

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Тольяттинский государственный университет»

Гуманитарно-педагогический институт
(наименование института полностью)

Кафедра Журналистика
(наименование)

42.03.02 Журналистика
(код и наименование направления подготовки)

ВЫПУСКНАЯ КВАЛИФИКАЦИОННАЯ РАБОТА (БАКАЛАВРСКАЯ РАБОТА)

на тему Цикл видеороликов по основам телемонтажа для школьников
(творческая работа)

Студент А.Е. Прокофьева
(И.О. Фамилия)

(личная подпись)

Руководитель кандидат филологических наук, А.В. Куприянова
(ученая степень, звание, И.О. Фамилия)

Тольятти 2021

Аннотация

Бакалаврская работа посвящена созданию авторского цикла видеороликов по основам телемонтажа для школьников «Монтаж просто и легко!» для публикации на сайте МБУ «Школа №93» г.о. Тольятти. Актуальность определяется растущим спросом молодого поколения на видеоконтент и желанием молодых людей в творческой реализации посредством создания своих собственных видеопродуктов. Сегодня существует бесчисленное множество платформ и хостингов, где пользователь может опубликовать свой видеоматериал, но вопрос состоит именно в качестве этого материала. И так как программ для монтажа видео сейчас многим доступны, тем кто только делает первые шаги в видеопроизводстве не хватает именно материальной базы, понимая теории, концепций и основных принципов монтажа.

Цель работы – создание авторского цикла видеороликов по основам телемонтажа для учеников средней и старшей школы.

Данная бакалаврская работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы. Во введении раскрывается актуальность темы, предмет и объект работы, её цель, задачи и практическая значимость. В первой главе рассматриваются представления практиков и теоретиков об особенностях медиапотребления детей старшего и среднего школьного возраста и восприятия ими медиаинформации, раскрывается понятие «видеоролик», как составляющая образовательного контента. Во второй главе представлена концепция цикла видеороликов «Монтаж просто и легко!» и ее реализация, описан ход работы над циклом и сценарий каждого видеоролика. В заключении подводятся итоги работы по проекту. Результатом бакалаврской работы является цикл из пяти видеороликов по основам телемонтажа для школьников средней и старшей школы. Список используемой литературы и источников включает 42 наименования.

Оглавление

Введение.....	4
Глава 1 Теоретические подходы к упаковке видеоконтента для детей среднего и старшего школьного возраста	8
1.1 Возрастные особенности восприятия медиаинформации учениками средней и старшей школы.....	8
1.2 Видеоролик как форма упаковки образовательного видеоконтента.....	17
Глава 2 Разработка и реализация цикла видеороликов по основам телемонтажа для школьников «Монтаж просто и легко!»	27
2.1 Концепция цикла видеороликов по основам телемонтажа для школьников «Монтаж просто и легко!»	27
2.2 Реализация цикла видеороликов по основам телемонтажа для школьников «Монтаж просто и легко!»	36
Заключение	42
Список используемой литературы и используемых источников.....	44

Введение

Сегодня сложно не заметить непрерывно возрастающий спрос молодёжной аудитории на видеоконтент в СМИ и социальных сетях. По данным исследования «Медиапотребление в России - 2020» [35] центра компании «Делойт» в СНГ в топ-5 популярных онлайн-видеосервисов входят такие платформы как: YouTube, ВКонтакте, Яндекс, Инстаграм, Одноклассники. Сохраняется тенденция постепенного сокращения доли россиян, пользующихся телевидением, так как массы постепенно переходят в интернет. По данным исследования Nielsen (американская компания, проводящая маркетинговые измерения) по заказу Google, 47% от 17 до 49 лет считают себя «легкими» традиционными телезрителями, а 27% вообще не смотрят традиционное телевидение. В тройку самых эффективных типов видеоконтента входят отзывы клиентов (51%), обучающие видеоролики (50%) и демонстрационные видеоролики (49%). Также появились крупные медиаизмерительные компании, которые анализируют и ведут статистику потребления и просматриваемость видеороликов – GlobalWebIndex, Mediascope, Deloitte.

Важно заметить, люди, рожденные после с 2003 и до 2024 года — согласно данным российской компании RuGenerations, считаются цифровым поколением, так называемым поколением Z. Характерными чертами представителей данного типа общества является нацеленность на результат, желание творческой самореализации, интровертированность. Молодым людям свойственно не только потреблять контент, но и создавать свой собственный. Данное утверждение доказывает популярность таких платформ для просмотра видео как TikTok Like, где 40% аудитории составляют дети и подростки до 18 лет [31].

С помощью навыков видеомонтажа ученики средней и старшей школы смогут получить необходимые навыки для дальнейшего трудоустройства или обрести полезное хобби для продуктивного времяпрепровождения. Также

дети с юного возраста смогут сознательно фильтровать по качеству весь поступающий контент в медиасфере, что, безусловно, скажется на потребности общества в нетривиальном видеомонтаже в будущем.

Возможность выкладывать созданные работы в социальные сети поможет детям во многих жизненных аспектах. Ученики смогут показать себя интересной личностью для окружающих, что станет весомым аргументом для улучшения их репутации со школьных лет. Это прекрасная возможность создать объёмное портфолио для потенциального работодателя без утомительного труда и в игровой форме. Опыт в видеомонтаже колоссально поможет ребёнку в становлении профессионалом своего дела. Если же у него не будет желания строить карьеру режиссера монтажа, то данный опыт всё равно не будет бесполезным. Он станет для ученика достойным подспорьем в формировании его полноценной личности и индивидуального вкуса.

Таким образом, *актуальность* темы бакалаврской работы складывается из роста популярности и востребованности видеоконтента в интернете, социальных сетях и СМИ.

Объектом данной бакалаврской работы выступают видеоролики по основам телемонтажа.

Предмет исследования – видеоролики по основам телемонтажа для учащихся средней и старшей школы.

Целью настоящей бакалаврской работы является создание авторского цикла видеороликов по основам телемонтажа для учеников средней и старшей школы.

Данная цель исследования определяет *задачи*, решаемые в ходе работы:

- выделить и проанализировать основные возрастные особенности восприятия медиаинформации учащимися средней и старшей школы;
- изучить научные представления о видеоролике в образовательном процессе;

- выделить алгоритм создания видеороликов;
- разработать и реализовать концепцию цикла видеороликов по основам телемонтажа для учеников средней и старшей школы «Монтаж просто и легко!» для сайта МБУ «Школа № 93» г.о. Тольятти.

Теоретико-методологическую базу исследования составили научные труды таких авторов, как А. В. Лямин, М. С. Чежин [30], А. В. Федоров[36], И. В. Челышева [37] и др.

В работе использованы следующие методы исследования: метод проектирования для разработки курса в информационно-развлекательном формате; сравнительно-сопоставительный метод при анализе рынка курсов по видеомонтажу; при подготовке курса также использовались общенаучные способы исследования: сравнение, анализ-синтез, сопоставление, обобщение, проработка документов.

Эмпирической базой бакалаврской работы выступили серии и циклы видеороликов по изучению программы Adobe Premiere Pro, размещенные в открытом доступе в сети Интернет – «Уроки Adobe Premiere Pro» Дмитрия Колотильщикова, «Уроки Adobe Premiere» от Александра Чаплинского, «Быстрый старт в Premiere Pro» от VideoSmile и подготовленный в рамках выпускной квалификационной работы цикл видеороликов по основам телемонтажа для школьников «Монтаж просто и легко!» для сайта МБУ «Школа № 93» г.о. Тольятти.

Практическая значимость выпускной квалификационной работы заключается в возможности использования полученных результатов при разработке различных обучающих курсов, учебных пособий.

Бакалаврская работа состоит из введения, двух глав, заключения и списка использованной литературы. В введении обосновывается выбор темы, ее актуальность, определены объект, предмет, цель, задачи работы, описаны теоретико-методологическая база и эмпирическая база, обозначена практическая значимость.

Основная часть состоит из двух глав. В первой главе «Теоретические подходы к упаковке видеоконтента для детей среднего и старшего школьного возраста» в пункте «Возрастные особенности восприятия медиаинформации учениками средней и старшей школы» описываются представления практиков и теоретиков об особенностях медиапотребления детей старшего и среднего школьного возраста и восприятия ими медиаинформации. Во втором пункте «Видеоролик как форма упаковки образовательного видеоконтента» дается определение понятию «образовательный видеоролик», систематизируются представления о его разновидностях, типологии, форме подачи и инструментах для создания. Вторая глава «Разработка и реализация цикла видеороликов по основам телемонтажа для школьников «Монтаж просто и легко!»» состоит из двух параграфов, посвященных разработке и реализации цикла видеороликов по основам телемонтажа для школьников «Монтаж просто и легко!» для сайта МБУ «Школа № 93» г.о. Тольятти. В заключении делаются выводы по результатам работы. Список используемой литературы и источников состоит из 42 наименований.

Глава 1 Теоретические подходы к упаковке видеоконтента для детей среднего и старшего школьного возраста

1.1 Возрастные особенности восприятия медиаинформации учениками средней и старшей школы

Сегодня можно смело сказать, что на формирование личности молодого человека влияет не только семья или окружающий его социум, но и средства массовой информации. Больше всего этому влиянию подвержены дети школьного возраста, которые в силу возрастных особенностей еще не обладают критическим мышлением и не способны фильтровать информацию исходящих из экрана телевизора или смартфона. Исходя из этого, можно сделать вывод, что медиаобразование буквально необходимо в современном обществе.

Азимов Э. Г. и Щукин А. Н. [4, с. 311], понимают термин медиаобразование как «направление в педагогике, выступающее за изучение учащимися массовой коммуникации. Основные задачи медиаобразования: подготовить учащихся к жизни в современных информационных условиях, к восприятию различной информации, научить человека понимать ее, осознавать последствия ее воздействия на психику, овладеть способами общения на основе невербальных форм коммуникации с помощью технических средств».

Оксфордская энциклопедия определяет медиаобразование как «изучение медиа, которое отличается от обучения с помощью медиа. Медиаобразование (media education) связано одновременно с познанием того, как создаются и распространяются медиатексты, так и с развитием аналитических способностей для интерпретации и оценки их содержания. Тогда как изучение медиа (media studies) обычно связывается с практической работой по созданию медиатекстов. Как медиаобразование, так и изучение медиа направлены на достижение целей медиаграмотности (media literacy)».

Разработкой концепций отечественного медиаобразования занимались Л. С. Зазнобина, Г. К. Селевко, А. В. Федоров, А. В. Шариков, И. В. Чельшева, С. Н. Пензин и многие другие.

Для правильного понимания изучаемых объектов и субъектов медиакультуры, прежде всего стоит провести анализ и изучение основных этапов развития отечественного медиаобразования [35, с. 37].

В июне 2002 года прошла регистрация новой дисциплины «Медиаобразование» учебно-методическим объединением управлением по специальностям педагогического образования Министерства образования и науки Российской Федерации. До приобретения официального статуса данное направление подвергалась значительным изменениям в связи с ускоренным темпом развития средств массовой информации. В целом, российское медиаобразование имеет экономико-политическую, культурно-национальную специфику.

Научной литературой выделено несколько ключевых этапов становления медиаобразования в России:

Зарождение (1900-1930 гг. XX в.)

«Зарождение» медиаобразовательного направления в начале двадцатого века проходило с упором на аудиовизуальные виды искусств. Началом создания научнопопулярных фильмов послужила деятельность по изучению описанию воспитательной и образовательной роли кино. Грамзапись и радиовещание также служили еще одним средством медиаобразования 20-х годов.

Застой (1935-1955 гг. XX в.)

Этап «застоя» - это время жесткой идеологической цензуры. Сталинский режим стал причиной ликвидации огромного количества творческих начинаний российского образования в сфере медиа. Любительские кружки фотосъемки, киномероприятия, клубы могли существовать только при условии, что будут транслировать идеологические трактаты И. В. Сталина. Жесткая цензура привела к использованию

медиапродуктов лишь в качестве агитационного и экскурсионного материала. Нужно заметить, что многие педагоги отстаивали воспитательное влияние кинофильмов, но в приоритете оставляли государственную идеологию. Это привело к переосмыслению медиа вне творческой, художественной сферы.

Возрождение (1955-1960 гг. XX в.)

Во время «политической оттепели», официально осуждавший сталинизм, с 1955 по 1960 год начался период «возрождения» медиаобразования. Именно на данном этапе происходило увеличение числа учебных заведений, в которых проводили занятия по кинообразованию. Начало появляться все больше кинокружков, кинолекториев, кино клубов, в учреждениях внешкольной работы все чаще проходили занятия по медиакультуре.

Резкий скачок развития медиаобразования (1960-1985 гг. XX в)

В 60-е годы прошлого столетия начался этап резкого скачка в медиаобразовании. Этот период выделяется массовым распространением в стране телемании. Специалисты в сфере медиаобразования начали обсуждение содержания популярных телевизионных программ, отдельно выделяя их воспитательную и образовательную функцию.

Модернизация (1985 г. XX в. – по настоящее время)

С 1985 года по сегодняшний день медиаобразование находится на этапе активных изменений и модернизаций. Этот период характеризуется наличием у экранных искусств «лидирующего места в сфере художественного потребления» и стремительным развитием средств массовой коммуникации, новых технологий. Сначала начали возникать школьные студии кино и телевидения, телецентры, а с середины 90-х годов в медиаобразовании появился Интернет. Все больше замечен качественный и количественный рост заинтересованности к медиапедагогике, в следствие чего начался переход на мировую арену в сфере медиа.

Сейчас медиапродукты представлены в бесконечном различии форм, а современные медиаматериалы пользуются огромным спросом и популярностью у молодых людей. У учащихся появилась возможность развиваться в медиасфере из-за изобилия кружков, клубов, студий, предоставляющих медиаобразовательную деятельность. Данная тенденция привела к выработке единой концепции отечественного медиаобразования, включающей в себя опыт, накопленный предшествующими поколениями. По мнению А. В. Федорова и И. В. Чельшевой [37], медиаобразование представляет собой своеобразное включение обучающихся в процесс создания произведений медиакультуры, то есть погружает аудиторию во внутреннюю лабораторию основных медиапрофессий, сочетая в себе лекционные и практические занятия.

Можно выделить основные направления медиаобразования:

- медиаобразование будущих специалистов в сфере печатных изданий, Интернета, кино, телевидения;
- повышение квалификации преподавателей школ и вузов на курсах по медиакультуре;
- интегрированное медиаобразование с традиционными дисциплинами, как часть общего образования школьников;
- медиаобразование в досуговых центрах, домах культуры, в учреждениях дополнительного образования;
- дистанционное медиаобразование студентов и школьников с помощью сети Интернет;
- самостоятельное изучение медиакультуры;

Опираясь на все вышесказанные тезисы, можно сделать следующий вывод. В результате развития медиаобразования сегодня общество имеет:

- постоянное расширение круга средних и высших учебных заведений, которые готовят специалистов медиасферы;

- обновление и расширение понятийного аппарата медиаобразования;

- воспитательная и образовательная функция закрепились за медиаобразовательной деятельностью;

Исходя из выше приведенных тезисов, можно выделить пять основных задач современного медиаобразования:

- развитие у ребенка способности мыслить критически, приобретение «автономии личности»;

- развитие способности к анализу, структурированию и восприятию медиатекстов для подготовки молодого человека к жизни в информационном обществе;

- развитие эстетического вкуса и восприятия медиатекстов, умение работать с источниками информации. Развитие коммуникативных способностей;

- научить ребенка самостоятельно создавать грамотные медиапродукты используя все доступные технические возможности;

- дать знания ребенку по истории медиа и медиакультуры.

Сегодня внедрение медиаобразования в школьную практику является перспективным и значимым процессом, учитывая, что роль СМИ и медиа в развитии личности огромна и с каждым годом только увеличивается. Поэтому для детей в настоящее время так важна подготовка к осмысленному восприятию медиапродуктов.

Отдельно хочется выделить творчество в сфере медиа самих учащихся, если конкретнее – о школьных СМИ. Сегодня это направление активно развивается. В Тольятти насчитывается более десятка школьных студий журналистики, кино и телевидения. Подобное направление помогает ребятам в простом формате войти во взрослую жизнь, посмотреть, как устроена та или иная профессия в медиа, раскрывает творческий потенциал и возможно позволяет найти себя в том или ином виде деятельности. По словам

Жилавской И. В. [18]: «Медиаторчество учащихся может стать своеобразной «прививкой» против негативного влияния медиапродукции и, одновременно, важным дополнением к взрослому производству, заполнением недостающих информационных ниш».

Как было сказано ранее, огромную роль в формировании личности ребенка играет не только окружающий его социум, но и масс-медиа [11]. На современного ученика средней и старшей школы обрушивается бесконечное количество различной информации, в которой ему необходимо самостоятельно ориентироваться, анализировать и систематизировать просмотренный контент, а также создавать свой собственный. Тем самым, обучение школьников медиаобразованию и основам работы с медиа становится как никогда актуальным. Целью изучения медиакультуры является подготовка учащихся к жизни в цифровом, информационном обществе, усвоение принципов коммуникации с помощью информационно-коммуникативных технологий.

При составлении любого образовательного курса, нужно учитывать не только полезность и информативность материала, но и индивидуальные, психологические, социально-культурные и возрастные особенности учащихся. Для эффективного обучения подрастающего поколения, преподавателю необходимо выстроить доверительные и доброжелательные отношения с учениками. Для этого необходимо понимать возрастные особенности современных школьников. По мнению советского психолога Льва Семеновича Выготского, возраст – это относительно замкнутый цикл детского развития, имеющий свою структуру и динамику. В его культурно-исторической концепции возраст выступает как сравнительно замкнутый период становления личности, значение которого определяется его местом в общем цикле развития всякий раз находящий качественно своеобразное выражение.

Тот или иной возрастной период чувствителен (сензитивен) к развитию определенных свойств и психических процессов, следовательно, к разным

типам воздействий. Логично предположить, что на каждом жизненном или возрастном этапе ребенок нуждается в особом отношении к себе, подходящий ему именно на данный момент времени. В целом, возрастной этап отражает психосоциальные реалии сегодняшнего дня, которые определяются потребностями будущего.

Что важно, возрастных концепций существует огромное множество, но каждая имеет свои рамки. Психологи пытаются вывести единую систему и факторы, влияющие на переход из одной возрастной группы в другой:

- изменение характера воспитания в семье;
- присоединение ребенка в микросоциальные группы;
- освоение новых типов и видов деятельности;
- особенности физиологического развития.

Нужно заметить, что понятия «возрастные особенности» и «возрастные границы» не идентичны – границы возраста не совпадают в различных социально-культурных и экономических условиях развития индивида. Также они изменчивы и подвижны, имеют конкретно-исторический характер.

Сегодня принято делить детство на возрастные периоды:

- младенческий (от рождения до одного года);
- преддошкольный (от одного года до трех лет);
- дошкольный возраст (от трех до семи лет);
- младший школьный возраст (от семи до двенадцати лет);
- средний школьный возраст (от двенадцати до пятнадцати лет);
- старший школьный возраст (от пятнадцати до восемнадцати лет).

Цикл авторских видеороликов по основам телемонтажа данной выпускной квалификационной работы нацелен на детей средней и старшей школы. Важно рассмотреть каждую возрастную группу по-отдельности [22].

Средний школьный (подростковый) возраст выделяется ярко выраженной потребностью в общении и получении новых коммуникативных связей. Основным видом деятельности ребенка этого возраста является

обучение, систематическое получение знаний в основах наук. К подростку предъявляются все более высокие требования во всех жизненных аспектах. Это заметно отражается на его подходе к обучению: учащиеся склонны выполнять уроки в пределах заданного или даже меньше, что чаще всего приводит к снижению успеваемости. Ребенку прежде всего нужно знать, для чего или зачем необходимо выполнять то или иное задание, в чем его личная выгода и интерес в данном виде деятельности.

Поставленные задачи ребенок выполняет с выраженной самостоятельностью и все больше погружается в активную социальную жизнь. Он буквально ищет свое место в социуме и окружающем его коллективе, ведь прежде всего для ребенка важно мнение не собственное, а общественное.

Важно заметить, мнение сверстников, на его взгляд, более авторитетное, чем у преподавателей или родителей. Главная потребность подростка – реализовать свои потребности в общении, интеллектуальном развитии и статусе. Ребенок может проявлять замкнутость, недоверие к старшим. Он пытается показать миру свои навыки и умения, тем самым развивая их. Также появляется все больше мотивации в общении или обучении, в связи формирования причинно-следственных связей и умозаключений. У детей формируется собственное мировоззрение (основываясь на микросоциальную группу, к которой принадлежат), они вносят свои коррективы в приоритетные виды деятельности, самостоятельно изучают и ищут решения различных задач. При этом фактор глубокого осмысления проблемы частично или полностью отсутствует.

Основная существенная особенность данной возрастной категории – потребность считаться и быть взрослым. Подросток всеми силами и средствами старается утвердить свою взрослость и показать обществу, что он достаточно ответственен и самодостаточен. Но так как полноценно это не может совпадать с действительностью, ребенок подвержен стрессу и возникновению депрессивных состояний.

Основные характеристики средне-школьной возрастной группы: замкнутость, авантюризм, социальная активность, негативизм, материализм, самоуверенность-самокритичность, собственничество.

Этично-нравственная составляющая, анализирование и структурирование – главные приоритеты ребенка старшего школьного возраста. Необдуманность действий и импульсивность уходят на второй план.

Обучение все также остается одним из главных видов деятельности, но улучшение навыков коммуникации и общения продолжают оставаться важной потребностью индивида. Можно выделить два типа молодых людей:

- равномерно распределяющие круг своих интересов;
- выражающие сильный интерес к конкретной науке или деятельности.

У учащихся на первый план выходят самоопределение, выбор жизненного пути и определение собственного мировоззрения. На данном этапе выделяется ведущая деятельность или интерес, устойчивые ценности. Старший школьник начинает сознательно идти по жизни ориентируясь по своей личной системе ценностей, углубляя свои знания в определенной области, больше времени уделяя самообразованию. В старшем школьном возрасте учеба и профессиональные интересы как никогда связаны. Изменение отношения к учебной деятельности напрямую связано с выбором профессии. Из-за необходимости учащегося в скором времени определить свой дальнейший жизненный путь, возникает потребность разобраться в себе и в окружающем мире. На данном этапе сильно развивается системность и творчество.

Переход индивида к личности подходит к концу. У юноши или девушки почти полностью сформирована собственная точка зрения, мнение общества перестает быть определяющим фактором. Учащийся теперь лучше

и гармоничнее общается с различными возрастными группами, но оставаясь относительно в стороне.

Основные характеристики старшей школьной возрастной группы: внутренняя борьба, стремление к идеалам, новому и неизведанному, максимализм, доверчивость, желание сделать мир вокруг себя лучше.

Таким образом, все вышесказанное дает четкое представление о понятии «медиаобразование» и структурирует возрастные особенности учеников средней и старшей школы.

1.2 Видеоролик как форма упаковки образовательного видеоконтента

Современные информационные технологии представляют собой огромный выбор инструментальных и программных средств для создания образовательных продуктов. Одним из препятствий к свободному освоению новых технологий преподавателей средней и старшей школы – это отсутствие четких рекомендаций по разработке цифрового образовательного ресурса на базе той или иной платформы.

На сегодняшний день из-за пандемии коронавирусной инфекции (COVID-19) во всем мире происходят существенные изменения, особенно в сфере образования. Стремительно развиваются дистанционные образовательные технологии, электронное обучение стало полноценной частью обучения в целом. МООС1 (массовые открытые онлайн курсы – одна из современных форм дистанционного образования) приобретает все большую популярность, происходит процесс формирования единого образовательного пространства. Важную роль в обеспечении качественного электронного обучения является способ доставки информации обучающимся, и здесь сложно переоценить значение современных учебных видеоресурсов.

Сейчас для современного человека, довольно важно освоить не только профессиональные навыки, но и обладать компьютерной грамотностью,

умением свободно пользоваться Интернет-сервисами. В усвоении этих навыков немаловажно как содержание обучения, так и используемая образовательная методика. Согласно психолого-педагогическим исследованиям [19], использование видеоматериалов в учебном процессе соответствует физиологии человека. Качественно снятое и смонтированное видео оставляет в памяти обучающегося минимум 50% всей информации. В тоже время для текстового формата данный показатель составляет лишь 10%.

Если обратиться к методической и научной литературе, под понятием «обучающий видеоролик» понимается широкий круг средств обучения, которых объединяет наличие видеоряда, где лектор с помощью рисунков, схем и видеоматериалов иллюстрирует учебный материал. Обучающие видео могут иметь элементы обратной связи или нет (синхронная и асинхронная подача информации). По методической форме представления можно выделить следующие типы обучающих видеороликов [3, с. 25]:

- живая видеозапись урока или только лектора;
- отрежиссированный урок, записанный в студии;
- слайдфильм;
- интерактивный обучающий видеоролик.

Для создания собственного образовательного контента педагогу необходимо иметь специальную программу для записи видео, умение грамотно составлять и озвучивать презентации, иметь навык простого монтажа. Трудоемкость и сложность подобной подачи материала вполне оправдана, ведь смотря видеоролики учащиеся активнее вовлекаются в работу и процесс обучения проходит намного легче как для заинтересованных в предмете, так и для слабоуспевающих учеников. Еще одной положительной особенностью данного метода является возможность обучающихся самостоятельно изучить материал в любое удобное ему время и месте, так как в условиях современных реалий и инноваций в сфере

информационных технологий просмотр видео возможен как через компьютер, ноутбук, так и через смартфон [14, с. 36].

Как и для любого продукта можно выделить определенные критерии, определяющие эффективность использования видеороликов на занятии: материал должен быть не только доступен и понятен, но и обязательно соответствовать возрастным особенностям школьников; подача информации дозированная, разбитая на блоки или темы; видеоматериал должен восприниматься детьми не как развлечение, а как почва для серьезной (возможно, самостоятельной) аналитической работы; преподаватель должен методически грамотно использовать видеоматериал. Данный метод подачи материала дает возможность повысить уровень знаний в той или иной теме, повышает интерес к изучаемому предмету. Обучающее видео имеет продолжительность от 5 до 15 минут, состоящее из теории (как правило, новый материал), примеров и заданий на контроль и усвоение нового материала. При разработке видео для образовательного процесса важно дать целевую установку на дальнейшее использование полученных знаний. То есть, предложить ответить на вопросы, сделать определенное задание, записать определения и т.д.

Формат образовательного видеоконтента чаще всего предполагает сопровождение лекции дополнительными материалами – например, аннотации, презентации, ссылками на полезные ресурсы, что особенно повышает образовательную ценность контента и при публикации в сети Интернет помогает поисковым сервисам индексировать их. Перечислим некоторые приемы, которые могут присутствовать в учебном ролике:

- натурная съемка, т.е. съемка под открытым небом или в помещении с естественным освещением;
- съемка с презентацией, когда в ролике совмещается и видео лектора, и дополнительные материалы, такие как схемы, формулы, алгоритмы, рисунки, графики;

- компьютерная анимация, которая может включать в себя векторную, фрактальную, растровую и 3D графику;
- художественное, творческое оформление – стиль объектов на видео несет смысловую нагрузку (например, главный объект в кадре цветной, а дополнительные черно-белые);
- монтаж по заранее разработанному сценарию с анимированной презентацией;
- screencast – видеозахват экрана, для взаимодействия сразу нескольких каналов восприятия информации: моторной, зрительной, слуховой;
- технология lightboard (неоновая доска), где преподаватель пишет материал на стеклянной доске, находясь лицом к зрителям.

Какие же преимущества дает использование видео в электронном обучении:

- видеоматериалы задействуют большее количество каналов восприятия информации;
- наглядно показывает реалистичность объектов, процессов, ситуаций;
- видео имеет большую эмоциональную окраску, тем самым оказывая воздействие на обучающегося;
- значимость учебного материала повышается при наличии в нем эксперта или специалиста в изучаемой области;
- виртуальное присутствие преподавателя дополняет «живой» контекст материала [19, с. 189].

Как и в любой сфере, использование видеоконтента имеет свои минусы и плюсы. Для лучшего понимания практически любой, даже очень сложной темы, можно выбрать подходящий формат видео. Темп воспроизведения может подойти не для всей аудитории, но для частного просмотра скорость подачи материала можно самостоятельно увеличить или понизить. Создание

любого качественного ролика требует определенные навыки и чаще всего немалые материальные и технические ресурсы, поэтому стоит отдельно обозначить в каких ситуациях целесообразнее всего использовать видео:

- для объяснения сложных тем, так как данный формат передачи материала самый информативный и хорошо усваиваемый;
- что бы показать недоступные глазу объекты (внутреннее устройство чего-либо, объекты микро и макромира и т.д.);
- для усиления эмоционального воздействия на аудиторию;
- для придания элемента присутствия;

Исходя из перечисленных недостатков и преимуществ, следует отдельно прописать план разработки учебных видеоматериалов:

- сделать анализ материалов курса, для определение сложных мест для восприятия информации и понимания темы в целом;
- определить наиболее подходящий формат видео;
- найти, структурировать и систематизировать учебные материалы для данного формата видео;
- разработать сценарий ролика;
- снять и смонтировать видео, внести коррективы на постобработке (добавить музыку, интерактивные элементы, картинки и т.п.);
- разместить видео на сервисах видеохостинга или специальных ресурсах.

Сложно не согласиться с тем, что существующие на данный момент YouTube каналы, сериалы, фильмы и видео в социальных сетях формируют вкус и привычки зрителей. Поэтому, для того чтобы понимать, как аудитория будет воспринимать обучающие видеоролики нужно разобраться с тем, что в первую очередь делает видео интересным к просмотру. По версии информационно-аналитического журнала EduTech от СберУниверситета существует пять трендов 2021 года, которые помогут сделать образовательное видео актуальным [12]. Разберем каждый по отдельности:

1. Эмоциональная составляющая видео. По версии журнала «Эмоции — то, что позволяет зрителю соотнести себя с происходящим на экране, почувствовать свою связь с сюжетом». Эмоциональная вовлеченность как никогда важна в период пандемии, когда люди столкнулись с ограничениями личных контактов. Благодаря правильно расставленным эмоциональным акцентам можно подчеркнуть важные моменты преподаваемого материала.

2. Визуализация. Это один из самых простых способов дать подходящие инструменты за небольшой промежуток времени. Сегодня аудитории важно увидеть и понять, как происходит тот или иной процесс без лишней «воды», чтобы в последствии самостоятельно сделать интересующее их действие.

3. Хронометраж. Современный зритель больше приспособлен к «информационному фастфуду», то есть коротким видео и небольшим текстам, но исследования показывают, что идеального хронометража для привлечения и удержания аудитории не существует. По данным опроса компании TechSmith, одного из лидеров в области разработки обучающего видеоконтента, 14% опрошенных предпочитают обучающие видео от 10 до 20 минут, 26% пользователей смотрят видео не дольше 4 минут и столько же готовы смотреть ролики дольше 5-6 минут.

4. Вовлечение в видеоформаты. Один из лучших способов вовлечения аудитории – активное взаимодействие с ней посредством лайков, комментариев, онлайн-трансляций. Обратная связь со зрителем, его представление о том, что он может влиять на то, что он видит, введение элементов интерактива, где пользователь сам определяет развитие сюжета (яркий пример - детское шоу про «Кота в сапогах» вышедшее в 2017 году от Netflix) – верный способ получить доверие и положительный отклик от зрителей.

5. Новые тенденции в форматах. По версии исследования «Медиапотребление в России – 2020» от исследовательского центра

компании «Делойт» в СНГ, 85% опрошенных респондентов предпочитают смотреть видео через смартфон или планшет, поэтому большинство пользователей привыкают к видео в вертикальном формате. Так для удобства пользователей, социальные сети, веб-сериалы стали учитывать эту тенденцию и все чаще выкладывают контент именно в этом виде. Еще одна особенность – зачастую людям удобнее слушать, а не смотреть видео. Об этом говорит прирост подписок на платный YouTube премиум, которая позволяет зрителям свернуть экран, но продолжать слушать информацию. Из данного тезиса можно сделать вывод, что образовательное видео может учитывать желание пользователей слушать полезный ему контент.

Все вышеперечисленные тренды современной видеокommunikации позволяют выстроить полную картину того, как должно выглядеть обучающее видео для того, чтобы оно успешно и эффективно взаимодействовало с пользователями и гармонично встраивалось в привычки аудитории.

Главным знаменателем при разработке любого экранного творчества (в данном случае цикла обучающих видеороликов) является технология создания от идеи до реализации: разработка сценария, съемка, озвучка материала, монтаж отснятого материала, музыкальное оформление. Главная особенность *сценария* – описание предполагаемого визуального ряда и четкая структура, позволяющая полностью раскрыть тему и замысел самого видео. Предполагается, что в ходе работы могут вноситься коррективы, но образ всего видео уже должен быть прописан на сценарном этапе. Важно помнить, что закадровый текст рассчитан на слуховое восприятие, следовательно, рекомендуется использовать ненагруженную определениями, стилизованную под разговорный язык речь. В съемочно-монтажный процесс входит *озвучивание* – процесс создания окончательного варианта фонограммы фильма, ролика, телевизионной или радиопередачи, который получается путем сведения всех исходных элементов, составляющих звуковой ряд.

Музыкальное сопровождение влияет на эмоциональную составляющую всего видео, его атмосферу. Благодаря музыке можно выделить особо важные моменты, расставить акценты. Для образовательного видеоматериала рекомендуется использовать нейтральные композиции без слов, но достаточно энергичные, для придания динамичности, которая не позволит зрителю заскучать. С музыкальной композицией стоит определиться уже на предсъёмочном этапе.

Во время *съёмочного процесса* складывается визуальный образ и стилистика визуального ряда, которая в дальнейшем будет соблюдаться во всем цикле программ. Важно уместно подобрать место съёмки и интерьер. Для студийной записи подойдет съёмка с использованием технологии *Хромакей* (Chroma key, кеинг), которая позволит совместить живое видео с компьютерной графикой. Технология представляет собой процесс «вырезания» фона в видеоматериале, а затем замены его другим специализированным для конкретной задачи (например, с помощью видео эффекта *ultra key: Video Effects/ Keying/ Ultra Key* (ключ цветности) в программе *Adobe Premiere CS6*) [10]. Успешная программная обработка данного эффекта прямо пропорциональна качеству съёмки, поэтому к ней нужно подходить особо тщательно. Хорошее видео с *Хромакеем* получится только при оптимальном освещении. Фон (ткань ярко зеленого или синего цвета) должен быть освещен равномерным, рассеянным светом без теней. Перед съёмкой важно выбрать правильный формат записи. Для дальнейшей компьютерной обработки подойдет HD (разрешение составляет 1280x720 пикселей и обозначается как 720p) или Full HD (разрешение 1920x540 пикселей, обозначается как 1080p). При записи следует снять отдельные эпизоды и видео перебивки.

Завершающим этапом работы над видеороликом является *монтаж*. Монтаж представляет собой метод создания художественного или «фактографического» образа, позволяющий грамотно донести до зрителя мысль и посыл заложенный автором. По мнению Маркова О.И. -

«Монтажная организация материала в сценарии создает условия, при которых у аудитории возникают мысли не столько по ходу действия, сколько о ходе действия. Поэтому, с педагогических позиций необходимо «факты жизни» и «факты искусства» связывать между собой таким образом, чтобы узлы были очевидны, события не следовали одно за другим, а в промежутках между ними могло родиться суждение. Такой эффект рассчитан на то, чтобы вызвать у зрителей реакцию, заранее предусмотренную авторами. Зритель в процессе восприятия (с его точки зрения) приходит к определенной мысли (выводу) самостоятельно. Объективно эта мысль (вывод) планируется авторами» [32, с. 165].

Монтаж – это не только метод построения представления, а способ человеческого мышления в принципе. В обыденной жизни человек сопоставляет данные, информацию, факты, поступающие из различных источников, и автоматически делает собственные выводы. Поэтому монтаж можно сопоставить с термином «критическое мышление», то есть, помогающих анализировать элементы системой суждений, создавать оценку происходящего, интерпретировать факты и формулировать на их основе обоснованные выводы.

Таким образом, режиссер видео, понимая, что зритель мыслит не дивертисметно («монтажно»), способен создать художественный продукт имеющий педагогическое (воспитательное) воздействие. «Такой эффект объясняется тем, что монтаж одновременно является и техническим методом («склеивания» двух кадров), а также формой творческого мышления автора – способом выражения видения автора, и средством эмоционального и психологического воздействия на зрителя, на его мировосприятие и мироощущение» [34, с. 215].

Простая склейка эпизодов не гарантирует хороший результат. При соединении фрагментов видео нужно учитывать основные принципы монтажа:

- по крупности;

- по ориентации в пространстве;
- по направлению движения главного объекта в кадре;
- по фазе движущихся объектов в кадре;
- по темпу движущихся объектов;
- по композиции кадров (по смещению центра внимания);
- по свету;
- по цвету;
- по смещению осей съемки;
- по направлению основной движущейся массы в кадре.

Также при создании видео и на дальнейшем монтаже следует использовать разные крупности планов. Соколов А. Г., член-корреспондент Академии кинематографических искусств и наук России, выделяют шесть основных видов крупности плана: общий, средний, крупный, дальний и деталь. Остановимся и разберем первые три.

1. Общий план - человек заключается в рамку кадра так, что над его головой и под его ногами остается небольшое пространство до рамки.

2. Средний план - часть фигуры человека, взятая в рамку кадра чуть выше пояса или по колено.

3. Крупный план - лицо человека во весь экран по вертикали. Над головой и под подбородком остаются небольшие зазоры между лицом и рамкой кадра. За головой просматриваются плечи.

Таким образом, рассматривая все вышеперечисленные тезисы, мы приходим к выводу, что формат и типология видеоматериалов весьма разнообразна, а использование качественного видеоряда является важнейшей составляющей электронного образовательного контента.

Глава 2 Разработка и реализация цикла видеороликов по основам телемонтажа для школьников «Монтаж просто и легко!»

2.1 Концепция цикла видеороликов по основам телемонтажа для школьников «Монтаж просто и легко!»

Социологическое исследование, проводимое в период ноябрь-декабрь 2020 года, «Восприятие визуального контента в СМИ. Актуальность обучающих курсов по монтажу», в котором было опрошено 55 респондентов, 48% из которых составляли ученики средней и старшей школы, показало, что аудитория лучше воспринимает визуальный контент и заинтересована в получении такого навыка, как монтаж видеороликов. Респондентам был задан вопрос: «Согласны ли вы с утверждением: "Видео - самый востребованный формат подачи информации в СМИ"?» 52 человека ответили «Да» (94,55%) и «Нет» 3 человека (5,45%). Вопрос «Хотели бы вы сами научиться монтировать видеоролики?» (Рисунок 1) показал востребованность в обещающем курсе по монтажу.

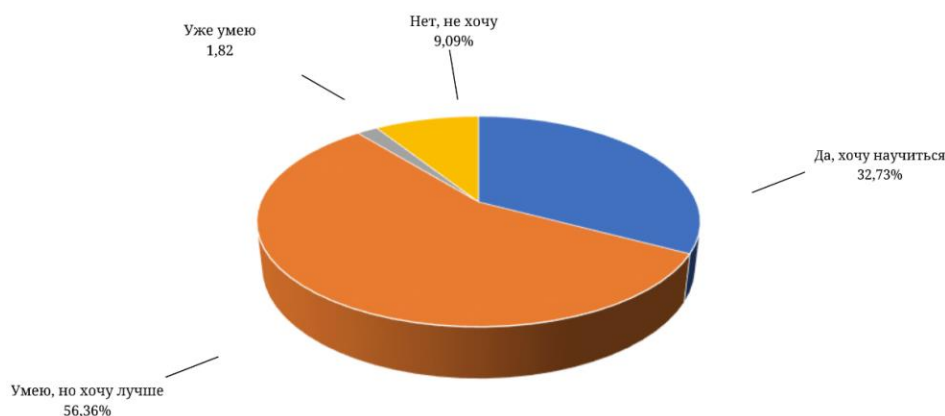


Рисунок 1 – востребованность обучающих курсов по монтажу (в % от общего количества респондентов)

Вариант ответа «Умею, но хочу лучше» выбрало 31 человек (56,36%), «Да, хочу научиться» - 18 (32,73%), «Нет, не хочу» – 5 (9,09%), «Уже умею» - 1 (1,82%). Исходя из диаграммы, четко видно, что обучающие курсы по монтажу пользуются спросом и имеют свою аудиторию.

При разработке концепции информационно-образовательного контента используются базовые элементы, которые повсеместно применяют при создании традиционных медиа продуктов. Ими являются:

- миссия,
- цель,
- задачи,
- целевая аудитория,
- сценарий выпусков,
- программа продвижения;

Однако, данных элементов будет недостаточно для полноценной разработки концепции проекта. Поэтому исходя из теоретического положения, выведенного в первой главе, стоит расширить круг конкретизирующих элементов:

- тематика,
- жанр,
- критерии отбора материала для обучающих видеороликов,
- формат,
- визуальное оформление,
- сюжет,
- выразительные средства,
- структура (сценарий выпусков),
- программа продвижения,
- изучение конкурентов,
- смета;

Название цикла видеороликов по основам телемонтажа для школьников «Монтаж просто и легко!» связано с главной темой медиапроекта – научить основам телемонтажа учащихся средней и старшей школы.

Миссия проекта – простым и понятным языком объяснить подрастающему поколению устройство искусства академического телемонтажа, дать детям необходимые инструменты для получения навыков самостоятельного создания качественного видеоконтента.

Главной темой цикла видеороликов по основам телемонтажа для школьников «Монтаж просто и легко!» станет получение детьми навыков для создания собственных видеопродуктов: как работать в профессиональной программе Adobe Premiere Pro, десять принципов монтажа и основы построения кадра, импорт и экспорт файлов, как правильно использовать цветокоррекцию и обрабатывать звук и т.д.

Цель проекта заключается в формировании элементов информационных и телекоммуникационных компетенций по телемонтажу, достижении достойного уровня информационной грамотности учащихся средней и старшей школы. Далее следует определить целевую аудиторию, на которую рассчитан данный проект. Цикл видеороликов по основам телемонтажа направлен на молодых людей возрастом от 14 до 18 лет, обучающихся в школе или Среднем специальном учебном заведении, имеющие желание получить знания и освоить новые компетенции. Пол или место жительства не являются определяющими критериями, так как продукт не зависит от пола или географического положения потребителя. Определив цели, можно сформулировать следующие задачи, которые следует решить в процессе реализации проекта:

- Собрать, изучить, структурировать материал по основам телемонтажа.
- Составить примерный план подачи материала обучающимся.

- Распределить имеющийся материал на пять отдельных видеороликов с выдержанным хронометражем.
- Написать сценарий к каждому видеоролику.
- Написать режиссерский сценарий (раскадровку) каждого ролика.
- Снять цикл видеороликов используя студийную запись и технологию записи экрана.
- Смонтировать отснятый материал.
- Согласовать и опубликовать материал.

Исходя из вышеперечисленной темы, целей и целевой аудитории проект будет реализован в жанре обучающих видеороликов. Данный жанр характеризуется, как современный и эффективный вид представления обучающего контента, позволяющий создавать различные формы учебной работы в интерактивном формате. Далее стоит определить критерии отбора учебного материала для обучающих видеороликов по основам монтажа:

- целостность отображения основных компонентов понятия «телемонтаж»;
- выделение главного в содержании, отбор наиболее нужных, универсальных и значимых элементов;
- соответствие материала возрастным особенностям обучающихся;
- соответствие времени, выделенного на изучение темы урока;
- соответствие целям и задачам обучения;
- материал должен совмещать в себе практический, теоретический, фактический и иллюстративный материал;
- материал должен отражать задачи формирования разносторонне развитой личности будущего специалиста;

На основе признаков жанра, обучающих видео и критериям отбора учебного материала, можно выделить выразительные средства, которые будут использоваться в каждом видеоролике цикла. Г. Н. Бровченко, выделяет следующие группы средств экранной выразительности [9]:

- пластические (цвет, свет, план, ракурс, спецэффекты);
- звуковые (шумы, музыка, голос);
- драматургические (тема, композиция, идея);
- монтажные.

Каждый видеоролик обучающего курса будет открываться заставкой с названием проекта. Музыкальное сопровождение будет использоваться как в открывающей заставке, так и на протяжении всей программы. Характер музыки: динамичная, активная, без слов, инструментальная. Среди основных визуальных средств выразительности следует назвать монтаж. При монтаже будут использованы такие приемы как инфографика (графический способ подачи информации) и скринкаст (запись того, что происходит на экране со звуковыми или текстовыми комментариями ведущего для наглядного и динамичного представления работы в монтажной программе Adobe Premiere Pro)

Подача материала в видеороликах будет в форме неформального общения с учениками – преподнесение сложной информации максимально простым языком, с использованием терминологии, но визуально яркими примерами. Ведущий программы будет придерживаться образа «антиучитель», стараясь быть ученикам больше другом или наставником в изучении ими новой информации.

Визуальное оформление каждого видеоролика характеризуется одинаковой стилистикой каждого выпуска программы. В превью (обложка видео, изображение для предварительного просмотра) будет присутствовать название цикла видеороликов и темы урока с интегрированной фотографией ведущего с дополнительными художественными элементами в виде картинок или вставок для большей яркости и заметности изображения.

Следующим пунктом в разработке концепции цикла видеороликов по основам телемонтажа для школьников «Монтаж просто и легко!» является необходимость прописать сценарий и структуру видеороликов. Видеоролик

цикла будет разделен на три основные части: теоретическую, практическую и проверочную. Первый блок видеоролика состоит из приветствия ведущего, небольшой вступительной части с обозначением изучаемых в данном видео тем и разбору теоретического материала, который пригодится для перехода на следующий этап работы. Теоретический материал будет сопровождаться примерами из советского и современного кинематографа для усиления визуального ряда и лучшего понимания темы. Вторая (практическая) часть обучающего видеоролика непосредственно нацелена на изучение работы программы Adobe Premiere Pro и самому монтажу. Зритель, следуя за ведущим, шаг за шагом будет монтировать свое видео, постепенно узнавая новые возможности программы, способы упрощения процесса монтажа и создания качественного экранного произведения. Третий блок – это небольшая проверочная часть видео, где ученик самостоятельно проверяет себя на то, как он усвоил информацию. Ведущий в форме теста задает три вопроса по пройденному материалу с четырьмя вариантами ответа, где лишь один является правильным. Далее идет заключение, где ведущий выделяет пройденные темы: «Сегодня ты научился...» и делает небольшой анонс на следующий урок, обозначая темы, которые будут изучаться в следующем видеоролике.

Следует конкретнее разобрать список тем и материалов, которые будут представлены в сценарии учебных видеороликов (в последующем «Уроки»). Урок первый включает в себя:

- введение: основные понятия при работе с видеоинформацией;
- понятие «телемонтаж»;
- эффект Кулешова;
- основные крупности планов;
- как крупности планов влияют на восприятие видео.

Урок второй:

- сущность и назначение, возможности программы Adobe Premier Pro;
- импорт файлов;
- интерфейс программы Adobe Premier Pro и основные инструменты работы с видео;
- понятие «Time Line».

Урок третий:

- этапы монтажа видео;
- режимы разрезания и склеивания кадров;
- понятие «клиповый монтаж»;
- основные горячие клавиши для упрощения работы в программе;
- создание простого видео под музыку.

Урок четвертый:

- понятие «видео и аудио переход»;
- Как накладывать переходы на изображение;
- Пять простых и эффектных видеопереходов.

Урок пятый:

- основы цветокоррекции;
- элементы управления эффектами;
- стабилизация
- создание титров к видео;
- экспорт готового видео.

Основным способом продвижения цикла видеороликов по основам телемонтажа для школьников «Монтаж просто и легко!» станет оптимизация страницы публикации видеороликов и привязка соответствующих содержанию видео тегов. Цикл видеороликов будет опубликован на личной странице ведущей программы Александры Прокофьевой в социальной сети «ВКонтакте», аудитория страницы составляет 411 человек, а среднее количество просмотров постов составляет 1200 просмотров. Также ссылка на

публикацию будет опубликована на личной странице ведущей в социальной сети «Facebook» и «Instagram». Каждый видеоролик будет сопровождаться небольшой преамбулой и комментарием от автора, так как подобное общение с аудиторией только положительно сказывается на продвижение продукта в социальных сетях. Цикл видеороликов также можно разместить на YouTube канале «Центр притяжения» 93 школы (612 подписчиков), на сайте и в официальной группе «МБУ «Школа № 93» г.о. Тольятти» (2013 подписчиков). Далее следует найти, изучить и проанализировать уже существующие аналоги данного медиапроекта, направленного на обучение такого навыка как телемонтаж. Для наглядности лучше всего отобразить аналоги и их характеристики в форме таблицы:

Таблица 1 – Анализ аналогов медиапроекта

Название курса	«Профессия Режиссер монтажа»	Супер Premiere Pro 2	«Видеомонтаж» для детей и подростков
Автор/Образовательная платформа	Skillbox	Александр Заботкин	Coddy
Цена (в рублях)	130 000	6 490	14000
Аудитория	Взрослые люди, как нулевым уровнем знаний о монтаже, так и с продвинутым	Для тех, кто хочет освоить видеомонтаж на профессиональном уровне	Дети от 10 до 14 лет
Количество уроков	169	104	6
Наглядность (мультимедийность)	Онлайн трансляции, демонстрация экрана, прямой контакт с аудиторией	Видео снятое только в формате скринкаста	Занятие в группах онлайн и офлайн, личное общение преподавателя с аудиторией
Уровень сложности	Начальный	Средний	Начальный
Продолжительность урока	От 60 минут	От 20 минут	От 60 до 120 минут
Подача материала	Неформальный стиль общения преподавателей	Научный стиль общения с аудиторией	Индивидуальный подход к ученикам, исходя из имеющихся знаний, опыта,

			скорости освоения материала
--	--	--	-----------------------------

Продолжение таблицы 1

Название курса	Курсы видеомонтажа для детей и подростков	«Уроки Adobe Premiere Pro»	«Видеомонтаж для детей»
Автор/Образовательная платформа	Айтигенио	Дмитрий Колотильщиков	IT-Школа Movavi
Цена (в рублях)	От 425 до 700 рублей за занятие	Бесплатный курс	От 4900
Аудитория	Дети от 10 лет	Новички и те, кто уже пробовал монтировать видео	Дети от 12-18 лет
Количество уроков	Максимальное количество уроков - 32	33	1 курс – 12 часов лекций и практических занятий
Наглядность (мультимедийность)	Видео снятое только в формате скринкаста	Видео снятое только в формате скринкаста	Курс только в офлайн режиме
Уровень сложности	Средний	Средний	Начальный
Продолжительность урока	От 15 минут	От 10 до 40 минут	1,5 часа
Подача материала	Неформальный стиль общения, много «воды» и ненужной информации	Некоторые моменты объясняются сложным для новичков языком	Индивидуальный подход к ученикам

При анализе аналогов можно сделать определенные выводы: качественные курсы по монтажу видеороликов являются либо дорогостоящими, либо проходят в режиме офлайн, что вовсе не подходит для самостоятельного изучения программы. Бесплатные уроки по монтажу представляют из себя обезличенные видео, записанные в формате скринкаста, не имеющие никакой эмоциональной окраски. Также они наполнены большим количеством ненужного материала, что существенно увеличивает хронометраж. Цикл видеороликов по основам телемонтажа для школьников «Монтаж просто и легко!» отличается от своих аналогов наличием ведущего, простой речью, нацеленностью на детскую аудиторию,

небольшим хронометражем. Также стоит заметить, что цикл видеороликов «Монтаж просто и легко!» бесплатный и будет располагаться в открытых источниках.

Последним этапом разработки концепции авторского цикла видеороликов является смета на производство и реализацию медиапродукта. Запись видео будет производиться и монтироваться в телестудии университета и на персональном компьютере автора. Таким образом, затраты на техническое оборудование отсутствуют. Так как видеоролики будут размещены на сайте молодежного медиахолдинга, а их продвижение будет осуществляться в социальных сетях и видеохостингах, это также не требует никаких финансовых вложений.

Таким образом, после подробного составления концепции проекта можно переходить к его реализации.

2.2 Реализация цикла видеороликов по основам телемонтажа для школьников «Монтаж просто и легко!»

Финальный этап создания медиапроекта – это реализация вышеописанной концепции цикла видеороликов по основам телемонтажа для школьников «Монтаж просто и легко!». Обозначив основную тему, определившись с форматом и видом подачи материала, выделив средства выразительности, необходимо перейти к более подробному описанию каждого ролика.

Выпуск №1.

Пилотный ролик знакомит зрителя с ведущим (автором) курса. После небольшого вступления и обозначения тем видео начинается основная теоретическая часть. Прежде всего необходимо донести зрителю, что монтаж – это соединение исходных отдельных кадров в цельную красивую картину и от того, как мы расположим те или иные отдельные части видео, будет зависеть восприятие зрителем фильма, а содержанием кадра, музыкой,

звуковыми эффектами и даже цветом изображения мы можем влиять на эмоции людей. Для того чтобы наглядно подтвердить данный тезис в выпуске показан эксперимент 1929 года основателя советской школы кино Льва Кулешова. «Эффект Кулешова» заключается в том, что содержание второго кадра способно полностью изменить смысл кадра первого.

Далее в ролике рассказывается о системе деления планов по крупности. Для упрощения зрителю представлено три основных крупности: общий план, средний, крупный. Каждый план не только описывается ведущим, но и наглядно показывается в форме картинки. После подробного рассмотрения каждой крупности кадра по отдельности, выделяется следующее правило: нельзя ставить одинаковые планы подряд. Это на психологическом уровне будет отталкивать зрителя и ему просто не захочется смотреть дальше. Лучше чередовать: общий – средний – крупный. Стоит заметить, что данное правило соблюдается и при создании самого обучающего видео.

В заключающей части ролика ученику предлагается пройти небольшой тест, на проверку усвоенных знаний. Всего в тесте три вопроса и четыре варианта ответа, где только один является верным.

Выпуск №2.

В начале второго ролика обозначается, что уже было изучено и какие темы будут раскрыты в дальнейшем. В первую очередь зрителю рассказывается о программе, в которой будет проходить сборка будущего видеоролика. Adobe Premiere Pro – это программа, которая позволяет выполнять нелинейный видеомонтаж. Программное обеспечение имеет достаточно понятный интерфейс и все необходимые функции для создания качественного видео. Программа позволяет писать титры, анимировать картинки, создавать инфографику, редактировать звуковые и видео файлы. Она подходит, как новичкам в монтаже, так и профессионалам. Зрителю предоставляется практический совет о том, с чего лучше всего начать работу в программе и как правильно подготовить материалы, которые будут использованы при монтаже.

Далее в формате скринкаста зрителю предоставляется пошаговая инструкция того, как создать новый проект, после чего идет ознакомление с рабочими областями программы:

- панель «Инструменты»,
- панель «Проект»,
- панель «Источник»,
- панель «Timeline» или «Монтажный стол»,
- панель «Программа»,
- панель «Индикаторы дорожек».

Каждая область подробно комментируется, раскрывается ее функционал и прямое назначение в программе. Например, на панели производится большая часть процесса фактического монтажа видео. На панели «Timeline» есть возможность создавать слои — соединять видеоклипы, изображения, графику и титры, используя до 99 видео дорожек и 99 аудио. После чего ученику показывается несколько способов импорта видео в проект.

Также в ролике было важно выделить «подводные камни», то есть проблемы, с которыми пользователь может столкнуться во время работы: при изменении места файла, он становится автономным, чего следует избегать. В заключении каждого ролика всегда следует проверочная часть с тестовыми заданиями.

Выпуск №3.

В третьем эпизоде разбирается важная тема для монтажера видео — упрощение работы в программе посредством использования «горячих» клавиш. В ролике подобраны основные комбинации клавиш на клавиатуре, которые позволяют ускорить процесс монтажа. Например, Ctrl+C — копировать, Ctrl+V — вставить, Ctrl+X — вырезать, Ctrl+Z — отменить действие, Ctrl+S — сохранить проект и другие. Каждая комбинация визуально представлена в обучающем ролике.

Когда зритель ознакомлен с интерфейсом программы и основными инструментами, начинается практическая часть, где вместе с ведущим он может смонтировать свой видеоролик. Для наглядности ученику предлагается смонтировать небольшой клип, то есть сделать ритмический монтаж (главный принцип: на каждый бит мелодии – новый кадр). Важно заметить, что в ролике есть практический совет, где найти музыку без авторских прав (фонотека YouTube). В ролике раскрываются такие термины как: «вейвформ», «музыкальное ударение», «сильная доля», «маркер». Если обучающийся следовал каждому шагу данного выпуска, то у него получится первый набросок своего собственного видеоролика. Но так как это еще не заключительный этап монтажа зрителю предлагается пройти тест на усвоенную им информацию и перейти к четвертому выпуску.

Выпуск №4.

В четвертом видеоролике цикла «Монтаж просто и легко!» раскрывается не самая очевидная, но важная тема – аудио и видео переходы. Они сильно влияют на удержание интереса аудитории. Качественный переход не только улучшает восприятие ролика, но и добавляет больше глубины и смысловой наполненности видео. На примере смонтированного материала из прошлого выпуска разбираются видео и аудио переходы, которые предлагает сама программа Adobe Premiere Pro. Также, помимо этого разбираются видео переходы, которые можно сделать вручную, что определенно выведет видеоролик на более высокий уровень:

1. L и J cut или «косая склейка»

J-cut – во время первого фрагмента видео уже звучит аудио из следующего отрезка. При L-cut, наоборот, сначала сменяется видеоряд и только вслед за ним – аудио. На примере в ролике показано, как аудио первого кадра ведет к следующему. Обычно данные переходы необходимы во время диалоговых сцен в фильме для того, чтобы показать эмоции разговаривающих людей. Приемы имеют такое название, потому что на

рабочем столе во время монтажа они визуально похожи на английские буквы «J» и «L» соответственно.

2. Джампкат

Джампкат – грубая нарезка кадров для динамики или если герой в видео запнулся. Важно заметить, что у данного приема есть смысловое применение. Например, чтобы подчеркнуть драматизм ситуации в фильме, показать что-то или иное действие идет достаточно большой промежуток времени.

3. Нарезка в момент действия

Переход используется во время того как персонаж видео совершает какое-либо действие и переход от одного плана к другому можно сделать прямо во время этого движения. В фильмах этот прием часто применяют в сценах с танцами или драками. Такая нарезка видео будет подсознательно усиливать интерес зрителя к просмотру видео.

4. Match cut

Match cut – это переход от одной сцены к другой на моменте какого-либо элемента, который выглядит идентично в обеих сценах. Это один из любимых видео переходов в кинопроизводстве.

Каждый переход иллюстрируется ярким примером из популярных кинокартин или видео нарезок находящихся в сети Интернет в открытом доступе. Далее следует тест на проверку усвоенной информации и заключение.

Выпуск №5.

В заключительном эпизоде авторского цикла видеороликов по основам телемонтажа для школьников «Монтаж просто и легко!» вносятся последние коррективы в монтируемого видео и разбирается экспорт готового проекта. Ролик разбит на четыре основные темы: цветокоррекция, стабилизация видео, создание титров и экспорт готового материала.

Цветокоррекция позволяет изменить цветовую гамму видеозаписи, а также улучшить ее глубину, насыщенность и контраст. Она задаёт

правильное настроение в сцене. Например, радость или грусть можно подчеркнуть разными цветовыми решениями. В комедиях преобладает желто-розовый оттенок картинки, а драма или ужасы уходят в зеленый или синий цвет. Данные тезисы сопровождаются вырезками из популярных голливудских фильмов, после чего следует подробная инструкция того, как сделать цветокоррекцию непосредственно в программе Adobe Premiere Pro. Выделяются новые термины: «Трехкомпонентный корректор цвета», «баланс белого», «баланс черного», «баланс серого».

Следующим этапом следует подробная инструкция наложения эффекта «Стабилизатор деформации», который при необходимости позволяет удалить тряску в видео, сделать его плавным. Видеоряд выполнен в формате скинкаста, для того чтобы зрителю было понятнее, как наложить эффект, как выглядит анализ данных и после чего видео можно считать обработанным.

Создание и титров и их дальнейшая анимация – заключительный этап обработки видео в цикле обучающих видеороликов. Далее идет только пояснение того, как экспортировать готовую работу. По прохождению всего курса, шаг за шагом следуя за ведущим, у обучающегося должно получиться готовое видео под музыку, с переходами, цветокоррекцией и текстом.

По итогу съемки и монтажа цикла видеороликов по основам телемонтажа для школьников была реализована концепция проекта «Монтаж просто и легко!». Цикл состоит из пяти видеороликов, общий хронометраж – 25 минут 9 секунд. Цикл будет опубликован 1 сентября 2021 года в связи с началом нового учебного года.

Заключение

В результате анализа научных источников, посвященных изучению видеороликов, как нетривиальной формы упаковки образовательного контента, можно выделить актуальность и востребованность обучающих видеороликов как для частных лиц, так и для всего медиаобразования в целом. Создание собственного видеоконтента как никогда является востребованным обществом навыком, особенно молодым поколением, так как большая часть интернет-сервисов рассчитаны на публикацию коротких в динамичных видео. Знания, полученные при изучении цикла видеороликов «Монтаж просто и легко!», учащиеся могут применить при создании своих собственных видеороликов, для визуализации своих научных и прикладных исследованиях, создании презентаций. Знания и навыки, полученные в результате просмотра и изучения данного медиапроекта, могут стать фундаментом для дальнейшего совершенствования мастерства в области съемки, монтажа и обработки видео.

Цикл видеороликов по основам телемонтажа для школьников «Монтаж просто и легко!» прошел так такие стадии разработки и реализации, как: концептуальное проектирование, реализация и подготовка продукта к распространению. Цикл рассчитан на учеников средней и старшей школы, поэтому при разработке продукта были учтены не только тематические, содержательные, технические, но и возрастные особенности. В концепции проекта прописаны тема, цель, задачи, главная идея, определен формат и проанализированы аналоги. Основным видом подачи материала был выбран способ скринкаста, но для большей наглядности в роликах присутствует постоянный ведущий. Также были продуманы языковые средства для облегчения восприятия аудиторией новой сложной технологической информации.

При написании сценария видеороликов были соблюдены такие принципы как: доступность изложения, авторские отступления, эффект

непосредственного общения автора с аудиторией, создание образа ведущего - «антиучитель».

Главными этапами работы над выпусками цикла видеороликов по основам телемонтажа для школьников «Монтаж просто и легко!» стали:

- выбор тем видеороликов;
- анализ и структурирование информации;
- написание сценария;
- съемка в телестудии и запись экрана;
- монтаж отснятого материала.

Размещение готового цикла видеороликов на Интернет-платформах;

В ходе реализации проекта были подготовлены и выпущены 5 видеороликов, раскрывающие следующие темы: основные принципы монтажа, крупности планов по Соколову А.Г., знакомство с программой Adobe Premiere Pro, ее интерфейс и основные функции, горячие клавиши программы, понятие «ритмический монтаж», стандартные аудио и видео переходы, цветокоррекция, стабилизация, как написать и анимировать простой текст. По прохождению всего курса, шаг за шагом следуя за ведущим, учащийся получит собственный готовый видеопродукт.

В видеороликах были использованы такие экранные выразительные средства как применение инфографики, технологии «хромакей», частая смена кадра, скринкаст, перебивки, музыкальное сопровождение и другие.

Список используемой литературы и используемых источников

1. Азаренок Н. В. Клиповое сознание и его влияние на психологию человека в современном мире // Психология человека в современном мире. Том 5. Личность и группа в условиях социальных изменений. М.: Институт психологии РАН, 2009. 110-112 с.
2. Андреева Ю. В. Парадигмы нового мышления и стратегии обучения журналистов. Казань: Изд-во Казан. Ун-та, 2016. – С. 359.
3. Аствацатуров Г. О. Эффективный урок в мультимедийной образовательной среде: практическое пособие. М.: Сентябрь, 2012. – 176 с.
4. Азимов Э. Г., Щукин, А. Н. Новый словарь методических терминов и понятий (теория и практика обучения языкам). М.: Изд-во ИКАР – 2009. – 448 с.
5. Баканов Р. П. Медиакритика в российских СМИ: специфика развития. Казань: Казан. унт, 2010. – С.342-350.
6. Бобров В. А. Художественные средства мультимедиа в контексте восприятия современной молодежной аудитории: автореферат диссертации. Санкт-Петербург, 2012. 18 с.
7. Бондаренко Е. А. Информационно-коммуникативная среда современного образования: этнокультурные аспекты медиаобразования. Москва: Изд-во Ин-та содержания и методов обучения РАО, 2008. С.23-28.
8. Бостанова Л. К. Особенности интернета как канала коммуникации // Журналист. Социальные коммуникации. 2012. № 4. С. 75-78.
9. Бровченко Г. Н. Сценарий неигрового фильма и экранные средства воплощения журналистского замысла: учебно-методическое пособие. М.: Ф-т журн., МГУ, 2010. — 92 с.
10. Буймов А. С., Антонов П. Ю. Создание учебного интерактивного видео в технологии Chromakey. Международный студенческий научный

вестник. – 2014. URL: <http://eduherald.ru/ru/article/view?id=11845> (дата обращения: 13.05.2021).

11. Видекер М. А., Заживнова О. А., Романов В. В. Применение технологии скринкастинга в разработке электронных учебных пособий. URL: http://grouper.ieee.org/groups/ifets/russian/depositary/v16_i1/pdf/2.pdf (дата обращения: 18.01.2016).

12. Видеомонтаж – искусство или волшебство [Электронный ресурс] : Сам Фильм.рф: сайт для творческих людей. 2009-2016. URL: http://www.samfilm.ru/publ/domashnee_video/videomontazh_iskusstvo_ili_volshebstvo/1-1-0-21 (дата доступа 20.02.2016).

13. Видео в обучении: создаем и вовлекаем [Электронный ресурс] : Официальный сайт АНО ДПО «Корпоративный университет Сбербанка». № 1 (39). 2021. URL: https://sberbank-university.ru/upload/iblock/eb3/EduTech_39_web.pdf.

14. Волкова И. И. Игровые форматы мультимедийной журналистики. Вестник РУДН. Серия: Литературоведение, журналистика. 2014. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/igrovye-formaty-multimediynoy-zhurnalistiki> (дата обращения: 05.03.2020).

15. Гатовская Д. А. Видеоурок – новый метод обучения. Педагогика: традиции и инновации: материалы VI Междунар. науч. конф. Челябинск: Два комсомольца, 2015. – С. 126-127.

16. Гуреева А. Н. Медиакоммуникационная деятельность российских вузов в интернет-пространстве (2014 – 2016 гг.): автореф. дис. канд. филол.наук. – Москва – 2017. – 24 с.

17. Егорова Ю. Н. Мультимедиа как средство повышения эффективности обучения в общеобразовательной школе: автореферат диссертации. Чебоксары, 2000. 50 с.

18. Жилавская И. В. Качество журналистики как медиаобразовательная проблема. Вестник Волжского университета имени

В.Н. Татищева. – 2016. - № 3 (21). В 2-х т. Т.1 Филологические науки. – С. 141- 147.

19. Жилавская И. В. Медиаобразование молодежи: монография. М.: РИЦ МГГУ им. М. А. Шолохова, 2013. – 243 с.

20. Ильина Н. А. Переносим лекции в онлайн: разработка видеоконтента для реализации учебного процесса в электронной среде. ТПУ, 2015. – 38 с.

21. Исакова Т. Б. Журналистское образование в условиях модернизации. Вестник Челябинского государственного университета. Филология. Искусствоведение. Выпуск 94. 2015. №5 (360). – С.383-388.

22. Кавера В. А. Современные педагогические технологии в системе дополнительного образования детей. Труды СПбГИК. 2013. №. 6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-pedagogicheskie-tehnologii-vsisteme-dopolnitelnogo-obrazovaniya-detey> (дата обращения: 13.04.2021).

23. Касаткина Н. Э. Возрастные особенности подростков и методы организации образовательного процесса. Вестник КемГУ. 2014. №3 (59). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozrastnye-osobennosti-podrostkov-imetody-organizatsii-obrazovatel'nogo-protsessa> (дата обращения: 13.04.2021).

24. Кокка Ж. В., Лихачева Л. С. Игровые формы досуговой деятельности подростков. Человек в мире культуры. 2016. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/igrovye-formy-dosugovoy-deyatelnosti-podrostkov> (дата обращения: 16.05.2021).

25. Копылов Д. С., Лямин А. В. Технологии разработки мультимедиа курсов // Информационная среда вуза XXI века: материалы VII Международной научнопрактической конференции (23 - 27 сентября 2013 года). – Петрозаводск, 2013, с. 189-201.

26. Копылов Д. С., Лямин А. В., Сквишлевский А. А., Тихонов Д. О. Репозиторий учебно-методических материалов НИУ ИТМО // Труды XX Всероссийской научно-методической конференции Телематика, 2013. – Санкт-Петербург, 2013. – Т. 1. – С. 163-164.

27. Коханова Л. А. Роль школьных медиacentров в профессиональной ориентации детей и подростков. 2017. №4 (26). URL:<https://cyberleninka.ru/article/n/rol-shkolnyh-mediatsentrovv-professionalnoy-orientatsii-detey-i-podrostkov> (дата обращения: 10.05.2021).
28. Краснова Т. И. Видео Интернет ресурсы в учебном процессе // Молодой ученый. 2012. № 9. С. 281–283.
29. Куличкина Г. В. Медиа как фактор формирования творческой личности школьника, 2017. №4(26). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/media-kak-faktor-formirovaniyatvorcheskoy-lichnosti-shkolnika> (дата обращения: 10.05.2021).
30. Морозова М. А. Использование видео сервиса YouTube на занятиях по иностранному языку // Молодой ученый. 2015. № 3 (83). С. 819-821. URL: <https://moluch.ru/archive/83/15417/> (дата обращения: 10.05.2021).
31. Лучшие приложения в мире за январь 2021 по загрузкам [Электронный ресурс] : SensorTower Inc. 2020. – URL: <https://sensortower.com/blog/top-apps-worldwide-january-2021-by-downloads> (дата обращения 04.02.21).
32. Лямин А. В., Чежин М. С. Построение электронных курсов для открытого онлайн-обучения // Труды XX Всерос. науч.-метод. конф. «Телематика 2013». СПб., 2013. Т. 1. С. 165-166.
33. Малгаров И. И., Барахсанова Е. А. Медиаобразование в школе: практический опыт // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2016. – Т. 30. – С. 54–57.
34. Марков О. И. Сценарная культура режиссеров театрализованных представлений и праздников (Сценарная технология): учебное пособие. Краснодар, 2004. 346 с.
35. Медиапотребление в России – 2020 [Электронный ресурс] : Исследовательский центр компании «Делойт» в СНГ, Москва, октябрь 2020 – URL: <https://www2.deloitte.com/ru/ru/pages/technologymediandtelecommunications/articles/media-consumption-in-russia.html> (дата обращения: 13.05.2021).

36. Осипов К. В. Специфика молодёжной интернет-аудитории // Проблемы Науки. 2017. №17 (99). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/spetsifika-molodyozhnoy-internet-auditorii> (дата обращения: 13.05.2021).
37. Соколов А. Г. Монтаж: телевидение, кино, видео. М., 2003. – С. 206.
38. Тихомиров В. П. Мир на пути SMART EDUCATION. Новые возможности для развития // Открытое образование. 2011. № 3. с 22 – 28.
39. Федоров А. В. Медиаобразование: история, теория и методика. – М.: Ростов: ЦВВР. 2001. – 708 с.
40. Федоров А. В. Медиаобразование и медиаграмотность. Таганрог: Изд-во Кучма, 2004. – 340 с.
41. Федоров А. В., Челышева И. В. Медиаобразование в России: краткая история развития: монография. Таганрог: Изд-во "Познание", 2002. – 266 с.
42. Федоров А. В. Развитие медиакомпетентности и критического мышления студентов педагогического вуза. М.: Изд-во МОО ВПП ЮНЕСКО «Информация для всех», 2007. 616 с.