



FarmDemo



## **VAIZDO MEDŽIAGOS KŪRIMO GAIRĒS**

Autoriai: Hardy Claire, Vanev Dimitar, Alföldi Thomas, Tippin Laura, Triste Laure

# TURINYS

<b>Įvadas</b>	<b>3</b>	<b>3 // Galimos kliūtys</b>	<b>16</b>	<b>5 // Virtualių demonstracijų sklaida</b>	<b>24</b>
<b>1 // Virtualių demonstracijų tikslo apibrėžimas</b>	<b>4</b>	3.1. BIUDŽETAS	16	5.1. SOCIALINĖ ŽINIASKLAIDA	25
1.1. KODĖL PLANUOJATE VIRTUALIĄ DEMONSTRACINĘ?	4	3.2. REDAGAVIMO TECHNINĖ ĮRANGA	16	5.2. „YOUTUBE“ KANALAI	25
1.2. KĄ NORITE PASIEKTI IR PADEMONSTRUOTI?	5	3.3. REDAGAVIMO PROGRAMINĖ ĮRANGA	16	5.3. TINKLAI	25
1.3. Į KĄ ORIENTUOJATĖS?	6	3.4. LICENCIJOS	16	5.4. VIRTUALUS ŪKIS	26
<b>2 // Vaizdo įrašo parengimas virtualioms demonstracijoms</b>	<b>8</b>	3.5. KALBA	16	<b>6 // Virtualių demonstracijų poveikio vertinimas</b>	<b>27</b>
2.1. PASIRINKITE GAMYBOS KOMANDĄ	8	3.6. LAIKAS	17	6.1. PERŽIŪRŲ SKAIČIUS	27
2.2. TURINIO STRUKTŪRA	8	3.7. ĮGŪDŽIAI	17	6.2. PALEIDIMO GREITIS	28
2.3. KALBĖTOJAS, PRANEŠĖJAS ARBA TEKSTO INTARPAI	9	3.8. BYLOS DYDIS	17	6.3. ĮSITRAUKIMAS	28
2.4. A JUOSTOS IR B JUOSTOS PLANAVIMAS	10	3.9. ĮRAŠO DYDIS	17	6.4. DALIJIMASIS SOCIALINIUIOSE TINKLUOSE	28
2.5. ĮRANGA	12	3.10. ETIKA (SUTIKIMAS)	17	6.5. SPUSTELĖJIMŲ DAŽNIS	29
		<b>4 // Vaizdo įrašo gamyba virtualioms demonstracijoms</b>	<b>19</b>	6.6. EFEKTYVUMO RODIKLIS	29
		4.1. VAIZDŲ FILMAVIMAS	19	6.7. GRĮŽTAMASIS RYŠYS	29
		4.2. VAIZDO ĮRAŠO REDAGAVIMAS	23		



**1 pav.** Filmavimas per dronų demonstraciją „La Maremmana“ (Principa Terra, Toskana)

## Įvadas

Ūkininkų sukurti vaizdo įrašai yra puikus būdas dalytis ūkyje taikomais naujoviškais metodais. Virtuali demonstracija leidžia padidinti demonstracijų prieinamumą ir sumažinti su laiku susijusius sunkumus atliekant tradicinę demonstraciją ūkyje.

Vaizdo įrašai daro didesnį poveikį nei rašytinis turinys ar nuotraukos. Gerai parengtame vaizdo įrašė ūkininkas gali užfiksuoti daug daugiau informacijos nei galėtų tai padaryti raštu. Jis ne tik mato traktorių lauke, bet ir fiksuoja informaciją apie dirvožemio sąlygas, technines galimybes, įrangos reguliavimą ir patogumą, taip pat darbo sąlygas.

Išmaniųjų telefonų technologija suteikia galimybę filmuoti sulėtintai, lengvai redaguoti ir karpyti, taip pat

greitai įkelti į internetą. Ūkininkams lengva peržiūrėti tokį turinį ir dalytis juo su kolegomis. Todėl ūkininkai gali dalytis savo interesais ir mokytis iš arti ir toli esančių kolegų.

Kai vaizdo įrašai įkeliami į diskusijų forumus, „Twitter“, „Facebook“, „YouTube“, „LinkedIn“, interneto svetaines ar kitus socialinės žiniasklaidos kanalus, jie suteikia galimybę ūkininkams mokytis internetu ir užmegzti ryšius.

Šiame dokumente apibrėžėme šešis virtualių demonstracijų organizavimo etapus – nuo tikslo nustatymo iki sklaidos ir poveikio vertinimo. Šiame vadove pateikiama konkrečių patarimų ir praktinių pavyzdžių (su QR kodais ir vaizdo įrašų nuorodomis).

# 1

## Virtualių demonstracijų tikslo apibrėžimas

Labai svarbu aiškiai apibrėžti virtualios demonstracijos tikslus, nes nuo jų priklauso visi kiti organizatoriaus sprendimai, kuriuos jis priima rengdamas ir organizuodamas virtualią demonstraciją. Aiškus tikslas ir pagrindinė žinutė padeda sėkmingai atlikti virtualią demonstraciją.

Demonstracijos tikslu turėtų būti nurodyta, ko organizatoriai siekia virtualia demonstracija. Pirmiausia reikėtų atsakyti į klausimą „kodėl“ (kodėl planuojate šią virtualią demonstraciją?), paskui į klausimą „ką“ (ką norime pademonstruoti?) ir „kas“ (kas yra virtualios demonstracijos tikslinė auditorija?). Šie trys aspektai kartu apibrėžia „kaip“ (kaip bus sukurta virtuali demonstracija?).

### 1.1. KODĖL PLANUOJATE VIRTUALIĄ DEMONSTRACIJĄ?

Vaizdo įrašai gali gerokai padidinti demonstracijų pasiekiamumą ir padidinti jų poveikį. Pavyzdžiui, ūkyje vykstančiame demonstraciniame renginyje dalyvaus tik nedaug ūkininkų, tačiau vaizdo įrašas gali plisti internete ir pasiekti daug didesnę auditoriją. 1 langelyje išvardytos svarbiausios priežastys, kodėl verta patiems kurti žemės ūkio vaizdo įrašus.

Vaizdo įrašų naudojimas turi tam tikrų privalumų. Pirma, jie gali būti naudojami sprendžiant problemas, būdingas daugeliui ūkininkų. Antra, tai suteikia galimybę pakartoti informaciją ir patarimus, todėl auditorija juos lengviau įsimena. Susitikime išgirstą ar konsultanto perduotą informaciją galima greitai pamiršti. Trečia, auditorija gali susipažinti su sėkmingais ūkininkais ar žemės ūkio ekspertais iš viso pasaulio.



### KODĖL TURĖTUMĖTE KURTI ŪKIO DEMONSTRACINIUS VAIZDO ĮRAŠUS

Daugelis žemės ūkio veiklos rūšių, pavyzdžiui, žemės dirbimas ar derliaus nuėmimas, yra susijusios su metų laiku.

Vaizdo įrašė užfiksuota esama akimirka, o turinys yra prieinamas platesnei auditorijai.

Žemės ūkio vaizdo įrašai yra populiarūs tarp ūkininkų. Daugelis ūkininkų netgi turi savo „YouTube“ kanalus.

Vaizdo įrašai yra puikus būdas parodyti specialistų patirtį.

Tokių demonstracijų pasiekiamumą galima gerokai išplėsti naudojant vaizdo įrašus.

Ūkininkai teikia pirmenybę vaizdo įrašams, o ne rašytinei medžiagai, kad sužinotų apie konkrečią temą ar metodą.

„YouTube“ yra antra pagal dydį paieškos sistema pasaulyje po „Google“.

Dabar vaizdo įranga ir redagavimo programinė įranga yra nebrangios ir jas lengva naudoti.

## 1.2. KĄ NORITE PASIEKTI IR PADEMONSTRUOTI?

Virtualios demonstracijos turinį reikia kruopščiai parinkti atsižvelgiant į tai, ką juo norite pasiekti. Pavyzdžiui, demonstracinių renginių organizatoriai gali norėti jas naudoti būsimam renginiui reklamuoti, pateikdami bendrą demonstruojamų dalykų apžvalgą. Konsultantai gali norėti paaiškinti, kaip atlikti tam tikrą praktiką ūkyje.

Žemės ūkyje yra daugybė temų, tinkamų vaizdo įrašams, įskaitant (2 pav.):

- 1. Mechanizmų demonstravimas.** Tai viena populiariausių demonstravimo veiklų, kuri sulaukia daugiausiai peržiūrų „YouTube“.
- 2. Mokomieji vaizdo įrašai,** nufilmuoti vietoje, t. y. lauke, tvarte arba prie mechanizmų.
- 3. Sudėtingesnių temų konsultacijas** pageidautina rengti paprastoje studijoje priešais vadinamąjį žaliąjį ekraną (dažniausiai filmuojama patalpose, palyginti su mokomaisiais vaizdo įrašais, kurie filmuojami lauke).
- 4. Praktinės inovacijos** ir individualūs ūkininkų sprendimai.
- 5. Renginių vaizdo įrašai,** skirti pasirinktiems konferencijų pranešimams ar įspūdžiams apie konferencijas perteikti.
- 6. Tyrimų rezultatai** perduodami įvairioms suinteresuotosioms šalims. Jie yra mažiau išsamūs ir dažnai papildo rašytinius straipsnius ar pranešimus.
- 7. Pavyzdžiui, reklaminiai vaizdo įrašai** gali būti naudojami paskelbti apie naują vadovėlį ar renginius.
- 8. Trumpi vaizdo įrašai** žemės ūkio konsultavimo svetainėse yra vertingas internetinių tekstų priedas.

### 1. Mechanizmų demonstravimas

### 2. Mokomieji vaizdo įrašai

### 3. Konsultacijos

### 4. Praktikos naujovės

### 5. Renginiai

### 6. Mokslinių tyrimų projektai

### 7. Anonsas

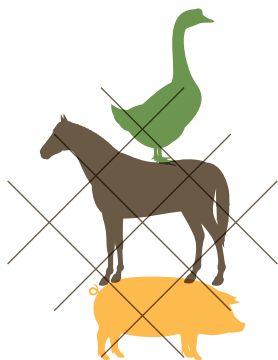
### 8. Internetinio teksto papildymas

2 pav. Vaizdo įrašų taikymo sritys žemės ūkyje, su QR kodais, kad būtų galima peržiūrėti vaizdo įrašų pavyzdžius iš PLAID projekto. (Šaltinis: 4.3-PLAID pristatymas)

Kitas populiarus žemės ūkio formatas – **vaizdo tinklaraščiai**, kuriuose ūkininkai fiksuoja ir komentuoja savo darbą ūkyje. Kiti formatai yra **reklaminiai filmai**, pavyzdžiui, ūkio parduotuvės, arba organizacijų **pristatymo filmai**. Rekomenduojame samdyti profesionalius vaizdo operatorius, kad šie sukurtų viešųjų ryšių ir komercinius filmus.

Keletas rekomendacijų dėl temos pasirinkimo:

- Žiūrovams patraukliausias turinys bus tas, kuris yra aktualus arba sezoninis.
- Rengdami virtualias demonstracijas (tačiau priklausomai nuo tikslinės auditorijos) atsižvelkite į skirtingus ūkių tipus (gyvulininkystės, augalininkystės, mišrūs, tradiciniai, ekologiniai ir t. t.) ir ūkių dydį (maži, dideli, vidutiniai).
- Surenkite trumpą 10 sekundžių įžangą. Įrodyta, kad žmonių dėmesys patraukiamas per pirmąsias 10 sekundžių. Jei turinys nepatraukia jų dėmesio per šią įžangą, jie dažnai praranda susidomėjimą.
- Pademonstruokite ir viso ūkio metodus, ir metodus, taikomus konkrečiose ūkio srityse.
- Pradžiai pasirinkite paprastą temą, pvz., mechanizmo demonstravimą. Čia siužetas yra linijinis, t. y. vienas mechanizmas seka kitą.



## PATARIMAI

Pradėkite nuo paprastos, aiškiai apibrėžtos temos.

Paklauskite savęs: ar tikrai filmas yra tinkamas formatas šiai temai?

Apsvarstykite, ar temoje yra pakankamai vaizdinės medžiagos. Pateikdami informaciją, kurios negalima iliustruoti, venkite naudoti per daug teksto.

Venkite „kalbančių galvų“!

Kurkite istoriją. Vaizdo įrašų stiprioji pusė yra istorijų pasakojimas ir emocijų sukėlimas.

Žinokite savo ribas. Palikite sudėtingas temas, koncepcijas, ryšių su visuomene ir reklamos filmus profesionalams.

### 1.3. Į KĄ ORIENTUOJATĖS?

Vaizdo įrašo turinys skirsis priklausomai nuo vaizdo įrašo tikslinės auditorijos. Vaizdinis turinys gali apimti įvairius lygmenis, pavyzdžiui, techniniuose vaizdo įrašuose galima paaiškinti, kaip įvairiose situacijose galima naudoti naujas technologijas. Taigi vaizdo įrašo turinys gali būti ne tik mokomasis, bet ir reklaminis, pvz., reklamuoti pardavimo vietą. Projekto rezultatams platinti gali būti naudojami vaizdo įrašai su tyrimų duomenimis ir rezultatais, arba juose gali būti rodoma, kaip tyrimo duomenys naudojami praktikoje. Toliau pateikiami auditorijos tipų ir juos dominančių sričių pavyzdžiai.

#### 1.3.1. Kolegoms skirti vaizdo įrašai

Vaizdo įrašus, skirtus tarpusavio mokymuisi, kuria ūkininkai, siekdami informuoti kitus ūkininkus. Šiuose vaizdo įrašuose daugiausia dėmesio skiriama medžiagai, kuri įtraukia kolegas ūkininkus. Vaizdo medžiagą paprastai filmuoja ūkininkai, o kartais – konsultantai, norėdami parodyti naujoves ar vadovavimo metodus, kurie būtų įdomūs jų kolegoms. Vaizdo įrašai gali būti naudojami informuoti apie techninius mechanizmus, gyvulininkystės ar vadovavimo metodų aspektus, jais galima sudominti, paskatinti diskusijas ir debatus arba mokyti naudotis technologijomis.

Tarpusavio mainai padeda skatinti bendravimą socialinėse grupėse ir padeda įsisavinti ūkyje diegiamas naujoves. Jie skatina tvaraus žemės ūkio plėtrą eksperimentuojant su naujais metodais ūkyje. Vaizdo įrašai padeda pradėti diskusijas ir kritiškai spręsti problemas, kad būtų toliau plėtojamos inovacijos ir skatinama naudoti naujas technologijas konkrečiose ūkių situacijose, kai reikalingi individualūs sprendimai. Dažnai regioninius klausimus galima nagrinėti peržiūrint ir stebint diskusijas socialinėje žiniasklaidoje. Taip pat galima keistis tarpregioniniais ir tarpsektoriniais sprendimais ten, kur diskusija akis į akį būtų buvusi mažai tikėtina.

Kitiems ūkininkams skirtus vaizdo įrašus reikia iliustruoti ir išsamiau paaiškinti konkretų ūkininkavimo būdą ar metodą, taip pat viso ūkio metodus ir sistemas. Kitus ūkininkus domins kaip metodas buvo įgyvendintas, kaip jį galima pritaikyti jų ūkyje, kokia nauda ir kokios kliūtys ar iššūkiai kyla įgyvendinant šį metodą.

Ūkininkams skirtuose vaizdo įrašuose daugiausia dėmesio turėtų būti skiriama aiškiam temos vaizdavimui, įskaitant naudojamus mechanizmus, pasėlius, gyvūnus ir pan. Ūkininkai nori pamatyti praktinius sprendimus kituose ūkiuose. Jei įmanoma, naudokite kitų ūkininkų atsiliepimus. Leiskite jiems papasakoti apie savo patirtį, sėkmę ir sunkumus, su kuriais susidūrė. Skirtingos nuomonės tam tikra tema padidina vaizdo įrašo patrauklumą ir patikimumą. Tačiau teiginiai turėtų būti labai glausti ir aiškūs.

### 1.3.2. Politika

Politikai skirtuose vaizdo įrašuose turėtų būti pabrėžiamas metodo pritaikomumas, kaip šis ūkininkavimo metodas ir (arba) bandymas gali paveikti politiką ir kaip politiką galima pakeisti, kad ji toliau darytų įtaką ūkininkavimo praktikai ir (arba) ją tobulintų visoje Europoje. Politikos formuotojams skirti vaizdo įrašai gali būti skirti platesnėms temoms, pavyzdžiui, žemės ūkio valdymo pokyčių poveikis biologinei įvairovei. Šiuose vaizdo įrašuose galima plačiau pažvelgti į tai, kaip visa žemės ūkio bendruomenė gali paveikti platesnę bendruomenę, ir tai gali būti geras pagrindas pradėti platesnes diskusijas. Į politiką orientuoti vaizdo įrašai taip pat gali išryškinti naudingus žemės ūkio praktikos pokyčių aspektus ir padėti paskatinti tolesnius visiems naudingus pokyčius.

### 1.3.3. Moksliniai tyrimai

Vaizdo įrašai puikiai tinka mokslinių tyrimų rezultatams platinti. Tačiau turėkite omenyje, kad viena vaizdo įrašo

minutė atitinka maždaug 100 žodžių. Taigi vaizdo įrašė apie mokslinius tyrimus bus daug mažiau detalių nei rašytiniame straipsnyje. Tačiau jis idealiai tinka straipsniams papildyti ir paskatinti žiūrovą perskaityti straipsnį.

Yra keli būdai, kaip naudoti vaizdo įrašą apie tyrimų rezultatus: trumpas ir paprastas 30–45 sekundžių trukmės vaizdo anonsas, kuriame tyrėjas paaiškina savo pagrindinius rezultatus. Socialinėje žiniasklaidoje galima naudoti trumpus vaizdo įrašus ir pateikti nuorodą į originalų dokumentą.

Moksliniai tyrimai taip pat gali būti pristatomi plačiau (paskaitos forma). Lengviausia būtų nufilmuoti viešą paskaitą. Tačiau šių paskaitų vaizdo įrašų kokybė dažnai netenkina (tamsi patalpa su projektoriumi), be to, jie dažnai būna per ilgi. Todėl mokslinių tyrimų vaizdo įrašus rekomenduojama kurti atskirai: tyrimo temą atitinkančioje vietoje, pavyzdžiui, laboratorijoje, tvarte ar lauke, arba filmuoti patalpoje, paprastoje studijoje su žaliuoju ekranu. Abu metodai turi privalumų ir trūkumų. Lauke esanti vieta gali būti autentiškesnė, ypač jei galima demonstruoti su jūsų tyrimais susijusius objektus. Vaizdo įrašai patalpose leidžia geriau kontroliuoti aplinką (garsą, šviesą), o naudojant žaliojo ekrano techniką galima įterpti grafikus ir paaiškinti juos kaip mokomąją medžiagą.

Jei tikslinė auditorija yra kiti tyrėjai, sutelkite dėmesį į svarbiausius rezultatus. Supaprastinkite rašytiniuose straipsniuose ar dokumentuose naudojamąs diagramas ir lenteles, nes žiūrovas neturės laiko suprasti pernelyg sudėtingų diagramų. Tyrimo metu taikytus metodus taip pat būtų įdomu parodyti vaizdo įrašė.

Jei mokslinių tyrimų rezultatai turi didelę praktinę reikšmę arba buvo atliekami kartu su praktikais, vaizdo įrašai yra ideali priemonė, padedanti pademonstruoti įvairių

dalyvių požiūrį ir sudominti ūkininkus bei konsultantus. Tokiu atveju laukas gali būti geresnis pasirinkimas. Vėlgi, neperkraukite vaizdo įrašo informacija! Jei medžiaga įkelta į „YouTube“, specialistai komentarų skiltyje gali paprašyti išsamesnės informacijos.

### 1.3.4. Plačioji visuomenė

Ūkininkai mėgsta bendrauti su plačiąja visuomene, kad padėtų jai suprasti ūkininkų bendruomenės svarbą gaminant maisto produktus, kuriuos ji perka savo šeimoms. Galite kurti vaizdo įrašus, kuriuose propaguojama tvari sveiko maisto gamyba, siekiant paskatinti plačiąją visuomenę pirkti ir remti tvariai pagamintus maisto produktus. Dažnai už tvarius žemės ūkio produktus, pagamintus pagal EB etiką, mokama didesnė priemoka, o šiuos maisto produktus reklamuojantys vaizdo įrašai naudojami siekiant paskatinti visuomenę remti šiuos maisto produktus. Plačioji visuomenė gali nežinoti konkrečių metodų, technikos ar ūkininkavimo terminų, todėl vaizdo įrašė ir filmuotoje medžiagoje vartojama kalba turi tai atspindėti.

Plačiosios visuomenės susidomėjimo sritys bus bendresnės, palyginti su kitomis ūkininkavimo, politikos ir mokslinių tyrimų auditorijomis, ir gali apimti tai, kaip demonstruojamas požiūris paveiks aplinką ir maisto prieinamumą.

### 1.3.5. Vaikai

Kai kurie vaikai nežino, iš kur atsiranda jų maistas. Todėl vaizdo įrašai gali padėti jiems suprasti, iš kur gaunamas maistas ir kaip jis gaminamas. Šie vaizdo įrašai turi būti skirti būtent jiems, nes jų supratimo lygis skiriasi, o trumpi veiksmingi vaizdo įrašai skatins įsitraukimą ir padės patiems rinktis sveiką maistą. Juos dominančios temos dažnai yra įvairesnės nei vyresnio amžiaus žiūrovų, tačiau jų dėmesio lygis yra aukštas tik ribotą laiką.

# 2

## Vaizdo įrašo parengimas virtualioms demonstracijoms

### 2.1. PASIRINKITE GAMYBOS KOMANDĄ

Vaizdo įrašo kūrimo grupę gali sudaryti įvairūs dalyviai, pavyzdžiui, universitetai, mokslo ir mokslinių tyrimų institutai, konsultavimo tarnybos, privačios bendrovės, ūkininkų organizacijos ar viešosios tarnybos. Įvairių subjektų, pavyzdžiui, ūkininkų, konsultantų ir mokslininkų, bendradarbiavimas gali būti sudėtingas dėl jų skirtingos profesinės patirties, įgūdžių, žinių bazės, prioritetų, darbo tvarkos ir motyvacijos. Kad šios pastangos būtų sėkmingos, svarbu nustatyti aiškius įgaliojimus ir abipusiai susitarti dėl temos, turinio ir darbo pasidalijimo.

Kiekvienas demonstracinio vaizdo įrašo projektas yra unikalus, todėl jo sėkmę lemia tinkama komanda. Su tinkamais žmonėmis galėsite maksimaliai išnaudoti savo laiką ir galiausiai sukurti geresnį vaizdo įrašą. Svarbu žinoti savo ribas. Palikite sudėtingas temas, koncepcijas, ryšius su visuomene ir reklamos filmus profesionalams.

Kai sprendžiate, kokio dydžio turi būti jūsų filmavimo grupė, iš tikrųjų sprendžiate, kiek ekspertų reikia sėkmingam demonstraciniam vaizdo įrašui sukurti. Tai priklauso nuo projekto sudėtingumo. Jūsų komandoje turėtų būti bent šie vaidmenys:

- 1. Režisierius ir kameros operatorius.** Beveik visiems projektams geriausiai tinka 2 žmonių komanda (1 režisierius ir 1 operatorius). Kameros operatorius gali skirti visą dėmesį vaizdo ir garso kokybei. Režisierius gali vadovauti filmavimui, duoti patarimus pranešėjams, pašnekovams ar aktoriams ir užtikrinti, kad viskas vyktų pagal planą. Taip pat patartina, kad filmuojant dalyvautų kvalifikuotas asmuo. Taip lengviau nuspręsti, kokių kadrų reikia papildomiems vaizdams (taip pat žr. 7.4 skirsnį „B juosta“). Vaizdai padeda medžiagai suteikti stilius ir gali pagyvinti paprastus vaizdo įrašus.
- 2. Pranešėjai.** Pranešėjas turėtų gebėti viską paaiškinti aiškiai ir glaustai. Tai padeda sutaupyti daug darbo vėlesniame etape ir yra geriausia sėkmingo vaizdo įrašo sąlyga. Jei įmanoma, pasitarkite įvairias suinteresuotąsias šalis (tyrėjus, konsultantus, ūkininkus, įskaitant jaunuosius ūkininkus ir ūkininkes), kuriems užduodami svarbūs klausimai ir kurie sukuria pridėtinę vertę bet kokiam rašytiniam tekstui.

### 2.2. TURINIO STRUKTŪRA

Pasirinkus temą, ją reikėtų susiaurinti ir patikslinti. Pavyzdžiui, pagrindinę temą „Biologinė įvairovė žemės ūkyje“ galima paversti tema „Biologinę įvairovę skatinančių teritorijų kūrimas ariamojoje žemėje“ arba dar konkrečiau „Gyvatvorių sodinimas“ arba „Gyvatvorių priežiūra“. Paprastai viename vaizdo įrašė turėtų būti nagrinėjama tik viena tema. Be to, reikėtų apibrėžti įveiksmą orientuotus elementus, kuriuos norite įtraukti į vaizdo įrašą.

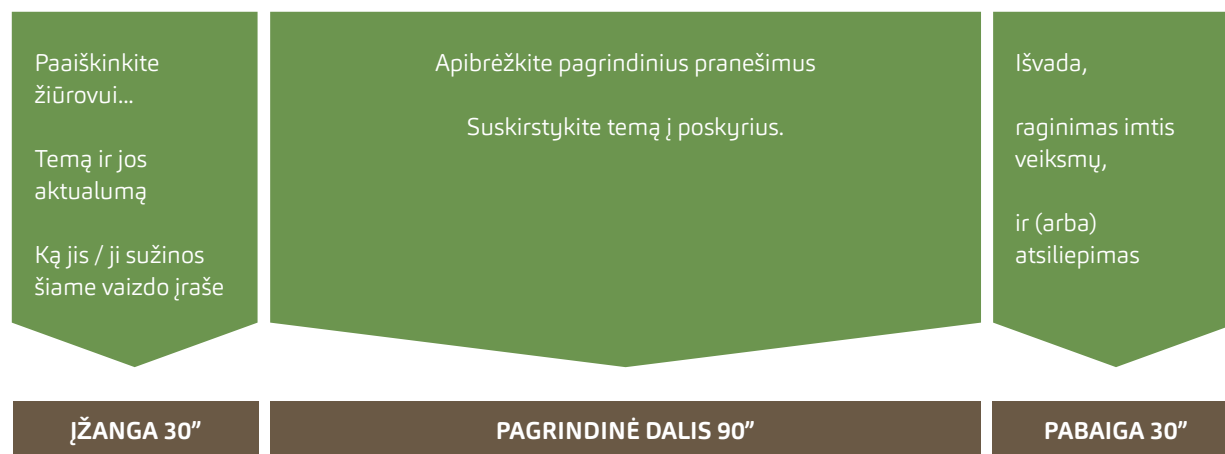
Svarbu užsirašyti svarbiausius dalykus, kuriuos norite perteikti auditorijai. Pirmiausia kaip raktinius žodžius, o paskui kaip suformuluotus sakinius. Iš to sužinosite vaizdo įrašo trukmę. Paprastai 100 žodžių sudaro 1 filmo minutę.

Tuomet suformuluotas turinys turi būti struktūrizuotas. Pagrindinę visų vaizdo įrašų formatų struktūrą sudaro pradžia (įžanga), pagrindinė dalis ir pabaiga (3 pav.):



- **Įžangoje** pristatoma tema ir jos aktualumas. Per pirmąsias 30 sekundžių žiūrovas turi suprasti, kodėl verta žiūrėti šį vaizdo įrašą. Be temos, taip pat reikėtų pristatyti pagrindinį pranešėją ir, jei reikia, vietą.
- **Pagrindinėje dalyje** pateikiami sprendimai arba rekomendacijos dėl veiksmų. Dažnai naudinga pagrindinę dalį suskirstyti į trumpus skyrius.
- **Pabaigoje** pateikiamos trumpos išvados ir (arba) nuorodos į kitus informacijos šaltinius (raginimas imtis veiksmų).



**3 pav.** Pagrindinė trumpo 2–3 minučių vaizdo įrašo struktūra. Ar pagrindinėje dalyje reikalingas tolesnis suskirstymas, priklauso nuo temos sudėtingumo. (šaltinis: 4.3-PLAID pristatymas)



**4 pav.** Pranešėjo ir kalbėtojo už kameros privalumai ir trūkumai. (šaltinis: 4.3-PLAID pristatymas)

	PRIVALUMAI	TRŪKUMAI
<b>Pranešėjas</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Veiksmingas</li> <li>• Autentiškas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tinkamas asmuo</li> <li>• Geras planavimas</li> <li>• Vėliau jokių pataisymų</li> <li>• Redagavimas užima daug laiko</li> </ul>
<b>Kalbėtojas už kameras</b> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rašymas vėliau</li> <li>• Tikslus formulavimas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tinkamas balsas</li> <li>• Rašymui reikia daugiau laiko</li> </ul>
<b>Kombinacija: moderatorius ir kalbėtojas už kameras</b>		

## 2.3. KALBĖTOJAS, PRANEŠĖJAS ARBA TEKSTO INTARPAI

Nustačius turinį, reikia nuspręsti, kas papasakos istoriją. Tai gali būti vienas ar keli žmonės. Pavyzdžiui, žemės ūkio vaizdo įrašų atveju gali būti atsižvelgiama į ūkininkus, tyrėjus ar konsultantus. Būdami ekspertai, jie gali autentiškai ir patikimai perteikti turinį.

Alternatyva – pagrindines mintis parašyti raštu, o paskui jas balsu perskaityti kalbėtoji. Abu metodai turi privalumų ir trūkumų (4 pav.). Tačiau dažnai derinama kalbėtojai už kameras ir originalūs ekspertų balsai.

Trumpuose vaizdo įrašuose vaizdus taip pat galima papildyti trumpais teksto intarpais arba subtitrais. Socialinėje žiniasklaidoje vaizdo įrašai dažnai peržiūrimi be garso, todėl subtitrai yra labai naudingi.

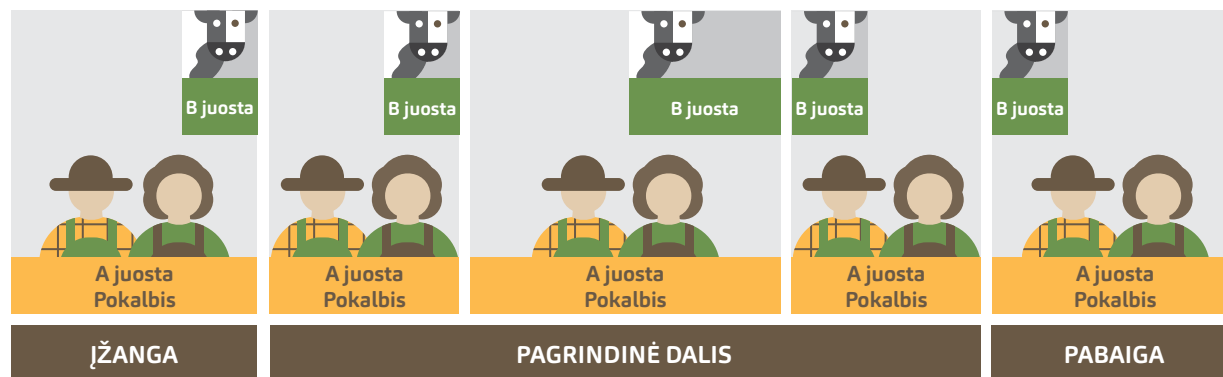


## 2.4. A JUOSTOS IR B JUOSTOS PLANAVIMAS

Svarbu suplanuoti vaizdo įrašą tiek pasakotojo, tiek vaizdo lygmeniu, neatsižvelgiant į tai, ar turinį pasakoja asmuo, iš kurio imamas interviu, ar kalbėtojas už kameros. Kalbėtojo lygmuo dar vadinamas A juosta. Vaizdo lygmuo vadinamas B juosta arba filmuota medžiaga (5 pav.).

Nusprendus, ką pasakotojas sakys, reikia suplanuoti tinkamus vaizdus, kurie papildytų pasakotoją. Gerai pasiruošus galima nufilmuoti visus reikiamus vaizdus tą pačią filmavimo dieną. Jei planavime yra spragų, gali tekti panaudoti jau turimą vaizdinę medžiagą – nuotraukas ar vaizdo įrašus. Svarbu sudaryti visų reikiamų vaizdų sąrašą, kad fotografuojant nieko nepamirštumėte. Turinio šablonas parodytas 6 paveikslėlyje.

**5 pav.** Vaizdo įrašo pagrindas yra A juosta, t. y. esminiai pašnekovo teiginiai. B juosta iliustruoja tai, kas buvo pasakyta. (Šaltinis: 4.3-PLAID pristatymas)



6 pav. Vaizdo įrašo plano šablonas.  
(šaltinis: 4.3-PLAID pristatymas)

### Vaizdo įrašo planas (pavadinimas):

Formatas:    \_pranešėjas    \_pasakotojas    \_tik pavadinimai    \_kita

TURINYS 100 ŽODŽIŲ 1 MINUTĖ	VAIZDŲ LYGIS
<p><b>Įžanga. Paaiškinkite problemą, pasakykite, kas bus parodyta vaizdo įrašė</b></p> <p>Raktiniai žodžiai:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-</li><li>-</li><li>-</li><li>-</li></ul> <p>Numatoma trukmė:</p>	<p>pvz., ūkininko, pasėlių pristatymas</p>
<p><b>Pagrindinė dalis: paaiškinkite kiekvieną savo inovacijos žingsnį</b></p> <p>Raktiniai žodžiai:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-</li><li>-</li><li>-</li><li>-</li><li>-</li><li>-</li><li>-</li></ul> <p>Numatoma trukmė:</p>	<p>pvz., naudojami mechanizmai, detalės, nuotraukos</p>
<p><b>Pabaiga: rekomendacijos, raginimai imtis veiksmų, ūkininkų pareiškimai ir kt.</b></p> <p>Raktiniai žodžiai:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>-</li><li>-</li><li>-</li><li>-</li></ul> <p>Numatoma trukmė:</p>	

## 2.5. ĮRANGA

### 2.5.1. Kamera

Galite rinktis iš išmaniųjų telefonų, vaizdo kamerų arba fotoaparatus su vaizdo funkcija (7 pav.).

Šiuolaikiniuose **išmaniuosiuose telefonuose** paprastai įmontuota puiki kamera. Tačiau ryškioje saulės šviesoje ekrane sunku valdyti vaizdą. Svarbu nepamiršti, kad su išmaniaisiais telefonais visada reikia filmuoti lauke. Daugiau informacijos apie tai, kaip išmanųjį telefoną paversti tobula vaizdo kamera, rasite paspaudę šią nuorodą:

[www.backstage.com/magazine/article/turn-smartphone-perfect-video-camera-19498/](http://www.backstage.com/magazine/article/turn-smartphone-perfect-video-camera-19498/)

**Vaizdo kameros** yra visiškai pritaikytos filmavimui. Jas lengva valdyti ir nereikia daug praktikos. Jose galima reguliuoti ekraną, o tai didelis privalumas ryškioje saulės šviesoje. Vaizdo kameros su vaizdo ieškikliais leidžia dar geriau valdyti vaizdą. Priartinimo objektyvas yra dar vienas privalumas, palyginti su išmaniaisiais telefonais.

**Fotoaparatai (veidrodiniai ir kompaktiniai) su vaizdo funkcija** taip pat pasižymi puikia vaizdo kokybe. Tačiau valdymas, tiksliau, fokusavimas, reikalauja daugiau praktikos nei naudojant vaizdo kameras. Svarbu įsitikinti, kad prie visų tipų fotoaparatus galima prijungti išorinius mikrofonus ir trikojį.



**7 pav.** Išmanusis telefonas, vaizdo kamera ar fotoaparatas: visų jų vaizdo kokybė yra gera. Tinkamo įrenginio pasirinkimą lemia paskirtis, biudžetas ir asmeniniai pageidavimai. (Šaltinis: 4.3-PLAID pristatymas)

### KAMEROS PIRKIMO ASPEKTAI

Pirmiausia įgykite patirties su esama įranga.

Išsinauomokite kameras ir sužinokite, kas geriausiai atitinka jūsų poreikius.

Geros vaizdo kokybės vaizdo kameras galima įsigyti nuo 300 eurų.

Įsitikinkite, kad yra išorinio mikrofono ir ausinių jungtys.

Nuo jūsų biudžeto priklauso, ar pirsite kamerą su „Full HD“, ar su 4K raiška. 4K vaizdo įrašams redaguoti reikia galingesnio kompiuterio ir daugiau atminties vietos.

### 2.5.2. Papildomi fotoaparatus tipai tinkami žemės ūkiui

Pateikiame trijų tipų kameras, kurios ypač tinka žemės ūkio vaizdo įrašams kurti (8 pav.). Tačiau jie nėra pagrindinės įrangos pradedantiesiems dalis.

**Veiksmo kameros** užtikrina įspūdingus vaizdus, kai yra sumontuotos ant traktoriaus ar mašinos, dulkiams ir smūgiams atspariame apsauginiame korpuse. Vaizdo kokybė paprastai būna labai gera, tačiau garso kokybė prasta. Galite nuspręsti tuo pat metu naudoti atskirą garso įrašymo įrangą, kad užtikrintumėte geresnę garso kokybę.

**Dronų** su geromis kameromis ir geromis skrydžio charakteristikomis galima įsigyti nuo 600 eurų. Pavyzdžiui, DJI „Mavic Air“ yra lengvas, mažas ir lengvai valdomas išmaniuoju telefonu. Jais galima fotografuoti laukus, mechanizmus, gyvulių bandas ar ūkinius pastatus iš oro ir taip patobulinti kiekvieną vaizdo įrašą. Žiūrovas puikiai mato renginio vietą. Tačiau dronų įrašai turėtų būti naudojami tik tais atvejais, kai tai tikslinga. Be to, dronų pilotai turėtų užtikrinti, kad juos naudotų laikydamiesi skraidymo įstatymų ir (arba) taisyklių. Dronų naudojimo teisinis pagrindas priklauso nuo konkrečios šalies ir skiriasi savo apribojimais. Prieš naudojant būtina pasikonsultuoti su atitinkamos šalies oficialiąja informacijos tarnyba. Įvairių Europos šalių teisės aktų dėl dronų apžvalgą rasite [čia](#). Tačiau visose šalyse draudžiama dronams skraidyti virš žmonių grupių. Pavyzdžiui, jei norite nufilmuoti ūkyje demonstruojamus mechanizmus naudodami dronus, turėtumėte tai padaryti prieš atvykstant lankytojams arba jiems atvykus.

**8 pav.**  
Populiaru žemės ūkyje: veiksmo kameros, dronai ir 360° kameros.  
(Šaltinis: 4.3-PLAID pristatymas)



Dar vienas dronų trūkumas yra tas, kad negalima daryti garso įrašų. Patariame užuot pirkus nuosavą droną, pasiskolinti jį iš draugų arba paprašyti vaikų ir paauglių, kurie turi daugiau patirties su vairalazdėmis nei kai kurie suaugusieji.

**360° kameros:** Standartinis vaizdo įrašas daromas naudojant vieną objektyvą, todėl žiūrovas mato plokščią stebimo objekto vaizdą. 360° vaizdo įrašas daromas specialia kamera, kurioje naudojami 2 „žuvies akies“ objektyvai, kad vienu metu būtų galima matyti vaizdą visomis kryptimis. Taip žiūrovas gali keisti žiūrėjimo kampą ir (arba) padėti vaizdo įrašo peržiūros metu. Taigi praktiškai vaizdo įrašo metu žiūrovas gali keisti žiūrėjimo kampą ir žiūrėti skirtingais aspektais, pavyzdžiui, aukštyn, žemyn ir aplink, tačiau neįmanoma priartinti ar pakeisti pradinės vaizdo įrašo padėties. 360° kameros žiūrovui suteikia visapusišką erdvinę patirtį, kurią pats žiūrovas valdo ekrane arba naudodamas VR akinius.

Yra kelios 360° įrašų peržiūros parinktys. Vaizdo įrašai idealiai tinka žiūrėti naudojant virtualios realybės akinius arba lengviau prieinamą formatą, naudojant „Android“ telefoną ir kartoninius („Google“) akinius (10 pav.). Taip žiūrovui suteikiama virtualiosios realybės patirtis, o vaizdo įrašą galima valdyti galvos judesiais. Žiūrovas, judindamas galvą, gali judėti aplink vaizdo įrašą ir keisti žiūrėjimo padėtį. Vaizdo įrašus taip pat galima talpinti „YouTube“ kanale ir žiūrėti naudojant „Chrome“ naršyklę, kad žiūrovas galėtų judėti vaizdo įrašė naudodamas standartinį asmeninį arba nešiojamąjį kompiuterį ir valdyti / naršyti pele. Didelį potencialą turi virtualūs mokymo kursai ir virtualūs turai. Tačiau kuriant virtualios realybės vaizdo įrašus reikia ir patirties, ir gero planavimo.

## PATARIMAI, KAIP NAUDOTI DRONUS

Dronų naudojimo teisinis pagrindas priklauso nuo konkrečios šalies ir skiriasi savo apribojimais.

Šiame tinklaraštyje pateikiama gera įvairių Europos šalių reglamentų apžvalga <http://dronerules.eu/en/recreational/regulations>

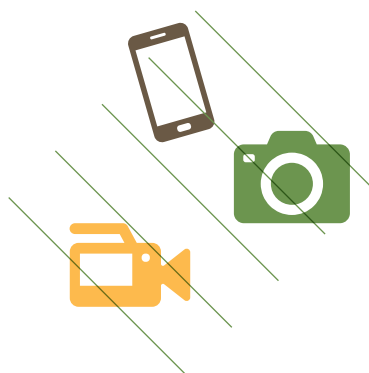
Prieš pradėdami naudoti droną, pasikonsultuokite su atitinkamos šalies oficialiąja informacijos tarnyba.



**9 pav.** „Ricoh Theta V“ 360° kamera  
(Šaltinis: 4.3-PLAID pristatymas)



**10 pav.** DATagri, Ispanijoje, demonstruojamas PLAID kartono akiniai. (Šaltinis: 4.3-PLAID pristatymas)



### 2.5.3. Mikrofonas

Geras garsas yra toks pat svarbus kaip ir geras vaizdas. Vaizdo kamerose ir išmaniuosiuose telefonuose įmontuoti mikrofonai neatitinka šio reikalavimo. Didėjant atstumui tarp fotoaparato ir garso šaltinio, garso kokybė sparčiai prastėja. Be to, tokius garso įrašus dažnai gadina aplinkos triukšmas ar vėjas. Sprendimas – naudoti išorinį mikrofoną.

Mikrofonai su jungtimis ir belaidžiai mikrofonai yra įvairių kainų klasių (11 pav.). Taip pat skiriami prisegami ir rankoje laikomi mikrofonai. Belaidžiai prisegami mikrofonai puikiai tinka naudoti žemės ūkyje. Filmuojamas asmuo gali laisvai judėti ir naudotis rankomis, kad parodytų ir pademonstruotų mechanizmus. „RodeLink“ belaidis mikrofonas pasižymi labai geru kainos ir kokybės santykiu ir kainuoja apie 300 eurų.

Svarbu visada kontroliuoti garsą per ausines. Gali nutikti taip, kad kyla triukšmas, išsikrovė baterija arba pamiršote įjungti belaidį mikrofoną. Pirkdami vaizdo kamerą įsitinkite, kad joje yra mikrofono ir ausinių jungtys (11 pav., dešinėje). Deja, šias jungtis galima naudoti tik keliuose vartotojų segmento modeliuose.

Dar vienas išorinių mikrofonų privalumas – naudojama sintetinio kailio apsauga, kuri padeda išvengti džeržgiančių garsų, dėl kurių garso įrašai tampa netinkami net esant silpnam vėjui. Be prisegamo mikrofono, taip pat rekomenduojame naudoti rankoje laikomą mikrofoną. To prireikia, kai interviu tenka atlikti esant dideliame aplinkos triukšmui.



**11 pav.** Kairėje: paprastus mikrofonus su laidais, skirtus išmaniesiems telefonams, jau galima įsigyti už 20 eurų. Viduryje: „RodeLink“ radijo ryšys pasižymi geru kainos ir kokybės santykiu. Dešinėje: pirkdami vaizdo kamerą įsitinkite, kad joje yra mikrofono (raudona jungtis) ir ausinių (žalia jungtis) jungtys. (Šaltinis: 4.3-PLAID pristatymas)

#### 2.5.4. Trikojis

Judantis vaizdas atrodo neprofesionaliai ir vargina žiūrovą. Todėl visada reikia naudoti trikojį. Galima naudoti įvairias parinktis, kaip antai (12 pav.):

- Paprasti įrenginiai išmaniesiems telefonams, kuriuos galima įsigyti nuo 20 eurų.
- Gimbalai, kuriais išgaunami ypač švelnūs ir dinamiški judesiai („stabili kamera“)
- Daug kartų keičiant vietą, kai nėra laiko pasiruošti, rekomenduojama naudoti ant pečių tvirtinamą trikojį arba vienakojį.

Trikojis yra idealus sprendimas daugeliu atvejų. Dėl specialios vaizdo galvutės jie padeda lengvai pasukti vaizdą, tereikia šiek tiek praktikos.

12 pav.. Kelios trikojo parinktys. (šaltinis: 4.3-PLAID pristatymas)





# 3

## Galimos kliūtys

### 3.1. BIUDŽETAS

Geros vaizdo kokybės vaizdo kameras galima įsigyti nuo 300 eurų. Dar 100–300 eurų reikia išoriniam mikrofonui ir trikojui. Jei turite ribotą biudžetą, galbūt norėsite pirkti naudotą įrangą. Jei biudžetas leidžia, pageidautina rinktis kamerą su „Full HD“ arba 4K skiriamąja geba, tačiau norint redaguoti 4K filmuotą medžiagą, reikia galingesnio kompiuterio su didesne atmintimi. Tai gali apriboti jos naudojimą.

### 3.2. REDAGAVIMO TECHNINĖ ĮRANGA

Kad redagavimas vyktų sklandžiai, jūsų kompiuteryje turėtų būti bent 8 GB, o dar geriau 16 GB RAM. Perkant redagavimo programinę įrangą paprastai nurodomi minimalūs reikalavimai. Taip pat rekomenduojama naudoti išorinę saugyklą.

### 3.3. REDAGAVIMO PROGRAMINĖ ĮRANGA

Rinkoje yra daugybė redagavimo programų. Galima naudotis nemokamomis programomis, pvz., „iMovie“, „Apple“ įrenginiuose, „Movie Maker“ kompiuteryje arba programomis, pvz., „Hitfilm“ ar „Shotcut“.

Vis dėlto rekomenduojame naudoti mokamas programas, kurių kaina svyruoja nuo 50 iki 100 eurų, pavyzdžiui, „Adobe Premiere Elements“. Naudodamiesi nemokamomis programomis greitai pasieksite savo galimybių ribas, o didelės apimties nemokamos programos, pavyzdžiui, „Hitfilm“, dažnai yra pernelyg sudėtingos, kad jomis galėtų naudotis pradedantieji.

### 3.4. LICENCIJOS

Tinkama foninė muzika gali praturtinti vaizdo įrašus, tačiau muzika turėtų būti naudojama retai. Galima naudoti tik tą muziką, kuriai netaikomas autorinis mokestis. „YouTube“ garso įrašų bibliotekoje yra didelis nemokamos muzikos pasirinkimas. Populiarūs muzikos kūriniai vis kartojasi „YouTube“ vaizdo įrašuose ir palaipsniui atsibosta. Didesnės paklausos muziką galima įsigyti iš mokamų paslaugų teikėjų, pavyzdžiui, [audiojungle.net](http://audiojungle.net) arba [premiumbeat.com](http://premiumbeat.com), kainos svyruoja nuo 20 iki 50 JAV dolerių už muzikos kūrinį.

### 3.5. KALBA

Paprastai rekomenduojame leisti veikėjams kalbėti gimtąja kalba. Todėl tarptautiniams projektams reikalingi vertimai. Tai galima padaryti įgarsinant arba naudojant subtitrus. Abiem atvejais reikia užrašyti originalo kalba pasakytų žodžių transkripciją. Tinkamas subtitrų failo



plėtinys yra .VVT arba .SBV arba .TXT. Tuomet transkripciją galima išversti į kitas kalbas ir ją perskaityti kalbėtoju arba įterpti kaip subtitrus į „YouTube“.

Vienos minutės vaizdo įrašo perrašymui reikia nuo 0,5 iki 1 valandos, priklausomai nuo temos sudėtingumo ir perrašinėtojo patirties. Norint įterpti subtitrus į „YouTube“, kiekvienai vaizdo įrašo minutei reikia maždaug 10 minučių. Galima daryti išvadą, kad jei vertimas yra projekto dalis, vaizdo įrašai turėtų būti kuo trumpesni, nes kuo ilgesnis įrašas, tuo ilgesnis vertimo laikas.

Užtikrinkite, kad tiek vertimas, tiek tekstas gimtąja kalba nebūtų pernelyg sudėtingas ar mokslinis, nes tikslinė auditorija jo gali nesuprasti. Sutrumpinimų nereikėtų vartoti, nebent jie yra gerai žinomi ir lengvai interpretuojami.

### 3.6. LAIKAS

Vaizdo įrašų kūrimas gali užtrukti kelias valandas ar net dienas, todėl vaizdo įrašų kūrėjai gali būti ribojami laiko, kurį turi vaizdo įrašo kūrimui.

Vidutiniškai vaizdo įrašo planavimas trunka nuo 1 iki 2 valandų, pats filmavimas – nuo 1 iki kelių valandų, o montavimas užima daugiausiai laiko. Paprastai 5 minučių vaizdo įrašui sumontuoti reikia maždaug 1 dienos. Pradžioje, be praktikos, gali prireikti daugiau laiko.

### 3.7. ĮGŪDŽIAI

Žinių ar patirties kuriant vaizdo įrašus trūkumas gali atbaidyti žmones nuo jų kūrimo. Tai taip pat gali turėti įtakos bendrai vaizdo įrašo kokybei ir trukmei. Todėl prieš kuriant vaizdo įrašus, kuriais bus dalijamasi su tiksline auditorija, svarbu laikytis vaizdo įrašų kūrimo praktikos. Jei įmanoma,

reikėtų dalyvauti specialistų rengiamuose mokymuose, kad įgytumėte įgūdžių ir pasitikėjimo savimi, reikalingų vaizdo įrašams kurti.

### 3.8. FAILO DYDIS

Kai pradėsite filmuoti vaizdo medžiagą, turėtumėte nepamiršti kartkartėmis sustabdyti filmavimą, kad failai nebūtų per dideli. Pavyzdžiui, 20 minučių trukmės vaizdo failas iš geros kokybės fotoaparato gali lengvai pasiekti 9 GB dydį. Tokio dydžio failą sunku perduoti ir apdoroti. Jei nešiojamasis kompiuteris ir (arba) stacionarus kompiuteris turi mažai operatyviosios atminties ir (arba) disko vietos, gali būti, kad kompiuteris bus labai lėtas arba negalės atlikti užduoties. Didesnius failus taip pat sunkiau redaguoti, palyginti su mažais failais, kuriuose yra mažiau filmuotos medžiagos.

Dėl šios priežasties po 5 minučių reikėtų kelioms sekundėms sustabdyti įrašymą ir tik tada vėl pradėti įrašinėti. Atminkite, kad jei vaizdo įrašų failai yra per trumpi (trumpesni nei 2 minutės), juos bus sudėtinga apdoroti, o montuojant prireiks daugiau laiko ir pastangų vaizdo įrašams sujungti.

### 3.9. KLIPŲ DYDIS

Labai svarbu atsižvelgti į klipo dydį. Prieš pradėdami apdoroti filmuotą medžiagą patikrinkite, ar stacionariame kompiuteryje / nešiojamajame kompiuteryje yra pakankamai vietos diske. Tai reiškia, kad vaizdo įrašams kurti reikia bent 2 GB laisvos vietos. Turėtumėte nepamiršti, kad prieš baigdami kurti paskutinį vaizdo įrašą turėsite keletą vaizdo klipų. Vieno apdoroto 2 minučių trukmės vaizdo klipo trukmė yra apie 200 MB.

## 3.10. ETIKA (SUTIKIMAS)

Prieš pradėdami filmuoti, ES privaloma gauti informuoto asmens sutikimą iš asmenų, kurie bus filmuojami (pvz., EK dalyvio „Portalo H2020“ internetinis vadovas). Sutikimas gali būti duodamas žodžiu, raštu arba elektroniniu būdu. Tam tikrais atvejais dalyviams turėtų būti pateikiami informaciniai lapai, kuriuose nurodomas tyrimo tikslas, metodas, rizika ir nauda bei planuojamas duomenų naudojimas, kad jie galėtų priimti aiškų informacija pagrįstą sprendimą duoti sutikimą. Sutikimą galima duoti užpildžius trumpą tikslinę informuoto asmens sutikimo formą, kuria užtikrinama, kad dalyvis suprato, kaip bus naudojami vaizdai, žino, kad bet kada gali atšaukti sutikimą ir išsaugo teisę į filmuotą medžiagą, bei leidžia projekto organizatoriams naudoti užfiksuotus ar apdorotus duomenis (13 pav.).

Kai renginiuose dalyvauja daug žmonių, nerealu tikėtis gauti visų dalyvių informuoto asmens sutikimą, todėl būtina informuoti dalyvius, kad bus filmuojama, o visi, kurie nenori būti užfiksuoti filmuotoje medžiagoje, turėtų apie tai pranešti vadovų komandai. Įprasta praktika yra išduoti šiam asmeniui spalvotą ženkliuką, kurį jis turi nešioti. Taip užtikrinama, kad nebūtų filmuojama, jei ženkliukas yra matomas, arba kad filmuota medžiaga, kurioje asmuo dėvi ženkliuką, nebūtų naudojama arba redaguojama.

**13 pav.** Informuoto asmens sutikimo formos pavyzdys  
(remiantis pristatymu 4.3-PLAID)

### **NEFERTITI fotografavimo, vaizdo ar garso įrašymo sutikimo forma**

Aš, \_\_\_\_\_ (asmens vardas ir pavardė), sutinku, kad NEFERTITI konsorciumo nariai naudotų mano atvaizdą arba balsą, arba ir atvaizdą, ir balsą. Vaizdas gali būti užfiksuotas įrašant vaizdo įrašą arba fotografuojant.

- Sutinku, kad visos tokios nuotraukos, vaizdo ar garso įrašai ir bet koks jų atgaminimas liktų autoriaus nuosavybe ir kad NEFERTITI projektas galėtų juos naudoti savo nuožiūra.
- Suprantu, kad šios nuotraukos gali būti viešai skelbiamos NEFERTITI interneto svetainėje ir (arba) kitoje su projektu susijusioje rinkodaros medžiagoje.
- Suprantu, kad ši medžiaga bus naudojama teisėtai ir ja nesiekama pakenkti ar nepagrįstai užgauti susijusių šalių.

Parašas: \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_\_ / \_\_\_\_ / \_\_\_\_\_

Šis NEFERTITI projektas finansuojamas pagal Europos Sąjungos mokslinių tyrimų ir inovacijų programą „Horizontas 2020“ pagal dotacijų sutartį Nr. 772705.



## 4 Vaizdo įrašo gamyba virtualioms demonstracijoms

### 4.1. VAIZDŲ FILMAVIMAS

#### 4.1.1. A ir B juostų filmavimas

Filmuojant vaizdo įrašą taip pat naudinga mąstyti apie abi A ir B juostas. Kurią dalį filmuosite pirmiausia, priklauso nuo situacijos. Pavyzdžiui, demonstruojant mechanizmus paprastai pirmiausia filmuojamos „veikiančios“ mašinos, t. y. filmuojami vaizdai arba B juosta. Tai apima išsamius ir ilgus kadrus, rankas, liečiančias apdirbtą dirvą, žmones prie mechanizmų ir t. t.

Paprastai A juostoje nerekomenduojama filmuoti tiesioginio komentaro, kurį demonstratorius pateikia ūkyje vykstančios demonstracijos dalyviams. Taip yra todėl, kad garso kokybė dažnai būna per prasta, o paaiškinimai – per ilgi. Todėl, jei įmanoma, aiškinamąjį komentarą reikėtų įrašyti atskirai, kaip pokalbį su kompetentingu asmeniu (jei įmanoma, pasakykite, kas kalbės ir kas bus pasakyta pasirengimo metu).

Geriausia, jei komentatorius galėtų kalbėti apie mechanizmus stovėdamas tiesiai prieš juos. Ekspertas apibūdina ką

tik pristatytų mechanizmų darbo metodus, privalumus ir trūkumus. Asmuo turi kalbėti esamuoju laiku ir sakinius formuluoti taip, tarsi komentuotų temą gyvai. Tada tai skamba taip: „Čia matote mašiną XY...“, „Kaip matote, ji veikia ne taip giliai kaip mašina XY...“.

Taip užtikrinsite, kad komentarai tiksliai atitiktų rodomus mechanizmų vaizdus. Kad pranešėjas pirmiausia galėtų pamatyti, kaip mechanizmas veikia esamomis sąlygomis, komentaras paprastai įrašomas tik po demonstravimo.

Kitais atvejais, pvz., kai ūkininkas aiškina įprastą procesą, pirmiausia galima įrašyti aiškinamąjį komentarą (A juostoje), o tada filmuoti iliustruojančius vaizdus (B juostoje). Jei komentatorius gali demonstruoti veiksmus, kalbėjimas ir demonstravimas dažnai yra idealus variantas. Kad vėliau būtų galima redaguoti tokius įrašus, komentaras turėtų būti įrašytas kaip visuma be jokių veiksmų. Vėliau filmuojamos veiksmo detalės.

#### 4.1.2. A juosta: 10 patarimų, kaip vesti pokalbį

Aiškinamasis komentaras dažnai įrašomas kaip pokalbis. Pateikiame keletą patarimų, kaip vesti pokalbius.

- 1. Atpalaiduojanti atmosfera.** Visada užtikrinkite, kad tarp jūsų ir asmens, su kuriuo kalbate, nebūtų įtampos.
- 2. Stovėjimas arba sėdėjimas.** Paprastai pašnekovas turi stovėti. Sėdėti rekomenduojama tik ilgų pokalbių metu, taip pat žmonėms, kurie daug juda.
- 3. Vaizdo kompozicija.** Pokalbio metu akių linija turi būti viršutinėje trečiojoje vaizdo linijoje (trečdalių taisyklė). Jei akių linija yra žemiau, žmogus atrodo nenatūraliai mažas (14 pav.). Įsitikinkite, kad apklausiamas asmuo atrodo profesionaliai (šukuosena, drabužiai ir pan.).
- 4. Žiūrėjimo kryptis.** Apklausiamasis turėtų žiūrėti ne tiesiai į kamerą, o šiek tiek į šoną, į pašnekovo akis. Tačiau, jei pašnekovas atlieka moderatoriaus vaidmenį, jis turėtų žiūrėti tiesiai į kamerą.
- 5. Visiškai automatinis.** Jei pokalbį veda tik vienas asmuo (vienu metu filmuojama ir kalbama), fotoaparata patartina pritvirtinti ant trikojo ir naudoti visiškai automatinį režimą. Tik taip galėsite visiškai susikoncentruoti į asmenį, su kuriuo kalbate, ir į sakomų žodžių turinį.

- 6. Neišjunkite kameros.** Rekomenduojame leisti, kad kamera veiktų viso pokalbio metu. Kameros įjungimas ir išjungimas blaškys jūsų dėmesį ir kiekvieną kartą gali padidinti nervingumą. Be to, kyla pavojus pamiršti ją įjungti.
- 7. Tylus linktelėjimas.** Filmavimo metu dėmesys turi būti sutelktas į pašnekovą ir turinį. Bendraukite palaidydami akių kontaktą ir neverbaliai, pavyzdžiui, linktelėdami galva. Pokalbio vedėjas neturi sakyti jokių pastabų, pavyzdžiui, „Taip“, kol kalbinamas asmuo kalba. Jų negalima pašalinti.
- 8. Aiškūs teiginiai.** Tik nedaugelis žmonių gali ką nors glaustai ir tiksliai apibūdinti. Todėl rekomenduojama suplanuoti bent du etapus. Pirmasis skirtas tam, kad susipažintumėte su tema ir sumažintumėte nervingumą. Antrajame etape daugiausia dėmesio skiriama svarbiems aspektams ir jie suformuluojami kuo glausčiau.
- 9. Įtraukite klausimą į atsakymą.** Taupant laiką šis klausimas dažnai išbraukiamas gamybos metu. Kad žiūrovas suprastų kontekstą, pašnekovas turi įtraukti klausimo raktinį žodį į savo atsakymą.
- 10. Tęskite nieko nereikalaudami.** Jei į klausimus neatsakoma optimaliai, būtina imtis tolesnių veiksmų. Atskiri kadrai turėtų būti kartojami tol, kol rezultatas atitiks lūkesčius. Tačiau kartais naudinga praleisti klausimą ir vėl jį nagrinėti pabaigoje.



Eye line



Eye line

**14 pav.** Pokalbio metu akių linija turi būti viršutinėje trečioje eilutėje. Jei akių linija yra žemiau, žmogus atrodo nenatūraliai mažas. Kelios trikojo parinktys. (šaltinis: 4.3-PLAID pristatymas)

#### 4.1.3. B juosta: užtikrina įvairius vaizdo nustatymus

B juostos motyvai turėjo būti iš anksto apytiksliai apibrėžti. Yra daugybė nustatymų, kuriuos galima naudoti B juostoje (15 pav.). Atskiri klipai turėtų trukti ne trumpiau kaip 30 sekundžių be priartinimo ir pasukimo, kad vėliau juos būtų galima be problemų naudoti montuojant. B juostos klipuose gali būti:

- 1. Ilgi kadrai kaip įžanga:** jei reikia, pradžioje žiūrovas turėtų pamatyti demonstracijos vietą (nustatomasis kadras). Šiam tikslui tinka ilgas kadras filmuojant ant žemės arba su dronu.
- 2. Vidutinio ilgio kadras:** šis nustatymas idealiai tinka fotografuoti mechanizmams, tačiau gali būti nuobodus, jei bus naudojamas dažnai arba per ilgai.
- 3. Detalės, stambūs planai:** ilgus ir vidutinio ilgio kadrus reikėtų papildyti stambiais planais. Jie gali būti gaunami įvairiais būdais: priartinant kamera arba priartinant detales teleobjektyvu. Ant mechanizmų sumontuota veiksmo kamera taip pat suteikia įdomių perspektyvų, kurių nemato demonstracijų ūkyje dalyviai.
- 4. Papildoma vaizdinė medžiaga:** papildoma vaizdinė medžiaga, pvz., ūkininkų pokalbiai, rankos žemėje, augalai, kraštovaizdžio kadrai, labai padeda montuoti ir pagerina vaizdo įrašo kokybę.



Ilgas kadras, nustatymas



Vidutinio ilgio kadras



Vaizdai iš arti



Vaizdai iš arti su veiksmo kamera

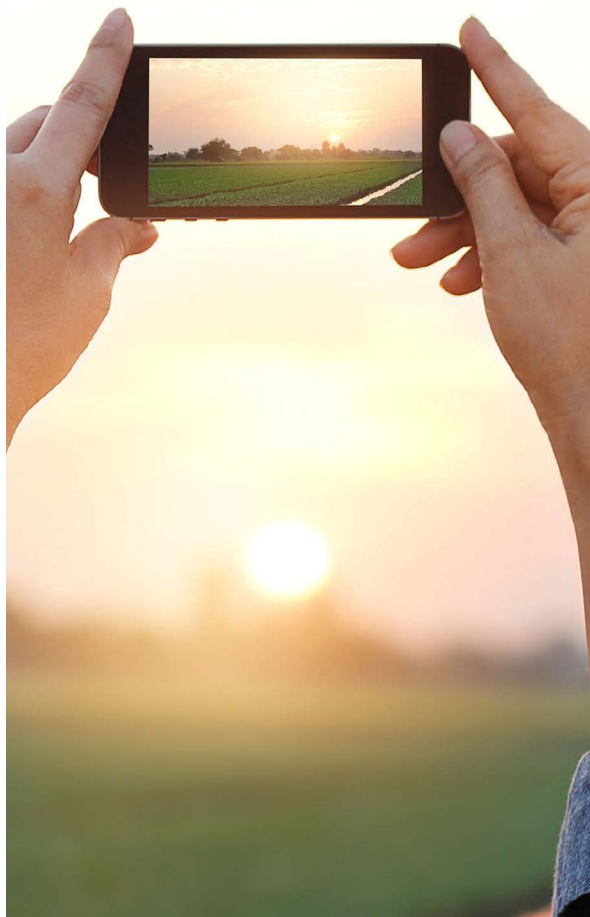


Vaizdai iš arti su teleobjektyvu



Filmuota medžiaga

15 pav. Įvairūs B juostos kameros nustatymai yra įdomaus montažo pagrindas. (šaltinis: 4.3-PLAID pristatymas)



#### 4.1.4 Rekomendacijos

##### Metodai ir priemonės

1. **Pradžioje aiškiai nurodykite vaizdo įrašo turinį.**
2. **Protingai naudokite perėjimus.** Nepagrįsti perėjimai trikdo, o blogas formatavimas atitraukia žiūrovų dėmesį nuo tikrojo turinio.
3. **Naudokite trumpas pokalbio arba žmonių kalbėjimo atkarpas.** Žiūrovai įsitraukia į judančią medžiagą, o ne į statišką vaizdą. Kadangi judesys yra svarbus auditorijai sudominti, naudokite tik trumpas pokalbio atkarpas.
4. **Naudokite įgarsinimą techniniam klipui įgarsinti.**
5. **Pateikite subtitrus, kad turinys būtų prieinamesnis.**
6. **Gerai apgalvokite vaizdo įrašo kadras.** Gerai sukurtame vaizdo įrašė labai svarbus vaizdo įrašo kadras, įskaitant judesį ir greitį, nes tai gali padėti bet kokiam objektui išryškėti ir padidinti auditorijos susidomėjimą demonstruojamu metodu ar technika.
7. **Turiniui pateikti naudokite alternatyvius formatus.** Pavyzdžiui, ekrane galite naudoti muziką arba grafikos elementus, kurie yra gerai suplanuoti – ne per ilgi ir apima reikiamą informacijos kiekį. Užtikrinkite, kad miniatiūros būtų naudojamos efektyviai. Tam tikrais atvejais žiūrovui pritraukti galima pasitelkti humorą.
8. **Vaizdo įrašus reikėtų redaguoti ir kiek įmanoma sutrumpinti.** Tai leidžia per trumpiausią laiką pateikti kuo daugiau informacijos. Garso įrašas turi būti aiškus ir glaustas.

##### Pranešėjai

1. **Pranešėjas turėtų gebėti viską paaiškinti aiškiai ir glaustai.** Tai padeda sutaupyti daug darbo vėlesniame etape ir yra geriausia sėkmingo vaizdo įrašo sąlyga.
2. **Jei įmanoma, pasitelkite įvairias suinteresuotąsias šalis.** Tai apima tyrėjus, konsultantus, ūkininkus, įskaitant jaunuosius ūkininkus ir ūkininkes), kuriems užduodami svarbūs klausimai ir kurie sukuria pridėtinę vertę bet kokiam rašytiniam tekstui.

##### Įgūdžiai ir žinios

1. **Sekite vaizdo mokymus, kad įgytumėte įgūdžių.** Arba pasidalykite patirtimi su kitais (arba kitais ūkininkais), kurie domisi vaizdo įrašų kūrimu.
2. **Pradėkite nuo trumpų, ne ilgesnių kaip 2 minučių trukmės vaizdo įrašų.** Daugeliui pradedančiųjų didžiausias iššūkis yra redagavimas, todėl iš pradžių paruoškite trumpą įrašą. Norėdami tai padaryti, turite kuo labiau susiaurinti temą. Trumpi vaizdo įrašai taip pat reikalauja daug mažiau laiko vertimui.
3. **Prieš publikuodami vaizdo įrašus parodykite juos nepriklausomam žiūrovui.** Žiūrovas gali atkreipti dėmesį į dviprasmybes ir nereikalingą ilgį.
4. **Reguliariai įkelkite naują medžiagą.**

## 4.2. VAIZDO ĮRAŠO REDAGAVIMAS

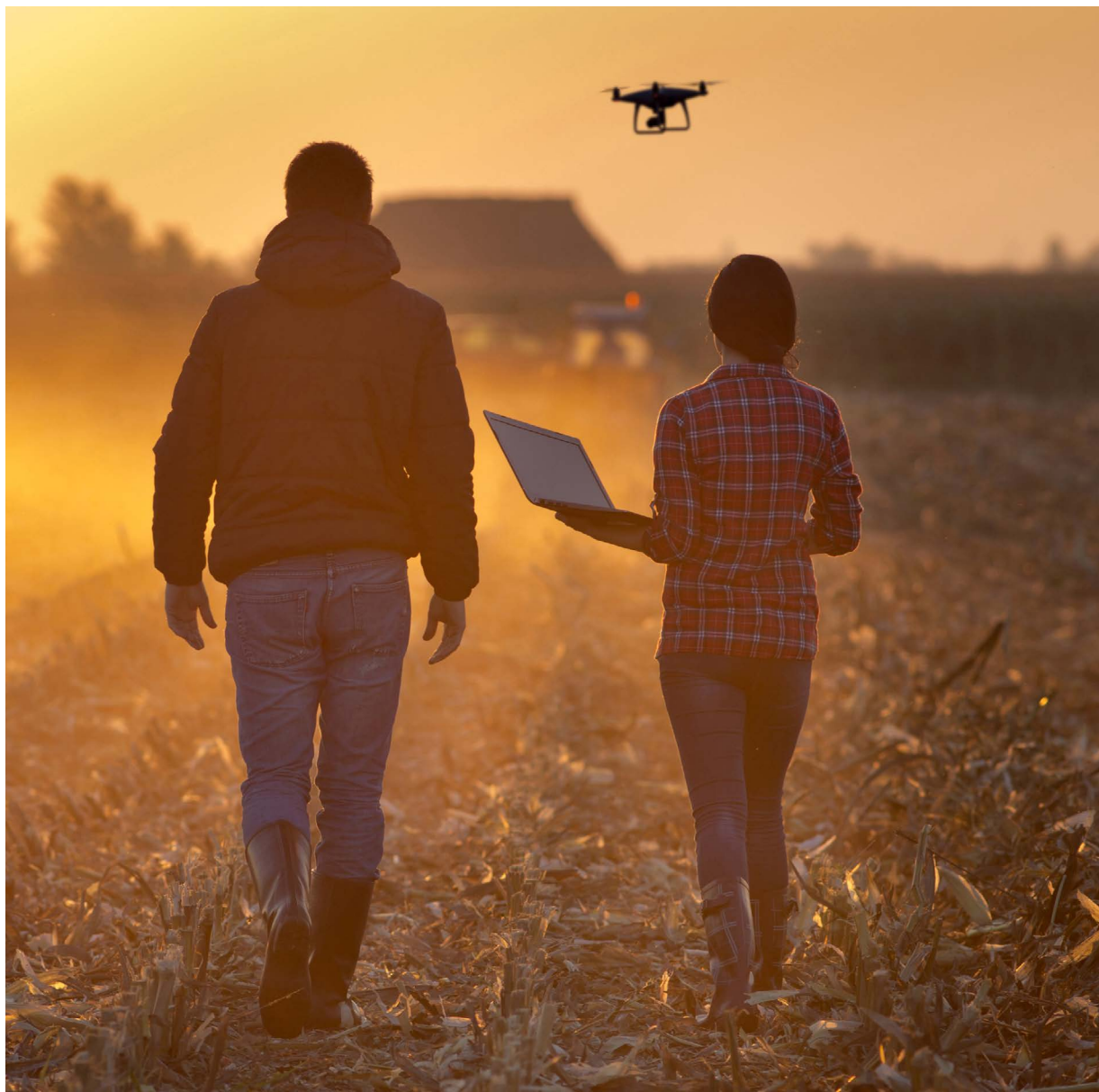
Daugumai dalyvių redagavimas yra sudėtinga dalis, nes keliama tam tikri reikalavimai kompiuterio našumui. Efektyvus redagavimas taip pat reikalauja praktikos ir disciplinos. Vaizdo įrašo redagavimas susideda iš šių etapų:

- 1. Neapdorotas A juostos vaizdo įrašas.** Pradėkite nuo A juostos, t. y. komentarų takelio, redagavimo. Išklusomi visi klipai ir atrenkamos geriausios versijos. Komentarai sudaryti pagal planus ir sutrumpinti iki esminių dalių. Trumpinant patartina atlikti kelis bandymus ir visada užduoti šiuos klausimus: ar šis sakinytis svarbus temai suprasti? Ar sakinytis skatina istoriją judėti į priekį? Šis etapas trunka nuo 1 iki 4 valandų, priklausomai nuo filmuojamos medžiagos kiekio.
- 2. A juostos kadras.** Kai A juostos „karkasas“ bus paruoštas, iškirpkite blogai ištartus žodžius ir pertarus, pavyzdžiui, „aaa“.
- 3. Įdėkite B juostą.** Atlikdami šį veiksmą pasirinkite vaizdo medžiagą iš B juostos ir uždėkite ją ant atitinkamos vietos A juostoje. Šie klipai uždengia A juostos kadrus, todėl jie tampa nematomi, tačiau tai, kas buvo pasakyta, paaiškinama ir pabrėžiama atitinkamais vaizdais.
- 4. Užtikrinkite ritmą.** Šiame žingsnyje reikia suteikti filmui ritmą. Tai reiškia, kad, pavyzdžiui, reikia nustatyti A juostos trukmę, nuspręsti, kada rodomi B juostos vaizdai, pritaikyti B juostos kadrus prie balso ritmo. Po šios muzikos taip pat reikėtų įterpti tarpinius pavadinimus ir pauzes, kad žiūrovas turėtų laiko atsikvėpti. Filmą turi būti sklandus ir be nenatūralių pertraukų.

- 5. Parodykite vaizdo įrašą.** Parodykite (beveik) baigtą versiją pašaliniam asmeniui. Šis asmuo gali nurodyti, ar vaizdo įrašą lengva sekti ir suprasti, ar jo trukmė tinkama ir ar reikia keisti kokias nors jo dalis. Atlikus paskutinius pataisymus, vaizdo įrašą galima viešai paskelbti tikslinei auditorijai.



16 pav. A ir B juostų išdėstymas redagavimo programoje. B juostos vaizdai naudojami siekiant uždengti A juostos kadrus ir vizualiai parodyti tai, kas buvo komentuojama A juostoje. (šaltinis: 4.3-PLAID pristatymas)



## 5 Virtualių demonstracijų sklaida

Demonstracinius vaizdo įrašus galima platinti keliais kanalais.





## 5.1. SOCIALINĖ ŽINIASKLAIDA

Socialinė žiniasklaida yra puikus būdas dalytis vaizdo įrašais su daugybe žmonių. Ją galima naudoti garso ir vaizdo medžiagai skleisti visoms auditorijoms, tačiau kai kurios socialinės žiniasklaidos formos gali labiau tikti konkrečiai auditorijai. Todėl svarbu žinoti, kokiomis socialinės žiniasklaidos formomis naudojasi jūsų tikslinė auditorija, ir pagal tai pritaikyti informacijos sklaidą.

Trumpi 30 sekundžių – 1 minutės trukmės vaizdo įrašai gali būti naudojami tokiose platformose kaip „Twitter“ ir „Instagram“, kad būtų galima dalytis praktika ar inovacija. Jei vaizdo įrašas yra „YouTube“ ir yra per ilgą „Twitter“, galite tiesiog įkelti įžangą ir nuorodą į visą versiją „YouTube“. Svarbu naudoti subtitrus, nes dauguma žmonių „Twitter“ ir „Facebook“ vaizdo įrašus žiūri be garso. Trumpi vaizdo įrašai taip pat gali būti naudojami kaip puiki reklaminė priemonė demonstracijoms ar konferencijoms. „Twitter“ vaizdo įrašus taip pat gali bendrinti sekėjai, taip padidindami peržiūrų skaičių ir sąveiką su įrašu. „Facebook“ taip pat galima naudoti dalijantis garso ir vaizdo medžiaga. Jie gali būti panašūs į „Twitter“ ir „Instagram“ naudojamus trumpus klipus arba ilgesnius ir išsamesnius vaizdo įrašus, panašius į „YouTube“ vaizdo įrašus.

## 5.2. „YOUTUBE“ KANALAI

Žemės ūkio vaizdo įrašus rekomenduojama platinti per „YouTube“, nes tai populiariausia platforma tarp žemės ūkio atstovų, palyginti su „Vimeo“ ar kitomis vaizdo įrašų platformomis. Norėdami įkelti vaizdo įrašus, turite turėti savo kanalą arba atidaryti naują kanalą. Kiekvieną dieną atidaroma tūkstančiai naujų kanalų ir įkeliama milijonai naujų vaizdo įrašų. Todėl reikia dėti pastangas, kad apie įkeltus vaizdo įrašus būtų žinoma ir kad jie būtų optimaliai platinami.

Ypač naujai paleistuose „YouTube“ kanaluose dėl nedidelio prenumeratorių skaičiaus iš pradžių sunku surinkti daug peržiūrų. „YouTube“ kanalas yra daugiau internetinis vaizdo įrašų archyvas. Iš čia vaizdo įrašai turėtų būti įterpiami į esamas svetaines ir skelbiami socialinės žiniasklaidos tinkluose. Priklausomai nuo temos, kurių vaizdo įrašų kokybės ir esamų tinklų, gali prireikti kelių mėnesių ar net metų, kol naujas „YouTube“ kanalas bus pripažintas auditorijos.

### KAIP PADARYTI, KAD „YOUTUBE“ VAIZDO ĮRAŠŲ BŪTŲ LENGVIAU RASTI

Pasirinkite prasmingą pavadinimą su svarbiausiais raktiniais žodžiais.

Pateikite trumpą vaizdo įrašo turinio aprašymą. Čia taip pat galite pateikti nuorodas į tolesnę informaciją.

Nurodykite raktinius žodžius kaip žymas ir išverskite svarbiausius iš jų.

Nenaudokite „YouTube“ siūlomų miniatiūrų, bet įkelkite prasmingą vaizdo įrašo ekrano nuotrauką. Dabar vaizdo įranga ir redagavimo programinė įranga yra nebrangios ir jas lengva naudoti.

## 5.3. TINKLAI

Egzistuoja įvairių tipų tinklai, kurie gali būti naudojami garso ir vaizdo medžiagai skleisti tikslinėms auditorijoms. Tai vietos ūkininkų grupės, nacionaliniai ar regioniniai parodomųjų ūkių tinklai, mokslinių tyrimų ar bandymų grupės (pvz., „Innovative Farmers“ Jungtinėje Karalystėje), patariamąsios grupės, elektroninio pašto ir (arba) ryšių tinklai ir projekto partnerių tinklai.

Visi šie tinklų tipai puikiai tinka dalytis vaizdo įrašais su žmonėmis, turinčiais bendrų interesų, todėl gali padėti padidinti vaizdo įrašo poveikį. Kai kurie tinklai, pavyzdžiui, demonstravimo tinklai, taip pat gali padėti padidinti vaizdo įrašo ar teminės srities žinomumą, nes šie ūkininkai dažnai yra labai vertinami bendruomenėje ir (arba) žemės ūkio sektoriuje, be to, jie bendrauja su įvairiais sektoriaus žmonėmis, su kuriais gali pasidalyti vaizdo įrašu. Tinklai taip pat suteikia galimybę įtraukti naujas grupes ar suinteresuotąsias šalis, kurios šiuo metu gali nežinoti apie tam tikrą praktiką ar metodą. Dalijantis vaizdo įrašu tinkle užtikrinama, kad visi turės prieigą prie vaizdo įrašo, ir padidėja tikimybė, kad jie žiūrės vaizdo įrašą, palyginti su dalijimusi nenaudojant tokių tinklų.

H2020 projektuose sukurti tinklai yra dar vienas būdas skleisti vaizdo įrašus už projekto ar mokslinių tyrimų grupės, pavyzdžiui, NEFERTITI, ribų. Šie tinklai leidžia plačiau skleisti vaizdo įrašus visose šalyse narėse, taip skatinant keitimąsi žiniomis tarp ūkių grupių. Be to, Europos kaimo plėtros tinklas (ENRD) ir atitinkamai nacionaliniai kaimo tinklai (NRN) yra informacijos apie praktinį kaimo plėtros politikos, programų, projektų ir kitų iniciatyvų veikimą mainų centras ir dar vienas būdas skleisti vaizdo medžiagą visoje Europoje.

## 5.4. VIRTUALUS ŪKIS

PLAID virtualaus ūkio koncepcijos įrodymą sukūrė Abertay universiteto (Dandis, Škotija) studentai, kartu su Jameso Huttono instituto darbuotojais studijuodami žaidimų technologijų magistrantūroje.

Atliekant parodomą ūkio aprašo tyrimą paaiškėjo, kad kai kuriais atvejais galimybės dalyvauti demonstracijoje gali būti ribotos. Todėl projekto metu buvo tiriami naujoviški metodai, kaip padidinti galimybes dalyvauti demonstracijose ūkyje, vienas iš jų – virtualios demonstracijos. Studentai sukūrė imitacinę aplinką (17 pav.), vaizduojančią ūkio platformą, kurioje virtualiai galima pasivaikščioti po tipinio ūkio aplinką. Ją galima pasiekti internetu arba naudojant virtualios realybės („Cardboard“) akinius ir „Android“ telefoną. Virtualiosios realybės aplinkoje galima susipažinti su naujovių vaizdo įrašais, nufilmuotais tiek standartiniu, tiek 360° kampu. Šiuose vaizdo įrašuose pristatomos ūkyje naudojamos ūkininkavimo naujovės.

Patalpintus vaizdo įrašus galima pasiekti imituojamoje aplinkoje (18 pav.), paspaudus ant sferos, kai indikatorius yra vaizdo įrašo centre. Taip galima pasiekti vaizdo įrašą, o žiūrovas gali judėti vaizdo įrašė ir matyti visą sferinį vaizdą visomis kryptimis. Iš vaizdo įrašo galima išeiti, o žiūrovas gali toliau tyrinėti imituojamą aplinką naudodamas galvos judesius, kad rastų kitus vaizdo įrašus.

Vaizdo įrašus galima pašalinti ir pakeisti priklausomai nuo situacijos. Pavyzdžiui, demonstruojant vaikams, vaizdo įrašuose gali būti rodomi vaikams skirti vaizdo įrašai, o įtraukiant ūkininkų bendruomenę gali būti rodomi auditorijai tinkami technologiniai vaizdo įrašai.

Virtualus ūkis buvo pristatytas įvairioms auditorijoms Jungtinėje Karalystėje ir renginiuose visoje Europoje. Vizualus technologijos pobūdis padėjo įveikti kalbos barjerus, kurie dažnai stabdo ir trukdo bendrauti su didelėmis miniomis be gimtakalbių vertėjų.



**17 pav.** Imitacinė aplinka, kurioje matomas traktorius (šaltinis: 4.3-PLAID pristatymas)



**18 pav.** Imitacinė aplinka, kurioje rodomas 360° vaizdas. (šaltinis: 4.3-PLAID pristatymas)

# 6

## Virtualių demonstracijų poveikio vertinimas

Paleidę naują vaizdo įrašą tikriausiai norėsite įvertinti vaizdo įrašo veikimą. Vertinimas – tai bet kokie atsiliepimai apie demonstracinį vaizdo įrašą, į kuriuos galima atsižvelgti tobulinant kitus susijusius demonstracinius vaizdo įrašus ir siekiant išsiaiškinti, ar pasiekėte iš anksto nustatytus vaizdo įrašo tikslus. Vaizdo įrašų rodikliai gali būti naudingi norint įvertinti demonstracinio vaizdo įrašo sėkmę. Geriausia, jei apie tai pagalvojate prieš pradėdami naują vaizdo įrašo projektą. Tai bene svarbiausia viso vaizdo įrašo kūrimo proceso dalis, nes tik taip galima įvertinti vaizdo įrašo sėkmę.

Kartais vaizdo įrašų rodikliai gali būti painūs arba pribloškiantys, ypač jei vaizdo įrašų srityje esate naujokas. Konkrečių vaizdo rodiklių pasirinkimą lemia virtualios demonstracijos tikslai. Ko tikėjotės pasiekti? Po to galite susieti konkrečius rodiklius su savo tikslais ir pradėti vertinti sėkmę. Rekomenduojama įvertinti keletą skirtingų vaizdo įrašų rodiklių, kad gautumėte išsamų vaizdo įrašo sėkmės vaizdą. Tačiau jei stebite viską, tikriausiai nepakankamai susiaurinsite savo tikslus. Naudokitės gautais rezultatais, kad pasimokytumėte ir patobulintumėte būsimus vaizdo įrašų projektus, kad jie būtų sėkmingesni.

Šiame skyriuje pateikiami 7 svarbiausi vaizdo įrašų rodikliai, paaiškinama, kaip juos naudoti norint išsiaiškinti, kaip sėkmingai jūsų demonstracinis vaizdo įrašas pasiekė tikslus (remiantis [www.skeletonproductions.com/insights/video-metrics](http://www.skeletonproductions.com/insights/video-metrics)).

### 6.1. PERŽIŪRŲ SKAIČIUS

Paprasčiausias, bet labiausiai apgaulingas rodiklis. Peržiūrų skaičius rodo, kiek kartų buvo peržiūrėtas jūsų vaizdo įrašas (kaip ir tikėjotės). Iš esmės jūsų peržiūros rodo jūsų vaizdo įrašų turinio pasiekiamumą. Jei norite, kad jūsų vaizdo įrašą matytų milijonai tikslinės auditorijos žmonių, stebėkite peržiūrų skaičių. Tačiau turėkite omenyje, kad įvairiose interneto svetainėse peržiūros skaičiuojamos skirtingai, pavyzdžiui, „YouTube“ peržiūros skaičiuojamos, kai žiūrima 30 vaizdo įrašo sekundžių, o „Facebook“ – tik 3 sekundės. Jei vaizdo įrašą patalpinote įvairiuose kanaluose, apibendrinami duomenis turėkite tai omenyje.

Jei norite padidinti vaizdo įrašų peržiūrų skaičių, atsižvelkite į šiuos patarimus:

- Dalykitės vaizdo įrašu su savo auditorija el. paštu ir socialiniuose tinkluose.
- Dalykitės savo vaizdo įrašu su atitinkamais įtakingais asmenimis
- Mokėkite reklamuoti savo vaizdo įrašą kanaluose, kuriuose galima rasti jūsų auditoriją

Nelaikykite peržiūrų svarbiausiu vaizdo įrašų turinio rodikliu. Malonu žinoti, koks didelis jūsų vaizdo įrašo pasiekiamumas, tačiau, jei jūsų vaizdo įrašo tikslas nebuvo skleisti žinomumą, iš tikrųjų tai tik pirmas žingsnis vertinant jo sėkmę.

## 6.2. PALEIDIMO DAŽNIS

Paleidimo dažnis – tai procentinė dalis puslapio lankytojų, kurie iš tikrųjų spustelėjo paleidimo mygtuką ir pradėjo žiūrėti vaizdo įrašą.

Šis rodiklis yra geras rodiklis, parodantis, kiek jūsų vaizdo įrašų turinys tinka vietai, kurioje jis patalpintas, ir kaip sėkmingai jis traukia lankytojus. Jei norite, kad tam tikra tikslinės auditorijos dalis paleistų jūsų vaizdo įrašą, reikia atkreipti dėmesį į paleidimo dažnį.

Jei norite padidinti paleidimo dažnį, pabandykite atlikti šiuos veiksmus:

- Padidinkite įterpto vaizdo įrašo dydį arba pakeiskite jo vietą puslapyje.
- Pasirinkite įdomesnę, ryškesnę, akį traukiančią ir aktualią miniatiūrą.
- Pakeiskite vaizdo įrašo apipavidalinimą, kad įsitikintumėte, jog jis tiksliai perteikia jo turinį.
- Perkelkite vaizdo įrašą į kitą puslapį – galbūt kitur jis bus labiau vertinamas.

Peržiūros dažnis priklauso ne tik nuo vaizdo įrašo patrauklumo, bet ir nuo jo turinio. Tikėtina, kad vaizdo įrašas, kuris bus patrauklus visiems jūsų tikslinės auditorijos nariams, bus labiau lankomas nei papildomas, specializuotas vaizdo įrašas.

## 6.3. ĮSITRAUKIMAS

Šis rodiklis parodo vaizdo įrašo veiksmingumą. Kiekvieno žiūrovo įsitraukimas parodo, kiek vaizdo įrašo jie žiūrėjo, ir išreiškiamas procentais.

Vidutinis įsitraukimas, taip pat išreikštas procentais, parodo, kiek vidutiniškai vaizdo įrašo žiūrėjo visi žiūrovai. Šis rodiklis yra neįtikėtinai naudingas, ypač jei matote jį išreikštą kaip diagramą, kuri rodo, kaip visa jūsų auditorija žiūrėjo, pakartotinai žiūrėjo ir nustojo žiūrėti jūsų vaizdo įrašą. Remdamiesi šiais duomenimis galite pradėti vertinti savo vaizdo įrašų kokybę ir naudingumą.

Ar žiūrovai žiūri šią istoriją iki galo? O gal jie peršoka, kad peržiūrėtų tam tikras dalis, kaip gali būti klausimų ir atsakymų vaizdo įrašė? Jei vaizdo įrašo pabaigoje pateikiamas kvietimas imtis veiksmų, norėsite, kad jūsų auditorija jį išgirstų, tačiau naudodamiesi įsitraukimo grafiku galite pastebėti, kad daug jūsų auditorijos žiūrovų išjungia įrašą dar nepasiekę šio taško.

Norėdami pagerinti vaizdo įrašų įtraukimą, pateikiame keletą rekomendacijų:

- Vaizdo įrašų turinys turi būti trumpas, glaustas ir aiškus. Jei kas nors nereikalinga, pašalinkite tai.
- Išpildykite auditorijos lūkesčius – tai susiję su tikslia komunikacija, esančia puslapyje prie vaizdo įrašo.
- Atkreipkite dėmesį į įsitraukimo vidurkį ir ypač į įsitraukimo grafikus. Jei žiūrovai tam tikrose vietose nustoja žiūrėti, išsiaiškinkite priežastis ir pakeiskite vaizdo įrašą.

Įsitraukimas aktualus beveik visų tipų vaizdo įrašams visose pramonės šakose. Juk galiausiai norite, kad jūsų vaizdo įrašas būtų žiūrimas. Tiesiog nepamirškite vaizdo įrašo tikslo ir žinokite, kad mažas įsitraukimas ne visada

yra blogas dalykas.

## 6.4. DALIJIMASIS SOCIALINIUIOSE TINKLUOSE

Dalijimasis socialiniuose tinkluose rodo, kiek žmonių dalijasi jūsų vaizdo įrašų turiniu. Jis paprastai vertinamas dalijimosi socialiniuose kanaluose skaičiumi.

Nors gali atrodyti, kad tai savaime nėra labai svarbu, dalijimasis socialiniuose tinkluose lemia daugiau jūsų vaizdo įrašo peržiūrų. Taip pat tai yra geras rodiklis, parodantis, kiek jūsų vaizdo įrašas yra patrauklus jūsų tikslinei auditorijai (ir kitiems asmenims) ir kaip jie nori apie jį skleisti žinią. Visa tai didina informuotumą apie jūsų demonstracinį projektą ir suteikia galimybę pritraukti didesnę tikslinės auditorijos dalį.

Jei jūsų vaizdo įrašo tikslas – pasiekti kuo didesnę auditoriją, tikriausiai daugiausia dėmesio skirsite šiam rodikliui ir peržiūrų skaičiui. Dalijimasis socialiniuose tinkluose galite padidinti vadovaudamiesi šiais patarimais:

- Paprašykite žiūrovų dalytis jūsų turiniu – paprasčiausias prašymas gali būti labai naudingas.
- Kurkite turinį, kuriuo bus dalijamasi.
- Pradėkite dalytis vaizdo įrašu perduodami jį tikslinę auditoriją atitinkantiems nuomonės formuotojams.

Tačiau atkreipkite dėmesį ne tik į gautų pasidalijimų skaičių. Taip pat stebėkite, kokių komentarų sulaukiate apie savo vaizdo įrašą ir ar žmonės sako teigiamus, ar neigiamus dalykus.

## 6.5. ĮRAŠE ESANČIOS NUORODOS PASPAUDIMŲ SKAIČIUS

Kitas ne tik vaizdo įrašams būdingas rodiklis – įrašė esančios nuorodos paspaudimų skaičius (angl. click-through rate, CTR) – tai procentinė dalis žiūrovų, kurie paspaudžia bet kokį vaizdo įrašo turinyje esantį CTA (= raginimą imtis veiksmų).

CTR rodiklis parodys, kaip sėkmingai vaizdo įrašu skatinate žiūrovus imtis veiksmų. Žinoma, niekas nepaspaus CTA, jei nežiūrės pakankamai vaizdo įrašo, kad jį pamatytų, todėl stebėkite ir įsitraukimą. CTR rodiklis yra svarbiausias, jei siekiate, kad auditorija po vaizdo įrašo peržiūros domėtųsi toliau.

Kad pagerintumėte savo vaizdo įrašų CTR, siūloma:

- Pakeisti savo CTA. Pabandykite jį patalpinti kitoje vaizdo įrašo vietoje arba padarykite jį vizualiai patrauklesnį.
- Pirmiausia pagerinkite įsitraukimą, ypač jei žiūrovai pasitraukia nepasiekę CTA. Kuo daugiau vaizdo įrašo žiūrovai žiūrės, tuo didesnė tikimybė, kad jie paspaus nuorodą.
- Užtikrinkite, kad jūsų CTA būtų susijęs su vaizdo įrašo turiniu.

Visada įsitikinkite, kad jūsų CTA atitinka vaizdo įrašą, kuriame jis patalpintas. Jis turi būti ne tik susijęs su vaizdo įrašo tema, bet ir atitikti vaizdo įrašo toną ir išvaizdą.

## 6.6. KONVERSIJOS RODIKLIS

Konversija – tai skaičius potencialių klientų, kuriuos pavyko pritraukti dėl vaizdo įrašų turinio. Potencialus klientas apibrėžiamas kaip asmuo arba organizacija, besidomintys tuo, ką rodote. Priklausomai nuo jūsų svetainėje esančių konversijos galimybių, susidomėjimas išreiškiamas pateikiant kontaktinę informaciją, pavyzdžiui, el. pašto adresą, telefono numerį ar net vardą, kuris vartojamas socialinėje žiniasklaidoje. Šį skaičių taip pat galima išreikšti visų žiūrovų, kurie konvertuoja, procentine dalimi (konversijos rodiklis).

Šį rodiklį stebėti yra šiek tiek sudėtingiau, todėl tikriausiai teks atlikti tam tikrus nustatymus naudojant atskirą analizės programinę įrangą, pavyzdžiui, „Google Analytics“.

Konversija yra labai svarbus rodiklis, kurį reikia išmatuoti, jei kuriate vaizdo įrašus, norėdami padidinti konversijos rodiklį ir taip gauti daugiau potencialių klientų. Naudojamiesi šiais patarimais galite pagerinti konversiją:

- Užtikrinkite, kad vaizdo įrašas atitiktų tai, ką jūsų tikslinė auditorija nori sužinoti tame etape.
- Visada pateikite vertingos informacijos; atsakykite į auditorijos klausimus arba išsklaidykite jos baimes.
- Vaizdo įrašą patalpinkite tinkamoje svetainės vietoje, kad paskatintumėte konversijas.

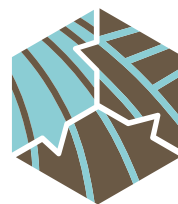
## 6.7. GRĮŽTAMASIS RYŠYS

Paskutinis svarbus rodiklis – atsiliepimai apie vaizdo įrašą, kurį trumpai aptarėme dalijimosi socialiniuose tinkluose dalyje. Tai ne skaičius, o kokybiniai duomenys, kuriuos galite gauti stebėdami, kaip žiūrovai reaguoja į jūsų vaizdo įrašų turinį ir jį komentuoja.

Kad iš tikrųjų pajustumėte, kaip jūsų vaizdo įrašas bus priimtas, turite išklausti savo tikslinę auditoriją ir bendruomenes, su kuriomis ji bendrauja. Užsirašykite tiek skaitmenines, tiek asmenines pastabas, kurias išgirdote. Pasistenkite įvertinti šių komentarų toną, taigi ir bendrą reakciją į jūsų vaizdo įrašą.

Kadangi grįžtamasis ryšys yra kokybinio pobūdžio, sunku pasiūlyti būdų, kaip „pagerinti“ šį rodiklį. Tačiau nepamirškite šios žmogiškosios duomenų pusės ir nebijokite jų panaudoti kaip įrodymą ateityje kuriant vaizdo įrašų turinį, labiau pritaikytą jūsų tikslinei auditorijai.





AGRIDEMO



PLAID



„FarmDemo“ finansuojamas pagal Europos Sąjungos mokslinių tyrimų ir inovacijų programą „Horizontas 2020“ pagal dotacijų sutartis Nr. 727388 (PLAID), Nr. 728061 („AgriDemo-F2F“) ir Nr. 772705 (NEFERTITI).

DAUGIAU ĮRANKIŲ

[trainingkit.farmdemo.eu](https://trainingkit.farmdemo.eu)