

ВЛИЯНИЕ ФАКТОРОВ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ВЫСТАВКИ НА ПОКАЗАТЕЛИ КАЧЕСТВА ВИДЕОРОЛИКА ОБ УЧАСТИИ СТУДЕНТОВ НА МЕРОПРИЯТИИ

Трайнин Владислав Владиславович, студент 1-го курса института экономики и АПК, ФГБОУ ВО РГАУ–МСХА имени К. А. Тимирязева, e-mail: traynin.vlad@gmail.com

Научный руководитель – Толкачев Андрей Николаевич, к.ю.н., доцент кафедры связей с общественностью, речевой коммуникации и туризма, ФГБОУ ВО РГАУ–МСХА имени К. А. Тимирязева, e-mail: 9757417@gmail.com

***Аннотация.** В работе представлены результаты проведения видеосъемки участия студентов на выставке в Экспоцентре «Реклама-2022». Проведен анализ конечного результата. Установлено, что создание видеоролика об участии студентов на узкопрофессиональных мероприятиях федерального уровня с созданием видеоматериалов способствует повышению навыков создания эффективных инструментов коммуникаций.*

***Ключевые слова:** реклама, коммуникация, выставка, видеоролик.*

Введение

Высокая эффективность участия студентов на профессиональных выставках обеспечивается съемкой видеорепортажей. В производстве видеоролика есть возможность научиться создавать и размещать видеоматериал на информационных ресурсах. Участники съемочного процесса констатируют факт новых достижений в работе и яснее видят ошибки.

Целью данного исследования являлась оценка качества работы по видеосъемке.

Материал и методика исследований. Для достижения поставленной цели было проведено участие на Мероприятие «Реклама 2022».

Выставка «Реклама» – это главное ежегодное событие среди профессионалов российского рекламного рынка. Выставка организовывается «Экспоцентром» и проводится при поддержке Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР), под патронатом Торгово-промышленной палаты РФ. Площадь выставки более 2600 м², количество стендов более 140, это компании из России и Китая. Выставку посетило около 16 000 человек, из них 77 % – специалисты.

Видеосъемка на выставке велась 2 часа, получили около 10 гб видео и фотоматериала. Монтаж производился в программе DavinciResolve 18. На монтаж видеоролика было затрачено около 4 часов, с учетом создания м рендера инфорграфики.

Проведем анализ как создавался творческий план видеоролика.

1. Диагностика смыслов – это выстраивание схемы фрагмента картины мира, которую собираемся транслировать. Основная цель видеоролика заключается в передаче уникальной атмосферы выставки. Требовалось показать оживленность и увлекательность мероприятия, а также передать креативный дух самой выставки. Трудность задачи заключалась также в том, что все эти смыслы требовалось уместить в очень короткий хронометраж – около одной минуты.

2. Кодировка получившейся схемы в нарратив. Возникает с одной стороны - описательная часть, а с другой – проблемная. Проблемная часть кодируется в виде истории, по принципам драматургии [2, с. 73]. Для того, чтобы создать историю и сделать ее цепляющей для зрителя, видеоролик должен быть живым и динамичным. Не должно быть слишком затянутых кадров, должно быть постоянное движение. Важно раскрыть историю посещения выставки. В конечном видеоряде должно четко прослеживаться участие студентов в мероприятии. Они являются главными героями видеоролика, и зритель ассоциирует себя с ними, поэтому важно передать интерес студентов к выставке, показать их непосредственное участие и коммуникацию между собой на мероприятии. Также для повышения драматургии при монтаже переход между кадрами происходит в такт музыке. Это повышает эмоциональность видеоролика.

3. Визуализация. Придумываем ключевые образы, композиции ключевых схем. Затем, формируем динамическое построение визуальных символов. Для формирования визуальных символов требовалось отснять кадры общения студентов, а также взаимодействия студентов с участниками выставки. Запечатлеть наиболее креативные стенды. Монтаж должен повышать динамику видеоролика. Добавление оригинальных переходов между кадрами позволит зацепить внимание зрителя [1, с. 193]. Также важно чередовать кадры со студентами и кадры с предметами выставки. Создание видеоизображения также позволит зрителю лучше погрузиться в атмосферу выставки.

Результаты исследований и их обсуждение.

1. Передача атмосферы выставки. При просмотре видеоролика чувствуется уникальная творческая атмосфера выставки. Присутствует оживленность и бодрость, что позволяет зрителю погрузиться в среду мероприятия.

2. Демонстрация участия студентов в выставке. Студенты являются главными героями, и через них идет визуальное повествование о выставке. Показано взаимодействие студентов с выставкой.

3. Демонстрация креативных стендов и креативной продукции. Было запечатлено множество продукции, представленной на выставке. Также в видеоролике были показаны некоторые креативные стенды, созданные для данного мероприятия.

4. Динамика видеоролика. Видеоролик смотрится на одном дыхании. Отсутствуют затянутые кадры. Темп ролика соответствует динамичной и оживленной атмосфере выставки, а также музыке, подобранной для данного видеоряда.

Проведена оценка творческой составляющей ролика (таблице 1).

Таблица 1 – Оценка творческой составляющей ролика

Достоинства	Баллы
Оригинальность замысла	7
Яркость образов (герой-антигерой)	9
Значимость идей	7
Глубина конфликта	4
Цельность и завершенность произведения	5
Средний балл	6,4

Проверка выводов на практике была осуществлена на следующей видеосъемке, состоявшейся через месяц, 16 ноября 2022 года в Государственном музее животноводства имени Е. Ф. Лискуна, основанном при Московской сельскохозяйственной академии им. К. А. Тимирязева. Были учтены недочеты предыдущих работ. Замечено, вовлеченность и мотивация студентов в изучение материала выше. Также появилась цель в будущих работах повысить качество операторской работы, повысить качество монтажа, добавлять больше информативности, тщательнее продумывать сценарий. Все видеоматериалы планируется размещать на различных интернет-платформах.

Далее пройдет мониторинг реакции целевой аудитории социальных сетей на видеоролик, что позволит совершенствовать качество видеоматериалов.

Заключение

Таким образом, по итогам исследования можно констатировать следующее. Создание видеоролика об участии студентов на узкопрофессиональных мероприятиях федерального уровня с созданием видеоматериалов способствует повышению навыков создания эффективных инструментов коммуникаций и как следствие появлению соответствующих профессиональных компетенций.

На какие аспекты съемки видеоролика в дальнейшем можно улучшить?

Качество изображения (свет, цвет, разрешение). Весь материал был снят на дешевую камеру, соответственно, качество изображения может быть выше. Повышение цветового качества, а также цифрового разрешения видеоряда привело бы к повышению качества конечного результата.

Информативность. Видеоролик не содержит в себе мало информации о событиях выставки. Для добавления ролику информативности возможно

стоило запечатлеть названия каких-то компаний, представленных на выставке, или уделить больше внимания креативным рекламным решениям, принятых на выставке. Этот недостаток видеоролика проявляется во многом из-за маленького хронометража видеоряда – менее 1-ой минуты.

Операторские решения. Это один из наших первых проектов, поэтому качество операторской работы порой не идеальное, из-за отсутствия большого опыта. Не смотря на присутствие в видеоряде удачных кадров, определенные операторские решения безусловно можно было улучшить. Также мы можем сделать вывод, что влияние факторов профессиональной выставки на показатели качества видеоролика об участии студентов на мероприятии можно считать положительным.

Библиографический список

1. **Стокманн Стив** Как снять отличное видео. – М. , Эксмо. – 2021. – 272 с.
2. **Толкачев, А. Н.** Как успешно выступить перед аудиторией: коммуникационные инструменты и ситуации / А. Н. Толкачев // Маркетинговые коммуникации. – 2018. – № 1. – С. 68–78.