ЦИФРОВОЙ РЕЕСТР
ЛУЧШИХ ПРАКТИК
ДОПОЛНИТЕЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ДЕТЕЙ

ОПИСАНИЕ ПРАКТИКИ

ВИДЕОСКРАЙБИНГ КАК СРЕДСТВО СОЗДАНИЯ СОЦИАЛЬНОЙ РЕКЛАМЫ

Муниципальное учреждение дополнительного образования «Центр детского творчества Дзержинского района Волгограда»

Волгоградская область

2021 г.

Образовательная практика
«Применение видеоскрайбинга для создания социальной рекламы»

В дополнительной общеразвивающей программе «Креативный скетч» изучение социальной рекламы входит в раздел «Психология рекламы». Социальная реклама рассматривается как некоммерческая реклама, цель которой менять модели общественного поведения и привлекать внимание к проблемам социума. Социальная реклама должна быть импульсом к благим поступкам в обществе. Она может предостерегать каждого от неправильных решений и заботиться о здоровье нации. В огромном информационном потоке современного общества так много различных клипов, роликов, рекламных стендов, что становится актуальным вопрос о способах создания эффективной социальной рекламы. В этой связи актуальность предложенного нами средства основана на высокой эффективности донесения информации до целевой аудитории. При клиповом мышлении современного ребенка мир воспринимается не целостно, а как последовательность почти не связанных между собой событий. В результате ребенок, не осмыслив одну тему, переходит к потреблению другой, привыкает к постоянной смене сообщений и требует новых. В подобной ситуации становится не просто сделать яркую, эффективную и запоминающуюся социальную рекламу.

Видеоскрайбинг можно рассматривать как одно из средств обновления методов и содержания дополнительного образования детей в соответствии с их образовательными потребностями.

В последнее время все большую популярность набирает скрайбинг и видеоскрайбинг. Новизна предложенной образовательной практики состоит в применении видеоскрайбинга не как вспомогательного средства обучения детей, когда обучающиеся получают новую информацию при просмотре видеороликов, а в активном создании самими детьми подобных роликов, в результате чего получают огромный опыт работы над проектами и создания социальной рекламы. К тому же, полученный ролик может охватить гораздо большую аудиторию, чем обучающиеся объединения.

Для создания социальных видеороликов видеоскрайбинг имеет ряд преимуществ. Как отмечает Е.В. Степанов, главная цель социальной рекламы – привлечь внимание и сформировать определенное отношение общества к социальным и государственным проблемам и в перспективе – изменить поведенческую модель общества. [Степанов, 2007]. Видеоскрайбы благодаря своей оригинальности и образности привлекают и удерживают внимание зрителя, в результате чего транслируемая информация запоминается сильнее. Общеизвестно, что 80% информации человек воспринимает визуально. Исследователи в области образовательных методик обнаружили, что через три дня после проведения лекции слушатели могут воспроизвести 65% содержания презентации, если она проходила в виде устного рассказа, подкрепленного визуальными образами.

Каким образом обучающиеся дополнительной общеразвивающей программы «Креативный скетч» знакомились с технологий создания

видеоскрайба? При анализе понятия «реклама», ее видах, существующих социальных роликов и способах их создания, обучающиеся знакомятся и с видеоскрайбингом. По своей стилистике видеоскрайбы сильно отличаются от привычных видеороликов и создают эффект присутствия. Сюжет будто разворачивается наяву, вовлекая зрителя в происходящее. В силу того, что для создания видеоскрайба не требуются специальные художественные навыки, обучающиеся легко вовлекаются в процесс создания рекламного видеоскрайба.

Существует 4 основных способа создания подобных видеороликов. *Первый способ* с помощью программы VideoScribe, которая содержит базу картинок на различные темы. *Второй способ* – при помощи графического планшета. Суть метода заключается в изображении истории на графическом планшете и записи процесса создания с экрана. Полученное видео обрабатывается в Photoshop и озвучивается. *Третий способ* – «Объясняшки» на iPad. Вы набираете в «Объясняшках» текст и разбиваете его на смысловые фрагменты, которые станут основой для кадров. Следующий этап – запись звука и синхронизация аудиосопровождения к тексту. *Четвертый способ* – классический, наиболее доступный, но и наиболее трудоемкий. На камеру (можно и телефонную) снимается живой процесс создания скрайбов, затем записывается звук и монтируется ролик.

В своей практике мы работаем по классической технологии, используя сотовый телефон и простой видеоредактор VideoPad. Технологию создания видеоскрайба можно представить следующим образом.

1. Составление текста сообщения. Перед работой над созданием ролика, необходимо обсудить и написать, что будет сказано за кадром.
2. «Раскадровка». Текст разбивается на смысловые единицы, продумывается, что будет нарисовано. На этой стадии активно развивается креативность обучающихся. Главное на этом этапе – найти наиболее простой способ изображения, поскольку главное в видеоскрайбинге – это простота и понятность. Рисунки должны быть максимально простыми, подчеркивать главное в закадровой речи и вызывать эмоции.
3. Съемка процесса рисования. Данный этап может быть продолжительным и является трудоемким. Поскольку можно столкнуться со следующими проблемами: освещенность (свет может быть недостаточным или при сьемке на изображении могут появиться тени от руки и других предметов), движение руки (непродуманно движущаяся рука может закрывать изображение), меняющаяся фокусировка камеры (изображение может быть то четким, то размытым).
4. Запись озвучивания.
5. Синхронизация видео с аудио. Для синхронизации видео с аудио, необходимо подобрать, во сколько раз ускорять съемку процесса рисования, чтобы получить видеоскрайб.

Создание видеоскрайбов – трудоемкий процесс, занимающий большое количество времени. Небольшой ролик длительностью 30 секунд может создаваться несколько недель, поскольку, во-первых, обучающиеся посещают

занятия 2 раза в неделю, во-вторых, в процессе просмотра готовых роликов бывает приходит понимание, что определенный кадр лучше нарисовать по-другому, и процесс начинается заново. Для создания социального ролика обучающимися была выбрана всегда актуальная тема безопасности дорожного движения. При создании этого видеоролика больше всего времени ушло на продумывание раскадровки. Изначально предполагалось сделать несколько кадров, соответствующих закадровой речи. Однако, в процессе съемки уже самого рисования и просмотра полученного видео привели к пониманию, что все можно упростить. Так, у нас получился ролик из одного кадра, где вся история рисуется на одном листе. Созданный нами видеоскрайб «Пешеходный переход» стал победителем в открытом областном конкурсе видеороликов «За будущее без ДТП».

На наш взгляд, работа по созданию видеоскрайбов является перспективной, вносит новые краски в содержание и формы дополнительной общеразвивающей программы и не потеряет свою актуальность со временем. Данная технология позволяет раскрыть любую тему, не требует больших материальных затрат, доступна и привлекательна для детей в процессе обучения.

1. Петровский П.В. Скрайбинг. Объяснить просто / П.В. Петровский – «Эксмо», 2016.
2. Степанов Е.В. Социальная реклама в России: функциональные и жанрово-стилистические особенности. М. 2007. Дисс. канд. филол. наук: 10.01.10.