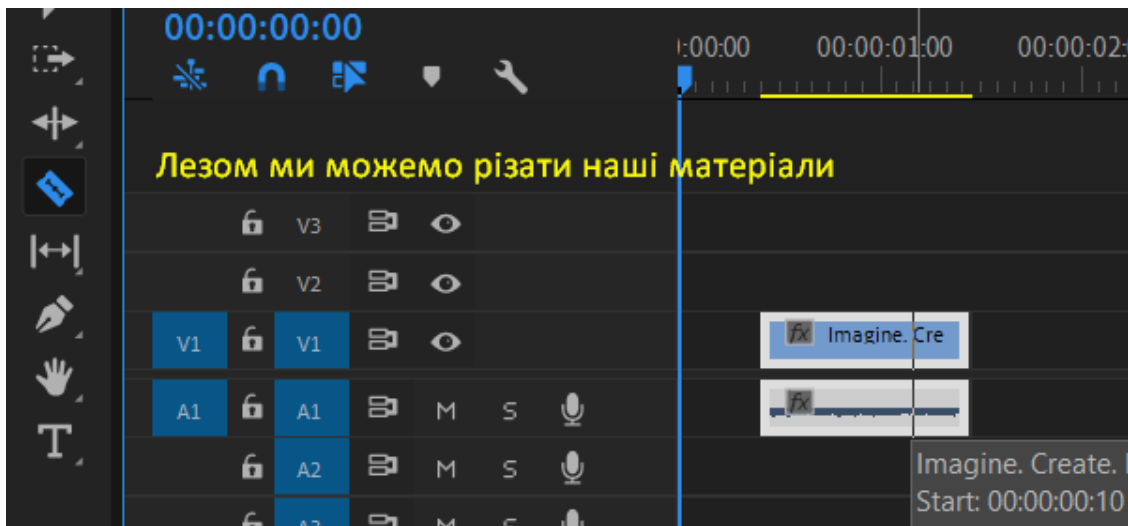
Приклад співпраці з фрагментом кліпу:

Коли відео з аудіо з'єднані (у стані Link), ми працюємо одночасно зі звуком та відео. Якщо вони не з'єднані, співпраця буде із окремими елементами: або звуком, або відео.



Ми співпрацюємо з різними інструментами.

(дивись наступну сторінку)



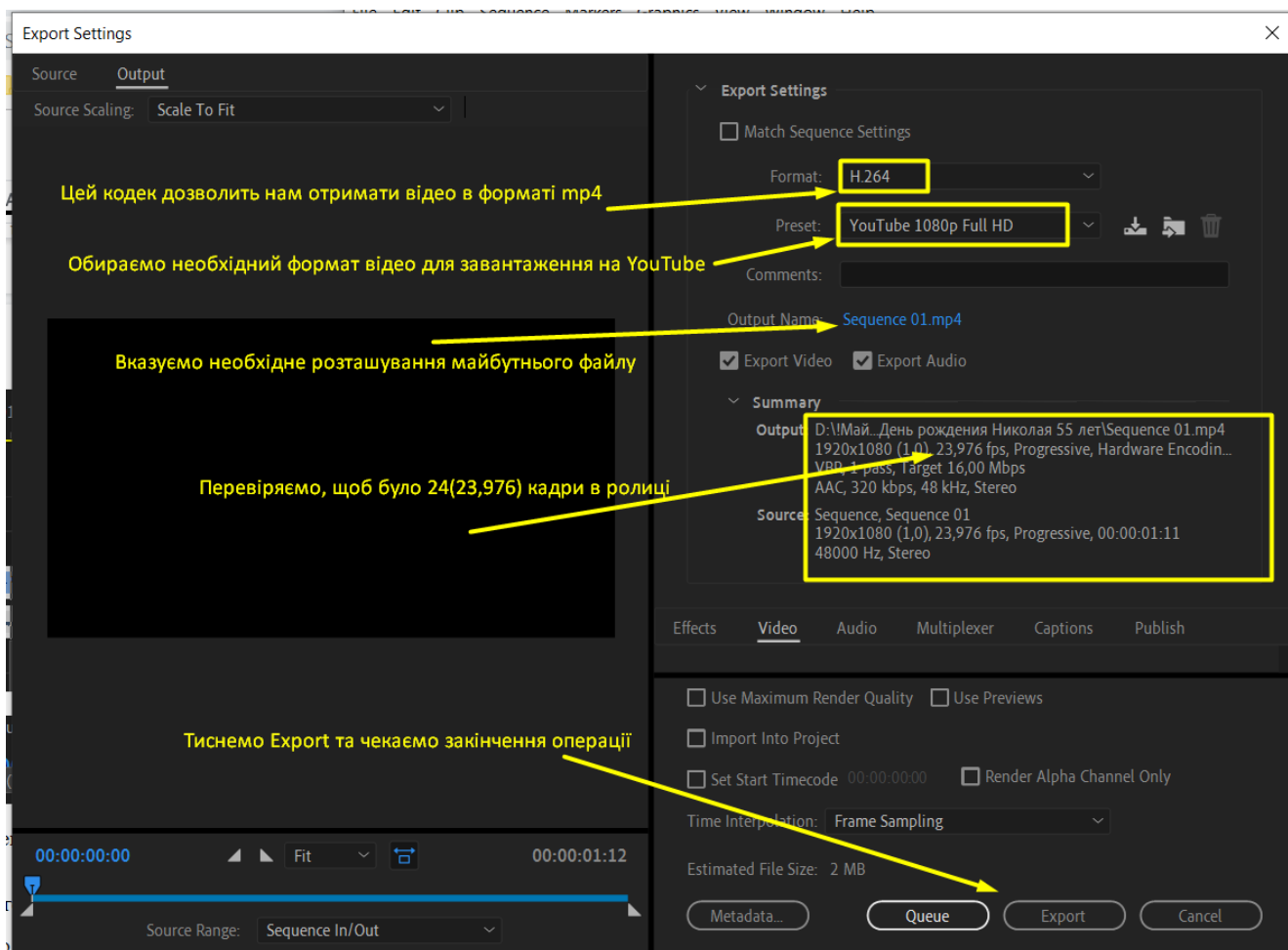
Зазвичай наш найактивніший інструмент це

Ним ми можемо корегувати кліпи (розтягнути або робити меншими з початку або з кінця), переміщувати.

г. Експорт відео. Отримання фінального продукту

По-перше, ми обираємо початок та кінець ділянки, які будемо виводити (за допомогою клавіш I/O) та тиснемо Ctrl+M або File->Export->Media

(дивись наступну сторінку)



Хто бажає познайомитися з Premiere Pro на прикладі – дивіться за посиланням: (<https://www.youtube.com/watch?v=P-2yPQuParQ>).

4. Складові частки відео: кадр–план–сцена–епізод.

5. Загальні правила монтажу:

- a. глядач повинен встигнути зрозуміти, що саме коїться на екрані (зловити образ)
- b. образ повинен бути в певному сенсі завершений та знаходити продовження в наступних кадрах

6. Монтаж розповсюджується також на світло, і на колір, і на звук.

7. Розкадровка – наш монтаж, який узгоджується ще до початку зйомок. Навіщо? Дивись за посиланням:

(<https://www.youtube.com/watch?v=LkRv6g13sxY>)

8. Загальні принципи монтажу:

- a. Не використовуємо довгий або сильно короткий кадр. Загалом тривалість кадру – 4-5 сек.
- b. Враховуємо плани (згадуючи всі б). Краще сприймаються кадри, змонтовані «через план». ВИНЯТОК: Детальний+Великий, Дальний+Загальний.
- c. Стежимо за тим, щоб не втрачати орієнтацію в просторі.
- d. Без стрибків освітлення

- e. Без ривків відео (втрати рухів)
 - f. Не захоплюйтеся ефектами
- 9. Розповсюдженні види «склеювань»**
- a. Сюжетні
 - i. по дії
 - ii. стрибок
 - iii. за збігом
 - b. Технічні
 - i. Поява–зникнення
 - ii. L-cut, J-cut
 - iii. Невидимий монтаж

Більш детально та на прикладах дивись за посиланням:
(<https://www.youtube.com/watch?v=Kdca-kdSFnU&t=16s>)

- 10. Найголовніше: Ваша задача розповісти історію.** Монтаж не повинен відволікати від розповіді. Завжди пам'ятай про загальну картину, та сконцентруйся на тому, щоб було максимально цікаво й комфортно дивитись ваш ролик.
- 11. Не бійся змінювати комбінації кадрів,** експериментувати, виправляти заздалегідь продуманий монтаж й просити поради. Із кожним разом робота буде ставати краще й краще.
- 12. Можна зняти дуже крутий матеріал,** на кльову камеру, але погано попрацювати зі звуком і це буде фіаско. А можна зняти сюжет на дуже бюджетну апаратуру й з розумом підійти до звукового супроводу відео, і це буде тим, що дійсно захопить подих глядачів.

Звук | Коротко про головне

1. Музика, голос, звуки оточення (sfx):

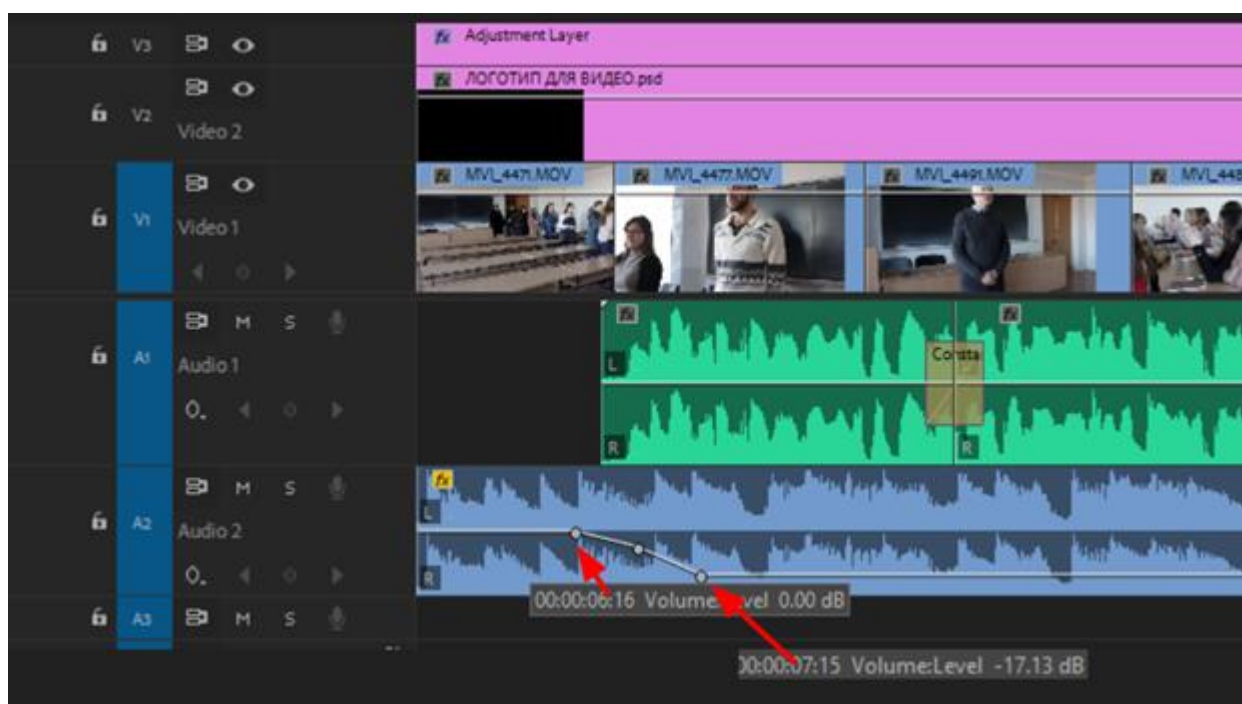
Музика – відповідає настрою сцени, безкоштовна (NCS)

Голос – оброблений (вирівняли частоти), інтонація відповідає настрою, відсутні граматичні помилки

Звуки – підібрані під сцену, відповідають картинці, яку спостерігаємо на екрані

2. Рівні гучності

Музика, голос і звуки не перебивають одне одного, якщо використовуєте не один аудіо ресурс, не забудьте налаштувати рівні гучності.



3. Техніка й обладнання.

Подбайте про те, щоб звук був хороший, будь-якими доступними для вас засобами. Якщо для вашого сценарію ви не можете забезпечити якісний звук, **ВІДМОВТЕСЯ ВІД ЦЬОЇ ІДЕЇ** і подумайте що зможете зробити добре.

При записі на телефон накрийтеся ковдрою або залізьте в шафу, розвішайте навколо себе ковдру і луни не буде, говоріть досить голосно і чітко, щоб мікрофон захоплював усі частоти вашого голосу.

4. Обробка голосу.

Голос має частоти (верхні, середні, нижні)



Високі – переважають у жіночій і дитячих голосах.

Низькі – переважають у чоловічому голосі.

Не повинно бути великої різниці між піками і мінімальним значенням, між low і high, для цього проводять обробку звуку, нормалізацію.

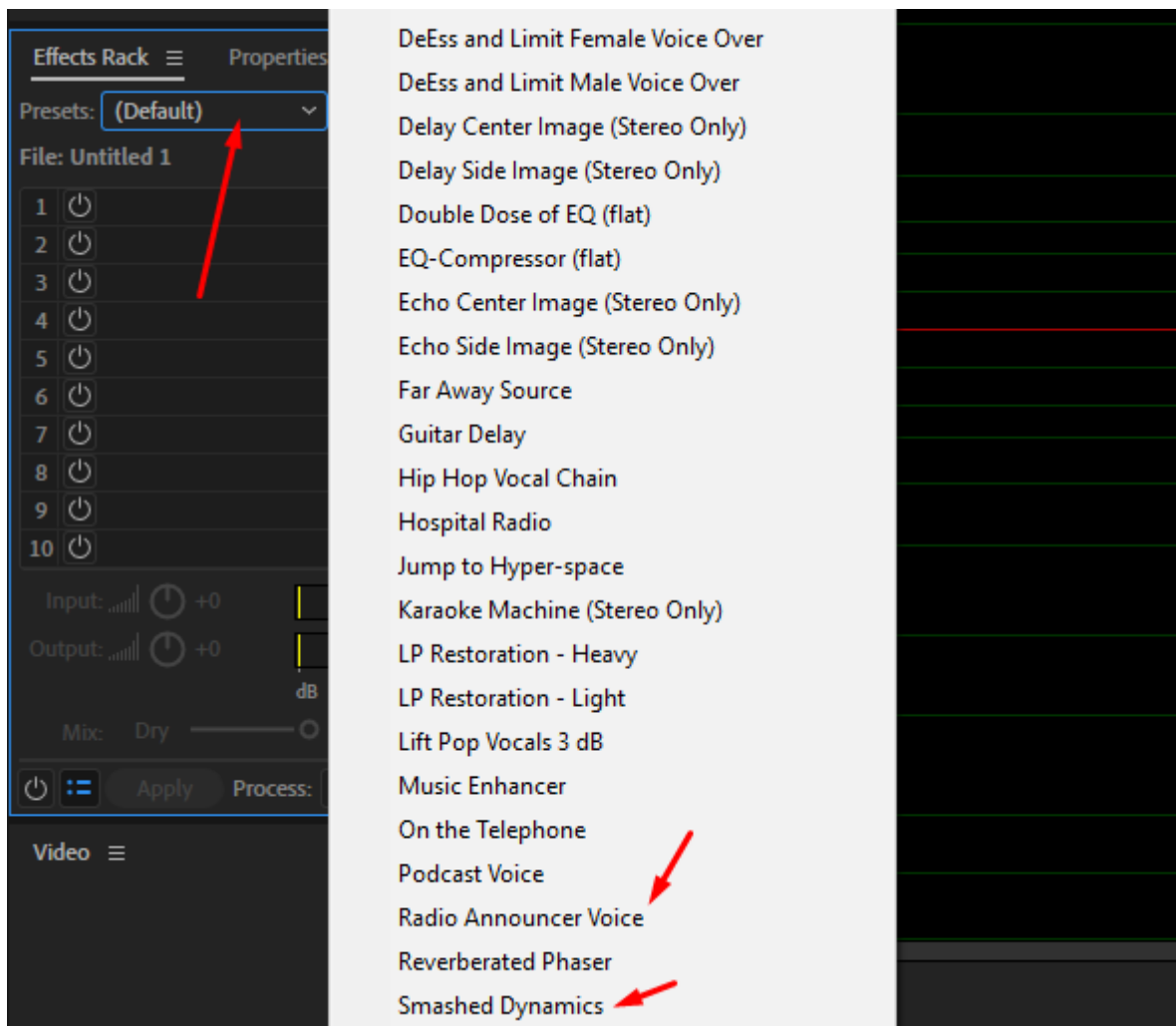
Приклад простої обробки:

(Якщо у вас хороший мікрофон і голос диктора поставлений)

Можна використовувати пресети, які є в програмі:

Radio Announcer Voice

Smashed Dynamics

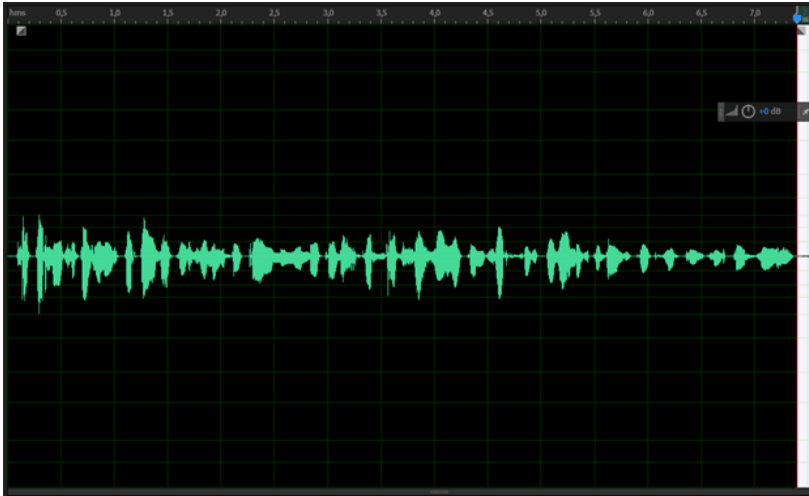


Також тут ви зможете знайти обробку голосу під вашу сцену (голос по телефону, під водою тощо), якщо це знадобиться.

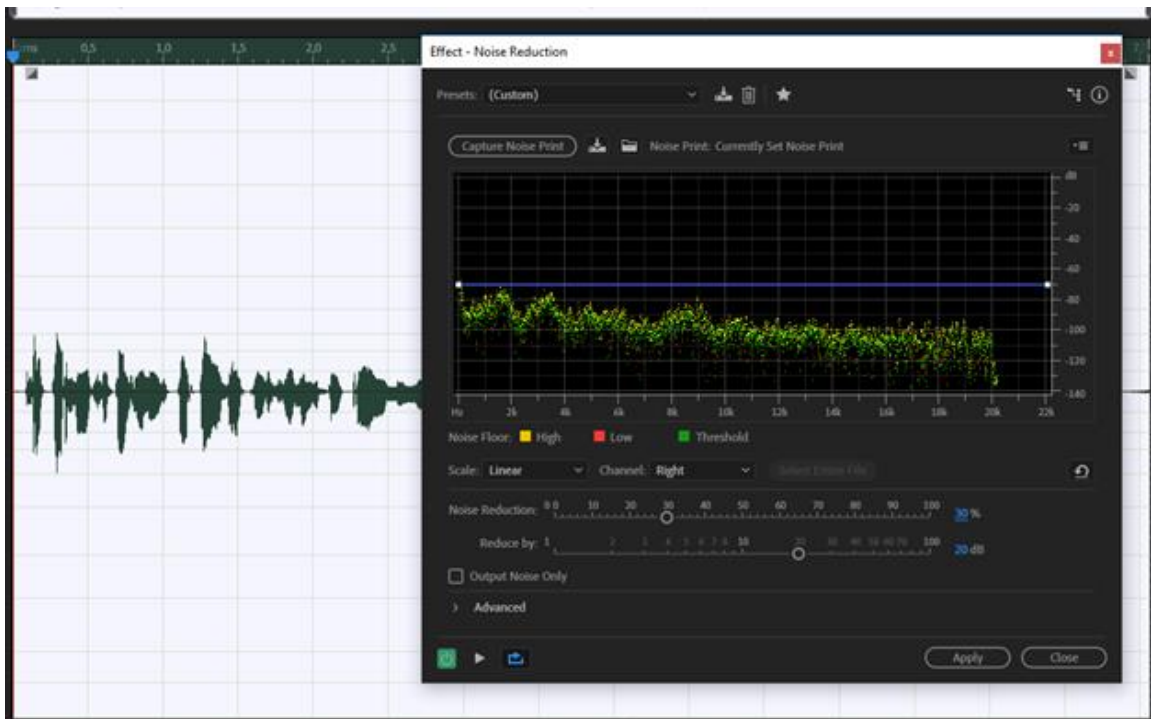
Мій приклад обробки:

1. Прибираємо шум:

1.1. Виділяємо область, де немає голосу, і натискаємо комбінацію клавіш Shift+P



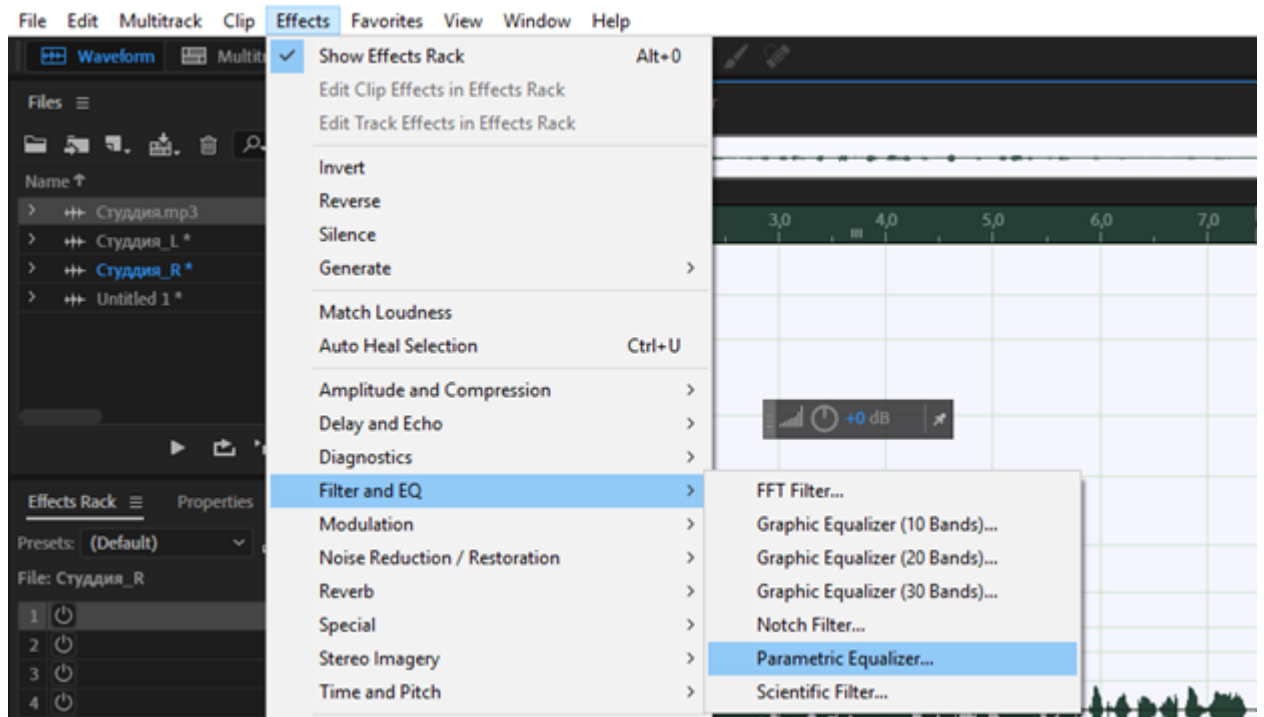
1.2. Виділяємо всю звукову доріжку (Ctrl+A) й натискаємо комбінацію клавіш Ctrl+Shift+P



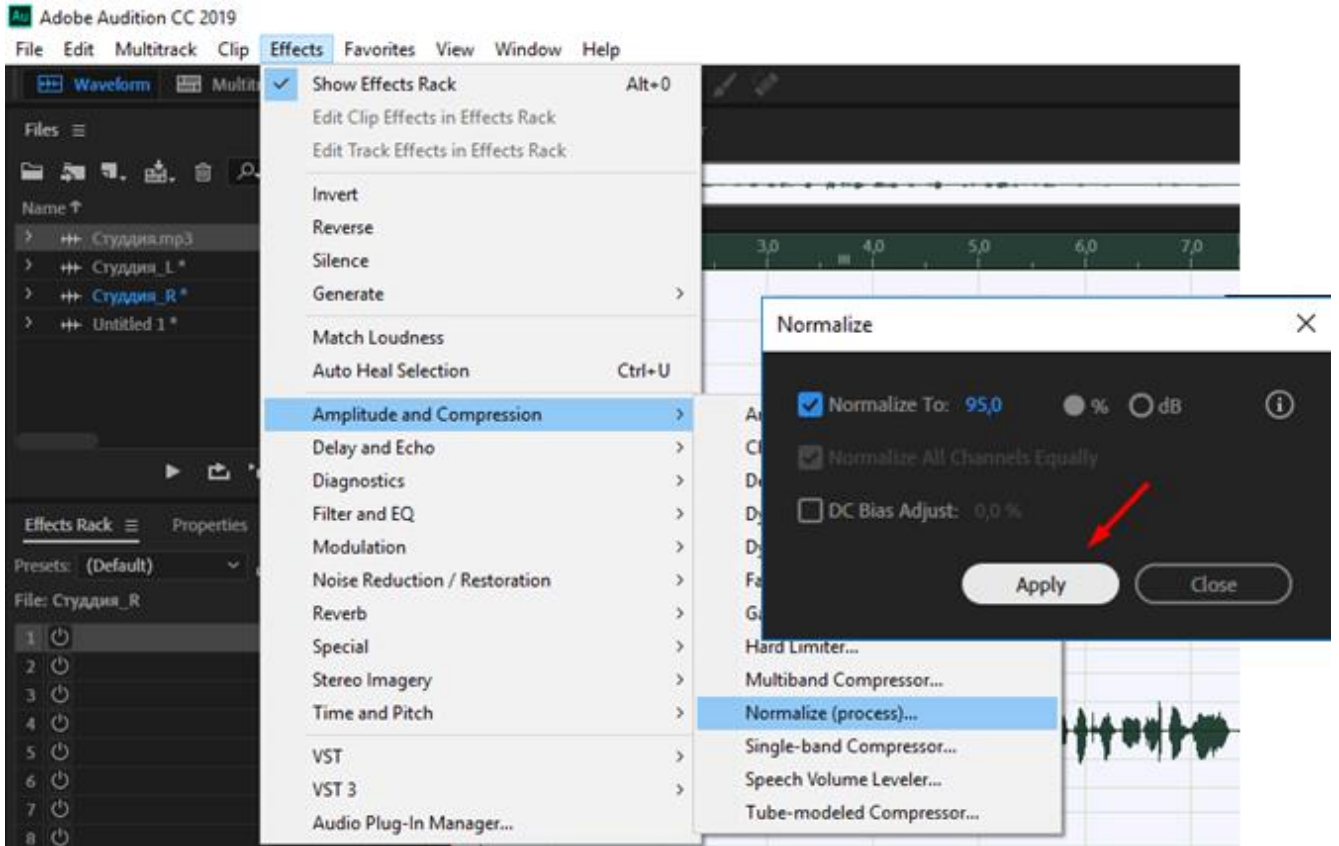
1.3. У віконці не змінюємо налаштування та натискаємо Apply (Прийняти).

1.4. Знову виділяємо доріжку звука і застосовуємо такі ефекти:

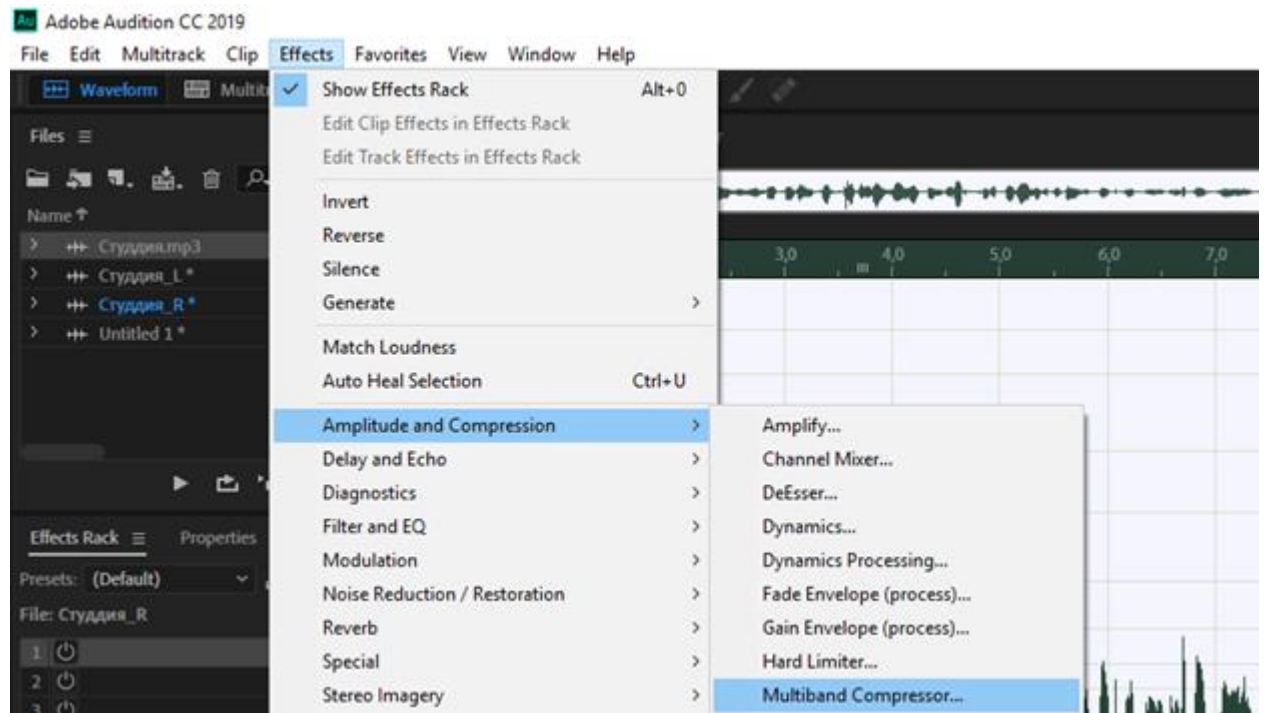
1) Parametric Equalizer з пресетом (Loudness Maximizer)



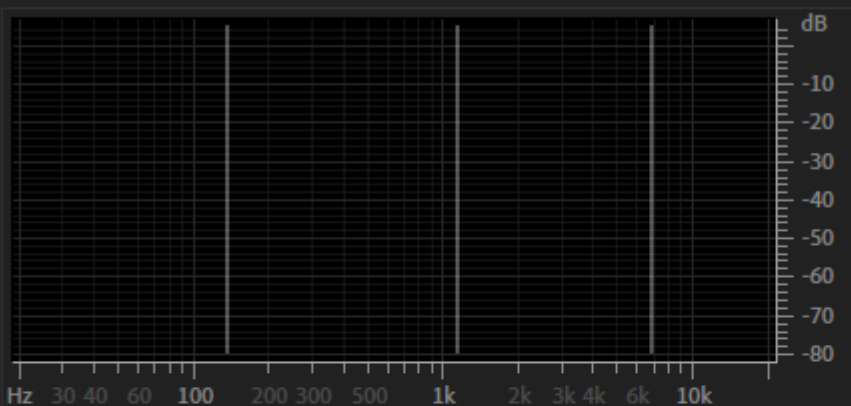
2) Normalization (process) (нормалізація по 95 %)



3) Multiband Compressor з пресетом (Broadcast)



Presets: **Broadcast** [Download] [Trash] [Star]



Output Gain: [Slider] Gain: **0 dB**

Crossover: Low: **137 Hz** Mid: **1147 Hz** High: **6910 Hz**

Band	Thresh	Gain	Ratio	Attack	Release
Low (S)	-20,2 dB	1 dB	3 :1	1 ms	100 ms
Mid (S)	-17,6 dB	0 dB	2 :1	1 ms	100 ms
High (S)	-24,8 dB	0 dB	2 :1	1 ms	100 ms
High (B)	-25 dB	3 dB	3 :1	1 ms	100 ms

Options: Spectrum on Input Brickwall Limiter Link Band Controls

Limiters: **B** Thresh: **-10 dB** Margin: **-0,1 dB** Attack: **4 ms** Release: **500 ms**

[Power] [Play] [Refresh] [Apply] [Close]

4) Dynamics Processing з такими налаштуваннями:

The image shows a software interface for audio processing. The top part displays the 'Effects' menu with 'Dynamics Processing...' selected. The bottom part shows the 'Dynamics Processing' effect settings window.

Effect - Dynamics Processing

Presets: (Custom)

Dynamics Settings

The graph shows a blue curve representing the dynamics processing. The x-axis is labeled 'dB' and ranges from -100 to 0. The y-axis is labeled 'dB O' and ranges from -100 to 0. The curve starts at -100 dB on the x-axis and -100 dB on the y-axis, passes through a point at -60 dB on the x-axis and -60 dB on the y-axis, and ends at 0 dB on the x-axis and 0 dB on the y-axis. The curve is linear from -100 dB to -20 dB, then curves upwards to 0 dB.

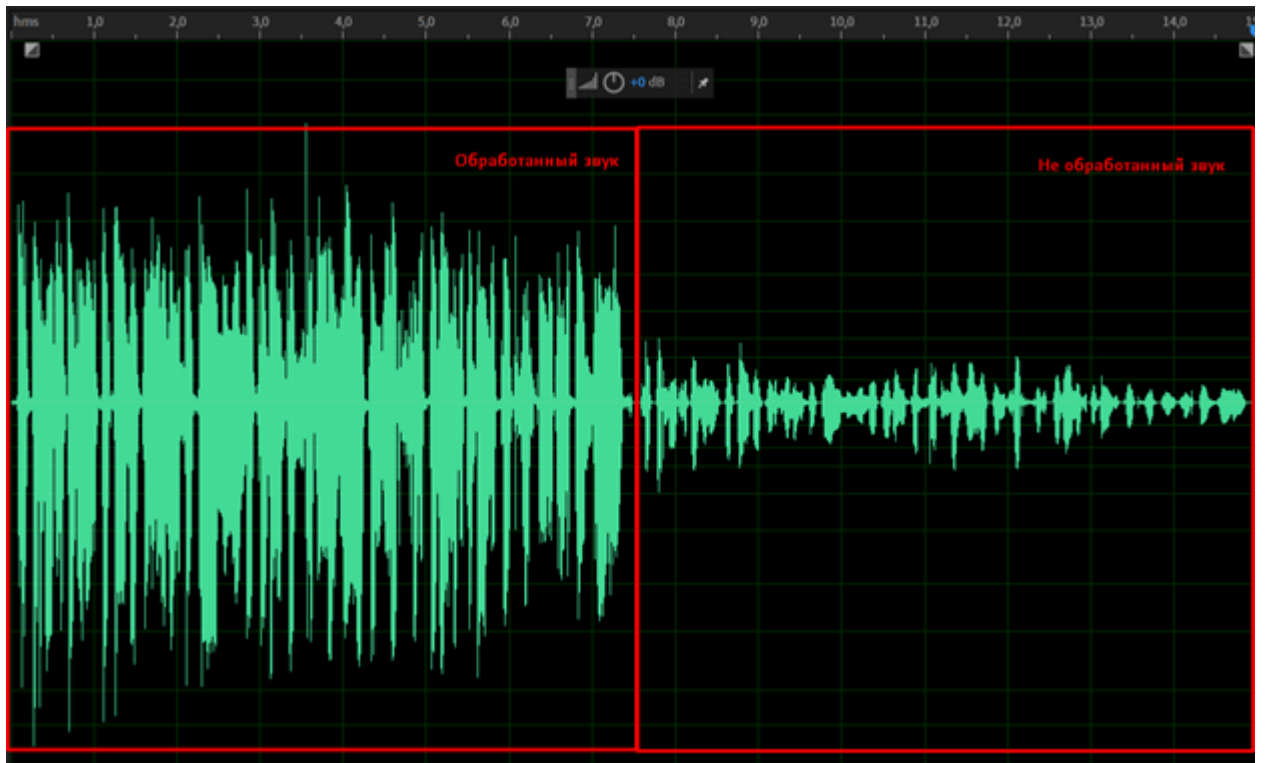
Make-Up Gain: 0 dB

Segment	Ratio	Type	Threshold
1	1,94:1	Compressor	Above -20,00 dB
2	1,12:1	Expander	Below -20,00 dB

Buttons: Apply, Close

5) Normalization (process) (повторюємо пункт 2)

У результаті отримуємо звук кращої якості.



Примітка !: якщо під час запису якість звуку було занадто поганою (сильне відлуння, не можна почути деякі фрагменти запису) ви не зможете зробити його краще на обробці.

Відео приклади обробки голосу:

<https://www.youtube.com/watch?v=UNap4hMZBpA&t=2s>

<https://www.youtube.com/watch?v=vzgsEYQUfao>