

# Izrada promotivnog filma " Petogodišnji uspon međimurskog sporta"

---

**Deždek, Roberto**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2023**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **University North / Sveučilište Sjever**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:381287>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-03-12**



*Repository / Repozitorij:*

[University North Digital Repository](#)



Sveučilište Sjever

Stručni studij multimedije, oblikovanja i primjene



Završni rad br. 840//MM/2023

**Izrada promotivnog filma**

**“Petogodišnji uspon međimurskog sporta”**

**Student**

Roberto Deždek, 4088/336

**Mentor**

mr. sc. Dragan Matković, dipl.ing.,

viši predavač

Varaždin, kolovoz 2023.



## Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

ODJEL	Odjel za multimediju		
STUDIJ	Preddiplomski stručni studij Multimedija, oblikovanje i primjena		
PRISTUPNIK	Roberto Deždek	MATIČNI BROJ	4088/336
DATUM	25.8.2023.	KOLEGIJ	Digitalna videoprodukcija
NASLOV RADA	Izrada promotivnog filma "Petogodišnji uspon međimurskog sporta"		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Production of the promotional film "Five-year rise of Međimurje sport"		
MENTOR	mr.sc. Dragan Matković dipl.ing.	ZVANJE	Viši predavač
ČLANOVI POVJERENSTVA	doc. dr.sc. Andrija Bemik - predsjednik		
	1.	mag.rei.publ. Nikola Jozić, pred. - član	
	2.	mr. sc. Dragan Matković, v.pred. - mentor	
	3.	pred. Nikolina Božević Horvatić, dipl.ing. - zamjenski član	
	4.		
	5.		

### Zadatak završnog rada

BROJ	840/MM2023
OPIS	Cilj izrade ovog rada je ljudima pobliže predstaviti jedini sportski portal u Međimurju te čovjeka koji stoji iza ideje stvaranja istog. Film se radi povodom proslave pet godina postojanja portala. Sama tematika promotivnog filma prikazuje priču nastanka, proširenja, postignute uspjehe te događaje organizirane od strane sportskog portala. Kraj rada sadržava prikaz analize promotivnog tima s cijem ga se provjeri da li je ciljana skupina pratila, shvatila te nešto naučila o samom portalu iz samog promotivnog filma.
U radu je potrebno:	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Definirati pojam promotivnog tima</li><li>2. Opisati osnovne termine videoprodukcije</li><li>3. Prikazati proces predprodukcije</li><li>4. Prikazati proces produkcije odnosno snimanja</li><li>5. Prikazati proces montaže u programu Wondershare Filmora 9</li><li>6. Napraviti analizu i utvrditi uspješnost promotivnog filma</li></ol>

ZADATAK URUČEN 29. 08. 2023.



*[Handwritten signature]*



## Sažetak

Cilj izrade ovog rada je ljudima поближе predstaviti jedini sportski portal u Međimurju te čovjeka koji stoji iza ideje stvaranja istog. Film se radi povodom proslave pet godina postojanja portala. Sama tematika promotivnog filma prikazuje priču nastanka, proširenja, postignute uspjehe te događaje organizirane od strane sportskog portala. Prema zahtjevima vlasnika izrađen je plan snimanja, scenarij te su odabrani sugovornici. Isto tako prikazana je odabrana tehnička oprema koja se koristila te završna obrada snimljenog materijala u programu WondershareFilmora 9. Također predstavljene su filmske vrste i podvrste vezane uz sami promotivni film. Kraj rada sadržava prikaz analize promotivnog filma s ciljem da se provjeri je li ciljana skupina pratila, shvatila te nešto naučila o samom portalu iz samog promotivnog filma, što je ujedno i cilj završnog rada.

**Ključne riječi:** promotivni film, sportski portal, predprodukcija, produkcija, postprodukcija, knjiga snimanja, petogodišnji uspon

## **Abstract**

The goal of creating this work is to present to people the only sports portal in Medjimurje and the man behind the idea of creating it. The film is made on the occasion of the celebration of five years of the portal's existence. The theme of the promotional film itself shows the story of its creation, expansion, achieved successes and events organized by the sports portal. According to the owner's requirements, a recording plan, script and interviewees were selected. The selected technical equipment that was used and the final processing of the recorded material in the WondershareFilmora 9 program are also presented. Film types and subtypes related to the promotional film itself are also presented. The end of the paper contains an analysis of the promotional film with the aim of checking whether the target group followed, understood and learned something about the portal itself from the promotional film itself, which is also one of the aims of the final paper.

Keywords: promotional film, sports portal, pre-production, production, post-production, recording book, five-year rise





## Sadržaj

1. Uvod .....	1
2. Osnovni termini videoprodukcije.....	3
2.1. Kadar .....	3
2.2. Rakurs (Kut snimanja) .....	3
2.3. Kretanja kamere .....	3
2.4. Filmski plan.....	4
2.5. Okvir .....	5
2.6. Kompozicija .....	5
2.7. Osvjetljenje.....	6
2.8. Zvuk .....	6
2.9. Filmska kamera.....	7
2.10. Boja.....	8
2.11. Promotivni film.....	9
2.12. Predprodukcija .....	9
2.13. Produkcija.....	10
2.14. Postprodukcija.....	11
3. Izrada promotivnog filma <i>Petogodišnji uspon međimurskog sporta</i> .....	12
3.1. Predprodukcija za promotivni film <i>Petogodišnji uspon međimurskog sporta</i> .....	12
4. Produkcija.....	27
4.1. Produkcija za promotivni film <i>Petogodišnji uspon međimurskog sporta</i> .....	27
4.1.1. Proces snimanja .....	27
4.1.2. Nikon D750 fotoaparata .....	28

4.1.3. Stativ Cullmann Mundo 528 M.....	29
5. Postprodukcija .....	31
5.1. Postprodukcija za promotivni film Petogodišnji uspon međimurskog sporta.....	31
5.1.1. Wondershare Filmora 9.....	31
5.1.2. Montaža promotivnog videofilma u Wondershare Filmora 9 .....	32
6. Analiza rezultata ankete .....	38
7. Zaključak.....	44
8. Literatura.....	46
9. Popis slika i tablica .....	48
10. Prilozi.....	49

## 1. Uvod:

Uvodni dio rada je ujedno i objašnjenje pojmova poput produkcije, plana te tehnike snimanja, montaže i drugih. Objašnjen je pojam promotivnog filma s nekim primjerima te na njima ujedno prikazani elementi važni za kreiranje ovog rada. Isto tako opisane su karakteristike korištene opreme potrebne za snimanje te programa za postproduksijsku obradu poput Wondershare Filmora 9. Kroz završni rad bit će opisani svi koraci potrebni za nastajanje promotivnog filma od same knjige snimanja, potrebne opreme, te kasnije montaže. Osim teorijskog dijela predprodukcije, produkcije i postprodukcije uz najvažnije elemente potrebne za izradu promotivnog filma, biti će opisan i praktični dio. Kraj rada sadržavat će prikaz analize promotivnog filma, anketom kreiranom putem Google obrasca s ciljem da se provjeri da li je ciljana skupina pratila, shvatila te nešto naučila o samom portalu iz promotivnog filma.

Promotivni film je poslovni film s namjerom promoviranja proizvoda, informiranja o nekom projektu ili stvaranje imidža neke destinacije i slično. Takva vrsta filmova postala je jako popularan način promocije. Kako bi sam promotivni film nastao potrebno je slijediti korake u izradi istoga. [7]

Predprodukcija je rana faza planiranja svih komponenti svakog projekta, uključujući reklame, glazbene spotove, kratke, igrane te promotivne filmove. Ovaj ključni korak definira koliko će faza proizvodnje biti učinkovita, organizirana te u konačnici, uspješna. U njemu se opisuje proces planiranja te se izrađuje knjiga snimanja, odabire mjesto i vrijeme snimanja te potencijalni glumci i ciljana publika. [3]

Produkcija je faza proizvodnje, također poznata kao glavna fotografija, odnosno tada počinje snimanje. Ona opisuje poslove produkcijskog tima koje je u ovom slučaju izveo sam autor. U ovoj fazi se, prateći scenarij i knjigu snimanja izrađenih u predprodukciji, produciraju grafike, zvučni efekti, rasvjeta, angažiraju glumci i pripremaju scene te odvija snimanje te zapis na neku vrstu medija. [5]

Postprodukcija je završna faza koja slijedi nakon produkcije kada je snimanje završeno te počinje montaža vizualnih i audiomaterijala. Odnosi se na sve zadatke povezane s rezanjem neobrađenih snimaka, sastavljanjem tih snimaka, dodavanjem glazbe, sinkronizacijom, zvučnim efektima i ostalim. [6]

*Međimurska sportska mreža* je sportski portal koji broji više od 22000 pratitelja na Facebooku. Postoji već pet godina, a do sada je portal organizirao i pratio razne sportske događaje pisanjem članaka ili snimanjem te prijenosom uživo istih. Za sav taj trud stigla je i nagrada Hrvatskog zbora sportskih novinara. Isto tako *Međimurska sportska mreža* uspjela je ući na tržište sportskog novinarstva i marketinga te postati jedan od vodećih sportskih portal sjeverozapadne regije Hrvatske, a u javnosti je

vrlo dobro prihvaćena. Promotivni film snimljen je na više lokacija u Čakovcu gdje je ujedno i njihovo sjedište. Prije samog snimanja, dogovoren je sastanak sa vlasnikom koji je u razgovoru iznio svoja očekivanja te naveo svoje zahtjeve u izradi samog promotivnog filma. Za snimanje svih kadrova koristili su se posuđeni Nikon D750 fotoaparati te stativ Cullmann Mundo 528M, a prilikom snimanja intervjua poslužio je ugrađeni mikrofon.

Cilj izrade ovog rada je ljudima pobliže predstaviti jedini sportski portal u Međimurju te čovjeka koji stoji iza ideje stvaranja istog. Film je ujedno rađen povodom proslave pet godina postojanja te će kasnije biti objavljen na društvene mreže putem kanala portala. Na taj način privući će se još više novih čitatelja, potencijalnih sponzora, a ujedno i prigodnim filmom proslaviti pet godina postojanja.

## 2. Osnovni termini videoprodukcije

### 2.1. Kadar

Dio filma u kojem se bez ikakvih promatračkih prekida prati prizorno zbivanje naziva se kadar. Kada se snimka ostvari uključenjem i isključenjem kamere tada je kreiran snimateljski kadar, a kada ju se umontira u filmsko djelo tada je riječ o montažerskom kadru. Kadar je određen svojim sadržajem (onim što se u njemu vidi), parametrima kadra (načinom na koji se to vidi) te trajanjem. Kadriranje je postupak određivanja, onoga što će se i kako vidjeti u kadru, a raskadriranje je razdjeljivanje scene, na uzastopne kadrove. Može se sastojati od samo jedne slike, no uglavnom se sastoji od više njih, povezanih tako da kod gledatelja izazivaju dojam prividna kretanja. [23]

### 2.2. Rakurs (Kut snimanja)

Rakurs je jedan od parametara kadra. Označava nagib promatranja po okomici, odnosno položaj kamere u odnosu na objekt snimanja. Ako se određuje prema razini očiju i prikazuje subjekt u prirodnim dimenzijama tada govorimo o normalnoj vizuri. Gornji rakurs je kad se prizor promatra odozgo prema dolje. Krajnji gornji rakurs naziva se ptičja perspektiva, a kad je kamera minimalno iznad snimanog objekta, onda je riječ o "laganom" gornjem rakursu. Koristi se u totalu za obuhvaćanje prostora te se subjekti snimani iz njega čine manjima. Ako snimamo odozdo prema gore to je donji rakurs. Jaki donji rakurs naziva se žablja perspektiva, a ako je nagib kamere lagan tada je riječ o "laganom" donjem rakursu. Stvara nam dojam napetosti te se snimani subjekti čine većima nego što jesu. [24]

### 2.3. Kretanja kamere

Kretanja kamere su kinetički aspekti uporabe kamere pri snimanju, odnosno njihova očitovanja u projiciranoj snimci. Kamera može biti statična, nepomična, a može biti i dinamična, odnosno pokrenuta. U počecima kinematografije prevladavaju statični snimci, kao iskustvo naslijeđeno iz statične fotografije te kao posljedica nasljeđivanja kazališne točke. Prva prakticiranja dinamične kamere zabilježena su potkraj 19. stoljeća.

Statična kamera redatelju omogućuje kontrolu nad svim komponentama kadra te lakše i preciznije vizualno komponiranje istoga. Statičnost potencira dinamičke komponente unutar kadra (pokrete glumaca, vozila). Pravi efekt dobiva u duljim kadrovima, kada se zbog izostajanja drugih informacija gledatelj počinje usredotočavati upravo na statičnost snimke, što u kontekstu djela može dobivati

razne psihološke, dramaturške i slične vrijednosti te se zbog toga često upotrebljava na samom završetku filma. Općenito, statična kamera jedna je od bitnih značajki primitivnog narativnog stila u kojem se teži usredotočenju na djelovanje likova ili na registraciju radnje (pokreta u prizoru).

Dinamična kamera ima dva osnovna modusa pomicanja kamere: panorama i vožnja. Panorama (švenk njem. *schwenken*: okrenuti) kamera čvrsto utemeljena svojim stativom, koja se rotira oko svoje osi, odnosno oko glave stativa. Panorama ulijevo ili udesno naziva se horizontalno panoramiranjem, a panorama prema gore ili prema dolje vertikalno panoramiranje. Takva dinamika točke promatranja izrazito je funkcionalna kod filmova jer se postupno, ponekad i analitički prikazuju pojedini dijelovi filmskih prizora (segmenti prostora, dijelovi nekog zbivanja). Panoramom se pozornost zadržava na osnovnoj komponenti zbivanja (panoramskim praćenjem lika u pokretu), ali se može i premještati, prenositi s jednog lika na drugi, s jednog dijela radnje na drugi. Kada nisu izričite motivirane radnjom ili šire kontekstualno, panorame su retorički i uže dramatski osobito efektne. Tada vrlo jasno, sugeriraju autorovu točku gledišta, pa stvaraju stav očekivanja, napetost, perspektivu iznenađenja (kriminalistički filmovi, filmovi strave).

Vožnja je pomicanje kamere zajedno sa njezinom podlogom na nekom vozilu ili specijalnim kolicima. Postoje tri osnovna tipa vožnje: bočna vožnja — kad kamera vozi uz neki objekt, vožnja prema naprijed — kada se kamera iz početne točke promatranja bliži nekom objektu (služi za izdvajanje nečega iz šireg konteksta prostora i zbivanja) i vožnja prema natrag — kad se kamera udaljava od nekog objekta (služi uklapanju nekog objekta u širi kontekst). Tipovi mogu biti horizontalni ili vertikalni (nazivu se dodaju još i odrednice prema gore ili prema dolje), a kod bočne odnosno prateće vožnje još se upozorava na to je li ona ulijevo ili udesno.

Mijenjanjem prostornih koordinata temeljne točke promatranja, vožnja pojačava trodimenzionalna obilježja filmskog prostora te iluziju dubine. Tim funkcijama vožnje usporedni su efekti stvaranja stava anticipacije (kod vožnje prema naprijed - sugerira se bliženje nekom cilju i konvencija uvođenja u retrospekcije, dok vožnjom prema natrag dobijamo doživljaj iznenađenja). Ukoliko, pak, vožnje nisu jasno motivirane radnjom ili kontekstualno, (gibanje kamere je ravnocrtno i jednoliko) te djeluju kao indikator autorove točke gledišta. [10]

#### **2.4. Filmski plan**

Filmski plan jest udaljenost kamere od objekta snimanja, a njime se definira odnos lika i okoline. Vrste planova ovise o tome koliko smo blizu ili daleko osobi, događaju ili predmetu koji snimamo. Razlikujemo sljedeće vrste planova: američki plan (čovjek snimljen od glave do koljena), blizu (osoba

je snimljena do prsa), detalj (manji dio nekog lika ili ambijenta, snima se iz velike blizine i često se koristi za prijelaz na sljedeći kadar), krupni plan (čovjekova glava ili lice ispunjavaju kadar, koristi se za prikaz emocija te kako bi se istaknula nečija važnost), polublizu (čovjek od glave do pojasa), srednji plan (prikazuje osobu od glave do pete) i i opći plan ili total (cjelina nekog ambijenta u kadru, daje puno informacija o okolini snimanog objekta).

Promatrajući prizor, planovi naznačuju da li se fokusiramo na važne elemente u kadrovima izbliza (blizu, detalj, krupni plan, polublizu) ili izdaleka (američki, srednji, total). Vrsta informacija koje su prisutne u kadru i raspodjela pažnje ovise o udaljenosti. U slučaju bližih planova, veća pažnja se posvećuje liku, što omogućuje detaljnije informacije o liku, dok se manje pažnje pridaje pozadini. S druge strane, u daljnjim planovima se pružaju detaljnije informacije o ambijentu. Udaljenost je i indikacija odmaknutosti od prizora ili promatračke uvučeniosti, te je u bližim kadrovima gledatelj u prisnijem prostornom odnosu prema likovima i stvarima, a u daljnjima u distanciranijem odnosu. [11]

## **2.5. Okvir**

Okvir je uobičajeni naziv za za granice između filmske slike na platnu i neosvjetljenog okoliša. Određuje se kroz izrez vratašca projektoru u toku snimanja te prikazuje otklon od stvarnosti. Upućuje gledatelja na ono što u filmu utječe na zbivanja u okviru te na ono što se nalazi izvan istoga. Četverostraničnost, pravokutnost te ravnocrtnost okvira u filmu pokazale su se kao najprihvatljiviji standard za snimanje kamerama i projiciranje projektorima te za tehnološke postupke u kasnijoj obradi filma. Pokušaji sa zaobljenim rubovima ostali su u domeni eksperimentiranja i vrlo vjerojatno nikad neće zaživjeti. Postoji nekoliko formata okvira, a najkorišteniji su 4:3 i 16:9, a gledatelji drugačije dožive iskustvo gledanja filma, ovisno o korištenom format (veći okvir - bolji doživljaj filma, najbolji primjer je gledanje filmova u kinu). [12]

## **2.6. Kompozicija**

Kompozicija jest raspored prostornih odnosno vizualnih komponenti u pojedinom dijelu filma, odnosno međusoban raspored elemenata u prostoru. Ako se raspored elemenata pomno razradi, kadar je puno efektivniji. Određuju je redatelj i snimatelj imajući u vidu sadržaj kadra i njegovu funkciju u cjelini, a kompozicijom se nastoji privući pozornost gledatelja na objekte ili subjekte koje želimo istaknuti te učiniti kadar jasnim i ugodnim za gledanjem.

Postoje četiri vrste kompozicije u filmu: dijagonalna (ističe dinamičnost, ali i labilnost), horizontalna (najčešće služi izražaju čvrstoće, mirnoće, stabilnosti i sigurnosti) kompozicija geometrijskih oblika (izražava dovršenost, konačnost te maksimalnu stabilnost) i vertikalna kompozicija (stvaranje osjećaja dostojanstva, nadmoćnosti i veličine). Također kod kompozicije treba poštivati i dva pravila: pravilo trećine i zlatni rez (kompozicijski zakon kod kojeg se manji dio prema većem odnosi kao veći prema ukupnom dijelu). Pravilo trećine – podjelom kadra na tri jednaka okomita i vodoravna dijela, dobija se mreža koja olakšava kadriranje. Kada se snima neki objekt, taj objekt se postavlja na točke interesa (mjesta na kojima se vertikalni i horizontalni pravci sijeku). [13]

## **2.7. Osvjetljenje**

Osvjetljenje spada među ključne faktore pri izradi filmova, a njezinu važnost nije smanjila ni napredna postproduksijska obrada. Svjetlo ima vrlo važnu ulogu u našoj svakodnevici, jer o njemu ovisi funkcionalnost prostora u kojem se nalatimo, a njegov intenzitet utječe na atmosferu koja nas okružuje. Upravo iz tog razloga osvjetljenju režiseri filmova posvećuju posebnu pažnju. Osvjetljenjem se želi postići traženi kontrast, koji je preduvjet da bi kadar uopće bio oku ugodan. Osigurava se vidljivost, a ističe ono najvažnije na sceni (npr. lice glumaca od njihove pozadine). Također njime pokušavamo istaknuti određene boje, a dodatno se na tome radi u kasnijoj postprodukciji snimljenog video materijala. Također ako se želi dobiti kadar scene iz davnog vremena, to se također može postići namjernim korištenjem zastarjelih ideja postavljanja rasvjete. Pomoću svjetlosti moguće je postići i efekt prostranosti, kao i svaki tip atmosfere, od mračne i zastrašujuće do vesele i optimistične, što je i jedan od ključnih faktora pri snimanju filmova.

Filmska rasvjeta uvijek ima svoje glavno svjetlo. Svrha glavnog svjetla je osigurati korektne tehničke uvjete za snimanje, ali i istaknuti sve ono najvažnije (ima bitnu ulogu u stvaranju atmosfere i dojma realističnosti). Dopunsko svjetlo ublažava kontrast koji je stvorilo glavno svjetlo svojim djelovanjem unutar kadra, a da pri tome ne stvori vlastite sjene. Stražnje svjetlo iscrtava obrise predmeta na onoj strani koju glavni rasvjetni objekt nije osvjetlio, dok pozadinsko svjetlo osvjetljuje pozadinu i čini da fokus gledatelja ostane na najvažnijim detaljima nekog kadra. [19]

## **2.8. Zvuk**

Iako ga do 1927. godine nije bilo, zvuk je danas neizostavan dio svakog filma. Zvuk se javlja kao titranje molekula u krutim, plinovitim i tekućim tvarima koje posjeduju elastična svojstva, te ga percipiramo putem čula sluha. Nastaje kada gustoća elastičnog medija varira kao rezultat



periodičnih promjena položaja čestica materije ili objekta. Funkcionalnost zvuka seže od jednostavnih i suptilnih zvučnih podloga, koje su gotovo neprimjetne i služe kao zamjena tišini do spektakularnih skladbi, pa je tako ponekad sam zvuk efektivniji od vizualnog dojma scene koju upotpunjuje. Toliko je bitan da mnogi ljubitelji filma gotovo odmah prepoznaju glazbu iz poznatih filmova te je to dokaz koliko efektivan zvuk može biti u filmu. Tri su načelne vrste filmskog zvuka: govor (dijalog), šum i glazba. Prema podrijetlu zvukova postoje prizorni zvuk (onaj koji ima utvrdiv izvor u predočenu prizoru) i neprizorni zvuk (popratna glazba), odnosno zvuk koji je dodan (snima se odvojeno od slike, a tako se i naknadno obrađuje). [15]

Loš zvuk, čak i uz najljepše kadrove, može gledatelju dati lošu predodžbu o filmu. Kamere ne snimaju dobar zvuk, stoga se na snimanjima najčešće koristi mikrofoni. Mikrofoni je sprava koja pretvara akustičnu energiju u električnu. Postoji nekoliko vrsta mikrofona, a ovisno o tome što se želi postići bira se između ovih opcija. Bubice (eng. lavalier) - mali mikrofoni koji služe za snimanje govora osobe te se pričvršćuju na gornji dio odjeće. Mikrofoni s uskom usmjernom karakteristikom (eng. shotgun) – dobar odabir kod filmskog snimanja jer snimaju zvuk u malom kutu, dok su iz ostalih smjerova slabo osjetljivi na zvuk. Ručni mikrofoni (eng. handheld) – koriste se za snimanje izjava govornika obično u javljanjima uživo ili reportažama te ugrađeni mikrofoni (eng. *built-in*) koji se stavljaju na kamere. Većina novih kamera za snimanje čistog zvuka bez šumova, ima ugrađenu funkciju AGC (engl. *Automatic Gain Control*). Koristi se za kontrolu zvučnog signala, za stišavanje prejakog signala da ne dođe do izobličenja zvuka te za pojačavanje slabijeg signala kako bi bio glasniji. [2]

## **2.9. Filmska kamera**

Filmska kamera je optički uređaj za snimanje filma. Isti optički princip rada kao i fotografski aparat, ali s bitnom razlikom. Pojedinačne slike snima u slijedu, na filmskoj vrpici sa pravilnim vremenskim razmacima. Filmska kamera temelji svoj rad na dva osnovna principa koji su uvjetovali izum filma. Prvi je intermitentni mehanizam, koji omogućuje isprekidno kretanje filma kroz vratašca filmske kamere i tamo se u ravnomjernom nizu vrši isprekidana ekspozicija sličica. Drugi osnovni princip je perzistencija vida (tromost oka), koja uzrokuje vidni doživljaj prividnog kretanja. Cjelokupan prividan pokret filmske slike postiže se spajanjem ta dva principa. Kretanjem filmske vrpce kroz kameru i gledateljevog subjektivnog dojma, kao da sam sudjeluje u tom pokretu. Prvu filmsku kameru proizveli su u Lyonu braća Lumière. Mladi brat Louis želio je konstruirati projekcijski aparat kako bi omogućio prikazivanje filma većem broju gledatelja te je u svom naumu i uspio. Izumio je cinématographe (kombinirana kamera i projektoru), sa ekscentričnom pogonskom zupčastom

hvataljkom, koja je u pravilnim vremenskim razmacima propuštala celuloidnu vrpce kroz vratašca kamere i projektora. Brat Auguste uskočio mu je u pomoć te su zajedno adaptirali čunjak tadašnjega šivaćeg stroja i tako riješili problem zaustavljanja filmske vrpce i izmjeničnog pokretanja. Krajem 1894. Završio je svoj „izum“, a krajem 1895. u Parizu je pomoću cinématographe omogućio je prvo javno prikazivanje filma. Pošto je cinématographe braće Lumière bio je bez sumnje najsavršeniji od svih dotad, već do polovice iduće godine bio je u upotrebi gotovo u cijeloj Europi, a ubrzo i širom svijeta. [16]

**Digitalna videokamera** – elektronički je uređaj koji snima informacije i pohranjuje informacije (slike i videozapise) o pokretnoj slici iz okruženja uživo digitalno kao piksele, a ne na film. Iako su ljudi sumnjali, digitalna fotografija uspješno je zamijenila film. Digitalna kamera sastoji se od senzora slike (CCD ili CMOS), medija za pohranu, objektiva, LCD zaslona i drugih elemenata (bljeskalice, baterije, filtra, otvora blende i zooma). [22]

Suvremene kamere možemo podijeliti na 3 vrste. Kameru spoenu na baznu stanicu koja je spojena na sustav snimanja (preko televizijske infrastrukture), kameru spoenu na snimač te kamkorder. Kvaliteta kamere određena je s nekoliko osnovnih značajki. Oštrinom, osvjetljivošću (signal-šum), rasponom kontrasta, širinom ekspozicije te reprodukcijom boja i pokreta. Važno je napomenuti da kvaliteta videokamere nije samo određena pojedinačnim značajkama, već i cjelokupnom kombinacijom njihove izvedbe [14]

## **2.10. Boja**

Vidni osjet ovisan o frekvenciji svjetlosnog zračenja naziva se boja. Ljudsko oko opaža uzak spektar elektromagnetskog zračenja, a to je vidljivo zračenje (od približno 380 nm do 760 nm) te u tom spektru ljudsko oko razlikuje oko 10 milijuna različitih nijansi boja. Osnovne karakteristike svake boje su njezin ton (ovisan o frekvenciji zračenja), svjetlina (ovisna o intenzitetu) i zasićenost (ovisna o čistoći boje, odnosno o dodatku akromatskih boja: crne ili bijele). Prema teoriji Helmholtza i Younga, ljudsko oko posjeduje tri odvojena receptora za tri osnovne boje (crvenu, žuto-zelenu i plavu). Kombiniranjem signala ovih triju osnovnih osjeta boje stvara se percepcija različitih boja. [17]

U ranim danima kinematografije, boja na filmu rijetko se koristila. Postojala su dva načina za stvaranje filma u boji: ručno nanošenje boje na crno-bijelu sliku i korištenje posebnih fotografskih postupaka kao što su tintiranje i toniranje. 1906. godine pojavio se kinemacolor koji se bazirao na perzistenciji vida jer se u kameri mogao naći jednostavan crno-bijeli film. Ispred crno-bijelog filma su se nalazili rotirajući plavo-narančasti filtri. Kroz te filtre dopiralo je svjetlo sa scene, a slika na filmu

zabilježila se frekvencijom od 32 slike u sekundi. Kodak firma je 1956. godine predstavila troslojni materijal s intergralnim maskiranjem. Ovo je pridonijelo unapređenju reprodukcije boje na slikama i postavilo temelje suvremene tehnologije snimanja u boji. 1935. godine filmom „Becky Sharp“ otvara se razdoblje komercijalno upotrebe boje na filmu, a nakon drugog svjetskog rata, boja počinje imati još veću ulogu u filmovima. [2]

### **2.11. Promotivni film**

Promotivni film je poslovni film s namjerom promoviranja proizvoda, informiranja o nekom projektu ili stvaranje imidža neke destinacije i slično. Takva vrsta filmova postala je jako popularan način promocije. Svaki promotivni film ima neku ciljanu skupinu kojoj se želi predstaviti te se zbog toga treba posebno paziti na sadržaj koji čini finalni proizvod. Kadrovi trebaju biti pomno odabrani, kratki, oku zanimljivi i efektivni. Pozadinska glazba vesela i usklađena, a sama poruka kratka i jasna. Ako se svi ti uvjeti ispune promotivni film sigurno će privući pozornost ciljane publike jer je videosadržaj najefikasniji način za napraviti isto. [7]

### **2.12. Predprodukcija**

Predprodukcija je rana faza planiranja svih komponenti svakog projekta, uključujući reklame, glazbene spotove, kratke, igrane te promotivne filmove. Obavezno se mora napraviti prije početka izrade jer je to faza u kojoj planiramo, razvijamo te definiramo budući tijek izrade promotivnog filma. Nakon razvijene ideje te napisanog sinopsisa, počinje predprodukcija, no tek nakon što je scenarij napisan. Također odabire se mjesto i vrijeme snimanja te potencijalni glumci i ciljana publika. Svaki promotivni film šalje neku određenu poruku ciljanoj skupini kojoj se želi predstaviti te se zbog toga kadrovi trebaju biti oku zanimljivi i efektivni. Stoga lokacija snimanja mora biti prilagođena po zahtjevima scenarija te je bitno ukloniti sve potencijalne smetnje. [3]

**Sinopsis** je kratki tekst u kojemu je prepričana radnja filma ili videozapisa. Sadrži osnovnu radnju te služi kao baza za kasniji scenarij te je u njemu prepričana glavna priča od početka do kraja. Uključuje samo samo glavne likove, bez opisivanja detalja. [8]

**Knjiga snimanja** je dokument koji detaljno opisuje scenarij i služi kao osnova za provedbu snimanja filma. To je zapravo niz crteža koji tvore priču filma te ujedno pomaže isplanirati film kadar po kadar i omogućiti nam da ideju o filmu predočimo drugim ljudima prije samog početka snimanja.

**Scenarij** je najbitniji dio u realizaciji filma. U opsegu od 50 do 100 stranica, sadrži detaljan opis filma, likova, lokacija, itd. Piše se u sadašnjem vremenu, a na scenske prizore dijeli se redosljedom. Svaki

scenarij mora sadržavati osnovne elemente: naslov scene (eng. *scene heading*), akciju (eng. *action*), ime lika (eng. *character name*), zagrade (eng. *parenthetical*) i dijalog (eng. *dialogue*). Knjiga snimanja razlikuje se od scenarija. Knjiga snimanja je namijenjena opisivanju vizualnih i zvučnih elemenata koji će biti prikazani u filmu, ne obuhvaćajući unutarnja stanja ili ideje koje nisu vidljive na ekranu.

Za izradu promotivnog filma *Petogodišnji uspon međimurskog sporta* u ovom završnom radu nije izrađena klasična knjiga snimanja već su kadrovi prikazani kroz slike, a takav oblik knjige snimanja naziva se **storyboard**. [9]

### 2.13. Produkcija

Produkcija je faza proizvodnje, također poznata kao glavna fotografija, odnosno tada počinje snimanje. Ona opisuje poslove produkcijskog tima koje je u ovom slučaju izveo sam autor. U ovoj fazi se, prateći scenarij i knjigu snimanja izrađenih u predprodukciji, produciraju grafike, zvučni efekti, rasvjeta, angažiraju glumci i pripremaju scene, odvija snimanje te zapis na neku vrstu medija. Tijekom ovog kratkog vremenskog okvira angažirana je dodatna ekipa poput nadzornika scenarija koji provjerava kontinuitet scenarija tijekom snimanja i majstora opreme koji nabavlja i nadzire sve rekvizite potrebne za snimanje filma. Za vizualni izgled glumaca brinu se kostimografi i make up ekipa, a glumci uvježbavaju svoje govore i blok scene. Snimatelji prate plan snimanja redatelja, snimajući sve potrebne kadrove, a tijekom snimanja angažiraju se i montažeri slike i zvuka, koji biraju najbolje kadrove te ih spajaju u niz kako bi grubi rez bio spreman do završetka snimanja. [5]

Filmska produkcija dugotrajan je proces stvaranja filmova u više koraka koji ponekad može trajati godinama. Prolazi kroz pet glavnih faza, prvi korak je razvojna faza, gdje se smišljaju svi početni detalji filma prije ulaska u pretprodukciju. Predprodukcija je usredotočena na istraživanje, odabir glumaca i pronalaženje lokacije. Nakon što je predprodukcija završena, snimanje može započeti. Vrijeme snimanja razlikuje se od projekta do projekta, a vrsta filma koji se snima (dugometražni ili kratki) određuje trajanje same produkcije. Nakon što snimanje završi, prelazi se u fazu postprodukcije, gdje se snimljeni kadrovi montiraju i slažu u cjeloviti video. Posljednja faza je distribucija, a tada se finalni proizvod stavlja na DVD, streaming servis ili se šalje u kina. [4]

## 2.14. Postprodukcija

Postprodukcija jest završna faza koja slijedi nakon produkcije kada je snimanje završeno te počinje montaža vizualnih i audiomaterijala. Odnosi se na sve zadatke povezane s rezanjem neobrađenih snimaka, sastavljanjem tih snimaka, dodavanjem glazbe, sinkronizacijom te zvučnim efektima. [6]

Montaža – je zapravo sastavljanje, sklapanje ili namještanje, odnosno to je proces kojim povezujemo različite kadrove u cjelinu. Bitno je u montaži sve uskladiti (slika, pokreti, zvuk) kako bi se dobio potrební ugođaj kojeg gledatelj kasnije osjeti kad gleda finalni proizvod. Obavlja se pomoću softverskih programa gdje korisnik uz zadane zahtjeve skraćuje odnosno spaja isječke, dodaju se efekti, prijelazi, tekst i slične stvari. Postoji pet vrsta montaža, a to su: asocijativna, diskontinuirana, kontinuirana, narativna i paralelna. U asocijativnoj montaži, serijalnim poretkom kadrova te asocijativnim i deskriptivnim sintagmama želi se navesti gledatelje da razmisli o sadržaju kadra. Zadatak kontinuirane montaže (ujedno i najčešća vrsta montaže) jest izgradnja predodžbe o kontinuitetu toka, dok je zadatak diskontinuirane izgradnja predodžbe o različitosti i tipu odvojenosti između dva kadra. Kod narativne montaže prevladavaju naizmjenične sintagme i sekvencijalni prijelazi, a dio filma u kojem se naizmjenice prate dva ciljno ili uzročno povezana istodobna zbivanja naziva se paralelna montaža. [18]

Ovo je faza u kojoj film doista dobiva svoj „oblik“ te može biti i iscrpljujuća, no ako se slijede osnove nije ju problem savladati. Postprodukcija uključuje nekoliko kreativnih odluka koje iskustvo gledanja filma čine onakvim kakvo jest. Način na koji je film izrezan utječe na tempo i prenosi priču. Glazba zajedno sa vizualnim i zvučnim efektima poboljšava cjelokupno iskustvo gledatelja. Drugim riječima u postprodukciji, montažeri i producenti rade sve što je potrebno za ostvarenje redateljeve vizije. [5] Tijekom postprodukcije se također izrađuju najave, reklamni materijali i TV spotovi koji će se kasnije koristiti u marketinškom razdoblju. Kod promocije filma bitno je koristiti medij ili metodu kojom će se privući publika. Konkurencija na tržištu je velika, a i ljudi postali izbirljivi u odabiru onoga što koriste. [2]

### 3. Izrada promotivnog filma *Petogodišnji uspon međimurskog sporta*

#### 3.1. Predprodukcija za promotivni film *Petogodišnji uspon međimurskog sporta*

Prije samog snimanja, dogovoren je sastanak sa vlasnikom koji je u razgovoru iznio svoja očekivanjima te naveo svoje zahtjeve za izradu promotivnog filma.

Njegovi zahtjevi:

- Intervju
- Atraktivan film koji je zanimljiv gledatelju
- Trajanje filma: ne duže od 5 minuta
- Kadrovi povezani s prikazom rada portala
- Ugodna pozadinska glazba

Na sastanku su dogovorene lokacije snimanja, dvije lokacije u Čakovcu te jedna u Nedelišću. Košarkaško igralište III. Osnovne škole Čakovec, u Ulici Ivana pl. Zajca 24, sjedište portala u Ulici Ivana pl. Zajca 13, te SRC Trate u Športskoj ulici 1 u Nedelišću. Vlasnik je također na sastanku dao ime sportaša koji je pristao na snimanje intervjuja te korištenje snimaka u svrhu završnog rada. Datumi snimanja promotivnog filma su određeni s obzirom na dobivene dozvole. Kako bi se ispunili zahtjeve vlasnika, određena je ciljana skupina prema parametrima kako bi se znalo kome se točno želi predstaviti portal.

Geografska segmentacija:	Međimurska županija i okolica, cijela hrvatska
Demografska segmentacija:	Muški i ženski rod neovisno o dobi (sportaši, potencijalni sponzori, čitatelji sportskih vijesti)
Psihografska segmentacija:	Zaljubljenici u sport i sportske vijesti

**Tablica 1: Podjela ciljane skupine**

Sinopsis za *Petogodišnji uspon međimurskog sporta*: Promotivni film *Petogodišnji uspon međimurskog sporta* predstaviti će jedini sportski portal u Međimurju te čovjeka koji stoji iza ideje stvaranja. Glavni lik je mlad i uspješan vlasnik koji je svojim radom i trudom “izgradio” ovu lijepu priču. Radnja se odvija na različitim lokacijama u gradu Čakovcu te na jednoj u općini Nedelišće. U uvodu filma je predstavljena kratka povijest, sami nastanak portala, proširenje i postignuti uspjesi. Nakon toga prikazan je jedan radni dan glavnog lika, a kasnije i organizacija sportskih događaja koja je organizirao. Pošto se ovaj promotivni film izrađuje povodom pet godina nastanka istoga, nakraju samog filma bit će intervjuiran i neki od sportaša koji su od samog početka pridonijeli usponu te promociji istog. U pozadini će se prikazivati kratki videoisječci u kojem će biti sažeto sve čime se portal bavi te događaji koji su obilježili prvih pet godina postojanja.

## **INTERVJU**

### ***Nikola Lukman, vlasnik portala***

Ovo je priča o Petogodišnjem usponu Međimurskog sporta.

#### **Kada je portal osnovan?**

Portal sam pokrenuo 2018. godine, prvo iz hobija budući da sam radio na druga dva radna mjesta. Nakon godinu dana od pokretanja portala shvatio sam da bi svoj hobi mogao pretvoriti u posao te sam krenuo u akciju osnivanja obrta, a pritom sam koristio mjere samozapošljavanja. U ovih pet godina nikada nisam požalio što sam krenuo u samostalne vode jer portal danas preko društvenih mreža broji više od 24000 pratitelja, dok sama čitanost mjesečno seže preko 250000.

#### **Čime se portal bavi, te kako izgleda jedan tvoj tipični radni dan?**

Međimurska sportska mreža je sportski portal koji se bavi pisanjem i objavljivanjem sportskih članaka vezanih uz međimurski sport i sportaše. Moj radni dan počinje analizom prethodnog dana te pregledom mailova i poruka na društvenim mrežama. Zatim kreće pisanje članaka i objavljivanje istih na portal te Facebook stranicu. Nakon što se napišu svi članci počinjem pratiti društvene mreže sportskih klubova te sam u stalnom kontaktu sa sportskim djelatnicima koji mi šalju vijesti.

### **Što je vaš najveći uspjeh?**

Moj najveći uspjeh je taj što je sportski portal uspio ući na tržište sportskog novinarstva i marketinga te postati jedan od vodećih portala sjeverozapadne Hrvatske. Također organiziramo i sportske malonogometne turnire za djecu te ćemo ove godine već četvrti puta u Nedelišću organizirati Malonogometni haki 3na3. Uz sve to svake godine portal organizira akcije prikupljanja sredstva za potrebite, a najznačajnija je akcija "Međimurski sportaši daruju" kojom svake godine prikupljamo sredstva za neku od udruga za pomoć potrebitima.

### **Zaposlenici?**

Trenutno sam jedini zaposleni na portalu, a u budućnosti bih volio pružiti priliku mladim novinarima te ih uvesti u svijet novinarstva.

### **Poruka za kraj?**

Budući da sam i sam bio student sportskog menadžmenta znam kako se teško probiti na tržište rada, pa bih poručio mladim studentima da žive, da se bore te se probaju izboriti za svoje snove.

### ***Patrik Jambrović (profesionalni košarkaš u GKK Šibenka)***

#### **Kada ste se upoznali sa radom portala?**

S radom portala sam upoznat od samog početka po njegovom samom nastanku. Sviđala mi se ideja mladoga urednika koji je posvećivao pažnju svim sportovima Međimurja, ne samo određenima i jako je brzo, ažurno i temeljito objavljivao novosti iz međimurskog sporta.

#### **Što mislite o portalu?**

Mišljenja sam da je Međimurska sportska mreža, tj. portal Međimurska sportska mreža nešto najbolje što se moglo desiti za sport ovdje. Zato jer je bio jako slabo popraćen prije toga i ljudi su trebali čekati po neznam tjedan dana da bi izašle neke novine sa novostima iz sporta, a sada im je sve jako lako dostupno na tom portalu. Jako je jednostavan portal mogu se pronaći za bilo koji sport u bilo kojem trenutku najnovije vijesti iz međimurskog sporta. Tu su isto najviše profitirali manji sportovi odnosno manje popraćeni sportovi u kojima je isto košarka koju i sam igram i zahvaljujući portalu sada se ne samo iz muške košarke nego iz ženske košarke te manjih sredina košarke saznaju vijesti jako brzo.



Oznake koje se koriste pri izradi knjige snimanja:

A – američki plan

B – blizi plan

DET – detalj

DR – donji rakurs

EXT – eksterijer

GR – gornji rakurs

INT – interijer

K – krupni plan

OFF TON – zvuk bez izvora u kadru

PAN – panorama


PB – polublizi plan

S – srednji plan

T – total

VO – vožnja kamere



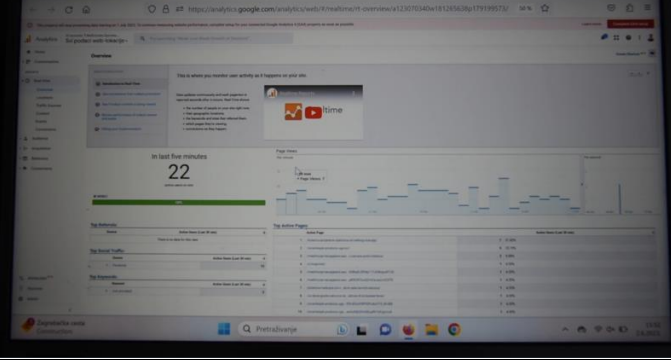

Storyboard za promotivni film „Petogodišnji uspon Međimurskog sporta“:

1.kadar		INT – uvodna riječ, B Trajanje kadra: 3 s Nikola Lukman, glavni urednik te vlasnik portala Statično
---------	--	--





<p>2.kadar</p>		<p>Trajanje kadra: 0,5 s Prikaz portala, snimač zaslona</p>
<p>3.kadar</p>		<p>EXT – Druženje djece sa Zmajčekom, T Trajanje kadra: 0,5 s Statično</p>
<p>4. kadar</p>		<p>EXT – MSM Kup, T Trajanje kadra: 0,5 s Dinamično, PAN ulijevo</p>
<p>5. kadar</p>		<p>INT – Navijanje na tribinama, T Trajanje kadra: 0,7 s Statično</p>

6. kadar		<p>EXT – Vožnja mini quadovima, T</p> <p>Trajanje kadra: 0,4 s</p> <p>Dinamično, PAN udesno</p>
7. kadar		<p>INT – Slavlje na terenu, T</p> <p>Trajanje kadra: 0,3 s</p> <p>Statično</p>
8. kadar		<p>Trajanje kadra: 2,5 s</p> <p>Grafički element</p> <p>“Petogodišnji uspon međimurskog sporta”</p>
9. kadar		<p>INT - intervju, B</p> <p>Trajanje kadra: 19 s</p> <p>Nikola Lukman, glavni urednik te vlasnik portala MSM</p> <p>Grafički element – ime i prezime vlasnika</p> <p>Statično</p>

<p>10. kadar</p>		<p>Trajanje kadra: 4 s Skrolanje po portalu MSM, snimač zaslona</p>
<p>11. kadar</p>		<p>Trajanje kadra: 4 s Skrolanje po Facebook stranici portala, snimač zaslona</p>
<p>12. kadar</p>		<p>Trajanje kadra: 3 s Skrolanje po Instagram stranici portala, snimač zaslona</p>
<p>13. kadar</p>		<p>Trajanje kadra: 4 s Skrolanje po Youtube kanalu portala, snimač zaslona</p>





14. kadar		<p>INT - intervju, B</p> <p>Trajanje kadra: 8 s</p> <p>Nikola Lukman, glavni urednik te vlasnik portala MSM</p> <p>Statično</p>
15. kadar		<p>EXT – prikaz radnog dana vlasnika, PB</p> <p>Trajanje kadra: 4 s</p> <p>Dinamično, pokret prema dolje</p>
16. kadar		<p>INT – prikaz analize</p> <p>Trajanje kadra: 3 s</p> <p>Dinamično, pokret prema unaprijed</p>
17. kadar		<p>INT – rad na računalu, K</p> <p>Trajanje kadra: 3 s</p> <p>Statično</p>

<p>18. kadar</p>		<p>Trajanje kadra: 3 s Skrolanje po portalu MSM, snimač zaslona</p>
<p>19. kadar</p>		<p>Trajanje kadra: 5 s Skrolanje po Facebook stranici portala, snimač zaslona</p>
<p>20. kadar</p>		<p>INT - intervju, B Trajanje kadra: 7 s Nikola Lukman, glavni urednik te vlasnik portala MSM Statično</p>
<p>21. kadar</p>		<p>EXT –MSM Kup 3V3 , T Trajanje kadra: 6 s OFF TON Dinamično, PAN ulijevo</p>

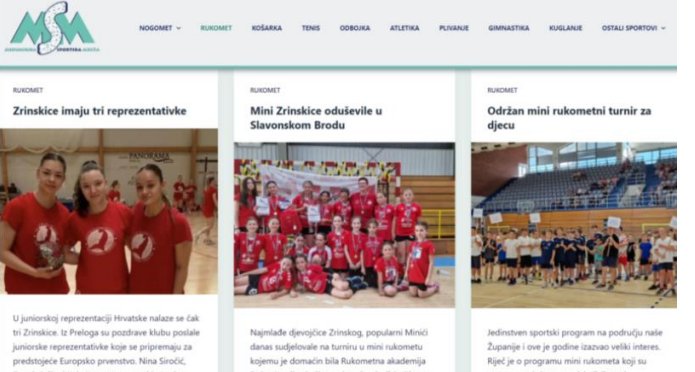
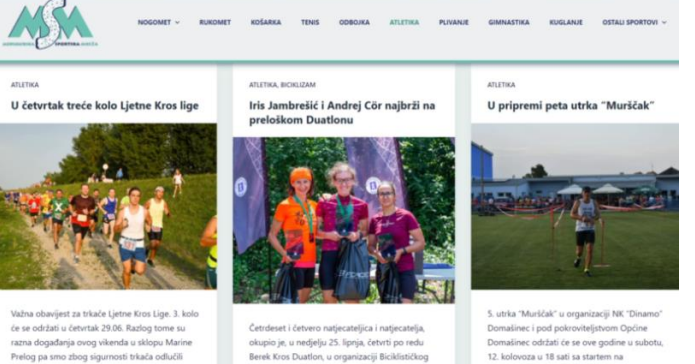
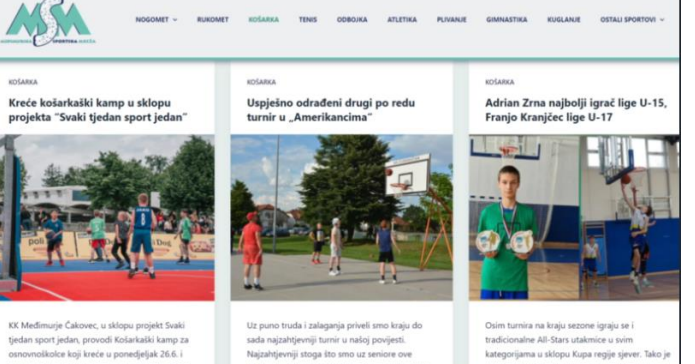

22. kadar		<p>EXT – doček rukometašica, T Trajanje kadra: 4 s OFF TON Dinamično, PAN udesno</p>
23. kadar		<p>EXT – malonogometni hagl, T Trajanje kadra: 2 s OFF TON Dinamično, pokret prema naprijed</p>
24. kadar		<p>Trajanje kadra: 2,5 s Grafički element “Malonogometni hagl 3v3” OFF TON</p>
25. kadar		<p>EXT – malonogometni hagl, T Trajanje kadra: 3 s OFF TON Dinamično, PAN udesno</p>

26. kadar		<p>EXT – podjela priznanja, PB</p> <p>Trajanje kadra: 3 s</p> <p>OFF TON</p> <p>Dinamično, PAN ulijevo</p>
27. kadar		<p>INT – Međimurski sportaši daruju, T</p> <p>Trajanje kadra: 7 s</p> <p>OFF TON</p> <p>Dinamično, PAN udesno</p>
28. kadar		<p>INT – Međimurski sportaši daruju, T</p> <p>Trajanje kadra: 5 s</p> <p>OFF TON</p> <p>Dinamično, pokret prema unaprijed</p>
29. kadar		<p>INT – slavlje, T</p> <p>Trajanje kadra: 2 s</p> <p>OFF TON</p> <p>Dinamično, PAN ulijevo</p>



30. kadar		<p>INT - intervju, B</p> <p>Trajanje kadra: 8 s</p> <p>Nikola Lukman, glavni urednik te vlasnik portala MSM</p> <p>Statično</p>
31. kadar		<p>EXT - intervju, B</p> <p>Trajanje kadra: 17 s</p> <p>Patrik Jambrović, profesionalni sportaš</p> <p>Grafički element – ime, prezime i klub sportaša</p> <p>Statično</p>
32. kadar		<p>EXT – Arhiva MSM, T</p> <p>Trajanje kadra: 4 s</p> <p>Spominaje - Patrik Jambrović</p> <p>Dinamično, PAN ulijevo</p>
33. kadar		<p>EXT – Šut po košu, T</p> <p>Trajanje kadra: 4 s</p> <p>Spominaje - Patrik Jambrović</p> <p>Dinamično, PAN ulijevo</p>

34. kadar		<p>EXT – Šut po košu, T</p> <p>Trajanje kadra: 2 s</p> <p>Spominaje - Patrik Jambrović</p> <p>Statično</p>
35. kadar		<p>EXT – Skok šut, T</p> <p>Trajanje kadra: 3 s</p> <p>Spominaje - Patrik Jambrović</p> <p>Dinamično, PAN ulijevo</p>
36.kadar		<p>EXT - intervju, B</p> <p>Trajanje kadra: 8 s</p> <p>Patrik Jambrović, profesionalni sportaš</p> <p>Statično</p>
37.kadar		<p>Trajanje kadra: 3 s</p> <p>Skrolanje po naslovnici portala MSM, snimač zaslona</p>

<p>38. kadar</p>		<p>Trajanje kadra: 4 s</p> <p>Skrolanje po rukometnim vijestima, snimač zaslona</p>
<p>39. kadar</p>		<p>Trajanje kadra: 4 s</p> <p>Skrolanje po atletskim vijestima, snimač zaslona</p>
<p>40. kadar</p>		<p>Trajanje kadra: 4 s</p> <p>Skrolanje po košarkaškim vijestima, snimač zaslona</p>
<p>41. kadar</p>		<p>EXT - intervju, B</p> <p>Trajanje kadra: 14 s</p> <p>Patrik Jambrović, profesionalni sportaš</p> <p>Statiĉno</p>

42. kadar		<p>INT – završni govor, B</p> <p>Trajanje kadra: 13 s</p> <p>Nikola Lukman, glavni urednik te vlasnik portala MSM</p> <p>Statično</p>
43. kadar		<p>Trajanje kadra: 3 s</p> <p>Grafički element</p> <p>“Slogan portala MSM”</p>

## 4. Produkcija

### 4.1. Produkcija za promotivni film *Petogodišnji uspon međimurskog sporta*

Na temelju knjige snimanja, snimanje se obavilo na prethodno odabranim lokacijama u gradu Čakovcu. Prva lokacija bila je košarkaško igralište III. Osnovne škole Čakovec, u Ulici Ivana pl. Zajca 24, druga sjedište samog portala u Ulici Ivana pl. Zajca 13. Treća i posljednja lokacija bila je SRC Trate u Nedelišću. Lokacije uključuju i eksterijer i interijer. Kako bi se izbjegle greške kod snimanja, snimani kadrovi su malo duži, no u montaži su naknadno skraćeni prema potrebama. Isto tako kako bi se izbjeglo nepotrebno premještanje s lokacije na lokaciju, kadrovi nisu snimani redoslijedom knjige snimanja već redoslijedom po lokacijama ovisno o vremenu kada je bilo potrebno snimiti pojedine kadrove. Za snimanje promotivnog filma, koristio se fotoaparat Nikon D750, stativ Cullmann Mundo 528M, te ugrađeni mikrofoni. Nije korištena dodatna rasvjeta već ambijentalno i prirodno svjetlo kako bi se stvorila prirodna atmosfera. Sam promotivni film traje 3 minute i 22 sekunde.

#### 4.1.1. Proces snimanja

Snimanje je započeto 2.6.2023. Prvo je snimljen vlasnik portala u svom uredu odnosno sjedištu portala. Nakon toga sniman je intervju sa profesionalnim sportašem, a 24. i 25.6. snimljeni su posljednji kadrovi na MSM Kupu 3v3 u Nedelišću. Tijekom snimanja korišteno je nekoliko filmskih planova, a najviše su snimani blizi i total plan. Pojedini kadrovi snimani su iz ruke, dok je većina snimljena uz kameru postavljenu na stativu. Pošto je vlasnik portala istaknuo da se u promotivnom filmu moraju prikazivati neki održani događaji portala, neki kadrovi su i arhivske snimke.

*Arhivske snimke portala (2.-7., 22-29., 32.-35. kadrovi iz storyboarda)*

*Snimanje snimačem zaslona (10.-13., 18.,19., 37.-40. kadrovi iz storyboarda)*

S obzirom da se trebao posnimiti i izgled portala te društvenih mreža istoga, najlakši mogući način bio je snimačem zaslona koji je poslužio kao idealno rješenje.

*Snimanje uredskog prostora te vlasnika portala (1., 9., 14., 16., 17., 20., 30., 42. kadrovi iz storyboarda)*

Sniman je intervju sa vlasnikom portala u njegovom uredu, te prikaz jednog njegov radnog dana. Tijekom snimanja korišteno je dnevno svjetlo, a većina snimaka je snimana upotrebom stativa, dok se nekoliko kadrova snimilo fotoaparatom iz ruke.

*Snimanje profesionalnog sportaša (31., 36., 41. kadrovi iz storyboarda)*

Sniman je intervju sa profesionalnim sportašem Patrikom Jambrovićem. Dolaskom na mjesto snimanja odabrala se prigodna pozadina te su uz korištenje dnevnog svjetla i stativa snimljeni

željeni kadrovi. S obzirom da je snimano na košarkaškom igralištu u blizinu vrtića i osnovne škole u kasnijoj montaži uklonjeni su pozadinski zvukovi.

*Snimanje MSM Kupa 3v3 (15., 21., 25., 26. kadrovi iz storyboarda)*

Posljednje mjesto snimanja bio je SRC Trate u Nedelišću gdje se proteklog vikenda održavao malonogometni hakl koji je portal organizirao. Dolaskom na mjesto snimanja, prije početka istog svakog od predstavnika ekipa pitalo se pristaju li na snimanje te se tek nakon njihovih dozvola krenulo sa snimanjem željenih kadrova. Također je korišteno dnevno svjetlo, nekoliko kadrova snimljeno je iz ruke, a nekoliko upotrebom stativa.

#### 4.1.2. Nikon D750 fotoaparati

Nikon D750 atraktivan je izbor za entuzijaste koji žele prijeći s DX ili starijeg FX fotoaparata. Također privlačan fotoaparati za slikanje portreta i ostalih fotografija. Iako Nikon D750 nije zamijenio stariji D700 u pogledu građe tijela, ergonomije i značajki, ima puno veću rezoluciju, puno brži procesor, znatno brži i superiorniji sustav autofokusa, nagibni LCD zaslon i impresivne video mogućnosti. Te promjene i poboljšana učinile su D750 najboljim u brojnim područjima te sada ima potencijal postati najpopularniji fotoaparati u Nikonovoj liniji DSLR fotoaparata. [25]

Proizvođač:	Nikon
Senzor:	CMOS 24,3 megapiksela, Full frame (35,9 x 24 mm)
Objektiv:	Nikon AF-S NIKKOR 85 mm f/1.8G
Ekran:	3,2 inča, 1.229.000 piksela, zakretni
Maks. brzina zatvarača:	1/4000 s
Maks. brzina okidanja:	6,5 fps
ISO raspon:	100 - 12.800 (51.200 prošireno)
Video:	Full HD 60p, MP4, H.264
Trajanje baterije (CIPA):	1230 snimaka
Dimenzije i masa:	141 x 113 x 78 mm, 750 g
Ostalo:	Ugrađena bljeskalica, Wi-Fi, priključak za slušalice, dual card slot, USB 3.0v

#### Slika 4.1: Specifikacije fotoaparata

Fotoaparati radi vrlo kvalitetne fotografije te ima dobre video mogućnosti. Fotoaparati ima široki raspon ISO vrijednosti (100-12.800, proširivo na 50-51.200), što omogućuje snimanje u različitim uvjetima osvjetljenja bez gubitka kvalitete slike. Iako ima sofisticiran sustav automatskog fokusiranja te pruža brzo i precizno fokusiranje na pokretne subjekte, autofokus ne funkcionira baš najbolje u uvjetima s manje svjetla. Videozapise snima u Full HD (1080p) rezoluciji pri

različitim brzinama kadra s ručnim kontrolama ekspozicije, a podržava vanjski mikrofonski uređaj za poboljšanu kvalitetu zvuka. Sve u svemu fotoaparati Nikon D750 idealno su poslužili u snimanju promotivnog filma.



**Slika 4.2: Nikon D750**

#### **4.1.3. Stativ Cullmann Mundo 528 M**

Stativ Cullmann Mundo 528M ima visoku visinu izvlačenja. Pogodan je za DSLR i druge fotoaparate te za video kamere. Visina produžetka je važna za one koji žele slikati npr. preko ograda mostova ili zidova. Stativ Cullmann MUNDO 528M može se produžiti do visine od 183,5 cm, a CNC-glodani aluminijski dijelovi jamče visoku stabilnost čak i kada su noge potpuno izvučene. Noge stativa kvalitetno su izrađene i dostupne u dvije verzije: aluminij ili karbon. Trostruko podešavanje noga stativa uključujući makro položaj omogućuje fotografiranje na različitim visinama. Kratki središnji stup za snimanje blizu tla i integrirani monopod zaokružuju niz funkcija. Cullmann MUNDO 528M opremljen je aluminijskom kuglastom glavom s brzim spojkom za brzo otpuštanje kamere. Unatoč velikoj visini izvlačenja, može se sklopiti u kompaktnu veličinu paketa od samo 51 cm. [21]



**Slika 4.3: Stativ Cullmann Mundo 528M**

Specifikacije:

Maksimalna visina: 183.5 cm

Minimalna visina: 17.5 cm

Materija: Aluminij

Dužina kada se ne snima: 51 cm

Maksimalna težina koju može podnijeti: 8 kg

Težina stativa: 1.65 kg



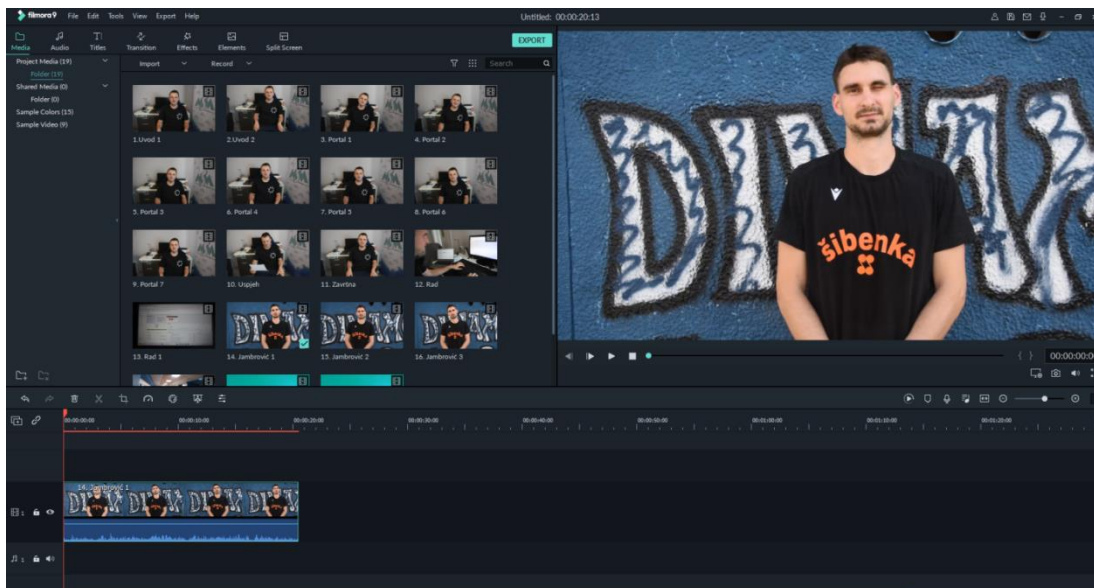
## 5. Postprodukcija

### 5.1. Postprodukcija za promotivni film Petogodišnji uspon međimurskog sporta

Postprodukcija je započela prebacivanjem svih snimljenih kadrova na računalo. Nakon toga uslijedio je pregled kadrova te su nakon pregleda odabrani najbolji koji će se koristiti u promotivnom filmu. Odabrani kadrovi koji će se koristiti u promotivnom filmu isti su uvedeni u program za montažu Wondershare Filmora9.

#### 5.1.1. Wondershare Filmora 9

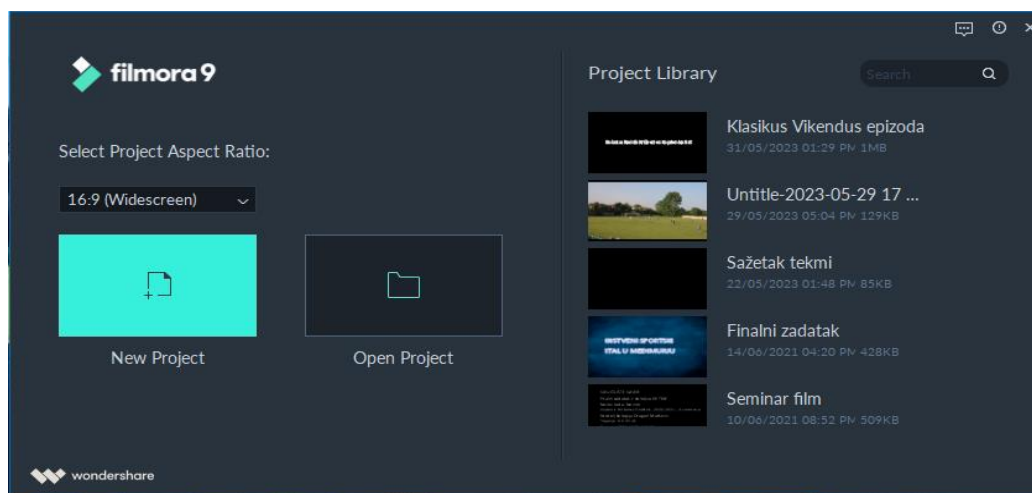
Wondershare Filmora 9 višenamjenski je softver koji vam omogućuje stvaranje, uređivanje i dijeljenje videozapisa. Nudi skraćivanje, prijelaze i preklapanja, zajedno s efektima te je idealan program za uređivanje videozapisa za početnike. Masovno prihvaćanje softvera na tržištu računala objašnjava zašto ga posljednjih 7 godina koristi veliki broj entuzijasta za uređivanje videa, a tvrtka nastavlja dodavati napredne i moderne značajke poput onih koje možete pronaći kod drugih konkurenata — npr. praćenje pokreta i pretvaranje govora u tekst. Wondershare Filmora preuzeo je strukturni okvir najsloženijih softvera kao što su Apple i Adobe, kako bi razvio identične funkcionalnosti u pojednostavljenijem sučelju. Filmorino sučelje je jednostavno i lijepo te posjeduje praktične alate, no nema nekoliko kontrola koje dobivate s drugim aplikacijama za uređivanje videozapisa. Najnovijim ažuriranjem, novije verzije Filmora (10 i 11) dobivaju još glatkije sučelje s novim opcijama izgleda, kao i nove alate pokretane umjetnom inteligencijom kao što je alat Smart Cutout za maskiranje poput Photoshopa, rastezanje zvuka, uklanjanje buke, slojeve prilagodbe, bolje ključne kadrove, crtanje maske te prenošenje više sadržaja odjednom. Sve to čini izvrsnu aplikaciju, no ona ipak još uvijek zaostaje za omiljenim softverom za uređivanje videa na razini entuzijasta, PowerDirector i VideoStudio za PC te Final Cut Pro na Macu. [20]



Slika 5.1: Radno sučelje programa Wondershare Filmora9

### 5.1.2. Montaža promotivnog videofilma u Wondershare Filmora 9

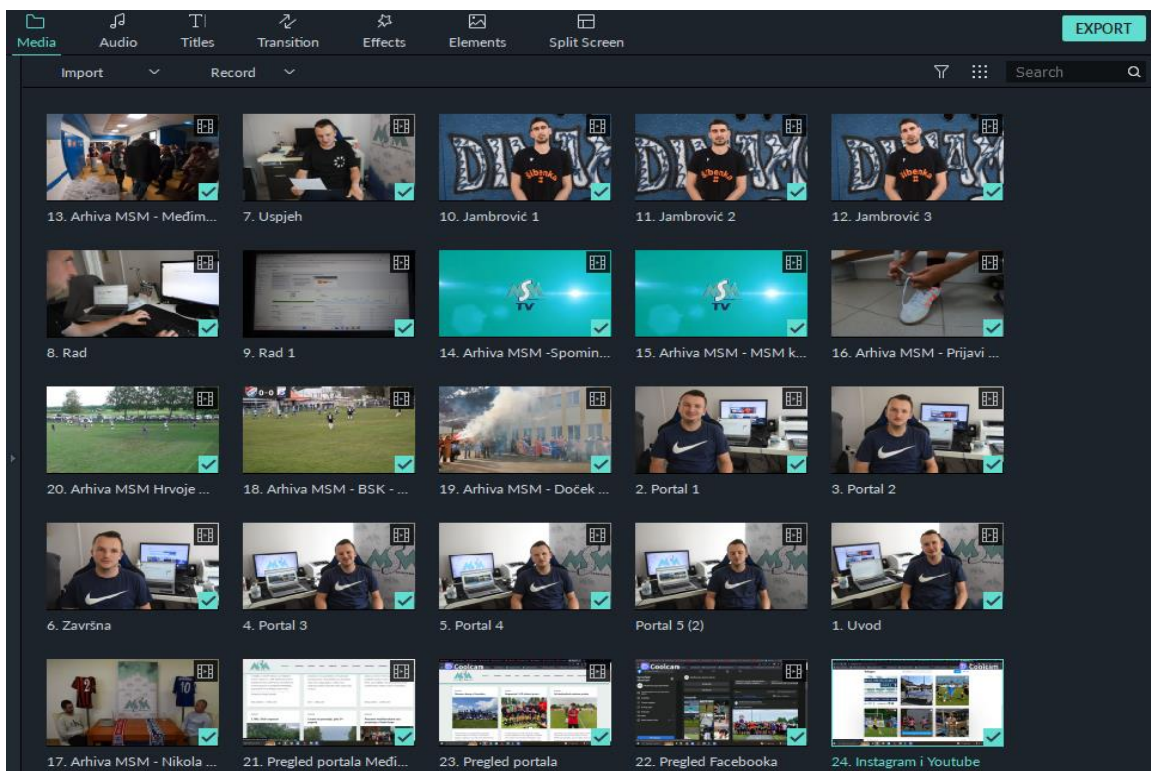
Kreiranjem novog projekta u programu Wondershare Filmora 9 započela je montaža. Projekt je imenovan „Petogodišnji uspon međimurskog sporta“, određena je lokacija spremanja promotivnog filma te odabran je format projekta 16:9.



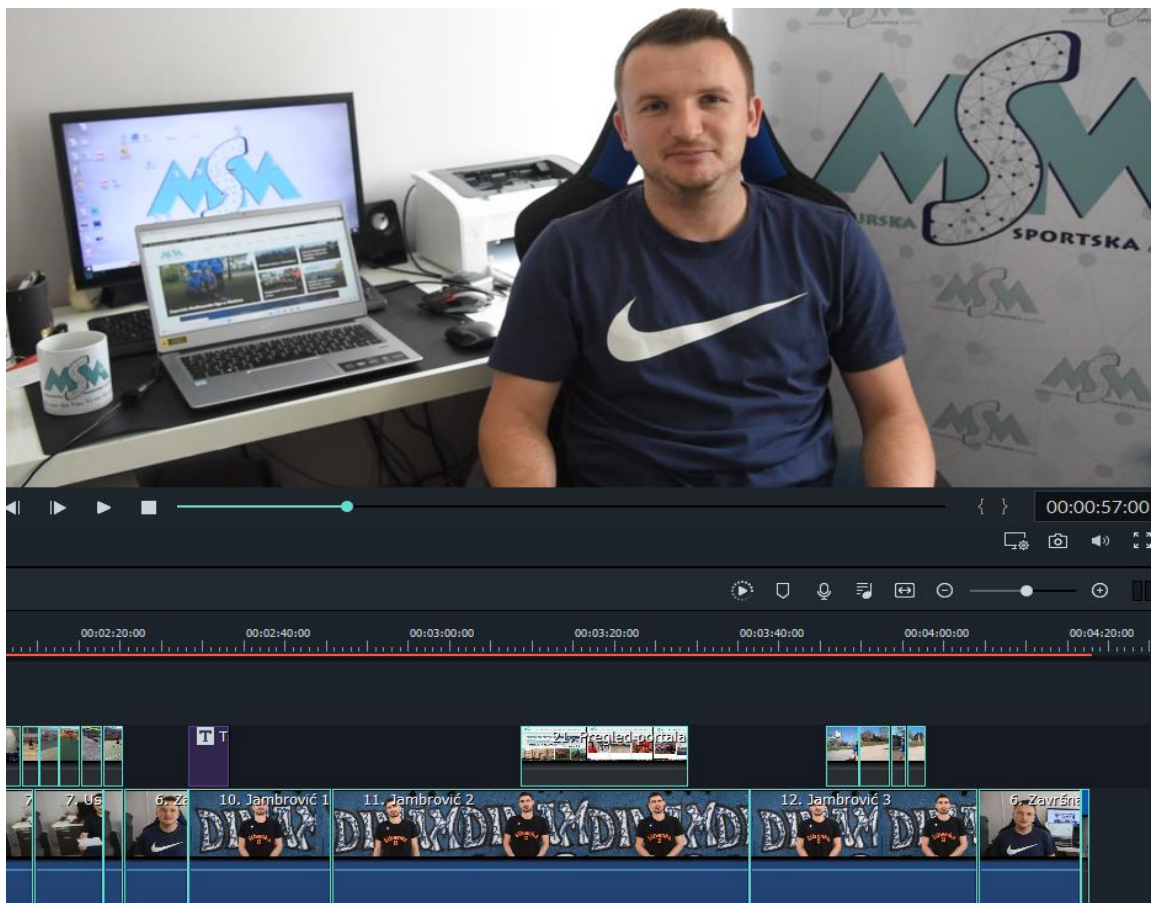
Slika 5.2: Kreiranje novog projekta

Nakon toga na redu je bio uvoz snimljenih videozapisa u projekt, odnosno na vremensku crtu gdje je kasnije započelo izrezivanje i slaganje kadrova. Prvi videozapisi stavljeni na vremensku crtu su kadrovi koji prikazuju uvodnu rečenicu te kasniji intervju sa vlasnikom portala. Nakon

toga slijede kadrovi koji prikazuju kako izgleda jedan njegov radni dan te kadrovi intervjua sa profesionalnim sportašem. Posljednje uvezene videozapisi su iz arhive Međimurske sportske mreže te su neophodni prilikom izrade promotivnog filma jer prikazuju neke od važnijih događaja koje je portal kroz pet godina organizirao. Iz uvezenih videozapisa rezanjem te kasnijim slaganjem kreirani su željeni kadrovi. Prvo su stavljani kadrovi intervjua vlasnika zajedno sa postavljenim pitanjima, a tijekom njegovog govora da bih se ubila monotonija prikazivani su kadrovi iz događaja koje je portal organizirao te prikaz jednog njegovog radnog dana. Nakon toga uslijedili su kadrovi sa profesionalnim sportašem, a tijekom njegovog govora stavljani su kadrovi iz serijala „Spominaje“ u kojima je sam sugovornik sudjelovao te prikaz izgleda i pregleda različitih sportova po portalu. Većina videozapisa se zbog predugog trajanja morala rezati, odnosno skraćivati.

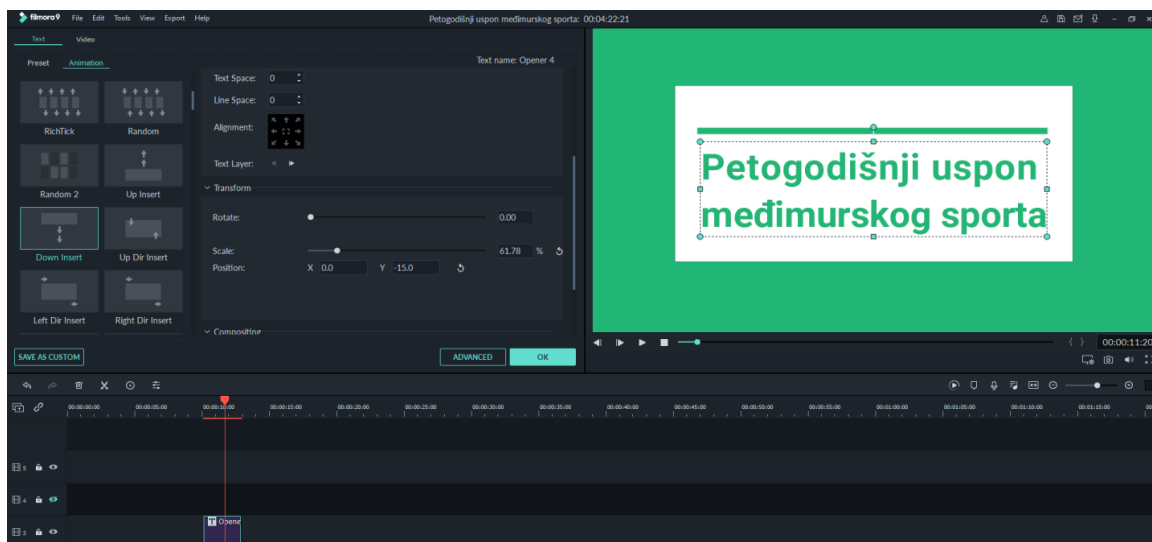


Slika 5.3: Uvoz snimljenih kadrova



**Slika 5.4: Prikaz jednog kadra**

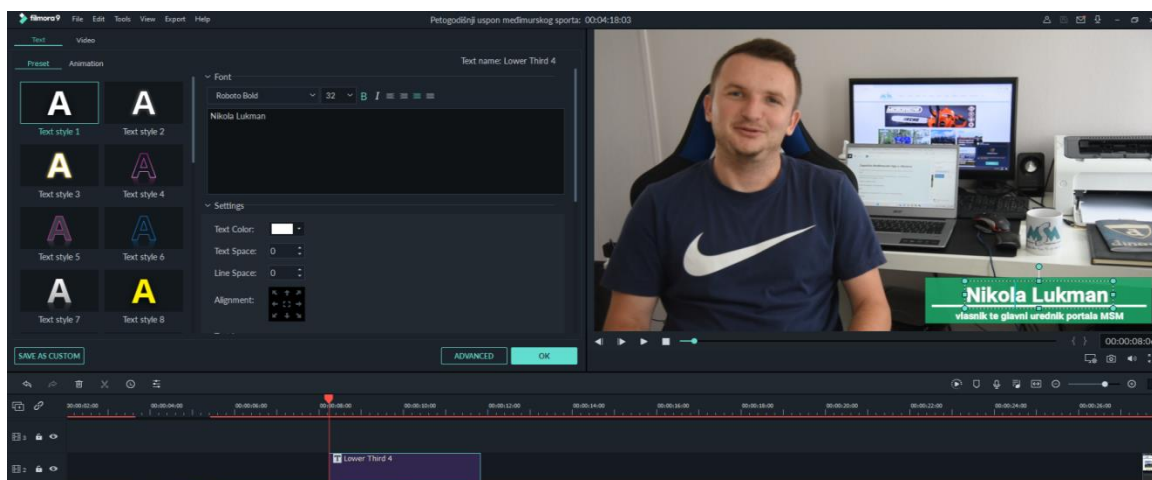
Nakon izrezivanja i slaganja kadrova i ponovnog pregleda složenih kadrova krenulo se na izradu teksta naslova promotivnog filma. Wondershare Filmora 9 tu nudi raznih mogućnosti, pa tako ima čak 25 različitih uvodnih naslova između kojih se može izabrati prikladan. Izabran je uvodni naslov broj 4 te je u njemu napisan naslovni tekst te dodane animacije Down i Up Insert kako bi se gornji dio tekst pojavio od gora prema dolje, a donji obrnuto.



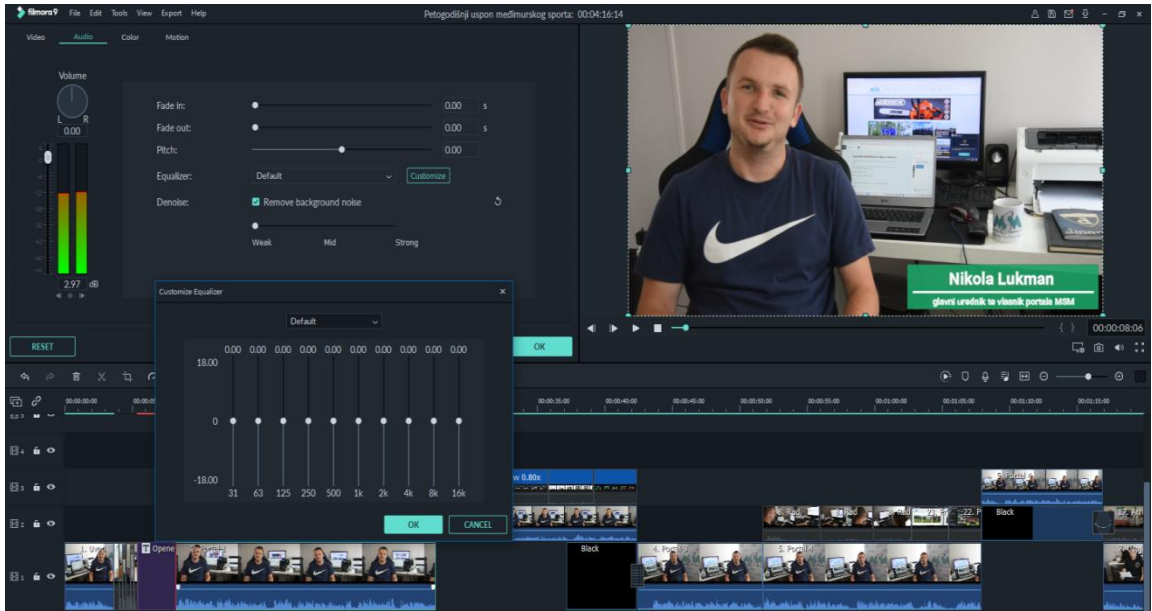
Slika 5.5: Prikaz izgleda naslova

Prije naslova promotivnog filma ubačeno je pet kratkih isječaka sveukupnog trajanja od dvije sekunde koji su poslužili kao mali pret prikaz onoga što će biti prikazano u samom promotivnog filmu.

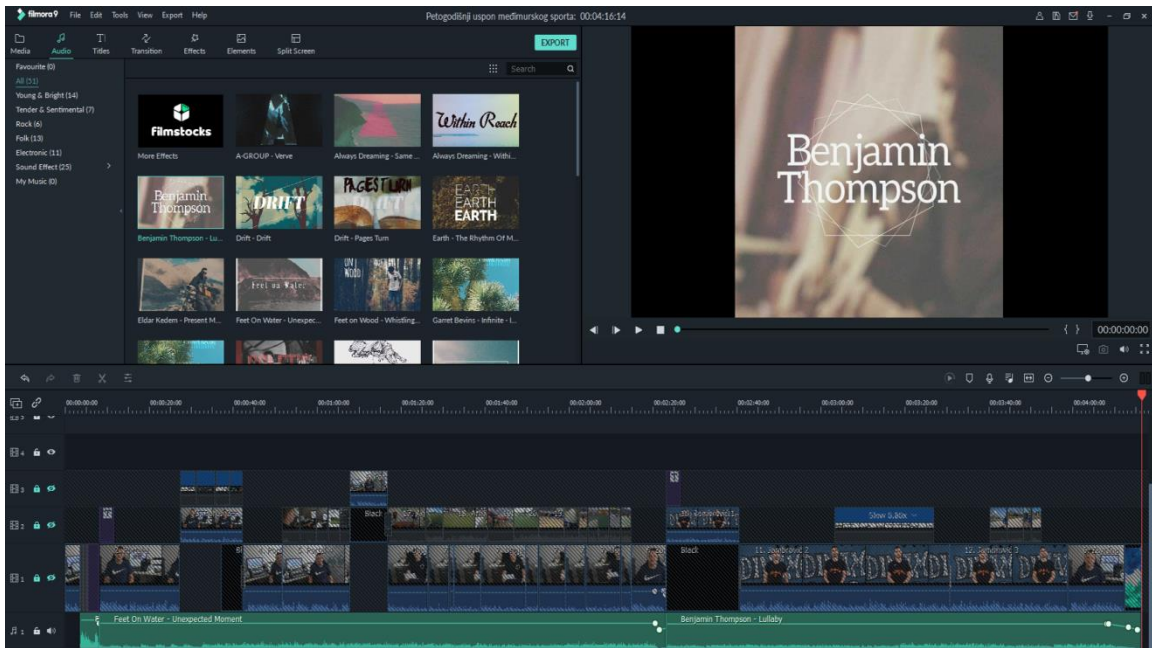
Nakon toga od velikog izbora kojeg nudi program se tekstni oblik te su u njemu napisana imena te prezimena oba sugovornika koji sudjeluju u promotivnom filmu. Oba teksta traju tri sekunde što je sasvim dovoljno vremena da gledatelj dobije potrebnu informaciju.



Slika 5.6: Ubacivanje teksta na kadar



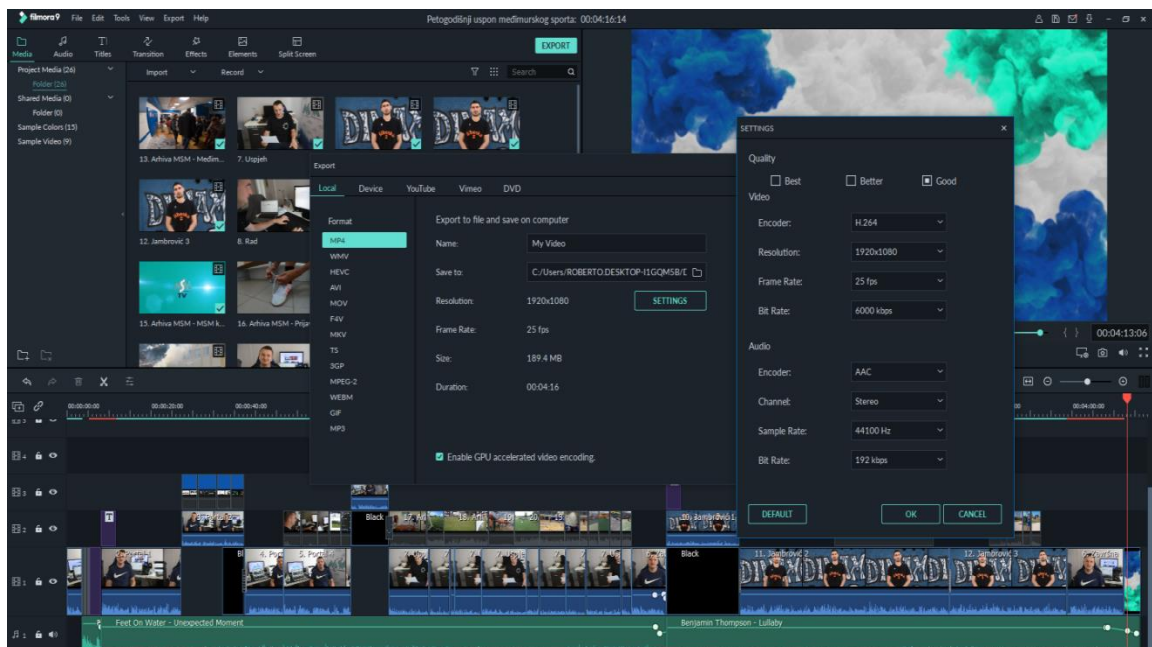
Slika 5.7: Podešavanje jačine zvuka



Slika 5.8: Prikaz ubacivanja glazbene podloge

Nakon što su svi kadrovi posloženi po željenom redu, na red je stigao odabir glazbene podloge. Pošto sam program također nudi mnoštvo besplatnih pjesama odabrane su dvije koje su se idealno uklopile. Prvom pjesmom Feet on Water – Unexpected Moment (trajanje: 3:00:15) pokrivena je prva polovica promotivnog filma dok je pjesmom Lullaby – Benjamin Thompsona pokrivena druga polovica. Pjesme su stižane kako bi se u prvom planu bio glas govornika. Ovisno o potrebi te skladu sa pozadinskom glazbom, zvuk govornika se postepeno smanjivao ili pojačavao, dok se nije dobio željeni rezultat, a također otklonjena je i pozadinska buka.

Proces montaže završava renderiranjem videozapisa i izvozom istog. Pritiskom na Export (gumb za izvoz) u programu Wondershare Filmora 9 otvara se prozorčić izvoza u kojem se može birati između raznih opcija izvoza. Odabran je format MP4, audio codec AAC te video codec H.264. Promotivni film izvozi se za YouTube kanal te je stoga postavljena rezolucija je 1920x1080 HD, broj slika u sekundi (eng. frame rate) 25.



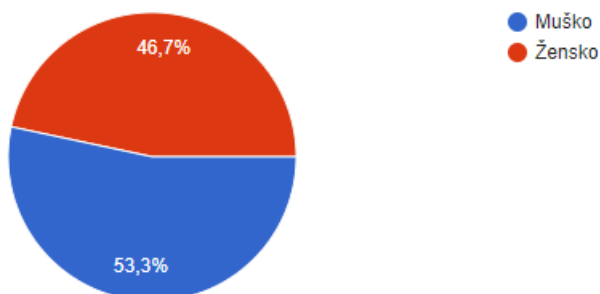
Slika 5.9: Izvoz promotivnog filma

## 6. Analiza rezultata ankete

Kako bi se utvrdila uspješnost promotivnog videofilma, tj. je li je promocija na ovaj način uspjela, provedena je anketa putem Google obrasca. Cilj iste bio je provjeriti je li je ciljana skupina pratila, shvatila te nešto naučila o samom portalu iz promotivnog filma. Anketa se sastojala od 12 pitanja koja su koncipirana na način da su ispitanici na četiri pitanja mogli odgovoriti s “da” ili “ne”. Tri pitanja bila su ocjenivanje samog promotivnog filma gdje su birali ocjene od 1 do 5, dok su tri pitanja bila o samome portalu te se njima provjerilo je li je ispitanik pogledao promotivni film. Anketu je riješilo 30 ispitanika. Prvo su ispitanici demografski podaci, tj. dob i spol ispitanika te je utvrđeno je da anketu riješilo 53,3% muške i 46,7% ženske populacije. Ljudi u dobnoj granici od 18 – 25 (36,7%) u najvećem postotku riješili su anketu, nakon njih slijede ispitanici u dobnoj granici od 26 – 35 (16,7%), dok je najmanje ispitanika u dobnoj granici mlađoj od 18 godina (10%).

### Spol

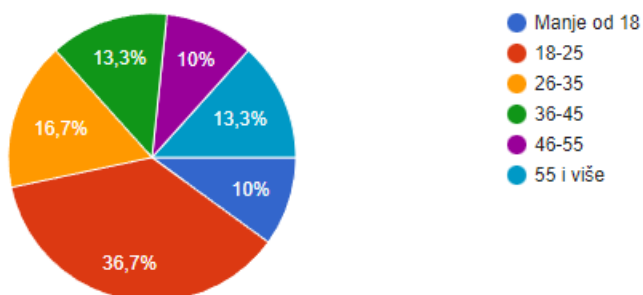
30 odgovora



Slika 6.1: Prikaz spola ispitanika

### Dobna skupina

30 odgovora



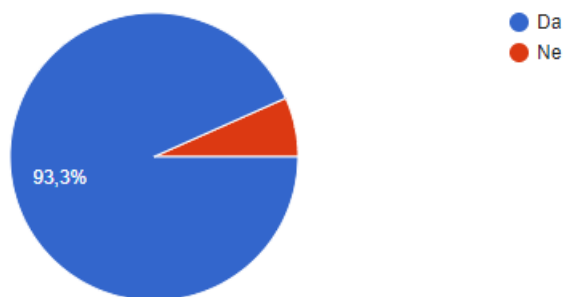
Slika 6.2: Prikaz dobni skupina ispitanika



Nakon demografskih pitanja, iduća pitanja odnosila su se na promotivni film odnosno na to kako su ispitanici doživjeli promotivni film te je li im se isto svidio. Od 30 ispitanika njih 93.3% odgovorilo je da im se promotivni film sviđa te možemo zaključiti da je isti ispitanicima bio zanimljiv.

#### Sviđa li vam se promotivni film?

30 odgovora

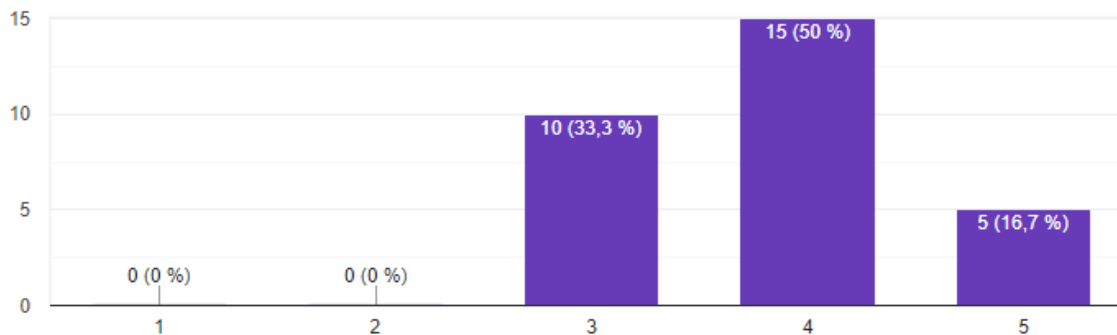


Slika 6.3: Prikaz sviđanja promotivnog filma

Sljedeća tri pitanja odnosila su se na ocjenu elemenata promotivnog filma, odnosno kvalitetu snimljenih kadrova, montaže te odabrane glazbene podloge. Najviše ispitanika izabralo je ocjenu 4 (50%) te smatra snimljene kadrove vrlo dobrim. Ocjenu 3 izabralo je 33.3% ispitanika, ocjenu 5 (16.7% ispitanika), dok odgovara s ocjenom 1 i 2 nije bilo.

#### Ocijenite kvalitetu snimljenih kadrova

30 odgovora

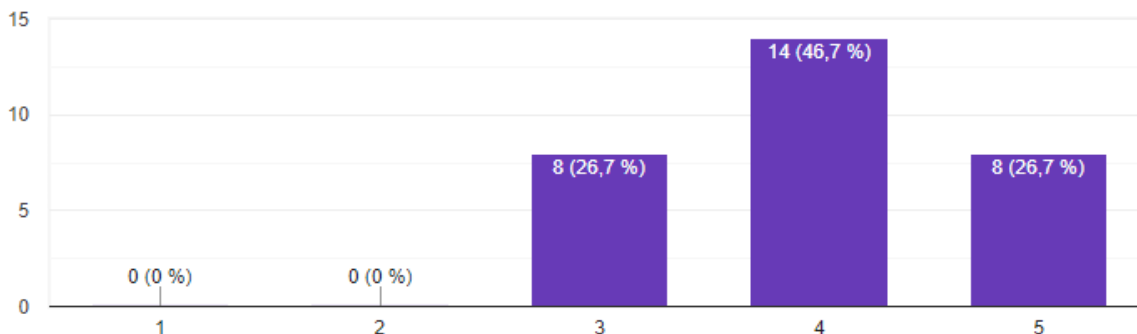


Slika 6.4: Prikaz ocjena snimljenih kadrova

Sljedeće pitanje odnosilo se na montažu samog promotivnog filma. Najviše ispitanika izabralo je ocjenu 4 (46.7%) te smatra montažu promotivnog videofilma vrlo dobrom. Ocjene 3 i 5 izjednačene su te ih je izabralo je 26.7% ispitanika, dok odgovara s ocjenom 1 i 2 nije bilo.

### Ocijenite kvalitetu montaže

30 odgovora

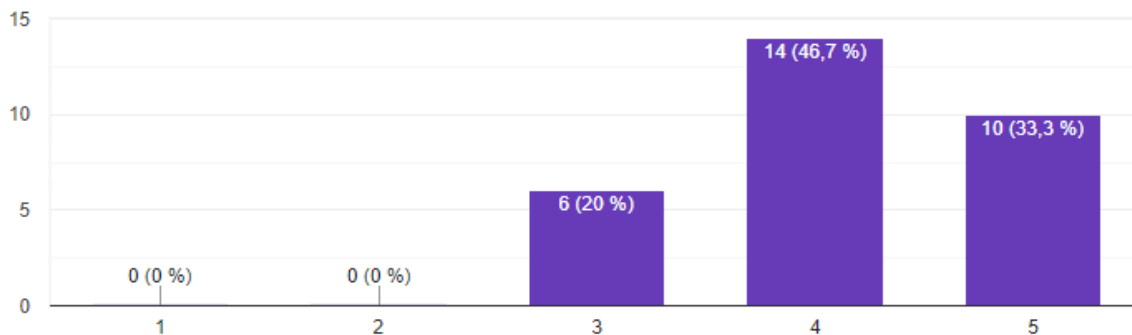


Slika 6.5: Prikaz ocjena montaže

Glazbena podloga promotivnog filma također je od najviše ispitanika dobila ocjenu 4 (46.7%). Ocjenu 5 izabralo je 33.3% ispitanika, dok je preostalih 20% ispitanika izabralo ocjenu 3. Kao i u prethodnim pitanjima odgovora s ocjenom 1 i 2 nije bilo.

### Ocijenite kvalitetu glazbe

30 odgovora

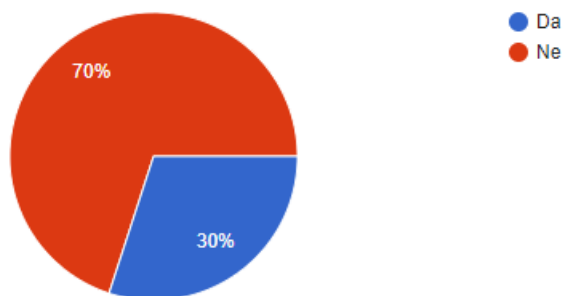


Slika 6.6: Prikaz ocjena glazbene podloge

Sljedećih šest pitanja odnosilo se na sami portal. Velik broj ispitanika njih čak 70% prije gledanja promotivnog filma nije bilo upoznato sa portalom Međimurska sportska mreža, dok je 30% bilo upoznato sa portalom.

**Jeste li prije gledanja promotivnog filma bili upoznati sa *Međimurskom sportskom mrežom*?**

30 odgovora

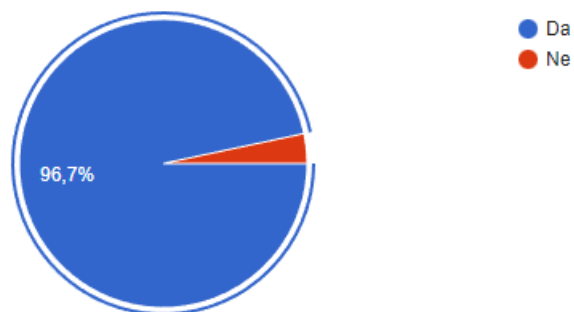


**Slika 6.7: Prikaz poznavanja portala**

Nakon gledanja promotivnog filma, gotovo svi ispitanici (96.7%) dobili su znanje o radu i uslugama koje Međimurska sportska mreža nudi.

**Da li vas je film informirao o radu i uslugama koje *Međimurska sportska mreža* nudi?**

30 odgovora

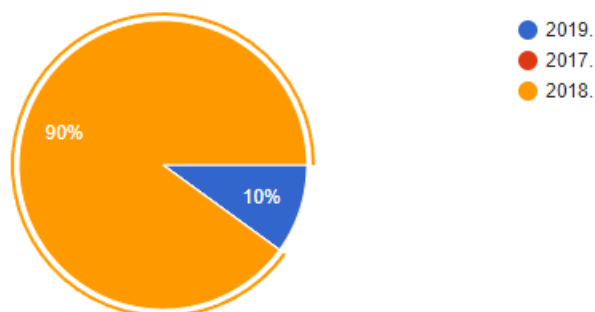


**Slika 6.8: Prikaz informiranja o radu i uslugama portala**

Usljedila su tri pitanja kojima je cilj bio provjeriti da li je ciljana skupina pratila, shvatila te nešto naučila o portalu iz promotivnog filma. 90% ispitanika točno je odgovorilo da je portal sa pisanjem sportskih vijesti započeo 2018. godine, dok je 10% ispitanika odgovorilo netočno te izabralo 2019. godinu.

### Kada je Međimurska sportska mreža započela sa pisanjem sportskih vijesti?

30 odgovora

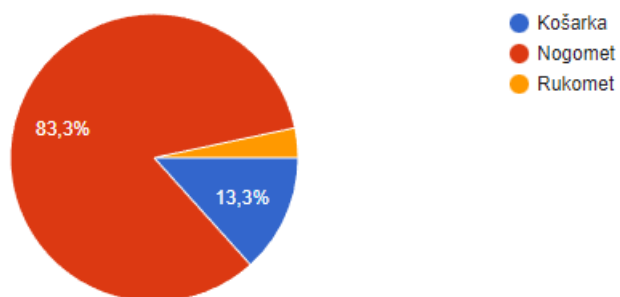


Slika 6.9: Prikaz odgovora o početku rada portala

Isto tako 83.3% ispitanika točno je odgovorilo da je nogomet najpopularniji i najčitaniji sport na portalu. Košarku je izabralo 13.%, a rukomet 3.3% ispitanika.

### Koji je najpopularniji i najčitaniji sport na samom portalu?

30 odgovora

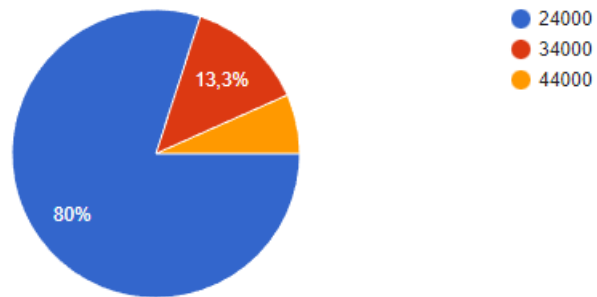


Slika 6.10: Prikaz odgovora o najčitanijem sportu

Na pitanje: "Koliko pratitelja ima Međimurska sportska mreža?" 80% ispitanika odgovorilo je 24000 što je točan odgovor. 13.3% odgovorilo je 34000, a 6.7% ispitanika 44000 pratitelja što su oboje netočni odgovori.

### Koliko pratitelja ima *Međimurska sportska mreža*?

30 odgovora

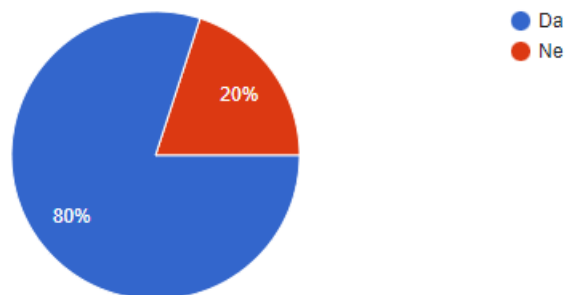


Slika 6.11: Prikaz odgovora o broju pratitelja

Posljednje pitanje glasilo je “Da li biste se ako ikad zatrebate uslugu obratili obrtu *Međimurska sportska mreža*?” 80% ispitanika odgovorilo je “da”, dok je 20% ispitanika odgovorilo “ne”.

### Da li biste se ako ikad zatrebate uslugu obratili obrtu *Međimurska sportska mreža*?

30 odgovora



Slika 6.12: Prikaz odgovora o zainteresiranosti uslugama portala

## 7. Zaključak

Promotivni film *Petogododisnji uspon međimurskog sporta* ljudima поближе predstavlja jedini sportski portal u Međimurju te čovjeka koji stoji iza ideje stvaranja istog. Promotivni film rađen je u 3 faze te obuhvaća preprodukciju, produkciju i postprodukciju. Preprodukcija je započela zahtjevima vlasnika sportskog portal s kojim su dogovorene lokacije snimanja, odabran je sportaš koji je pristao na snimanje intervjua te korištenje snimaka u svrhu završnog rada. Isto tako određena je ciljana skupina prema parametrima kako bi se znalo kome se točno želi predstaviti portal. Nakon razgovora napisan je sinopsis te se nakon toga krenulo na snimanje.

Snimanje je trajalo nekoliko dana. Prvo je snimljen vlasnik portala u svom radnome uredu odnosno sjedištu portala. Nakon toga sniman je intervju sa profesionalnim sportašem, drugi dio intervjua sa vlasnikom portala na SRC Mladost u Čakovcu, posljednje su snimljeni kadrovi na malonogometnog haklu u Nedelišću. Za snimanje promotivnog filma, koristio se fotoaparat Nikon D750, stativ Cullmann Mundo 528M, te ugrađeni mikrofoni. Nije korištena dodatna rasvjeta već ambijentalno i prirodno svjetlo kako bi se stvorila prirodna atmosfera.

Nakon snimanja, odabrani kadrovi koji će se koristiti u promotivnom filmu uvedeni su u program za montažu Wondershare Filmoru 9 na daljnju obradu. U promotivnom filmu dodana je pozadinska glazba, napravljen je naslovni, te dodan tekst na dijelove di je to bilo potrebno. Također uklonjeni su pozadinski zvukovi, na kadrove je dodana stabilizacija, a pojedini su usporeni ili ubrzani kako bi se dobio željeni efekt. Nakon montaže, promotivni film je renderiran i traje 3 minute i 22 sekunde.

Na samome kraju napravljena je anketa kreirana putem Google obrasca s ciljem da se provjeri je li ciljana skupina pratila, shvatila te nešto naučila o samom portalu iz promotivnog filma. Dobiveni rezultati itekako su zadovoljavajući te je promotivni film vrlo dobro prihvaćen i sigurno će privući još više novih čitatelja te potencijalnih sponzora. Također na sam rođendan portala bit će postavljen na društvene mreže portala *Međimurska sportska mreža*.

U Varaždinu, 31.kolovoza.2023.

---

Potpis studenta

SVK  
|

HUKON  
ALISSAINO

# Sveučilište Sjever

MMI  
|

SVEUČILIŠTE  
SJEVER

## IZJAVA O AUTORSTVU

Završni/diplomski rad isključivo je autorsko djelo studenta koji je isti izradio te student odgovara za istinitost, izvornost i ispravnost teksta rada. U radu se ne smiju koristiti dijelovi tuđih radova (knjiga, članaka, doktorskih disertacija, magistarskih radova, izvora s interneta, i drugih izvora) bez navođenja izvora i autora navedenih radova. Svi dijelovi tuđih radova moraju biti pravilno navedeni i citirani. Dijelovi tuđih radova koji nisu pravilno citirani, smatraju se plagijatom, odnosno nezakonitim prisvajanjem tuđeg znanstvenog ili stručnoga rada. Sukladno navedenom studenti su dužni potpisati izjavu o autorstvu rada.

Ja, ROBERTO DEŽDEK (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom IZRADA PROMOTIVNOG FILMA "FETOEDONISMI USPON MEDITERRANSKOG SPORTA" (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:  
(upisati ime i prezime)

Deždek

(vlastoručni potpis)

Sukladno čl. 83. Zakonu o znanstvenoj djelatnosti i visokom obrazovanju završne/diplomske radove sveučilišta su dužna trajno objaviti na javnoj internetskoj bazi sveučilišne knjižnice u sastavu sveučilišta te kopirati u javnu internetsku bazu završnih/diplomskih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice. Završni radovi istovrsnih umjetničkih studija koji se realiziraju kroz umjetnička ostvarenja objavljuju se na odgovarajući način.

Sukladno čl. 111. Zakona o autorskom pravu i srodnim pravima student se ne može protiviti da se njegov završni rad stvoren na bilo kojem studiju na visokom učilištu učini dostupnim javnosti na odgovarajućoj javnoj mrežnoj bazi sveučilišne knjižnice, knjižnice sastavnice sveučilišta, knjižnice veleučilišta ili visoke škole i/ili na javnoj mrežnoj bazi završnih radova Nacionalne i sveučilišne knjižnice, sukladno zakonu kojim se uređuje znanstvena i umjetnička djelatnost i visoko obrazovanje.

## 8. Literatura:

- [1] Dino Farkaš, Izrada promotivnog filma kulturne manifestacije "Vratišinske vesele vurice"  
<https://repozitorij.unin.hr/islandora/object/unin%3A272/datastream/PDF/view> - 8.5.2023.
- [2] Tena Luić, Izrada promotivnog videospota za Nails by Anđela  
<https://repozitorij.unin.hr/islandora/object/unin%3A3989/datastream/PDF/view> - 8.5.2023.
- [3] Studiobinder, What is Pre-Production in Film – A Blueprint for Success  
<https://www.studiobinder.com/blog/what-is-pre-production-definition/> - 5.4.2023.
- [4] Masterclass, Understanding Filmmaking: The 5 Stages of Film Production  
<https://www.masterclass.com/articles/understanding-the-stages-of-film-production> - 11.5.2023.
- [5] Mack Sennett Studios, What Does Production Mean in Film?  
<https://macksennettstudios.net/what-does-production-mean-in-film/> -11.5.2023.
- [6] Studiobinder, What is Post-Production – The Final Steps in the Process  
<https://www.studiobinder.com/blog/what-is-post-production/> - 12.5.2023.
- [7] Promo, Understanding The Meaning Of A Promo Video  
<https://promo.com/blog/what-is-a-promotional-video> - 11.4.2023.
- [8] Eferit, Sinopsis (sastav i gramatika)  
<https://hr.eferrit.com/sinopsis-sastav-i-gramatika/> - 15.4.2023.
- [9] Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Filmska enciklopedija, mrežno izdanje  
<https://filmska.lzmk.hr/natuknica.aspx?ID=2719> - 12.6.2023.
- [10] Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Filmska enciklopedija, mrežno izdanje  
<https://filmska.lzmk.hr/natuknica.aspx?ID=4897> - 12.6.2023.
- [11] Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Filmska enciklopedija, mrežno izdanje  
<https://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=48569> - 12.6.2023.
- [12] Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Filmska enciklopedija, mrežno izdanje  
<https://filmska.lzmk.hr/natuknica.aspx?ID=3824> - 12.6.2023.
- [13] Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Filmska enciklopedija, mrežno izdanje  
<https://filmska.lzmk.hr/natuknica.aspx?ID=2757> - 12.6.2023.



- [14] Trafford Jones, Schublin, Thorpe, SMPTE The Technology of Motion-Image Acquisition  
[https://moodle.srce.hr/2020-2021/pluginfile.php/5087984/mod\\_resource/content/1/SMPTE%20-%2020200430%20%20The%20Technology%20of%20MotionImage%20Acquisition\\_Trafford%20Jones\\_Scubin\\_Thorpe.pdf](https://moodle.srce.hr/2020-2021/pluginfile.php/5087984/mod_resource/content/1/SMPTE%20-%2020200430%20%20The%20Technology%20of%20MotionImage%20Acquisition_Trafford%20Jones_Scubin_Thorpe.pdf) - 2.8.2023.
- [15] Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Filmska enciklopedija, mrežno izdanje  
<https://filmska.lzmk.hr/natuknica.aspx?ID=4824> - 12.6.2023.
- [16] Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Filmska enciklopedija, mrežno izdanje  
<https://filmska.lzmk.hr/natuknica.aspx?ID=2577> - 12.6.2023.
- [17] Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Filmska enciklopedija, mrežno izdanje  
<https://filmska.lzmk.hr/natuknica.aspx?ID=609> - 12.6.2023.
- [18] Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Filmska enciklopedija, mrežno izdanje  
<https://filmska.lzmk.hr/natuknica.aspx?ID=3561> - 12.6.2023.
- [19] Svijet filma, Zašto je rasvjeta jedna od najvažnijih stvari na filmu?  
<https://svijetfilma.eu/zasto-je-rasvjeta-jedna-od-najvaznijih-stvari-na-filmu/> - 5.5.2023.
- [20] PC Mag, Wondershare Filmora Review  
<https://www.pcmag.com/reviews/wondershare-filmora> - 12.5.2023.
- [21] Campkins cameras, Cullmann Mundo 528M Tripod – Black  
<https://www.campkinscameras.com/cullmann-mundo-528m-tripod-black/> - 18.5.2023.
- [22] Reference, Jrank, Digital Cameras and Digital Photography  
[https://reference.jrank.org/photography/Digital\\_Cameras\\_and\\_Digital\\_Ph.html](https://reference.jrank.org/photography/Digital_Cameras_and_Digital_Ph.html) - 1.8.2023.
- [23] Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Filmska enciklopedija, mrežno izdanje  
<https://filmska.lzmk.hr/natuknica.aspx?id=2553> – 12.6.2023.
- [24] Leksikografski zavod Miroslav Krleža, Filmska enciklopedija, mrežno izdanje  
<https://filmska.lzmk.hr/natuknica.aspx?ID=2889> - 12.6.2023.
- [25] Photographylife, Reviews – Nikon D750  
<https://photographylife.com/reviews/nikon-d750> - 12.6.2023.

## 9. Popis slika i tablica:

Slika 4.1: Specifikacije fotoaparata .....	28
Slika 4.2: Nikon D750 .....	29
Slika 4.3: Stativ Cullmann Mundo 528M.....	30
Slika 5.1: Radno sučelje programa Wondershare Filmora9.....	32
Slika 5.2: Kreiranje novog projekta .....	32
Slika 5.3: Uvoz snimljenih kadrova.....	33
Slika 5.4: Prikaz jednog kadra .....	34
Slika 5.5: Prikaz izgleda naslova .....	35
Slika 5.6: Ubacivanje teksta na kadar .....	35
Slika 5.7: Podešavanje jačine zvuka .....	36
Slika 5.8: Prikaz ubacivanja glazbene podloge.....	36
Slika 5.9: Izvoz promotivnog filma .....	37
Slika 6.1: Prikaz spola ispitanika.....	38
Slika 6.2: Prikaz dobni skupina ispitanika .....	38
Slika 6.3: Prikaz sviđanja promotivnog filma .....	39
Slika 6.4: Prikaz ocjena snimljenih kadrova .....	39
Slika 6.5: Prikaz ocjena montaže.....	40
Slika 6.6: Prikaz ocjena glazbene podloge .....	40
Slika 6.7: Prikaz poznavanja portala.....	41
Slika 6.8: Prikaz informiranja o radu i uslugama portala .....	41
Slika 6.9: Prikaz odgovora o početku rada portala .....	42
Slika 6.10: Prikaz odgovora o najčitanijem sportu.....	42
Slika 6.11: Prikaz odgovora o broju pratitelja .....	43
Slika 6.12: Prikaz odgovora o zainteresiranosti uslugama portala .....	43
Tablica 1: Podjela ciljane skupine .....	12

## **10. Prilozi**

CD – Promotivni film “Petogodišnji uspon međimurskog sporta”

Tekst završnog rada

Izjava o autorstvu