

Izrada promotivnog videospota o Dugom otoku

Ninić, Barbara

Undergraduate thesis / Završni rad

2018

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

Permanent link / Trajna poveznica: <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:122:050773>

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

Download date / Datum preuzimanja: **2025-02-19**



Repository / Repozitorij:

[University North Digital Repository](#)





Sveučilište Sjever

Završni rad br. 590/MM/2018

Izrada promotivnog videospota o Dugom otoku

Barbara Ninić, 0820/336

Varaždin, rujan 2018. godine



Sveučilište Sjever

Odjel za Multimediju, oblikovanje i primjenu

Završni rad br. 590/MM/2018

Izrada promotivnog videospota o Dugom otoku

Student

Barbara Ninić, 0820/336

Mentor

mr. sc. Dragan Matković, dipl. ing.,
viši predavač

Varaždin, rujan 2018. godine

Prijava završnog rada

Definiranje teme završnog rada i povjerenstva

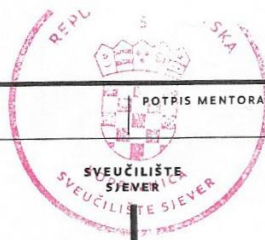
ODJEL	Odjel za multimediju, oblikovanje i primjenu		
PRISTUPNIK	Barbara Ninić	MATIČNI BROJ	0820/336
DATUM	KOLEGIJ Digitalna video produkcija		
NASLOV RADA	Izrada promotivnog videospota o Dugom otoku		
NASLOV RADA NA ENGL. JEZIKU	Creation of promotional video of Dugi otok Island		
MENTOR	mr.sc. Dragan Matković, dipl.ing.	ZVANJE	Viši predavač
ČLANOVI POVJERENSTVA	1. doc. dr. sc. Darijo Čerepinko - predsjednik 2. doc.art. Mario Periša, dipl.ing.- član 3. mr.sc. Dragan Matković, v. pred. - mentor 4. doc.art. Robert Geček - zamjenski član 5. _____		

Zadatak završnog rada

BROJ	590/MM/2018
OPIS	<p>Cilj izrade promotivnog videospota jest u kratkom vremenu što jednostavnije i atraktivnije prezentirati određeni sadržaj. Oni obuhvaćaju širok raspon vrste sadržaja i načina njihova predstavljanja. Najčešće dolaze u obliku kratkih filmova koji obiluju atraktivnim kadrovima te su najčešće povezani s ljudima, događajima, mjestima, raznim vrstama djelatnosti, uslugu i proizvoda. Služeći se različitim kadrovima, planovima te rakursima postiže se osjećaj dinamičnosti, te sadržaj lakše i kvalitetnije dopire do gledatelja i zadržava njegovu pažnju. Promotivni videospotovi određeni su idejom ili zahtjevima, vizualnim scenarijem ili knjigom snimanja, te tehničkom opremom i financijskim sredstvima. Proces izrade videopriloga obuhvaća razradu vizualnog scenarija, odabir mjesta i vremena snimanja te odabir sudionika. Nadalje, obuhvaća odabir tehničke opreme i načina snimanja, te završnu obradu snimljenog materijala u odabranom programu prilagođenom montaži i obradi.</p> <p>U radu je potrebno:</p> <ol style="list-style-type: none">1. definirati vrstu promotivnog videospota te opisati zahtjeve u predprodukciji, produkciji i postprodukciji kod njegove izrade2. definirati produkcijski tim potreban za izradu videospota3. opisati tehničke elemente rasvjete, kamere i tona4. dati prikaz izrade scenarija i knjige snimanja5. dati prikaz postupaka pripreme i snimanja svih kadrova prema knjizi snimanja6. objasniti tehnike editiranja slike, kreiranja teksta i grafike prema knjizi snimanja7. opisati i objasniti detalje u toku izrade videospota na koje su utjecala raspoloživa tehnička oprema i financijska sredstva

ZADATAK URUČEN

24. 9. 2018.



Handwritten signature

Sažetak

Rad opisuje proces i način snimanja promotivnog videospota pod naslovom "Dugi otok-neotkriveno blago", u kojem se na netipičan način promoviraju prirodne ljepote otoka. Videospot nije namjenjen širokim masama, već se kroz osobno viđenje predstavlja ljudima koje zanima netaknuta priroda, mir i povratak tradiciji i korijenima.

U radu je iznesen teoretski i praktični prikaz koraka i procesa izrade videospota, od same ideje do finalnog proizvoda.

Proces izrade videospota započeo je predprodukcijom, koja se sastojala od odabira teme i naslova, nakon čega je slijedilo pisanje pozadinske priče, koja je kasnije snimljena kao OFF-ton te od knjige snimanja.

Zatim je slijedilo snimanje videopriloga duž cijelog otoka i odabir kadrova iz snimljenog materijala. Nakon toga je slijedila postprodukcija u programu za nelinearnu montažu Adobe Premiere Pro CS6; slaganje kadrova koji prate priču, dodavanje grafičkih elemenata i odabir glazbe za pozadinu videopriloga.

Ključne riječi: promotivni videospot, izrada videa, predprodukcija, produkcija, postprodukcija, OFF-ton

Summary

This paper describes the process and method of recording a promotional video called „Dugi otok-neotkriveno blago“ in which the natural beauty of the island is promoted in an unbiased way. Video is not intended for massive masses and through personal point of view it presents itself to people interested in intact nature, peace and return to tradition and roots.

The paper presents a theoretical and practical overview of the steps and processes of video production, from the idea to the final product.

The video production process began with pre-production, which consisted of theme and title selection, followed by writing a background story, which was later recorded as an OFF tone and from storyboard.

After that, promotional video was recorded along the entire island. This was followed by post-production which was done in a program for non-linear editing Adobe Premiere Pro CS6; stacking the storyline, adding graphic elements and selecting background music for the video clip.

Keywords: promotional video, video production, pre-production, production, postproduction, OFF-tone

Popis korištenih kratica

B- Blizi plan

BBC- British Broadcasting Corporation

CNN- Cable News Network

dB – Decibel, omjer između dviju vrijednosti iste fizikalne veličine

DET- Detalj plan

DSLR- Digital single-lens reflex

ISO - International Organization for Standardization

IT- International soundtrack

K – Krupni plan

LCD – Liquid crystal display

NLE - Non-linear editing

OFF-ton – Snimljeni glas govornika

S – Srednji plan

T – Total plan

WB- White balance

Sadržaj

1.	Uvod.....	1
2.	Promotivni videospot	2
	Teorijski tijek izrade videopriloga	3
3.	Predprodukcija	3
4.	Produkcija.....	4
4.1	Produkcijski tim	4
4.2	Tehnike snimanja	5
4.2.1	Kadar i kompozicija	5
4.2.2	Plan.....	8
4.2.3	Rakurs.....	9
4.3	Osnovna oprema i tehnički elementi.....	10
4.3.1	Kamera	10
4.3.2	Tehnički elementi rasvjete	12
4.3.3	Zvuk	13
5.	Postprodukcija.....	14
5.1	Nelinearna montaža	14
5.2	Adobe Premiere Pro CS6.....	14
5.3	Proces montaže videospota	15
	Proces izrade promotivnog videospota „Dugi otok - neotkriveno blago“	19
6.	Predprodukcija	19
6.1.1	Ideja, tema i naslov.....	19
6.1.2	Sinopsis	20
6.1.3	Vizualna knjiga snimanja	22
7.	Produkcija.....	24
7.1	Oprema za snimanje.....	24
7.1.1	Kamera	24
7.1.2	Zvuk	25

7.1.3	Stativ.....	26
7.2	Proces snimanja videospota	27
8.	Postprodukcija.....	28
8.1	Proces montaže priloga.....	28
9.	Zaključak.....	35
10.	Literatura	37
11.	Popis slika	39

1. Uvod

Živimo u audiovizualnoj eri, u dobu snažno obilježenom slikom i zvukom, a video predstavlja spoj spomenutih elemenata. On je dominantan medij, vrlo upečatljiv i iznimno prijамčiv. Svrha promotivnog videospota je da kroz atraktivne kadrove, rasvjetu koja omogućava različite ugođaje, pokrete kamere, originalne tehnike montaže i zvukove predstavi ljude, događaje, mjesta, različite vrste djelatnosti, usluga i proizvoda. Ključna stvar kod izrade promotivnog videospota je da se odmah na početku odrede cilj i ciljana skupina. Nakon što se to odredi, moći će se lakše istaknuti ono što je važno, ono što videospotom želimo prenijeti te će se lakše zainteresirati gledatelj.

Rad je podijeljen u dva glavna dijela. Prvi dio predstavlja teorijski tijek izrade videospota, a drugi dio opisuje proces izrade promotivnog videospota "Dugi otok-neotkriveno blago".

Prvi dio je podijeljen na tri faze: predprodukciju, produkciju te postprodukciju. U predprodukciji predstavljani su važni elementi koji čine temelj videospota: ideja, tema i knjiga snimanja. U produkciji su opisani produkcijski tim, tehnike snimanja te osnovna oprema i tehnički elementi. U postprodukciji je objašnjen proces montaže kao i nelinearna montaža.

Drugi dio je također podijeljen na predprodukciju, produkciju te postprodukciju, no on ove faze i korake izrade iznosi kroz primjer videospota o Dugom otoku, dok prvi dio samo teorijski objašnjava spomenute faze. U predprodukciji se odredila tema i naslov videopriloga nakon čega je slijedila izrada *storyboarda*. Nakon dobro razrađene predprodukcije, slijedila je produkcija. U ovoj su se fazi odredili lokacija i proces snimanja kao i oprema za snimanje. Naposljetku je opisan proces montaže promotivnog videospota, odnosno obrada snimljenog videomaterijala koja uključuje skraćivanje videomaterijala, dodavanje efekata, postavljanje glazbene pozadine te spajanje materijala u cjelinu.

2. Promotivni videospot

Promotivni videospot je marketinški videosadržaj koji kroz svoju atraktivnu formu na jednostavan način prezentira uslugu, djelatnost, mjesto, ljude i sl. Služeći se različitim kadrovima, planovima te rakursima postiže se osjećaj dinamičnosti, te sadržaj videospota lakše i kvalitetnije dopire do gledatelja i zadržava njegovu pažnju. Promotivni videospotovi određeni su idejom ili zahtjevima, vizualnim scenarijem ili knjigom snimanja, te tehničkom opremom i financijskim sredstvima. Oni bi trebali biti kraćeg vremenskog trajanja, odnosno trebalo bi se u što kraćem vremenu reći ono najbitnije. Vremensko trajanje videospota određuje se ovisno o načinu prezentacije, odnosno distribucije. Distribucija videospota može se odvijati na društvenim mrežama (Facebook, YouTube, Instagram), sajmovima, na televiziji ili web stranicama.

Teorijski tijek izrade videopriloga

3. Predprodukcija

Svaki film započinje idejom i može se svesti na jednu osnovnu misao [2]. Ideja je prvi korak predprodukcije kao i same izrade videospota. Postupak nastanka videospota može se podijeliti u četiri glavne faze: ideja, scenarij, snimanje i montaža. U svakoj od tih faza donosi se niz odluka koje progresivno sužavaju mogućnost izbora i usmjeravaju video prema njegovom finalnom izgledu[2]. Prva je odluka koja je tema videospota, odabir osnovne ideje. Nakon toga slijedi scenarij koji se piše na temelju ideje i dodatno sužava, koncentrira ideju prema cilju - ovdje su definirani svi likovi, situacije u kojima se nalaze, dijalozi, prostori i vrijeme zbivanja. Prema scenariju radi se knjiga snimanja - konačna faza razradbe scenarija. U knjizi snimanja scene iz scenarija razrađuju se u kadrove. Za svaki od njih određuju se zbivanje koje će se pratiti, ključni parametri kadra (obvezno plan te mogući pokreti kamere, rakursi i specijalni efekti) te tipovi montažnih prijelaza među kadrovima i scenama. Ukoliko knjiga snimanja nije opisna već je u slikama, onda je riječ o *storyboardu* odnosno vizualnoj knjizi snimanja. Piše je redatelj (sam ili u suradnji) ili, rjeđe, scenarist [11].

U fazu predprodukcije spada i odabir lokacije snimanja. Plan snimanja radi se po scenama, a scene se grupiraju po lokacijama. Nakon što je određen popis lokacija na kojima se snima, scene se slažu po tome u koje se doba dana odvijaju. Dobra lokacija je ona na kojoj možete snimiti više različitih filmskih objekata bez mnogo seljenja[2]. U fazi predprodukcije određuje se i ciljana skupina koja će diktirati odabir žanra, odnosno način prijenosa osnovne ideje. Ciljana skupina određuje se u tri osnovne podjele, a to su: geografska (država, grad, regija), demografska (dob, spol, zanimanje, rasa) i psihografska (način života, osobnost). Kada se priča o ciljanoj skupini kao geografskoj skupini tada se ispituje državljanstvo, građanstvo i slično. Gledajući demografski ispituje se dob, spol, rasa, nacionalnost, religiju, obrazovanje, zanimanje, prihode i slično. Dok psihografska segmentacija označava socijalnu pripadnost, osobnost, odnosno životni stil [1].

4. Produkcija

Kao što je već rečeno, postupak nastanka videa može se podijeliti u četiri glavne faze: ideja, scenarij, snimanje i montaža. Nakon dobro odrađene predprodukcije, odnosno nakon što se dobro razrade ideja, scenarij koji je temeljen na ideji te knjige snimanja, slijedi produkcija, odnosno snimanje. Scenarij predstavlja polaznu točku za pripremu snimanja. Snimanje, treća i najkompleksnija faza nastanka filma, uključuje najviše ljudi, opreme i lokacija. Stoga je potrebno dobro i pažljivo planiranje kako bi snimanje bilo što učinkovitije[10]. Ključno je prije samog snimanja dobro razmisliti o tehničkim i kompozicijskim pravilima. Važno je imati viziju svih kadrova kao i pozadinske glazbe (*soundtracka*), kako bi u postprodukciji jednostavnije i kvalitetnije spojili sve audiovizualne snimke u jednu smislenu cjelinu [3].

U ovom dijelu rada teorijski se opisuje produkcijski tim koji stvara videospot, opisuju se tehnike snimanja te kompozicijska načela koja čine kadar, plan i rakurs. Nadalje, opisuju se osnovna oprema, koju čine kamera, baterija, objektivi i stativ i tehnički elementi potrebni za izradu videospota.

4.1 Produkcijski tim

Da bi se plan snimanja realizirao, potrebna je suradnja više osoba koje su imaju točno definirane zadatke. Ovisno o trajanju videospota, budžetu i zahtjevima koji su postavljeni u scenariju, razlikuju se četiri veličine ekipa na setu: najmanja, mala, srednja i velika ekipa. Naravno, ima primjera kada cijeli videospot, od ideje do postprodukcije obavi jedna osoba.

Najmanja ekipa sastoji se od redatelja i snimatelja. Redatelj (*director*) autorsko je srce ekipe, osoba koja odlučuje što i koga će se snimati, odabire glumce i lokacije na kojima će se snimati, definira kadar i pokret kamere i određuje atmosferu filma. U slučaju malog videospota redatelj je često ujedno i scenarist, producent i montažer [2]. Snimatelj/direktor fotografije zadužen je za vizualni aspekt filma, vrstu rasvjete koja će se koristiti, tip osvjetljenja, kompoziciju kadra. On brine o kameri, kasetama, baterijama i stativu.

Mala ekipa, u usporedbi s najmanjom, proširena za tonskog snimatelja, osvjetlivača i producenta. Tonski snimatelj, tonac (kako se naziva u žargonu) brine o zvuku, bilo da je riječ o intervjuu ili snimanju šumova, atmosfere i zvučnih efekata. On brine o svim mikrofonima, baterijama, kablovima, izvorima buke te o sinkronizaciji s kamerom. Majstor rasvjete (*gaffer*) pomaže

direktoru fotografije da kvalitetno osvijetli kadar. Brine o rasvjetnim tijelima, stalcima, kablovima, izvoru električne energije, dosvjetljivačima i slično. Producent (*producer*) priprema sve da se snimanje obavi što brže i ugodnije. Po uputama redatelja kontaktira vlasnike ili korisnike lokacije za snimanje kako bi osigurao sve dozvole na vrijeme.

Srednja ekipa, u usporedbi s malom ekipom, proširena je s pomoćnikom režije, scenografom, kostimografom, maskerom/frizerom, asistentom tonskog snimatelja, asistentom produkcije, snimateljem, scenskim radnikom i skriptom. Ova ekipa može pokriti snimanje zahtjevnog videospota s glumcima, složenog dokumentarnog filma ili manjeg igranog filma.

Velika ekipa je srednja ekipa proširena za koreografa, rekvizitera, location managera, kuhara, vođu statista/casting direktora, garderobijera, fotografa, računovođu, asistente (režije, produkcije, kamere, rasvjete, scene, videa, kostimografa, scenografa...)[2].

4.2 Tehnike snimanja

Prije samog snimanja videomaterijala ključno je dobro razmisliti o kadrovima i kompoziciji kadra[4]. Služeći se različitim kadrovima, planovima te rakursima postiže se osjećaj dinamičnosti, a sadržaj videospota lakše dopire do gledatelja i zadržava njegovu pažnju. Kadar, rakurs, plan, os akcije i pokreti kamere izražajna su sredstva filmskog jezika koja pomažu da se ispriča filmska priča[2]. Stoga, za snimanje videomaterijala potrebno je barem minimalno predznanje o kadriranju i kompoziciji, jer dobro komponirani kadar čini razliku između dobre i loše snimke, a naposljetku i ovisi o kvaliteti videouratka. Kadar je osnovna jedinica snimateljske gramatike. Dolazi od francuske riječi *cadre*, što znači okvir. Filmski kadar, za razliku od fotografskog kadra, ima dvije komponente koje fotografija nema: vrijeme i pokret. Planom se definira odnos lika i okoline. Odabirom planova i njihova redoslijeda u sceni tvori se filmska rečenica[2]. Korištenjem različitih rakursa snimani objekt možemo prikazati superiornim, autoritativnim ili pak manjim, inferiornim ili slabim.

4.2.1 Kadar i kompozicija

Kadar je najmanja dinamička jedinica filma, za razliku od sličice, koja je najmanja statička jedinica filma. Videomaterijali snimaju se kadar po kadar, a zatim se kadrovi montažno spoje[9].

Unutar jednog kadra, pa kakav god on bio po svojim drugim kakvoćama – bila kamera pokrenuta ili nepokrenuta – prostor i vrijeme prožimlju se do nerazlučivosti, pa se kadar iz aspekta odnosa filmske tehnike prema snimanoj građi može definirati kao jedan omeđeni prostornovremenski kontinuum prikazivane građe[12]. Kadar je oblik filmskog zapisa koji uključuje i ostale oblike, primjerice slikovne i zvučne oblike, položaje kamere koji su se rabili za snimanje kadra, a upravo ti oblici, odnosno parametri kadra omogućuju razlikovanje među kadrovima.

Parametri kadra: - s obzirom na stanja kamere kadrovi mogu biti: 1) statični -kada se kamera ne pomiče ili 2) dinamični –kada se kamera pokreće

- s obzirom na duljinu: 1) najkraći kadar - traje 1 /24 sekunde

2) vrlo kratak kadar: ne dopušta percepciju sadržaja, te se opaža kao gotovo "strano tijelo" između dva druga kadra

3) kratki kadar - omogućuje percepciju svojih sadržaja, ali ne omogućuje reakciju na ono što je prepoznato

4) dugi kadar - omogućuje percipiranje svih svojih sadržaja i svojim trajanjem omogućuje gledaočev doživljaj i daljnje razgrađivanje njegova sadržaja

5) ni kratak ni dug kadar - dovoljno je dug da dopušta percepciju cjelokupne građe i omogućuje sva pretpostavljiva djelovanja te građe na gledaoca. Ako se prekine ranije, to će onda biti kratki kadar, ako se prekine kasnije bit će dugi[12]

- s obzirom na pronicanje dubine: 1) dubinski ili 2) plošni, odnosno kadar u kojemu se u punoj oštini predočuje samo jedna ploha, samo jedna udaljenost od kamere)

- kadrovi sa stajališta promatrača ili pripovjedača:

1) objektivni kadrovi - pričinjaju se kao zapažaji snimljene građe kakvi bi bili otprilike i gledaočevi da je prisustvovao snimanom događanju [12]

2) subjektivni kadrovi - razlika naspram objektivnih kadrova nastaje s obzirom na montažni kontekst. Subjektivnom kadru prethodi kadar neke osobe koja koncentriranije gleda u nekome smjeru, pa sljedeći kadar doživljavamo kao isječak izvanjskoga svijeta što ga vidi prethodno pokazana osoba

3) autorov (režiserov) kadar - taj se kadar zove i "kadrom komentara", jer autor njime ne samo da otkriva svoju nazočnost nego istodobno i komentira prizor, daje izraza svojem doživljaju ili spoznanju prizora [12].

Pri komponiranju filmskog kadra koriste se ista pravila kao kod snimanja fotografije. Posebnu pozornost treba obratiti na raspored, odnosno odnos elemenata u kadru[13]. Postoje pravila komponiranja, a slijedeći ista postižu se bolji, oku primamljiviji kadrovi.

Zlatni rez je pravilo kompozicije nastalo još u antička vremena koje već stoljećima služi u umjetnosti kao napatuk za skladan suodnos. Objekti smješteni u zlatnom rezu daju harmoničan odnos objekta i njegove okoline u kadru, a kadar djeluje dinamično i zanimljivo.



Slika 4.1. pravilo trećine

Pravilo trećina- pravilo kompozicije u kojem se kadar dijeli na tri jednaka dijela po dužini i po visini. Četiri dobivene točke sjecišta predstavljaju pozicije na koje ljudsko oko najviše obraća pozornost.

4.2.2 Plan

Pozicija kamere upravlja pozornošću gledatelja i navodi ga da u svakom trenutku uočava ono što je najbitnije u kadru. Pozicija kamere opisuje doživljaj ili stanje snimljenoga objekta ili osobe, a definiraju je rakurs, plan i os akcije (rampa). Plan (franc. „le plan“- ploha, ravnina, udaljenost) predstavlja udaljenost kamere od snimanog objekta ili skupine objekata, i to udaljenost kako je gledatelj doživljava gledajući te objekte [6].

Postoji više vrsta planova: - Total (long shot) - najširi plan u kojem se vidi čitav prostor u kojem se radnja zbiva. Koristi se za prikazivanje pejzaža, panorama ili masovnih scena. Ovaj plan ne određuje ljudska figura, već prostor u kojem se nalazi

- Srednji plan (full shot) - kadar u kojem se ljudske figure vide cijele ili gotovo cijele, a prostor unutar kojega se kreću dovoljno je prostran i pregledan. Jedan je od najkorištenijih planova[5]

- Bliži plan (medium shot) – kod ovog plana pozornost gledatelja koncentrirana je na subjekte radnje, osoba se u kadru vidi do pojasa i zauzima veći dio tog kadra

- Američki plan (3/4) - podvrsta bližeg plana koji prikazuje ljudsku figuru do koljena

- Krupni plan (close-up) - pažnju gledatelja koncentrira na lice ili važan detalj scene

- Detalj (extreme close-up)- prikazuje samo dio neke osobe ili predmeta. Detalj može biti i kadar cijelog objekta koji je dio veće kompozicije, naprimjer šalica kave na stolu u restoranu [2].



Detalj



Krupni plan



Bliži



srednji plan



polutotal



total

Slika 4.2. planovi

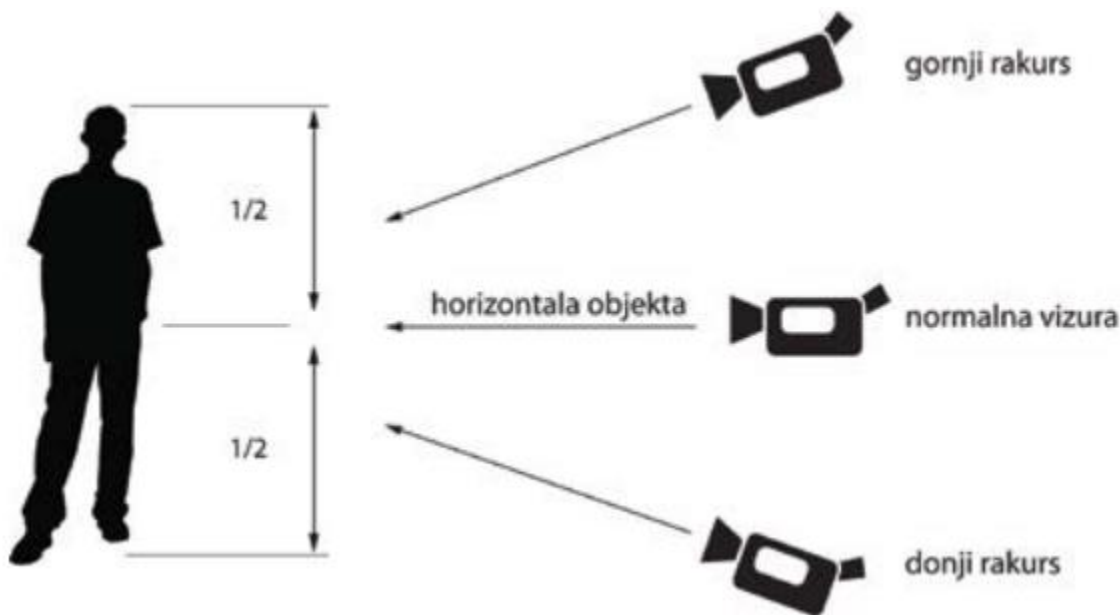
4.2.3 Rakurs

Rakurs se može definirati kao kut snimanja objekta. Kada kamera snima predmet snimanja, ona ga snima iz određenog kuta. Kamera će ili biti u visini ili iznad ili podno objekta, a takav se odnos kamere prema objektu naziva rakursom. Rakurs može ispraviti kompoziciju i nezanimljiv kadar učiniti zanimljivijim[2]. S obzirom na to da teorijski postoji bezbroj vertikalnih kutova snimanja, jer svaki i najmanji pomak kamere označava novi, tri su osnovne vrste istog: gornji rakurs, donji rakurs i razina kamere.

Gornji rakurs koristi se kod prikazivanja nekog prostora ili situacije, odnosa ljudi ili objekata u prostoru. Osoba snimljena iz gornjeg rakursa izgleda manja, inferiorna, slaba ili podređena.

Osoba ili objekt snimljen iz donjeg rakursa dobiva na važnosti, doima se superiorno i nadmoćno. Donji rakurs naglašava monumentalnost objekta, primjerice zgrade ili automobila.

Razina kamere (pogleda): više se ne upotrebljava naziv rakurs, već se jednostavno kaže da je kamera u razini pogleda. Posebni se efekti mogu postići ekstremnim rakursima. Ekstremni gornji rakurs naziva se “ptičja perspektiva”, a ekstremni donji rakurs “žablja perspektiva”. Takvi rakursi mogu biti vrlo upečatljivi i začudni, no mogu i pojačati doživljaj određenog kadra[2].

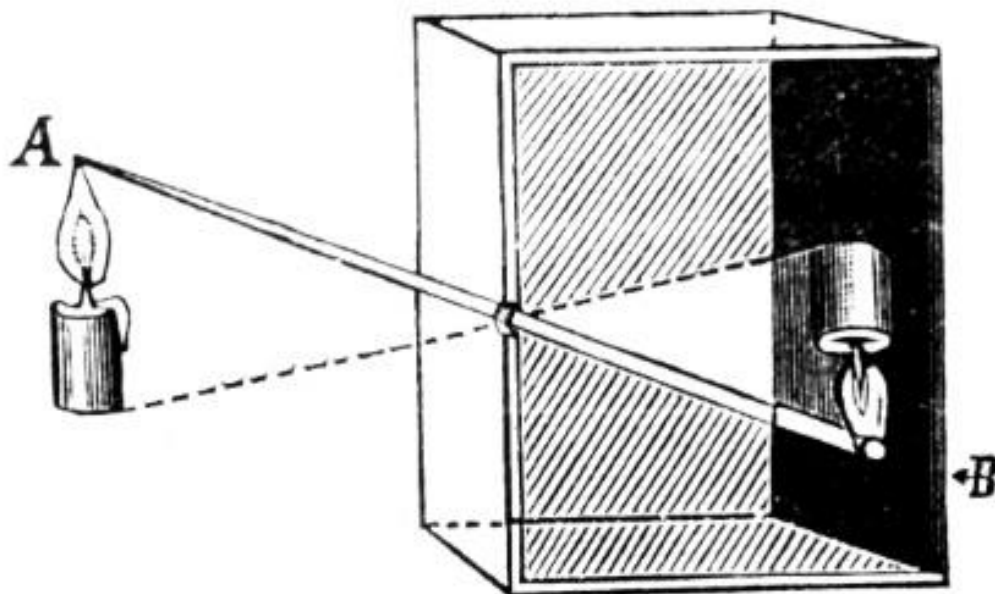


Slika 4.3. vrste rakursa

4.3 Osnovna oprema i tehnički elementi

4.3.1 Kamera

Potreba ljudi za trajnim zapisom slike seže još od davnih dana, što dokazuju špiljski crteži. Stoga pojava *camere obscurae* u 15. st. označava jedan od najvažnijih izuma kako za fotografiju tako i za video, jer se smatra da je to prethodnik fotografskog aparata. Ona predstavlja sanduk koji ima rupicu za prolaz svjetla tako da se na drugoj strani ocrta oblik iz prirode koji se nalazi ispred *camere obscurae*. Zbog otkrića tromosti oka počelo je konstruiranje uređaja u kojima izmjenom pojedinačnih snimaka, dobivamo kontinuiranu, stopljenu sliku (25 sličica u sekundi). Ovo razdoblje traje šezdesetak godina (1824.-1895.). U povijesti videa ističe se univerzalni uređaj kinematograf (*Cinématograph*), koji je istovremeno služio kao kamera, uređaj za kopiranje i projektor.



Slika 4.4. princip nastanka slike kod *Camere obscurae*

Braća Lumiere koristili su kinematograf za prvu projekciju kratkog filma 'Dolazak vlaka u stanicu' 1903. [14] Svi su prethodni uređaji utjecali na izum kamera kakvih danas poznajemo. A za snimanje pokretnih slika potrebna je kamera: uređaj koji ima objektiv (oko), elektroničke sklopove za obradu informacija (mozak) i sklop za pohranu podataka (pamćenje)[2]. No, za razliku od

ljudskog uma koji je vrlo prilagodljiv i ima sposobnost učenja, kamera je tek spoj optike, mehanike i elektronike koji nema mogućnost učenja, već zahtijeva operatera (snimatelja) koji će njome kvalitetno upravljati[2].

Postoje više vrsta kamera:

- kamere na mobitelu i kompaktnom fotoaparatu: prednost je njihova je dostupnost, ali takve kamere imaju male objektivne i male senzore (osjetnike), stoga ne mogu dati kvalitetnu sliku

- *Camcorderi*: najrasprostranjenija vrsta videokamera, iako se često nazivaju kamerama, riječ je o dvama uređajima u jednom koji se sastoji od kamere (camera) i jedinice za reprodukciju i snimanje (player/recorder)[5], od čega je izveden naziv camcorder. Za razliku od amaterskih kamera gdje je većina postavki automatska, kvalitetne kamere imaju više mogućnosti ručnog kontroliranja postavki snimanja, što omogućuje postizanje boljih rezultata snimanja u različitim svjetlosnim uvjetima

- DSLR fotoaparati - nije primarno videokamera, ali DSLR fotoaparati postigli su zavidne mogućnosti snimanja videa. Prednost DSLR fotoaparata je u njihovoj praktičnosti (jedan uređaj za dvije funkcije, fotografiranje i snimanje), ali najveća prednost DSRL fotoaparata pred kamerama je lakše postizanje dubinske oštine i veći izbor izmjenjivih objektivna. No DSLR aparati imaju svoja ograničenja prilikom snimanja videa: nezgrapni su za rukovanje pri snimanju, imaju ograničeno trajanje neprekidnog snimanja (deset do dvanaest minuta) i najčešće nemaju mogućnost kontrole snimanja zvuka bez dodatne opreme[2]

- Profesionalne digitalne filmske kamere - imaju promjenjive objektivne i velike mogućnosti ručnog kontroliranja postavki snimanja. Nekoliko je proizvođača zastupljeno svojim kamerama, a najrašireniji su RED (s markama One, Epic i Scarlet), Arri (Alexa, D-20, D21), Canon (C300).

Osnovni dijelovi kamere su objektiv (kontrola zum-objektiva, kontrola fokusa, kontrola ekspozicije) i tražilo/LCD ekran (sklop za snimanje, utor za memorijsku karticu / prostor za kasetu, baterija, kontrola načina rada – snimanje / reprodukcija / off, start stop tipka, ulazna sučelja za dodatnu opremu, izlazna sučelja, kontrole za reprodukciju, remen za ruku i audiokontrole [8]).



Slika 4.5. osnovni dijelovi kamere

4.3.2 Tehnički elementi rasvjete

Uz kameru, najbitniji alat svakog snimatelja je svjetlo. Korištenjem svjetla, videouradak će biti obogaćeniji dodatnim ugođajem, vizualnim stilom i osjećajem. Korištenje rasvjete često čini razliku između amaterske i profesionalne snimke. Svjetlo se ovisno o području ljudskog djelovanja u kojem se koristi, različito definira. Svjetlo i sjena pomažu pri percepciji predmeta i osoba, sjene daju oblik i dubinu[6]. Koristeći prirodno svjetlo može se stvoriti ograničeni ugođaj, dok se pomoću umjetne rasvjete mogu stvoriti dodatni efekti.

Svjetlo se dijeli prema kvaliteti (difuzno ili indirektno te kontrastno ili usmjereno) i prema podrijetlu (umjetno i prirodno). Difuzno, raspršeno ili meko svjetlo ne stvara jake sjene i kontraste. Svjetlo se može raspršiti tako da se ispred izvora svjetla stavi neki difuzor, primjerice papir, mat svila, tanka plahta, itd. Kontrastno ili oštro svjetlo proizvodi kontrastne, oštre sjene i stvara velike razlike između svijetlih i tamnih površina. Takvo svjetlo dolazi direktno iz izvora svjetla, poput Sunca ili rasvjetnog tijela bez sjenila, poput reflektora ili žarulje. Dnevno svjetlo dolazi od Sunca, praktično je, ali i vrlo kontrastno. Umjetno svjetlo su sobna ili ulična rasvjeta, reflektori, profesionalna studijska rasvjeta i slično. Prednost ovakve rasvjete je u tome što se može planirati i planski postaviti prema potrebi kadra[2].

Svjetlo ima još jednu karakteristiku, a to je temperatura ili boja svjetla, a izražava se u stupnjevima Kelvina (znak K). Bijelo svjetlo sadrži sve boje spektra, no ne emitiraju svi izvori svjetla bijelo svjetlo. Sunčevo svjetlo lomi se kroz gušću atmosferu koja propušta više crvene i narančaste, a manje plave boje. Pri umjetnoj rasvijeti, izvori svjetla sa žarnom niti daju više žutih i crvenih, toplih

tonova, dok fluorescentna rasvjeta isijava više plavih i zelenih, hladnih tonova. Ljudsko oko je savršeni mehanizam koji, pomoću mozga kompenzira takve razlike u temperaturi boje pa se bijeli zid čini bijelim i na dnevnom svjetlu i pod svjetlom žarulje i pod svjetlom neonske rasvjete. Kamera ne može kompenzirati nedostatke u spektru boja i te nedostatke prikazuje. Za korekciju temperature boje koristi se balans bijele boje (WB) u kameri[2].

4.3.3 Zvuk

Video predstavlja spoj slike i zvuka, ali iako se pri snimanju najviše pozornosti posvećuje slici, zvuk je jednako važan. On najavljuje događaje, upotpunjuje video, ocrta unutarnje stanje lika, a može u potpunosti utjecati na atmosferu i sam doživljaj videouratka. Važno je odabrati dobru pozadinsku muziku i uskladiti je s kadrovima, jer to naposljetku daje ritmičnost i dinamičnost videa. Zvuk možemo podijeliti na: glazbenu pozadinu (*soundtrack*), ambijentalni ili IT ton (engl. *international soundtrack*) odnosno ton s kamere, off-ton (naracija), i izjave govornika (intervju) Osim slike, kamera snima i zvuk. On se snima pomoću mikrofona koji je ugrađen na svakoj kameri. Neke kamere imaju mogućnost korištenja vanjskog mikrofona koji se priključuje na kameru. Najčešće korišteni mikrofoni su:

- Ugrađeni mikrofoni (built-in): širokopoljasni je mikrofoni koji hvata zvukove u vrlo širokom kutu. Izrazito je osjetljiv i hvata gotovo sve zvukove oko kamere, poznat i kao ambijentalni ton (IT)
- Ručni mikrofoni (handheld): koristi se u reportažama i vijestima za snimanje izjave govornika. Iako vrlo kvalitetni, njihov je nedostatak što moraju biti blizu izvora zvuka kako bi snimili što manje okolnog šuma
- Bubice (lavalier) su vrlo mali mikrofoni koji se mogu sakriti pod odjećom. Koristi se za snimanje govora glumca ili govornika, a postavlja se na 20 do 30 centimetara od govornikovih usta.



Slika 4.6. ugrađeni mikrofoni

5. Postprodukcija

Postprodukcija predstavlja zadnju, ali i ne manje važnu fazu izrade videospota, fazu u kojoj se definira finalni izgled, ritam i struktura filma. Svi materijali nastali tijekom produkcije odnosno snimanja sortiraju se, pregledavaju, izbacuju se nekvalitetne snimke i ubacuju se u program za montažu. U programu se na sekvencu smještaju snimljeni kadrovi i zvuk, dodaje se pozadinska glazba, specijalni efekti, korigiraju se boje, kontrasti, dodaju se grafike i naposljetku se sve spaja u jednu smislenu cjelinu. U ovom dijelu rada opisuje se nelinearna montaža, proces montaže videospota i ukratko opisuje program za nelinearnu montažu koji je korišten za montiranje praktičnog dijela rada.

5.1 Nelinearna montaža

Montaža se tradicionalno radila za montažnim stolom, s rolama filma. Prosječni 35-milimetarski igrani film u trajanju od 100 minuta dugačak je oko 2700 metara[2]. Iz toga su vremena ostali izrazi poput “rez” (cut, spoj između dva kadra), “posljednji rez” (final cut, pravo redatelja ili producenta na završnu odluku o izgledu filma) i slično. Pojednostavljeno govoreći, montaža se radila škarama i ljepilom, tj. trebalo je film slagati redom kojim će teći u kinu. Odatle naziv linearna montaža. Dolaskom digitalne tehnologije otvorena je nova paradigma montaže - nelinearna montaža (NLE)[7]. Za spajanje dva kadra, nije više potrebno premotavati kilometre trake: klikom miša spajaju se dva kadra u sekvencu, ništa se ne „baca na pod“ kao kod linearne montaže. Osim toga, ništa se ne treba brisati i presnimavati ako se želi dodati novi materijal. Svi materijali nalaze se na hard disku, a montažer se lako vraća odbačenom materijalu i radi izmjene na već odsječenim kadrovima. Zbog toga se ova montaža zove i nedestruktivna montaža.

Slika 5.1. ikona programa A.P. Pro CS6



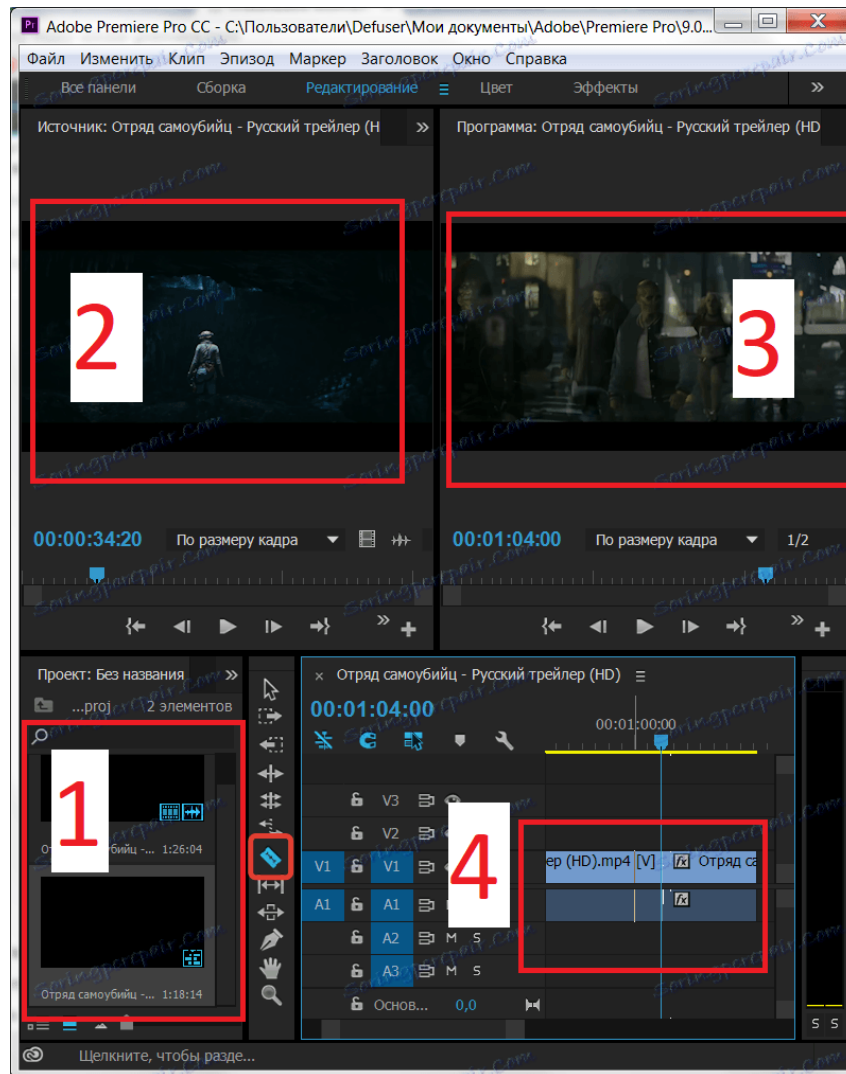
5.2 Adobe Premiere Pro CS6

Tri su najraširenija profesionalna programa za nelinearnu montažu: Final Cut Pro (Apple), Premiere Pro (Adobe) i Media Composer (Avid). U ovom dijelu rada, bit će opisan Adobe Premiere Pro CS6, koji se koristio za montažu videospota „Dugi otok-

neotkriveno blago“. Adobe Premiere Pro je program za uređivanje videosadržaja. U programu možemo dodavati i uređivati i audiosadržaje. Kao što Adobe Photoshop predstavlja standard u obradi slika, tako Adobe Premiere Pro predstavlja standard u obradi i montaži videosadržaja. Dio je paketa Adobe Creative Cloud koji uključuje programe za rad sa slikovnim, audio i videosadržajima. Kako svi programi unutar spomenutog paketa pružaju veliku profesionalnost i bezbrojne mogućnosti, tako ih pruža i Adobe Premiere Pro. Korišten je u montaži velikog broja filmskih uspješnica, koriste ga i svjetski poznate korporacije poput BBC-a i CNN-a. Jedina mana programa je to što se plaća, kao i svi programi unutar paketa.

5.3 Proces montaže videospota

Proces montaže započinje otvaranjem programa za montažu. Nakon što se odabere novi projekt, određujemo postavke i format videa. Format videa mora odgovarati formatu snimljenog materijala, to je odluka koja se donosi još u pripreмноj fazi. Program za nelinearnu montažu sastoji se od četiri glavna prozora: pretraživač (*browser*)(1), preglednik materijala (*viewer* ili *source monitor*)(2), platno (*canvas* ili *program monitor*)(3) i vremenska linija (*timeline*)(4).



Slika 5.2. glavni prozori u Adobe Premieru Pro

Također, postoji niz pomoćnih prozora u kojima se nalaze alati, analizatori zvuka i slike, filtri, efekti i slično. Materijal koji je snimljen na hard disk, memorijske kartice, memoriju mobitela i sl. potrebno je prebaciti na hard disk računala na kojem se montira, najčešće USB kabelom s kamere ili direktno ako računalo ima čitač kartica i optičkih nosača. Pretraživač (browser) ima logiku poput preglednika dokumenata na računalu: tu su navedeni svi klipovi, fotografije, zvukovi i montažne sekvence koje se koriste u projektu. Odabirom nekog klipa u pretraživaču (dvostrukim klikom miša) taj se klip pojavljuje u pregledniku (viewer). Ovdje se odabire precizan početak i kraj kadra, onako kako treba izgledati u filmu.. U montažerskom žargonu, to su IN i OUT točke. One se mogu naknadno pomicati. Kad su određene početna i završna točka, kadar se iz preglednika

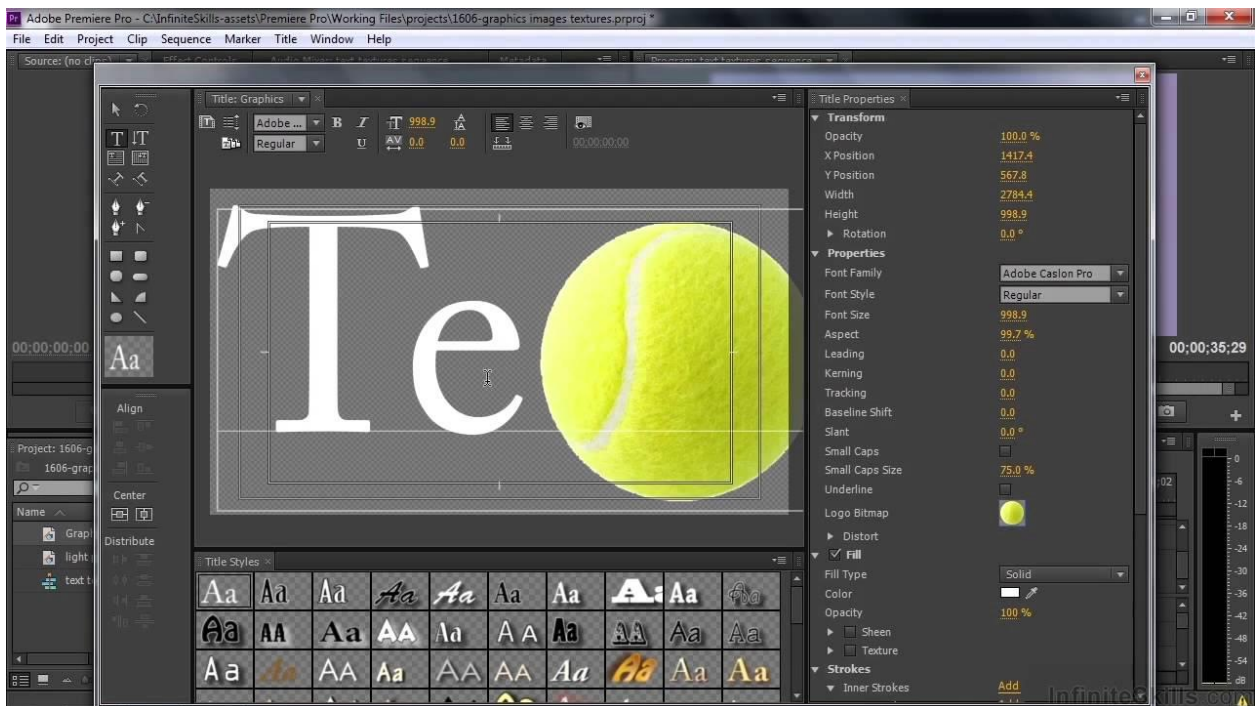
odvuče (*drag and drop*) na vremensku liniju (*timeline*). Ovdje se slažu tako pripremljeni kadrovi, jedan za drugim, u sekvencu. Na vremensku liniju novi se kadrovi dodaju i povlačenjem iz preglednika na sekvencu. U već posloženu vremensku liniju uvijek se mogu dodavati novi kadrovi. Presnimavanje (*overwrite*) postavlja novi kadar preko postojećih sličica na vremenskoj liniji, u jednakom trajanju, ne produžujući ukupno trajanje filma i ne narušavajući sinkronizaciju između različitih traka. Ubacivanje (*insert*) nekog kadra postavlja novi kadar između postojeća dva kadra ili cijepa postojeći kadar na pola. Jedna od mogućnosti prelaska iz kadra u kadar jest rez. Rez unutar scene može biti vidljiv i nevidljiv (primjetan i neprimjetan), što ovisi o mjestu u kadru na kojem je izveden i odnosu između dvaju kadrova. Druga mogućnost prelaska iz kadra u kadar jest pretapanje (*dissolve*). Pretapanje se, kao i svi drugi prijelazi, u oba programa nalazi u prozoru Effects, u mapi Video Transitions. Pretapanja se nalaze u podmapi Dissolve. Mišem se odabere rez između dvaju kadrova koja želite pretopiti i na tako označeni prijelaz odvuče se (*drag & drop*) željeno pretapanje.



Slika 5.3. izbornik s efektima za pretapanje

Zvuk se također montira ili rezom ili pretapanjem. Da bi se montirao ton, potrebno ga je najprije razdvojiti od slike. Ton i slika su spojeni da se ne bi izgubila sinkronizacija, no mogu se razdvojiti i ponovno spojiti po potrebi. Oni se razdvoje odabirom izbornika Clip - Link/ Unlink. Tako razdvojene video i audio datoteke mogu se zasebno rezati, pretapati, produžavati i skraćivati,

brisati i na njih se mogu stavljati efekti. Često se za ton ne koristi samo jedan izvor, već se kombinira više kanala - govor, glazba, zvučni efekti, atmosfera prostora. U slučaju dokumentarnog filma ili TV reportaže najčešće se kombiniraju govor sugovornika, glazba, ambijentalni zvukovi i komentar autora/novinara. Ovi zvukovi bit će posloženi svaki na svoju traku kako bi se mogli zasebno kontrolirati njihovi nivoi, naglašavanje jednog zvuka u odnosu na drugi. Kad su riješeni svi problemi montaže i kada video funkcionira kao cjelina, pristupa se završnoj obradi slike i zvuka. Sve intervencije na sliku (i zvuk) zovu se efekt. Razlikuju se efekti prijelaza (*transitions*), filteri slike i zvuka i generatori slike i zvuka. Najčešće korišten efekt za video je korekcija boje, koji ispravlja podeksponirani kadar ili ispravlja pogrešno postavljen balans bijele boje. Ostalim efektima se može postići ujednačavanje boja, ali i naglasiti samo jednu boju, istaći svjetlije ili tamnije tonove, moguće je omekšati rubove, odrezati dio slike, povećati, rotirati i zakrenuti sliku i tako dalje. Adobe Premiere Pro nudi i mogućnost dodavanja grafičkih elemenata. U projekt je moguće unijeti Photoshop datoteke sa svim slojevima, moguće je dodati naslove i podnaslove u izborniku *Title - New Title*.



Slika 5.4. izbornik za dodavanje grafika u Adobe Premiere Pro

Proces izrade promotivnog videospota „Dugi otok - neotkriveno blago“

Nakon teorijskog dijela rada u kojem je objašnjen proces izrade videospota, od ideje pa sve do postprodukcije, slijedi opis procesa izrade promotivnog videospota objašnjen na primjeru videospota „Dugi otok - neotkriveno blago“. Ovaj dio rada obuhvaća predprodukciju, koja se sastojala od osmišljavanja ideje i teme videospota. Nakon što se odredila ideja slijedilo je pisanje scenarija, prema kojem je u fazi produkcije snimljen OFF-ton. Scenarij je ujedno služio i kao knjiga snimanja. Na snimanje se išlo planski, s unaprijed osmišljenim kadrovima i točno određenim lokacijama. Naposljetku je slijedila faza postprodukcije, koja se sastojala od selektiranja snimljenog materijala, montaže, dodavanje efekata, tranzicija, grafičkih elemenata i odabira pozadinska glazba te spajanje svih elemenata u skladnu cjelinu.

6. Predprodukcija

Predprodukcija je prvi i najvažniji korak izrade videospota jer predstavlja temelj videa. Kao što je već rečeno, svaki video započinje idejom i može se svesti na jednu osnovnu misao. Stoga je vrlo važno na početku odrediti ideju i sve daljnje faze i korake temeljiti na toj ideji. Nakon što se odredio naslov, slijedilo je pisanje sinopsisa i sastavljanje vizualne knjige snimanja, čime je završena faza predprodukcije.

6.1.1 Ideja, tema i naslov

Ideja videospota proizašla je iz vlastite opčinjenosti Dugim otokom. Nakon godina posjećivanja, otkrivanja lijepih lokacija, uživanja u pitomoj atmosferi, vraćanja korijenima, javila se želja za otkrivanjem otoka ljudima koje zanimaju navedene stvari, jer je Dugi otok još uvijek nepoznanica kod velike većine. Ideja promotivnog videospota da se kroz atraktivne kadrove videospota promovira i prikaže ovaj osebujan otok, bez uljepšavanja, baš onakvim kakav jest. Tema videospota je Dugi otok - život na otoku i prirodne ljepote koje nudi. Naslov „Dugi otok - neotkriveno blago“ odabran je jer je otok zaista poseban, nudi prekrasnu prirodu i prizore, ima vrijednosti koje ga čine „blagom“, a te vrijednosti nisu izašle na vidjelo, otok je još uvijek nepoznat i neistražen.

6.1.2 Sinopsis

Videospot počinje atraktivnim kadrovima koji prikazuju jadransku obalu, a od početka do kraja videoklipa narator nas vodi kroz priču o Dugom otoku. Opisuje se geografski položaj otoka, stanovništvo i atmosfera koja vlada: mir, spokoj i uživanje u prirodi. Zatim se priča dotiče života na otoku, kako se i od čega živi, opisuje život koji nije lak, stanovništvo koje je primorano odseliti zbog nepogodnih uvjeta, a sve prate prikladni kadrovi. No, ima puno otočana koji su ostali živjeti na otoku, kao i onih koji su se nakon nekog vremena vratili otoku, što potkrepljuju intervjui dvoje stanovnika otoka: gospođe Jolande i gospodina Rade, koji iznose svoje priče o otoku. Zatim se postavlja pitanje što je to posebno kod otoka, zbog čega je otok „neotkriveno blago“. A odgovor je u netaknutoj prirodi, prekrasnim prizorima, u "divljini" koju nudi, a s druge strane nudi osjećaj pitomosti i pripadnosti. Sve ovo prate prekrasni prizori prirode. Otok pruža slobodu i nudi priliku da uživaš u trenutku, zaboraviš na probleme i upoznaš sebe. Dole je vidljiv cijeli tekst videospota, koji uključuje OFF-ton (naraciju) i tonove intervjuiranih osoba.

Na predivnoj hrvatskoj obali, u srcu Dalmacije, smjestio se Dugi otok, otok koji nema puno stanovnika, tek nešto više od 2500, otok koji ne nudi bogati noćni život, nije tipična, niti najposjećenija destinacija. Ovdje nema one nenasnosne gužve i nećeš se izgubiti u gomili. Jedan je od najzapadnijih hrvatskih otoka, s jedne strane smiješi mu se Zadar, a od druge strane, Italije dijeli ga duboko plavetnilo. Zato brojna jutra i večeri možeš uživati i puniti baterije uz čisti horizont, uz pogled na plave nijanse i prizore kako more ljubi nebo. Smješten daleko od civilizacije, buke i vreve grada, na otoku kao da je vrijeme stalo...

Otočanima je otok sve, more koje ga okružuje je njihov kruh, ono je most koji otočane spaja, ali i razdvaja od svijeta. A život na otoku nije lak, skuplji je, ne nudi previše prilika i poslova, pa mještani, nažalost, često napuštaju otok u potrazi za boljim životom. Ali većina mu se vrati, jer kažu ima neka jaka veza, ono nešto što ih vuče da mu se uvijek vrate. Ovaj otok bira ljude, tako kažu. Par riječi o otoku htjeli su podijeliti i sami otočani.

Gospođa Jolanda ima 77 godina, rođena je i cijeli život živi na otoku. Voli otok, kaže, i nikad ga nebi napustila.

Jolanda Čuka: Ovaj otok za me' znači puno, pošto, ja sam ga prošla. Prošla sam ga, takoreći od kraja do kraja. I kad ti vidiš ovu prirodu, ovo sve, to je iznad svega. Otok je još, takoreći, ne samo naš nego ovi otoci su još najzdraviji, najzdraviji jer je priroda čista.

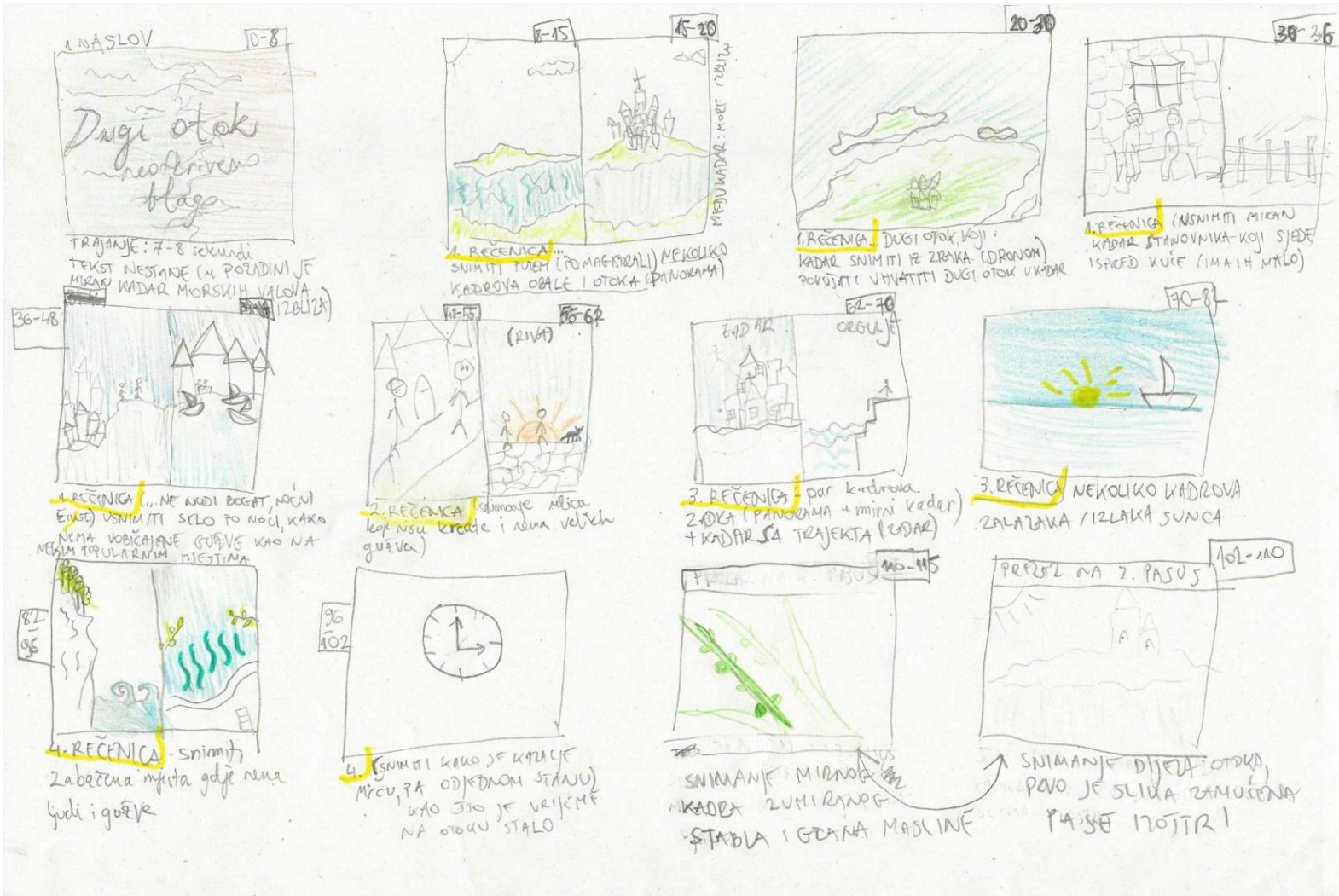
Gospodin Rade ima 78 godina i iako je rođen na otoku, cijeli život je živio izvan njega. Ali nešto ga je natjeralo da mu se opet vrati.

Rade Šešelja: Ja sam rođen ovdje ne svojom voljom, ja sam number nine, broj devet. Niti me otac niti mati nisu željeli. A već kad sam izaša' trpili su me, ali pothitno istirali me ća u svit. I išao sam u svit, postao sam komandant, 46 godin' sam naviga', cili sam svit obaža, nigdi ovakve lipote nisam naša. I čim sam završio svoje, čim sam iš'o u pensiju, ja sam se vratio odakle sam poša'. Ne zato što sam ja htio, nego bez toga nisam moga'. I ja sam sad ovdje, koliko ću još neznam, ali je sigurno da ću ovdje i završiti.

I što čini otok posebnim? Što ima u tom ništavilu, u kilometrima grmolikog bilja ili pjesmi zrikavaca skrivenih u poljima maslina i stotinama godina starih borova? Po čemu je Dugi otok neotkriveno blago?

Upravo po tome, po netaknutoj prirodi, prekrasnim prizorima, šumu valova otvorenog mora, mekoći pijeska pod nogama, strmim liticama, po "divljini" koju nudi, osjećaju kao da si prvi koji kroči na plažu, prvi koji moči nogu u bistrom i čistom moru. A s druge strane nudi osjećaj pitomosti. pripadnosti, vraća te u djetinjstvo, vrijeme bez ijedne brige, slobodan si, opušten, sjedinjen s prirodom, zaboravljaš na probleme i konačno uživaš u trenutku. Udišeš svjež morski zrak, a tišinu koja te okružuje, onu istu tišinu koja ti na početku smeta, počinješ prihvaćati. Tišina ti dopušta da duboko udahneš, zaustaviš vrijeme na tren i upoznaš sebe.

6.1.3 Vizualna knjiga snimanja

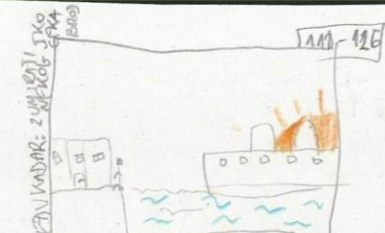


Slika 6.1. storyboard 1,2,3



110-118

TOTAL 5 REČENICA SNIMANJE RANO UJUTRO KAKO RIBAR KUPUJ MRPAE (MORE KAO KUHU)



111-116

5. REČENICA SNIMANJE U LUCI, KAKO BROD ODLAZI



118-138

6. REČENICA ŽIVOTI NA OTOKU (NIKOLAJ) USNIMITI OGOLJNO STABLO I STARU MESTANU KAKO NOVI TEŠKE STVARI

SREDNJI PLAN



138-140

7. REČENICA SNIMKA PUTOVANJA DO OTOKU (SNIMAMO 12 KUTA)



140-152

8. REČENICA SNIMANJE TOTAL KADRA SUGOVORNIKA KOJI CE KASNIJE DATI INTERVJU. SNIMAMO NJEGA NA BRODU, UJUTIM SNIMKA ZUMIRANJE MORA, UJUTIM IDE INTERVJU



152-182

OPROSTI SEČELJA (INTERVJU) PAR PITANJE KAKO MU JE NA OTOKU, UJUTIM SE VATIO...

NAJAVA SVEŠKIF JUGOVORANJE (OFF)

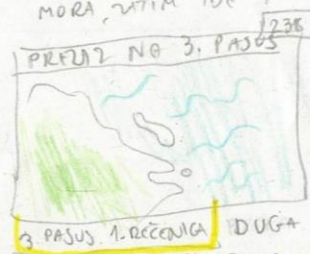


(INTERVJU) KAKO JE TO PROVESTI CILJ ŽIVOTI/ŽIVITI NA OTOKU



178-230

INTERVJU ISPO VAS TO VUCE



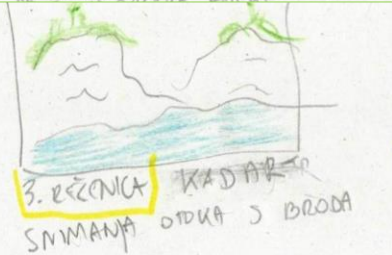
238-245

PREUZ NA 3. PASJUS 3. PASJUS 1. REČENICA DUGA

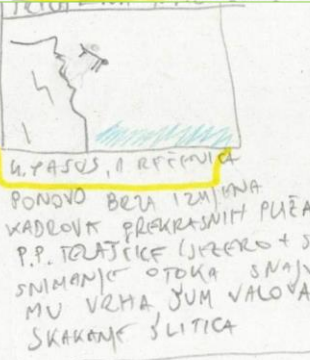


245-280

2. REČENICA BEZA IZMJENA KADROVA. 1. SNIMKE PUSTIH MASLINE 2. POLJE MASLINA, 4. SNIMKE HORIZONT



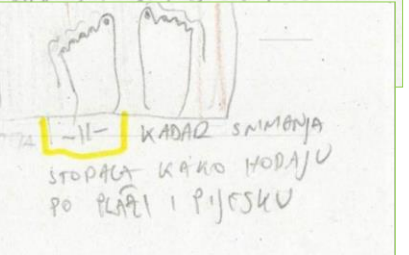
3. REČENICA KADAR SNIMANJA OTOKA I BRODA



4. PASJUS 1. REČENICA PONOVO BEZA IZMJENA KADROVA PRAKASNIH PUEA, P.P. TOČAJE (JUREKO + STIJNE) SNIMANJE OTOKA SNAJVIJE MU VRHA JUM VALOVA, SKAKANJE SLITICA



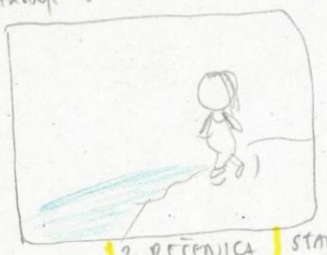
4. 1. REČENICA SNIMKE NEPELSTUPACNIT IJAI MJEŠTA + NASTANJE NA PLAŽI, STAVANJE NA PLAŽI



11- KADAR SNIMANJA STOPACA KAKO HODAJU PO PLAŽI I PIJESKU



2. REČENICA SNIMANJE OSOBE KOJA LEŽI U VEŃA (NA PIJESKU NA PUŽI) JE ZRKA, IŠKRONAM, REDALEKA SNIMANJE OSOBE (SAMO GLAVA) KAKO VEŃVA U KUPANJU



2. REČENICA STARA SNIMKA MENE KAO DJETETA KAKO TRČIM PO PLAŽI NA DUGOM OTOKU



TOTAL SNIMKA OSOBE KAKO HODA PLAŽOM KAJIPANIH RUKU (OD IZA) I VEŃVA U SLOBODI, SNIMANJE MIROG KADRA, PA ZUMIRANJE NA OSOBU



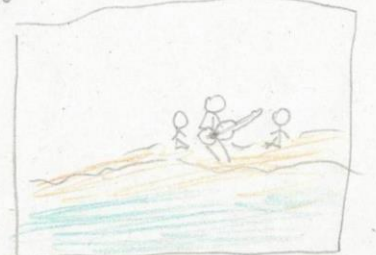
BLIZI PLAN PAGA OSOBE KOJA VEŃVA I SMIJESI SE NA PLAŽI



KADAR OSOBE KAKO STAJA U TISINI VEŃVA NASTIJEVAMA



SNIMANJE ODOZDO MORA + KADAR VALOVA OKRETANJE ZA 360



ZADNJI KADAR SNIMANJE OSOBE, SJEDU I DRUŽE SE UZ GITARU, ZATIM SE SLIKA ODEZUMIKA, APARAT SE SVE VIŠE UDAJAVJA OD OSOBA

7. Produkcija

Nakon dobro odrađene predprodukcije, slijedila je produkcija odnosno snimanje. Snimanje se odvijalo u 3 dana, prvi dan se snimalo nekoliko kadrova jadranske obale, a druga dva dana snimani su kadrovi duž cijelog Dugog otoka. Za proces snimanja uvelike su pomogli sinopsis i *storyboard* iz faze predprodukcije. Pri snimanju koristio se SLR fotoaparat Nikon D3000. Korišteni objektiv je AF-S DX NIKKOR 18-55 mm. Uz fotoaparat korišten je i stativ Sony VCT-R100. Za snimanje intervjua kao i ambijentalnih tonova korišten je mikrofona bubica (lavaliar) Aputure A.lav ez.

7.1 Oprema za snimanje

7.1.1 Kamera



Slika 7.1. Nikon d3000

Nikon D3000 je DSLR fotoaparat DX formata visokih performansi koji omogućuje snimanje vrhunskih slika. Nikonov pametni način vođenja nudi pomoć u samom fotoaparatu iznimno prilagođenu korisniku, što čak i početnicima omogućuje snimanje izvanrednih slika. Senzor slike od 10,2 megapiksela i brzo automatsko fokusiranje osigurava precizne i detaljne slike. Veliki LCD zaslon od 3 inča iznimno je praktičan za izradu kompozicije slika i njihovo pregledavanje, a pojednostavljuje korištenje izbornika za retuširanje u samom fotoaparatu koji omogućuje modificiranje slika bez upotrebe računala. D3000 – fotoaparat koji vam pokazuje kako s lakoćom snimiti nevjerojatne snimke.[15] CCD senzor slika DX-formata od 10,2 megapiksela omogućuje snimanje izuzetno detaljnih slika i postizanje nevjerojatno oštrog povećanja. Sustav oštrog automatskog fokusiranja od 11 točaka pruža brzu i preciznu pokrivenost automatskog fokusiranja preko cijelog kadra. Visoka ISO osjetljivost (100-1600) nudi automatsku ISO postavku koja se može ručno proširiti do ISO 3200 pomoću postavke Hi1.[15] Omogućuje veće brzine okidanja, značajno smanjujući rizik od mutnih slika prilikom snimanja objekata koji se brzo kreću ili snimanja u uvjetima slabog osvjetljenja. Kontinuirano snimanje od 3 fps omogućuje snimanje dinamičnih prizora pri brzini od 3 kadra u sekundi. Proširivost sustava: kompatibilan s nizom objektivima DX NIKKOR, poznatima po iznimnoj oštrocini, jasnom kontrastu i preciznoj reprodukciji boja. Optimiziran za korištenje s objektivima AF-S i AF-I NIKKOR. [15].


Tehničke karakteristike	
Tip	• DSLR
Maksimalna rezolucija fotografije	• 3872 x 2592
Megapiksela	• 10,2
Tip senzora	• CCD
ISO raspon	• 100 - 1600 ISO
Stabilizacija slike	• U objektivu
Podrška za RAW format	• da
Dijagonala LCD-a	• 3 "
Najkraća ekspozicija	• 1/4000 s
Najduža ekspozicija	• 30 s
Priključak za eksternu bljeskalicu	• da
Snimanje videa	• da
Kartice	• SD/SDHC/SDXC
Tip baterije	• Li-Ion
Masa	• 536 g
Dimenzije	• 126 x 97 x 64 mm

Slika 7.2 tehničke karakteristike korištenog fotoaparata Mikrofon

7.1.2 Zvuk

Za snimanje tona ovog videospota korišten je mikrofon bubica (lavalier) marke Aputure A.lav ez. Ovaj mikrofon nudi kristalno jasan zvuk, prilagođen je za snimanje ljudskog glasa i govora, ima visokokvalitetnu omni-usmjernu kondenzatorsku kapsulu, a kompatibilan je s IOS i Android uređajima, s obzirom na svoj 3.5mm TRRS input. Spužvica za mikrofon smanjuje šum i ublažava zatvornike (p,b,t,d,k,g). U sljedećoj tablici vidljive su specifikacije mikrofona.

Polar Pattern	Omni-directional
Maximum SPL	100dB (@1kHz,1% THD into 1kΩ)
Frequency Rang	50Hz~20kHz
THD	<1%
Output Impedanc	600Ω
Dynamic Rang	114dB(per IEC651)
Sensitivity	-41dB±2dB re 1V/Pa @1kHz
Signal/Nois	65dB SPL (@1kHz,rel 1Pa per IEC651)



Slika 7.3. specifikacije i slika mikrofona

7.1.3 Stativ

Stativ se koristi kako bi osigurao stabilnost slike, a sastoji se od nogu i glave. Glava je komponenta stativa koja omogućuje pokrete kamere. Kamera je na glavu stativa pričvršćena tzv. “quick release” pločicom koja omogućuje brzo skidanje i postavljanje kamere na stativ. Ona također omogućuje njezino pomicanje naprijed-natrag na glavi stativa za podešavanje težišta. Moguće je podesiti otpor glave, što osigurava ravnomjeran pokret kamere na stativu. Ovaj Sony VCT-R100 stativ, kompatibilan je s Cyber-shot fotoaparatom i Handycam kamkorderima. Kompaktan je, lagan i pogodan za putovanja. Približna veličina: najveće podizanje 11000 mm, veličina sklopljenog tronošca: 355 mm, približna težina: 660 g.



Slika 7.4. stativ Sony VCT-R100

7.2 Proces snimanja videospota

Snimanje se odvijalo planski, prema već osmišljenoj vizualnoj knjizi snimanja, nastojalo se snimiti što više unaprijed zamišljenih kadrova kako bi se kroz njih mogla ispričati priča videospota. Za potrebe snimanja koristila se oprema opisana u prijašnjem poglavlju; kamera Nikon D3000, stativ Sony VCT-R100 te mikrofoni Aputure A.lav ez . Snimalo se tri dana, na više različitih lokacija, u otvorenom prostoru, bez dodatne rasvjete, stoga se vodilo računa o prirodnom osvjetljenju. Nastojalo se snimati ujutro i navečer, obzirom da sredinom dana direktno Sunčevo svjetlo daje veliki kontrast s preeksponiranim svijetlim dijelovima i pretamnim sjenama.

Prvi dan snimali su se kadrovi duž jadranske obale, od Rijeke do Zadra, te put trajektom od Zadra do Dugog otoka. Drugi dan započeo je snimanjem intervjua Jolande Čuke, bez unaprijed osmišljenog teksta, nekoliko kadrova otoka i mjesta Zaglav. Zatim se snimalo na više lokacija u Parku Prirode Telašćica (Grpašćak, Slano jezero, Stijene, uvala Lojišće). Nakon toga, slijedila je vožnja brodom i snimanje duž obale Dugog otoka. Dolaskom na jedan od kornatskih otoka, počelo je snimanje intervjua Rade Šešelje, također bez unaprijed osmišljenog teksta. Pri povratku u mjesto Zaglav snimani su prizori zalaska Sunca i još par kadrova otoka.

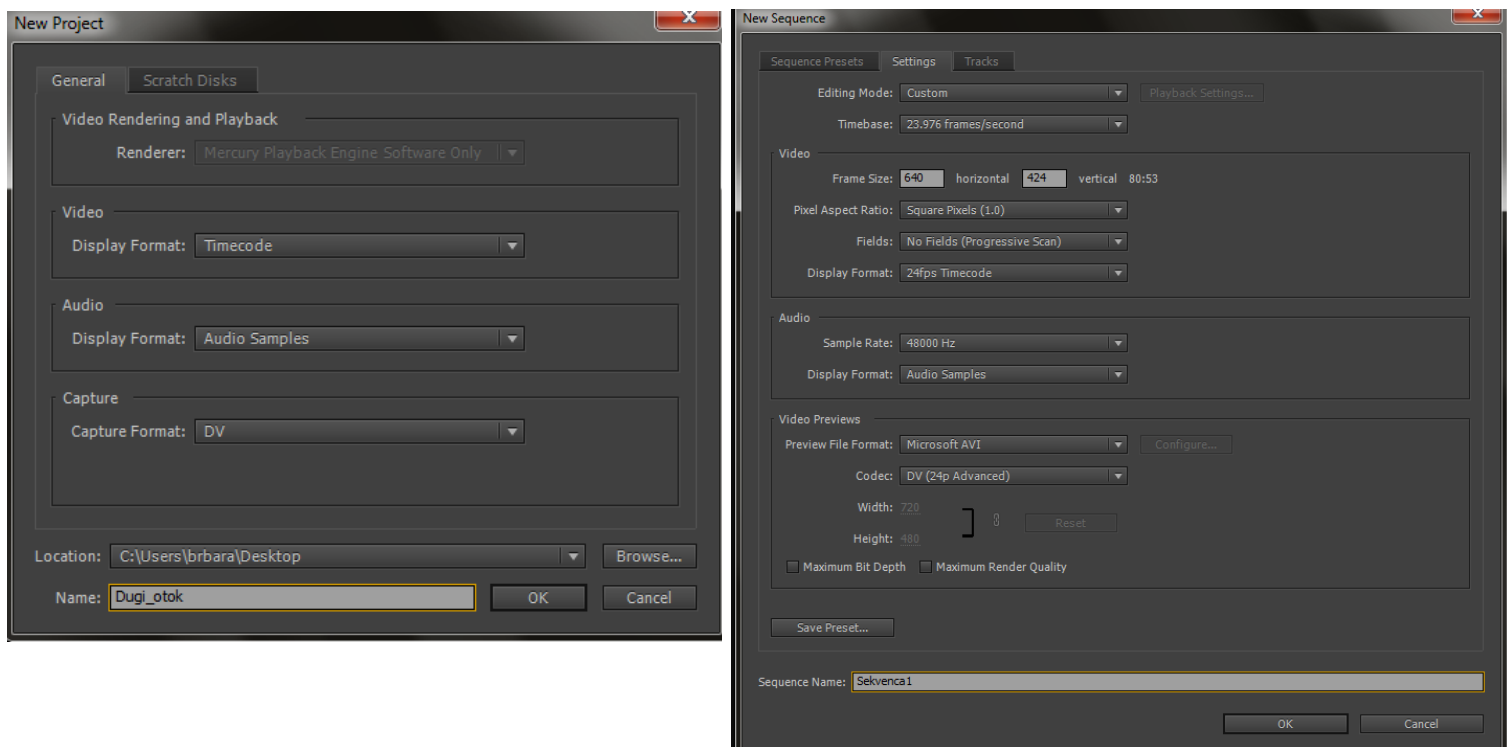
Treći dan snimanja započeo je na plaži „Strtenica“ blizu mjesta Zaglav. Snimano je u ranu zoru, zbog lijepog prirodnog osvjetljenja. Potom je slijedilo snimanje na drugom kraju otoka, a putem je snimljeno nekoliko kadrova iz automobila. Snimala se plaža „Sakarun“, „Veli Žal“, „Veli Rat“ u blizini koje se nalazi i najviši svjetionik na Jadranu, čime je i završio proces snimanja.

8. Postprodukcija

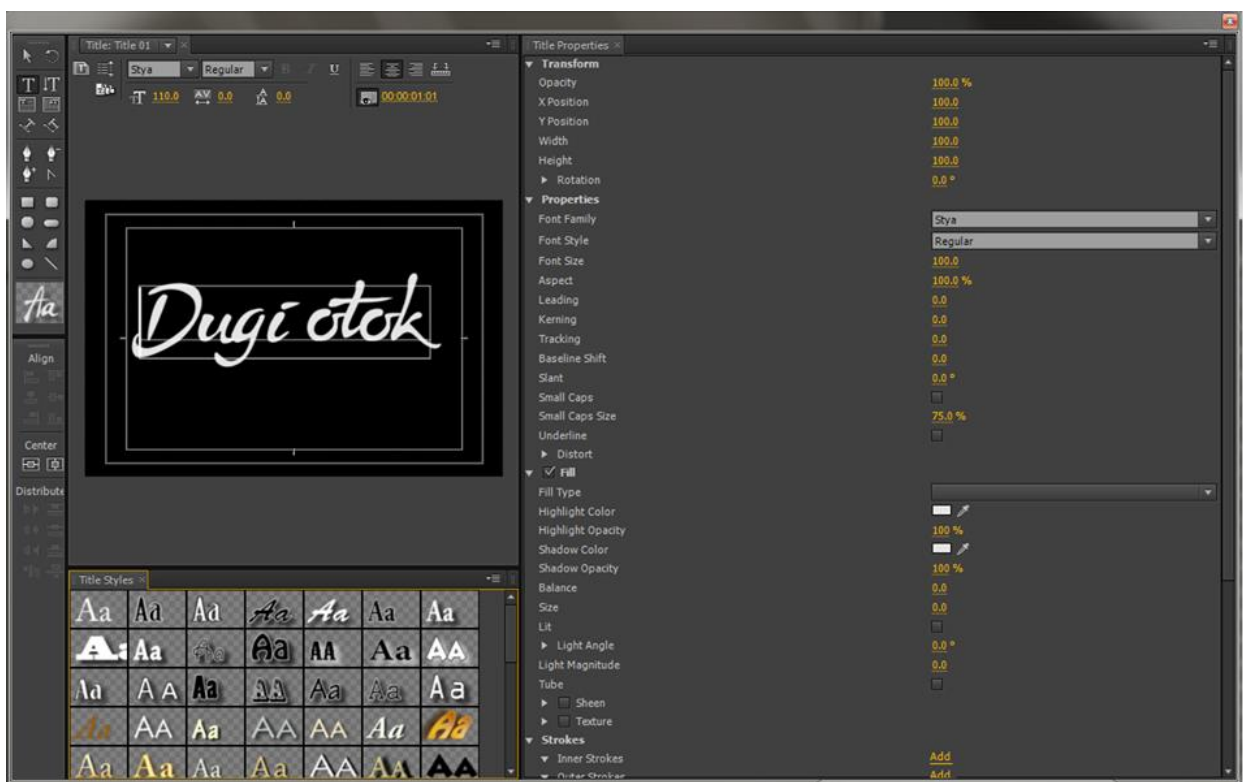
U fazi postprodukcije snimljeni materijal se prebacio s fotoaparata i pohranio u posebnu mapu na hard disku računala. Zatim se selektirao snimljeni videosadržaj i otvorio program za nelinearnu montažu Adobe Premiere Pro CS6. Odabrale su se postavke projekta i sekvence u kojoj se radio videospot i ubacivanjem selektiranih videosadržaja u projekt započela je montaža. Slijedio odabir pozadinske glazbe koja je dala ritam i prema kojoj su se slagali kadrovi i OFF-ton. Pjesma "Morning rain 1., autora Perrya Rossa, preuzeta je sa stranice Noisetrade za besplatnu glazbu bez autorskih prava. Gledajući u sinopsis i vizualnu knjigu snimanja, napravila sam *rough cut*, odnosno prvu verziju videa u kojoj su kadrovi ugrubo izrezani kako bi se stekao dojam o finalnom izgledu videa. Nakon što sam postigla željenu formu videa, počela sam razrađivati *rough cut*, dodala sam efekte i tranzicije i razvijala videospot ka njegovoj završnoj verziji.

8.1 Proces montaže priloga

Proces montaže započeo je otvaranjem programa za nelinearnu montažu; Adobe Premiere Pro CS6, slijedilo je stvaranje novog projekta, dala sam mu naziv "Dugi_otok" i odredila da će projekt biti spremljen na istom mjestu kao i selektirani videosadržaj, zbog preglednosti. Zatim sam odredila postavke sekvence u kojoj se montirao videospot. Promijenila sam veličinu, prilagodila visinu i dužinu prema snimljenom videomaterijalu (h:640, w:424) i ostale postavke vidljive na sljedećoj slici 16. Sekvencu se može i jednostavnije prilagoditi videomaterijalu, i to tako da se video povuče u timeline (drag and drop). Povlačenjem videozapisa u timeline program automatski namješta postavke prema parametrima očitanih iz umetnutog videozapisa, s time da se postavke sekvence naknadno mogu mijenjati u izborniku *Sequence – Sequence Settings*. Nakon kreiranja sekvence, slijedilo je ubacivanje video i audio materijala. Program automatski nudi četiri video i audio trake, no mogu se dodati i dodatne trake, desnim klikom na traku > *Add track* te odaberemo koliko i koje trake želimo dodati. Zatim sam u *timeline* ubacila pozadinsku glazbu, u treću audio traku. Nakon toga sam kreirala novi naslov „Dugi otok -neotkriveno blago“ odabirom izbornika *File> New> Title*. Na tekst sam dodala efekte (*Drop shadow*), promijenila veličinu i boju teksta i spremila ga. Zatim sam ubacila kadar blizi plan vala u prvu video traku, njegov IT ton s kamere u prvu audio traku, te dodala prethodno napravljen naslov „Dugi otok -neotkriveno blago“ u drugu video traku.

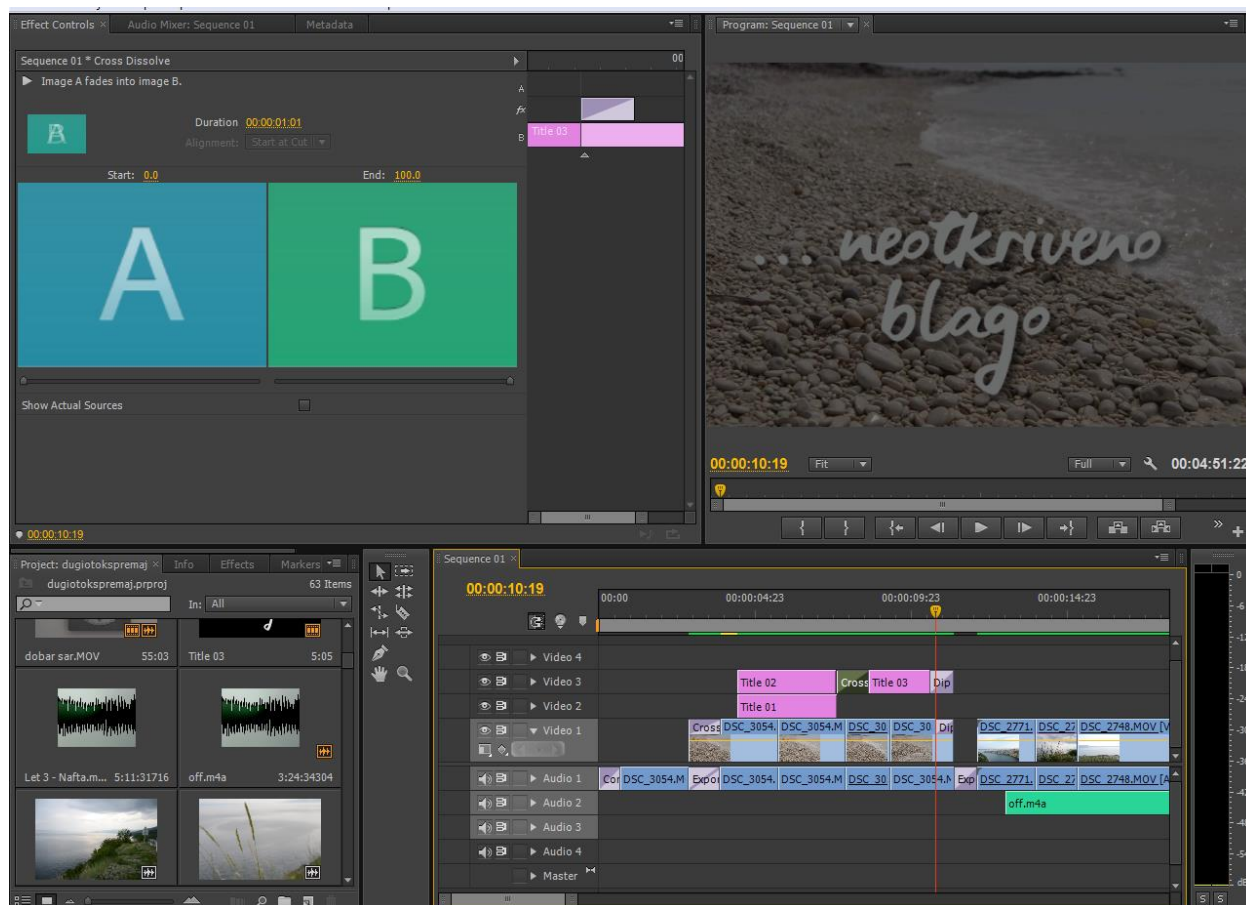


Slika 8.1. stvaranje projekta i postavljanje sekvence

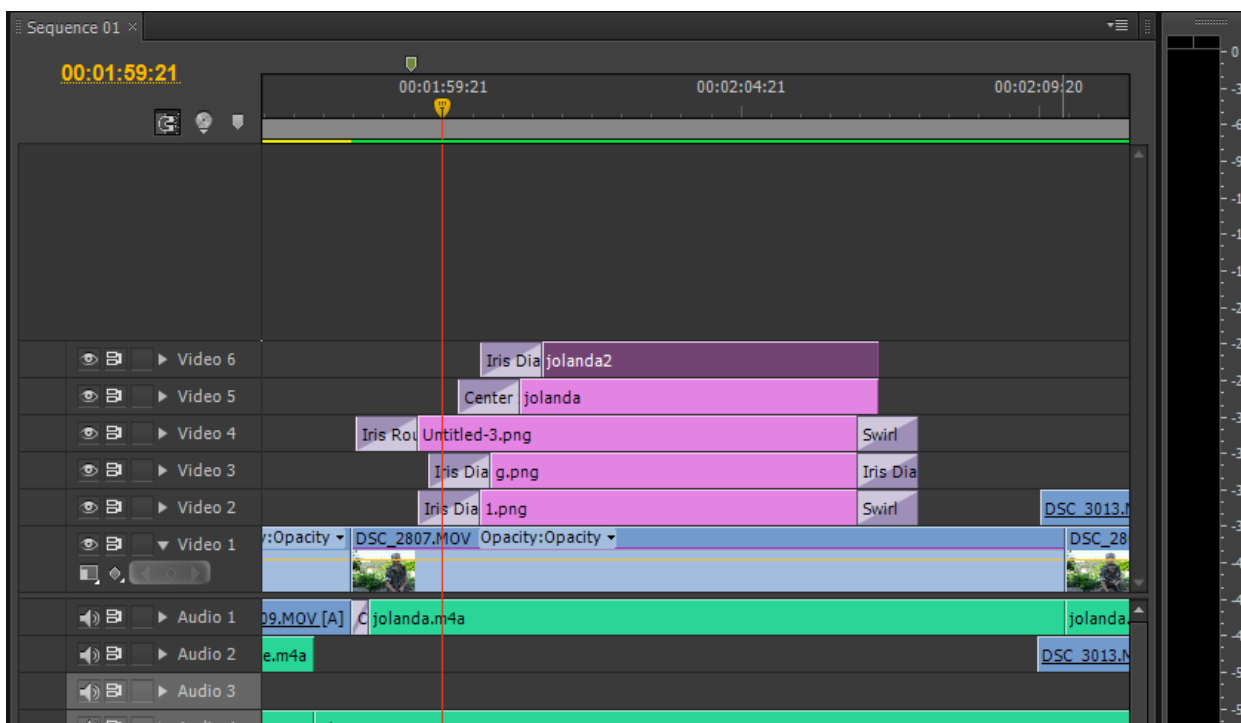


Slika 8.2. stvaranje naslova

Zatim sam na naslov i videosadržaj ubacila tranziciju, odnosno pretapanje kadra, koristeći izbornik *Effects > Video transitions > Cross Dissolve*. U izborniku *Effect Controls* mogu se dodatno izmjenjivati efekti, tako sam izmijenila duljinu pretapanja tranzicije.

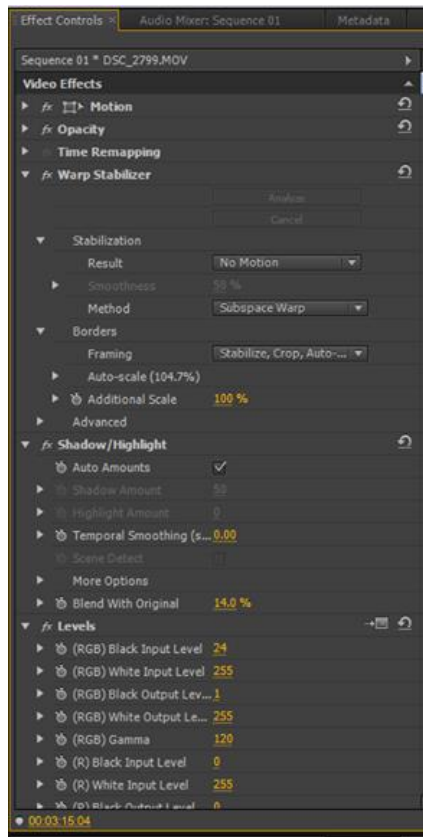


Zatim sam počela slagati kadrove, prema naraciji iz OFF-tona. Vodila sam računa da kadrove slažem u ritmu pozadinske glazbe i OFF-tona. Bilo je videomaterijala koje je trebalo „popraviti“, pa sam se često služila efektom *Auto Color*, *Auto Contrast* i *Auto Levels*, koje je također moguće dodatno podesiti u izborniku *Effect Controls*. Nadalje, sama sam osmislila grafičke elemente za intervju, na engleskom *lower third*. Unaprijed sam napravila elemente u Adobe Illustratoru te ih ubacila u Adobe Premiere Pro CS6. Svaki element sam dodala na zasebnu video traku (3 elementa iz Adobe Illustratora i dva novo izrađena naslova za ime i prezime te za titulu) kako bih na svaku mogla primijeniti tranziciju. Igrajući se tranzicijama i rasporedom videotraka dobila sam jednostavnu animaciju.

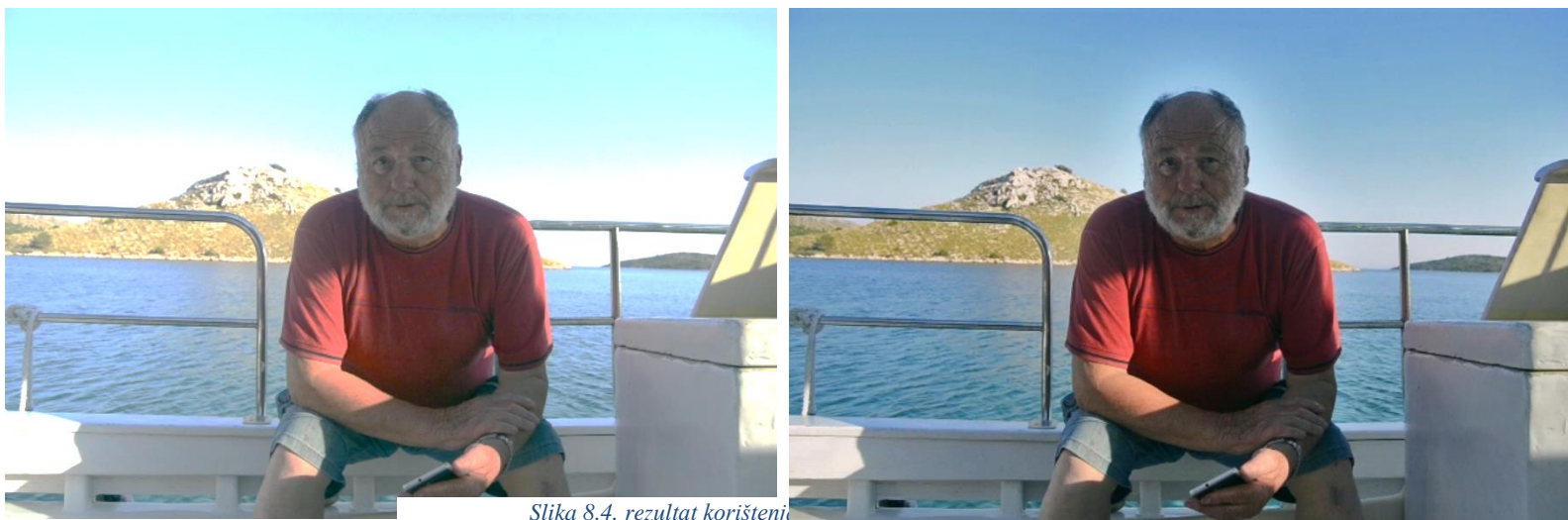


Slika 8.3. stvaranje grafičkih elemenata/low thirds i jednostavna animacija

Neke kadrove nisam mogla snimati uz stativ, a rezultat su bili nekvalitetni i nemirni kadrovi, uz puno trzaja. Taj problem riješila sam korištenjem efekta *Warp Stabilizer*. On također dopušta da mu se u izborniku Effect Controls mijenjaju parametri, primjerice odabir rezultata (*Smooth Motion/No Motion* – odabrala sam *No motion*), metodu stabiliziranja (*Position, Perspective, Subspace Warp* – odabrala sam posljednji) i odabir okvira (*Stabilize only, Stabilize+Crop, Stabilize+ Crop+Autoscale* – odabrala sam posljednji). Obzirom da nisam imala dodatnu rasvjetu, bila sam ovisna o prirodnoj rasvjeti te sam bila primorana neke kadrove snimati sredinom dana, za vrijeme direktnog Sunčevog svjetla, što je rezultiralo presvijetlim kadrovima. Kod takvih kadrova koristila sam efekt *Brightness & Contrast*. Također, za kadrove koji su podeksponirani ili preeksponirani koristila sam efekt *Shadow/Highlights*, gdje se moglo i automatski postaviti količinu sjena i svjetlosti, što je naposljetku dalo kvalitetniji i jasniji kadar. Za neke kadrove koristila sam efekt *Levels*, kojima sam mijenjala udio i zasićenost različitih boja u kadru, s vrijednostima od 0 do 255.

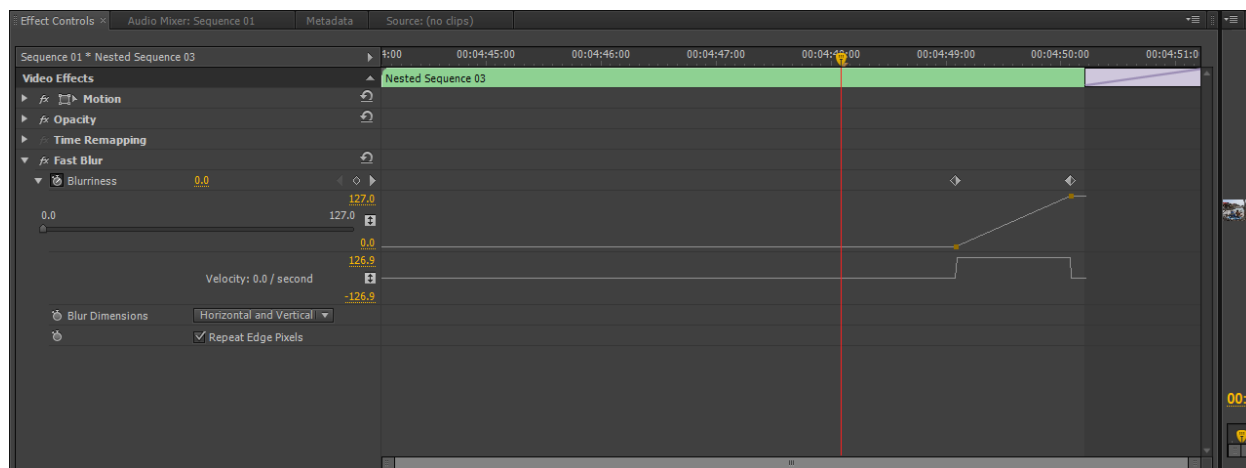


Slika 8.5. efekt Warp Stabilizer, Shadow/Highlights i Levels



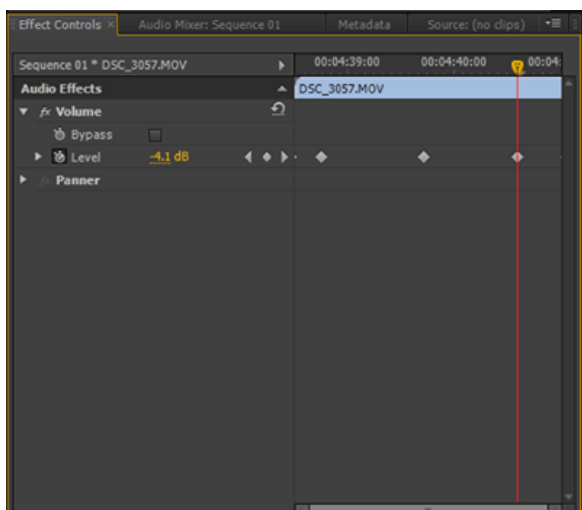
Slika 8.4. rezultat korištenja

Za neke kadrove, umjesto videotranzicija, koristila sam efekt *Fast Blur*, koji bi pred kraj videoklipa zamutio kadar, duljina i početak zamućenja ovisi o parametrima koji su određeni u izborniku *Effect Controls*.



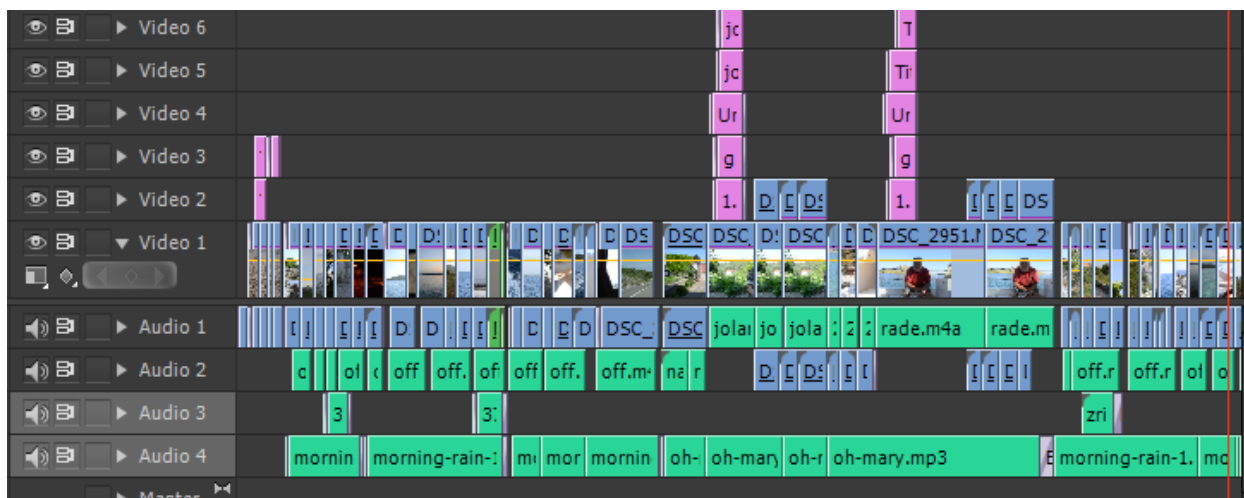
Slika 8.6. efekt *Fast Blur*

Kako za video, tako i za audio postoje tranzicije koje omogućuju postepeno pojačavanje ili stišavanje zvuka. One su idealne ako muzikom treba gledatelja uvesti u priču, tu se koristi tranzicija *Constant Gain* - zvuk se postepeno pojačava, ili pri završetku videa, za to se koristi tranzicija *Exponential Fade*, koja postupno u potpunosti stiša zvuk, pri čemu zvuk ne djeluje odrezano. U jednom kadru imala sam točno određeno vrijeme trajanja postupnog pojačavanja, pa nisam koristila tranzicije već sam ručno pojačavala zvuk koristeći *keyframeove*. Početni *keyframe*, iznosio je -20.7 dB, a završni *keyframe* -2,7 dB.



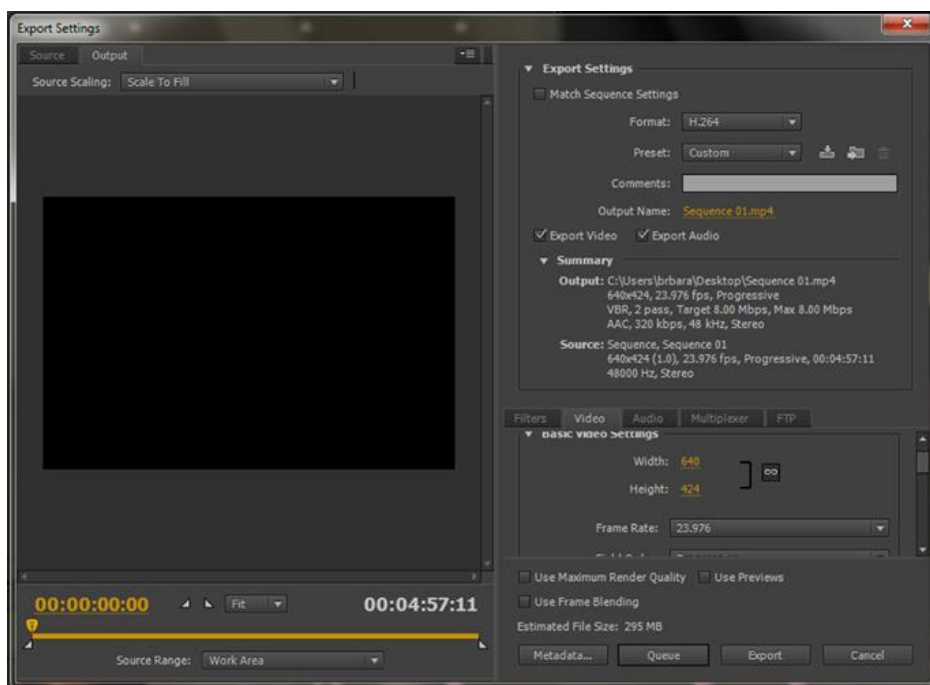
Slika 8.7. ručno pojačavanje zvuka pomoću *keyframeova*

Po završetku montaže, *timeline* se sastojao od 4 audio trake – IT ton, OFF-ton, pozadinska glazba i dodatni zvukovi te od 6 video traka, a videospot traje 4 minute i 57 sekundi.



Slika 8.8. prikaz video i audio traka

Naposljetku je slijedio izvoz, odnosno *export* sekvence. Odabrala sam mjesto pohrane i naziv te postavke i format koji bi najviše odgovarao distribuciji na *YouTubeu*. Odabrala sam H.264 format, a veličinu prilagodila veličini sekvence. Ostali parametri mogu se vidjeti iz priložene slike:



Slika 8.9. izvoz sekvence

9. Zaključak

Promotivni videospot za Dugi otok, prikazat će budućim posjetiteljima sve blagodati koje otok nudi, njegove još uvijek neistražene kvalitete izaći će na vidjelo, a prekrasni kadrovi snimljeni duž otoka i tople priče otočana će, bez potrebe za uljepšavanjem, predstaviti otok bolje od bilo kakve reklame. Osim toga, videospot će potaknuti želju za doprinosom otoku i otočanima, pa će buduće turiste potaknuti da umjesto u hotelu, odsjednu u nekom od privatnih smještaja, jer je to nekima jedina zarada.

Promotivni videospot je rađen kroz tri osnovne faze: predprodukcija, produkcija i postprodukcija. Obzirom da je budžet za videospot bio dosta nizak, predprodukcija je bila ključna u realizaciji videospota. Tek nakon dobro osmišljenog scenarija, sinopsisa i knjige snimanja, krenulo se u fazu produkcije, odnosno snimanja. Svi kadrovi i lokacije bili su unaprijed osmišljeni, jer nije bilo vremena, a ni novaca za nesigurnost i za improviziranje plana snimanja. Prvobitno, trebalo se snimati nekoliko kadrova s dronom, ali zbog tehničkih problema to se nije uspjelo realizirati. Također, s obzirom na nizak budžet nisu se mogli priuštiti dodatni troškovi poput rasvjete, stoga je snimanje bilo ovisno o prirodnom svjetlu, pa se nastojalo snimati samo ujutro i navečer, kada je prihvatljivo osvjetljenje.

Produkcija se odvijala u tri dana. Prvi dan se snimala Jadranska obala, od Rijeke do Zadra, a snimanje je prošlo bez problema. Dan nakon se, zbog nemogućih vremenskih prilika, snimanje moralo odgoditi za sljedeći dan. Drugi dan snimalo se na južnoj strani otoka, bilo je planirano snimati cijeli dan, no opet zbog manjka budžeta nisu bile dostupne dodatne baterije, te je svakih nekoliko sati bilo potrebno vratiti se kući i ponovno napuniti bateriju fotoaparata. Treći, ujedno i posljednji dan, snimala se sjeverna strana otoka, uključujući i najljepše plaže na otoku – „Sakarun“ i „Veli Žal“, a snimanje se odvijalo bez problema.

Postprodukcija se odvijala u programu za nelinearnu montažu Adobe Premiere Pro CS6, a manjak budžeta utjecao je i na manjak mogućnosti rada obzirom da je ovo verzija iz 2012. godine i ne nudi nove elemente i alate. No, unatoč manjku mogućnosti, postigao se finalan izgled kakav je bio zamišljen još na početku. Najviše vremena u montaži utrošilo se na korigiranje kadrova snimanih

pod jakim intenzitetom svjetla, obzirom da se gotovo sav materijal snimao u vanjskom prostoru, bez dodatne rasvjete.

Manjak budžeta direktno utječe na izgled i kvalitetu videospota. No dobra ideja, jasna vizija i razlog stvaranja videospota, organiziranost, upornost i spremnost na učenje od malog budžeta mogu stvoriti zanimljiv, ritmičan, neobičan videospot koji se izdvaja od ostalih, puno kvalitetnijih videospotova s velikim budžetom, svojom pričom i posebnosti, a upravo to predstavlja videospot „Dugi otok-neotkriveno blago“.

U Varaždinu, listopad, 2018.

Potpis studenta

10. Literatura

- [1] M.Jovan: IZRADA PROMOTIVNOG VIDEOSPOTA ZA SREDNJU ŠKOLU IVANEC, Završni raad, UNIN, Varaždin 2016.
- [2] I. Crnković, M. Lukanović : Video, Gradička škola Zagreb, Zagreb 2013. (online pdf verzija) <http://skola.restarted.hr/wp-content/uploads/2015/06/video-interactive.pdf>
- [3] I.Peric: Izrada promotivnog videospota za dentalni laboratorij Stipe Perica, Završni raad, UNIN, Varaždin 2017.
- [4] M. Ljubičić: IZRADA PROMOTIVNOG VIDEOSPOTA ZA LUMA BRAND
- [5] D. Matković: Digitalna videoprodukcija_2015-2016, podloge za predavanja, 2015., 2016.
- [6] A.Peterlić: Osnove teorije filma, Hrvatska sveučilišna naklada, Zagreb 2000.
- [7] MONTAŽA VIDEO MATERIJALA : <http://projekti.unipu.hr/taarlog/montaza.pdf> , zadnji pristup: srpanj 2018.
- [8] Savjeti za uspješno snimanje videa: <http://www.poslovni.hr/tehnologija/savjeti-za-uspjesno-snimanje-videa-289729> , zadnji pristup: kolovoz 2018.
- [9] Carnet; O videu:<https://www.carnet.hr/referalni/obrazovni/imme/mmelem/video.html>, zadnji pristup: kolovoz 2018.
- [10] Medium.com: 8 steps to creating a promotional video: <https://medium.com/swlh/how-to-create-a-promotional-video-707fa7a63019> , zadnji pristup: kolovoz 2018.
- [11] Leksikon radija i televizije: knjiga snimanja: <https://obljetnica.hrt.hr/leksikon/k/knjiga-snimanja/> , zadnji pristup: rujan 2018.
- [12] Osnovni elementi filma: <http://projekti.unipu.hr/filmovi/osnovni%20elementi%20filma.pdf> , zadnji pristup: rujan 2018.
- [13] Kompozicija:zlatni rez: <http://www.mirkobeovic.com/photoblog/2012/02/01/kompozicija-zlatni-rez/> ,zadnji pristup: rujan 2018.

[14] RFP: Kratka povijest filma: <http://www.filmski.net/vijesti/kratki-film/1581> , zadnji pristup: rujan 2018.

[15] Nikon D3000: specifikacije
https://www.nikon.hr/hr_HR/product/discontinued/digital-cameras/2012/d3000#tech_specs , zadnji pristup: rujan 2018.

11. Popis slika

Slika 4.1. pravilo trećine	7
Slika 4.2. planovi.....	8
Slika 4.3. vrste rakursa	9
Slika 4.4. princip nastanka slike kod Camere obscure.....	10
Slika 4.5. osnovni dijelovi kamere	12
Slika 4.6. ugrađeni mikrofoni.....	13
Slika 5.1. ikona programa A.P. Pro CS6.....	14
Slika 5.2. glavni prozori u Adobe Premieru Pro	16
Slika 5.3. izbornik s efektima za pretapanje.....	17
Slika 5.4. izbornik za dodavanje grafika u Adobe Premiere Pro	18
Slika 6.1. storyboard 1,2,3.....	22
Slika 7.1. Nikon d3000.....	24
Slika 7.2 tehničke karakteristike korištenog fotoaparataMikrofon	25
Slika 7.3. specifikacije i slika mikrofona	25
Slika 7.4. stativ Sony VCT-R100.....	26
Slika 8.1. stvaranje projekta i postavljanje sekvence	29
Slika 8.2. stvaranje naslova	29
Slika 8.3. stvaranje grafičkih elemenata/low thirds i jednostavna animacija.....	31
Slika 8.5. efekt Warp Stabilizer, Shadow/Hilights i Levels.....	32
Slika 8.4. rezultat korištenja efekta Brightness & Contrast	32
Slika 8.6. efekt Fast Blur.....	33
Slika 8.7. ručno pojačavanje zvuka pomoću keyframeova	33
Slika 8.8. prikaz video i audio traka.....	34
Slika 8.9. izvoz sekvence	34

12. Prilozi

DVD – Promotivni videospot za Dugi otok

Tekst završnog rada

Izjava o autorstvu

Sveučilište
Sjever

UNIVERSITY
NORTH



SVEUČILIŠTE
SJEVER

IZJAVA O AUTORSTVU
I
SUGLASNOST ZA JAVNU OBJAVU

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 navodenja 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, BARBARA NINIĆ (ime i prezime) pod punom moralnom, materijalnom i kaznenom odgovornošću, izjavljujem da sam isključivi autor/ica završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom IZJAVA PROMOTIVNOG VIDEOPOPIJA ZA DUGI OTOK (upisati naslov) te da u navedenom radu nisu na nedozvoljeni način (bez pravilnog citiranja) korišteni dijelovi tuđih radova.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Barbara Ninić
(vlastoručni potpis)

Sukladno 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.

Ja, BARBARA NINIĆ (ime i prezime) neopozivo izjavljujem da sam suglasan/na s javnom objavom završnog/diplomskog (obrisati nepotrebno) rada pod naslovom IZJAVA PROMOTIVNOG VIDEOPOPIJA ZA DUGI OTOK (upisati naslov) čiji sam autor/ica.

Student/ica:
(upisati ime i prezime)

Ninić
(vlastoručni potpis)