

POMEN PROMOCIJSKIH VIDEOVSEBIN V SODOBNEM MARKETINGU

IGOR GROFELNIK

Univerza v Mariboru, Fakulteta za logistiko, Celje, Slovenija
igor.grofelnik@um.si

V digitalni dobi je video produkcija postala ključna sestavina marketinških strategij. Video kot angažirajoč medijski format omogoča učinkovito komunikacijo informacij v kratkem času, povečuje prepoznavnost blagovne znamke in spodbuja konverzijo. Kljub njegovim prednostim pa ustvarjanje kakovostnega videa zahteva skrbno načrtovanje, tehnično znanje in razumevanje ciljnega občinstva. Ta članek obravnava tri ključne faze video produkcije: pred produkcijo, produkcijo in post produkcijo ter poudarja pomen razumevanja teh osnov za uspešno video produkcijo v sodobnem marketingu.

DOI
[https://doi.org/
10.18690/um.fl.1.2025.2](https://doi.org/10.18690/um.fl.1.2025.2)

ISBN
978-961-286-969-4

Ključne besede:
video,
video marketing,
kamera,
mobilni telefon,
snemanje



Univerzitetna založba
Univerze v Mariboru

DOI
[https://doi.org/
10.18690/um.fl.1.2025.2](https://doi.org/10.18690/um.fl.1.2025.2)

ISBN
978-961-286-969-4

Keywords:
video production,
video,
market strategies,
mobile phone,
camera

FUNDAMENTALS OF VIDEO PRODUCTION FOR MODERN MARKETING

IGOR GROFELNIK

University of Maribor, Faculty of Logistics, Celje, Slovenia
igor.grofelnik@um.si

In the digital age, video production has become a key component of marketing strategies. As an engaging media format, video allows for effective communication of information quickly, enhances brand visibility, and drives conversion. Despite its advantages, creating quality video content requires careful planning, technical expertise, and an understanding of the target audience. This article delves into the three crucial stages of video production: pre-production, production, and post-production, emphasising the importance of grasping these fundamentals for successful video production in contemporary marketing.



University of Maribor Press

Uvod

V sodobnem digitalnem svetu so promocijske video vsebine postale eno izmed najmočnejših orodij za trženje izdelkov, storitev in blagovnih znamk. V času, ko je pozornost potrošnikov omejena in se informacije širijo z bliskovito hitrostjo, video vsebina ponuja edinstveno priložnost za povezovanje z občinstvom na globlji in bolj osebni ravni. Ena od glavnih prednosti video vsebin je njihova sposobnost, da kompleksne informacije predstavijo na preprost in razumljiv način. Dinamičnost videa, ki združuje zvok, gibanje in vizualne elemente, omogoča ne le boljšega razumevanja in zadrževanja informacij, ampak spodbuja tudi čustveno povezavo z gledalcem. Poleg tega so promocijski videi izjemno prilagodljivi in se lahko uporabljajo na različnih platformah in v različnih formatih, kar omogoča podjetjem, da učinkovito dosežejo svoje ciljne skupine. Z uporabo videa lahko podjetja sledijo vedenju gledalcev in optimizirajo svoje marketinške strategije na podlagi zbranih podatkov. Vendar pa je za uspešno uporabo video vsebin v marketingu potrebna premišljena produkcija, ki upošteva kakovost, vsebino in skladnost z blagovno znamko. V zaključku lahko rečemo, da so promocijske video vsebine v sodobnem marketingu postale nepogrešljivo orodje za povezovanje z občinstvom, pripovedovanje zgodb in gradnjo blagovnih znamk, kar podjetjem daje konkurenčno prednost na vedno bolj nasičenem digitalnem trgu.

Pomen promocijskih video vsebin v sodobnem marketingu

V sodobnem digitalnem svetu so promocijske video vsebine postale eno izmed najmočnejših orodij za trženje izdelkov, storitev in blagovnih znamk. V času, ko je pozornost potrošnikov omejena in se informacije širijo z bliskovito hitrostjo, video vsebina ponuja edinstveno priložnost za povezovanje z občinstvom na globlji in bolj osebni ravni.

Eden glavnih razlogov za rast priljubljenosti video vsebin je njihova sposobnost, da kompleksne informacije predstavijo na preprost in razumljiv način. V primerjavi z besedilom ali statičnimi slikami video omogoča, da se informacije predstavijo dinamično, s kombinacijo zvoka, gibanja in vizualnih elementov. To ne le povečuje razumevanje in zadrževanje informacij, ampak tudi spodbuja čustveno povezavo z gledalcem.

Poleg tega so promocijski videi izjemno prilagodljivi in se lahko uporabljajo na različnih platformah in v različnih formatih. Od kratkih video oglasov na družbenih omrežjih do podrobnejših izobraževalnih videov na spletnih straneh podjetij. Video vsebina omogoča podjetjem, da dosežejo svoje ciljne skupine na način, ki je najbolj učinkovit za njihovo specifično tržno strategijo.

Vendar pa pomen video vsebin v sodobnem marketingu ne izhaja le iz njihove vizualne in avdio privlačnosti. V digitalni dobi, kjer je analitika ključnega pomena za merjenje in optimizacijo marketinških kampanj, video ponuja bogat nabor podatkov o vedenju gledalcev. Podjetja lahko spremljajo, koliko časa gledalci preživijo ob gledanju videa, katere dele pogledajo večkrat, kje prenehajo z ogledom in še veliko več. Ti vpogledi so neprecenljivi za prilagajanje in boljšanje marketinških strategij.

Vendar pa je kljub vsem prednostim videa pomembno, da podjetja pristopijo k njegovi produkciji premišljeno. Kakovost, vsebina in sporočilo videa morajo biti skladni z blagovno znamko in njenimi vrednotami. Slabo izdelan ali zavajajoč video lahko hitro škoduje ugledu podjetja in odvrča potencialne stranke.

Zaključek je jasen; v sodobnem marketingu so promocijske video vsebine postale nepogrešljivo orodje za povezovanje z občinstvom, pripovedovanje zgodb in gradnjo blagovnih znamk. Podjetja, ki bodo znala izkoristiti moč video vsebine in jo integrirati v svoje tržne strategije, bodo imela konkurenčno prednost v vedno bolj nasičenem digitalnem trgu.

V študiji z naslovom "What to Build for Middle-Agers to Come? Attractive and Necessary Functions of Exercise-Promotion Mobile Phone Apps: A Cross-Sectional Study" so avtorji ugotovili, da živimo v dobi, v kateri uporaba multimedijskih tehnologij, kot so digitalni snemalniki in mobilni telefoni, hitro narašča Liao et al., 2017.

Poleg tega je bilo v drugi študiji z naslovom "Video Inter-frame Forgery Detection Approach for Surveillance and Mobile Recorded Videos" poudarjeno, da so videoposnetki, posneti z mobilnimi telefoni, pogosto ključni dokazi za nek dogodek in so zato najbolj dovzetni za ponarejanje Kingra et al., 2017. To izkazuje pomen zagotavljanja avtentičnosti in integritete promocijskih video vsebin, ki so posnete in deljene preko mobilnih naprav.

Z razvojem tehnologije in spremembami v medijskih navadah potrošnikov je postalo nujno, da marketinški strokovnjaki razumejo in izkoriščajo moč videa.

Video kot dominantni medijski format. V preteklih letih je video doživel eksplozivno rast kot priljubljeni medijski format. Po podatkih raziskav uporabniki preživijo več časa na spletnih straneh z videoposnetki in je zato bolj verjetno, da bodo delili video vsebino prej kot druge vrste vsebin. To je privedlo do tega, da so podjetja in blagovne znamke začele vlagati več sredstev in virov v video produkcijo.

Vpliv videa na angažiranost občinstva. Video ima edinstveno sposobnost, da pritegne in zadrži pozornost občinstva. V primerjavi z drugimi medijskimi formati, kot so besedila ali slike, video omogoča bolj dinamično in interaktivno izkušnjo. To pomeni, da je bolj verjetno, da bodo gledalci ostali angažirani, delili vsebino in izvedli želene dejanje, kot je nakup izdelka ali prijava na e-poštni seznam.

Video in SEO. Video vsebina lahko izboljša tudi vidnost spletne strani v iskalnikih. Iskalniki, kot je Google, dajejo prednost spletnim stranem z visoko kakovostno video vsebino, kar pomeni, da lahko video pomaga povečati organski promet in doseg spletne strani.

Video in družbeni mediji. Družbeni mediji so postali ključna platforma za distribucijo video vsebin. Platforme, kot so: Facebook, Instagram, TikTok in YouTube, omogočajo podjetjem, da delijo videoposnetke z milijoni uporabnikov po vsem svetu. Video vsebina na družbenih medijih lahko poveča angažiranost, poveča prepoznavnost blagovne znamke in pritegne nove stranke.

Tako razumevanje pomena videa v marketingu je ključnega pomena za vsakega marketinškega strokovnjaka. Z vlaganjem v video produkcijo in izkoriščanjem moči videa lahko podjetja in blagovne znamke povečajo svoj doseg, angažiranost in konverzijo.

Prednosti uporabe kamere za snemanje

V svetu, kjer je vizualna komunikacija ključnega pomena, so kamere postale nepogrešljivo orodje za zajemanje in deljenje trenutkov. Kljub hitremu razvoju mobilnih telefonov in njihovih kamer, tradicionalne kamere še vedno ponujajo številne prednosti, ki jih pametni telefoni težko dosežejo.

Kvaliteta slike. Kamere so zasnovane tako, da zagotavljajo najvišjo možno kakovost slike. Večji senzorji, boljše leče in napredne funkcije obdelave slik omogočajo, da kamere zajamejo podrobnosti, barve in svetlobo bolje kot večina mobilnih telefonov (Ruwaimana et al., 2018).

Prilagodljivost. Večina kamer omogoča uporabnikom, da zamenjajo leče, kar zagotavlja večjo prilagodljivost pri snemanju različnih scenarijev, od makro fotografije do širokokotnih posnetkov (Grizzle, Brodeur, Abeels, & Greene, 2008).

Nadzor nad nastavitvami. Medtem ko pametni telefoni ponujajo avtomatske načine snemanja, kamere ponujajo ročne nastavitve, kot so: hitrost zaklopa, odprtost zaslone in ISO, kar omogoča fotografom, da imajo večji nadzor nad končnim rezultatom (Loo et al., 2018).

Dolgotrajna baterija. Kamere so zasnovane za dolgotrajno uporabo, zato imajo običajno baterije, ki trajajo dlje kot baterije mobilnih telefonov, kar je še posebej koristno pri dolgotrajnem snemanju ali fotografiranju (Preti, Verheggen, & Angeli, 2020).

Robustnost in vzdržljivost. Mnoge kamere, zlasti profesionalne DSLR in brezrcalne kamere, so zasnovane tako, da prenesejo težke pogoje, kot so: mraz, vročina ali vlaga. Nekatere so celo vodoodporne ali odporne na udarce, kar jih naredi idealne za uporabo v zahtevnih okoljih (Shaw et al., 2011).

Čeprav pametni telefoni postajajo vse bolj napredni in priljubljeni za snemanje, tradicionalne kamere še vedno ponujajo številne prednosti, ki jih težko zamenjamo. Za resne fotografe in video grafe je uporaba kamere ključnega pomena za doseganje najvišje možne kakovosti in prilagodljivosti.

Prednosti uporabe fotoaparata za snemanje

V dobi digitalne tehnologije, ko so pametni telefoni postali vseprisotni, tradicionalni fotoaparati še vedno ostajajo nepogrešljivo orodje za mnoge profesionalce in ljubitelje fotografije. Kljub temu, da pametni telefoni ponujajo priročnost in dostopnost, fotoaparati prinašajo številne prednosti, ki jih mobilne naprave težko dosežejo.

Kvaliteta slike. Fotoaparati so zasnovani z namenom zagotavljanja najboljše kakovosti slike. Večji senzorji in boljše leče omogočajo zajemanje podrobnosti z večjo ostrino in dinamičnim razponom (Ruwaimana et al., 2018).

Prilagodljivost. Večina DSLR in brezrcalnih kamer omogoča zamenjavo leč, kar uporabnikom nudi prilagoditev opreme glede na scenarij snemanja, od makro fotografije do širokokotnih posnetkov (Whitmarsh, Huvencers, & Fairweather, 2018).

Ročni nadzor. Fotoaparati ponujajo ročne nastavitve, kot so: hitrost zaklopa, odprtost zaslone in ISO, kar omogoča večji nadzor nad končnim rezultatom in ustvarjalnostjo (Moore et al., 2021).

Baterija in shranjevanje. Fotoaparati so zasnovani za dolgotrajno uporabo in ponujajo baterije z večjo kapaciteto ter možnost uporabe večjih in hitrejših pomnilniških kartic za shranjevanje večjih datotek (Lee, Chun, & Ryu, 2021).

Robustnost. Profesionalne kamere so pogosto zasnovane tako, da so odporne na vremenske vplive, kot so: dež, prah in mraz, kar omogoča snemanje v različnih okoljih in pogojih (Shaw et al., 2011).

Če povzamemo, čeprav so pametni telefoni postali priljubljeno orodje za vsakodnevno fotografiranje in snemanje, tradicionalni fotoaparati še vedno ponujajo številne prednosti, ki jih težko zamenjamo. Za tiste, ki si želijo večje kakovosti, prilagodljivosti in nadzora, ostaja uporaba fotoaparata ključnega pomena.

Prednosti uporabe mobilnih telefonov za snemanje

V današnjem digitalnem svetu so mobilni telefoni postali veliko več kot le naprave za komunikacijo. S hitrim razvojem tehnologije so se pametni telefoni razvili v močna orodja za ustvarjanje vsebin, vključno s snemanjem visokokakovostnih videoposnetkov. Ta razvoj je omogočil, da je snemanje postalo dostopnejše širšemu krogu ljudi, ne da bi bilo pri tem potrebno vlagati v drage kamere ali dodatno opremo (Haddock, Kim, & Mukai, 2013).

Zaradi svoje prenosljivosti in vsestranskosti so mobilni telefoni idealni za snemanje spontanih trenutkov, potovanj, dogodkov in celo profesionalnih vlogov ali kratkih filmov. Njihove kamere so opremljene z naprednimi funkcijami, kot so: visoka ločljivost, počasni posnetki in stabilizacija slike, ki omogočajo snemanje osupljivih videoposnetkov (Shaw, Adam, Izatt, Licina, & Askin, 2011).

Poleg tega sodobni pametni telefoni ponujajo številne aplikacije in orodja za urejanje, ki uporabnikom omogočajo, da svoje posnetke obdelajo in izboljšajo neposredno na napravi. To pomeni, da je celoten proces, od snemanja do urejanja in deljenja, zdaj mogoč z eno samo napravo (Ludwig et al., 2020).

Vendar velja kot pri vseh tehnologijah, tudi pri snemanju z mobilnim telefonom je pomembno razumeti osnove in najboljše prakse. To vključuje razumevanje osvetlitve, kompozicije, stabilizacije in drugih ključnih vidikov snemanja, ki lahko drastično vplivajo na končno kakovost posnetka (Ye et al., 2017).

Kljub nekaterim omejitvam, kot sta omejena življenjska doba baterije in prostor za shranjevanje, mobilni telefoni ponujajo edinstveno priložnost za demokratizacijo snemanja. Z vedno večjim številom ljudi, ki imajo dostop do teh naprav, je pričakovati, da bo v prihodnosti še več inovativnih in kreativnih vsebin, ki bodo posnete s pametnimi telefoni (Krieter & Breiter, 2018).

Uporaba mobilnih telefonov za snemanje prinaša številne prednosti, ki jih tradicionalne kamere težko dosežejo.

Prenosljivost. Eden največjih adutov mobilnih telefonov sta njihova kompaktnost in prenosljivost. Lahko jih enostavno spravimo v žep ali torbico in jih vzamemo s seboj kamorkoli. To omogoča snemanje spontanih trenutkov, ne da bi morali nositi težko opremo (Haddock, Kim, & Mukai, 2013).

Dostopnost. Večina ljudi že ima pametni telefon, kar pomeni, da je orodje za snemanje vedno pri roki. To odpravlja potrebo po dodatnih naložbah v drage kamere ali opremo (Stöggl et al., 2014).

Kvaliteta. Sodobni pametni telefoni so opremljeni s kamerami visoke ločljivosti, ki lahko snemajo v 4K ali celo 8K.. Te kamere so zmožne ustvariti osupljivo kakovostne videoposnetke, ki so primerljivi s tistimi, posnetimi s profesionalnimi kamerami (Krieter & Breiter, 2018).

Večfunkcijskost. Mobilni telefoni niso namenjeni samo snemanju. Omogočajo urejanje, dodajanje posebnih efektov, glasbe in drugih elementov neposredno na napravi. To pomeni, da lahko celoten proces produkcije, od snemanja do objave, poteka na eni napravi (Abulkhair, Salman, & Ibrahim, 2015).

Vendar pa, kljub številnim prednostim, uporaba mobilnih telefonov za snemanje prinaša tudi nekatere izzive, kot so: omejena življenjska doba baterije, omejen prostor za shranjevanje in potreba po stabilizaciji. Kljub temu pa so prednosti, ki jih mobilni telefoni prinašajo, nesporno pretehtale morebitne slabosti.

V študiji z naslovom "Automatic Identification of Referral-Warranted Diabetic Retinopathy Using Deep Learning on Mobile Phone Images" so avtorji ugotovili, da kljub prisotnosti več artefaktov in nizko ločljivostnih slik, ki jih ustvarijo uporabniki z različnimi stopnjami medicinskega usposabljanja, lahko algoritmi globokega učenja z visoko zanesljivostjo prepoznajo slike, posnete z mobilnimi telefoni (Ludwig et al., 2020). To kaže na to, da lahko mobilni telefoni proizvedejo kakovostne videoposnetke, ki so primerni za profesionalno uporabo.

Osnove snemanja video posnetkov v promocijske namene

V današnjem digitalnem svetu so video posnetki ključen element promocijskih strategij podjetij. Učinkovit promocijski video lahko poveča prepoznavnost blagovne znamke, poveča prodajo in izboljša odnos s strankami. Da bi dosegli te cilje, je pomembno razumeti osnove snemanja video posnetkov.

Načrtovanje in priprava: preden začnete s snemanjem, je pomembno, da imate jasno vizijo in cilj. Določite svojo ciljno skupino, razmislite o sporočilu, ki ga želite posredovati in izberite pravi ton ter slog za svoje občinstvo.

Tehnična oprema: kakovostna oprema je ključna za profesionalen video. To vključuje kamero visoke ločljivosti, stabilizator, mikrofonski in ustrezno osvetlitev.

Kompozicija in kadri: pravilna kompozicija je ključna za vizualno privlačen video. Upoštevajte pravilo tretjin, izogibajte se motečim elementom v ozadju in poskrbite za dobro osvetlitev.

Zgodba in scenarij: dobra zgodba je srce vsakega videa. Razmislite o začetku, sredini in koncu ter o tem, kako boste vodili gledalca skozi zgodbo.

Montaža in post produkcija: po snemanju je čas za montažo. Uporabite programsko opremo, kot sta programa: Adobe Premiere ali Final Cut Pro, za urejanje, dodajanje grafik, glasbe in drugih elementov, ki bodo izboljšali vaš video.

Distribucija in promocija: ko je vaš video končan, razmislite o najboljših kanalih za njegovo distribucijo. To so lahko družbena omrežja, YouTube, spletna mesta ali televizija.

Merjenje uspešnosti: po objavi videa spremljajte njegovo uspešnost. Uporabite analitična orodja, kot sta: Google Analytics ali YouTube Analytics, da vidite, kako se vaš video obnese.

Učinkovit promocijski video je kombinacija dobre zgodbe, tehnične kakovosti in prave strategije distribucije. Z upoštevanjem teh osnov lahko ustvarite video, ki bo resnično odmeval pri vašem občinstvu.

Tipi video vsebin, ki jih lahko posnamemo

V svetu digitalnega marketinga in komunikacij je video vsebina postala eno izmed najmočnejših orodij za povezovanje z občinstvom. Različne vrste video vsebin lahko služijo različnim namenom od izobraževanja do zabave in promocije. Poglejmo si nekaj najpogostejših tipov video vsebin, ki jih lahko posnamemo.

Promocijski videi. Ti videi so namenjeni promociji izdelka, storitve ali blagovne znamke. Običajno so krajši, s poudarkom na glavnih prednostih in značilnostih ter pozivom k dejanju na koncu.

Izobraževalni ali poučni videi. Ti videi so zasnovani tako, da občinstvu ponudijo vredne informacije ali naučijo določene veščine. Primeri vključujejo vodiče, webinarje in predavanja.

Pripovedni videi. Pripovedni videi pripovedujejo zgodbo, običajno z liki, konfliktom in razrešitvijo. To so lahko kratki filmi, glasbeni videospoti ali celo oglasne kampanje z močno zgodbo.

Pregledi izdelkov. V teh videih recenzenti predstavijo določen izdelek, razpravljajo o njegovih značilnostih, prednostih in slabostih ter podajo svoje mnenje. Ti videi so zelo priljubljeni na platformah, kot je YouTube.

Intervjuji. Intervjuji ponujajo priložnost za poglobljeno razpravo o določeni temi z ekspertom ali zanimivo osebo. Lahko so formalni ali neformalni in se uporabljajo za različne namene od novic do podcastov.

Dogodkovni videi. Ti videi zajemajo dogodke, kot so: konference, seminarji, koncerti ali poroke. Občinstvu ponujajo vpogled v dogodek, ki ga morda ni moglo obiskati v živo.

Testimoniali ali pričevanja strank. V teh videih stranke ali uporabniki delijo svoje izkušnje z izdelkom ali storitvijo. Ti videi so odlično orodje za gradnjo zaupanja in verodostojnosti.

Animirani videi. Animirani videi so odlični za predstavitev kompleksnih idej na preprost in razumljiv način. Pogosto se uporabljajo za poslovne predstavitve, izobraževalne vsebine ali oglase.

Vlogi. Vlogi so osebni video dnevniki, ki jih posamezniki delijo z občinstvom. Ponavadi so neformalni in odražajo vsakodnevno življenje, misli in občutke vlogerja.

Direktni prenosi. Zahvaljujoč platformam, kot sta Facebook Live in YouTube Live, lahko posamezniki in podjetja v živo prenašajo dogodke, predstavitve ali celo pogovore z občinstvom.

Različni tipi video vsebin ponujajo različne priložnosti za povezovanje z občinstvom. Ne glede na to

ali želite promovirati izdelek, deliti zgodbo ali izobraževati občinstvo, je video močno orodje, ki vam lahko pomaga doseči vaše cilje. Z razumevanjem različnih vrst video vsebin in njihovega namena lahko ustvarite učinkovite in privlačne videoposnetke, ki bodo navdušili vaše občinstvo.

Osnove snemanja z video kamero ali fotoaparatom

V današnjem digitalnem svetu je snemanje z video kamero postalo nujno orodje za komunikacijo, izobraževanje in zabavo. Da bi ustvarili kakovostne video vsebine, je pomembno razumeti osnovne tehnike in pristope k snemanju.

Razumevanje tehnologije: preden začnete s snemanjem, je pomembno razumeti osnovne funkcije in zmožnosti vaše kamere (Nassauer & Legewie, 2019). To vključuje razumevanje ločljivosti, hitrosti sličic in različnih načinov osvetlitve.

Kompozicija in kadri: pravilna kompozicija je ključna za ustvarjanje vizualno privlačnih posnetkov. Upoštevajte pravilo tretjin, izogibajte se motečim elementom v ozadju in poskrbite za dobro osvetlitev (Lahlou, 2011).

Gibanje kamere: stabilnost kamere je ključna za profesionalne posnetke. Uporabite stabilizatorje, kot so gimbal ali stojalo, da preprečite tresenje kamere med snemanjem (Wilson & Serisier, 2010).

Zvok: dobra kakovost zvoka je prav tako pomembna kot kakovost slike. Uporabite zunanje mikrofone in poskrbite za dobro akustiko med snemanjem (Akino et al., 2018).

Montaža: po snemanju je čas za montažo. Uporabite programsko opremo, kot sta Adobe Premiere ali Final Cut Pro; za urejanje, dodajanje grafik, glasbe in drugih elementov, ki bodo izboljšali vaš video (Nassauer & Legewie, 2019).

Shranjevanje in arhiviranje: poskrbite za varno shranjevanje svojih posnetkov. Uporabite zunanje trde diske ali oblačne storitve za shranjevanje in arhiviranje vaših video posnetkov (Lahlou, 2011).

Distribucija: ko je vaš video končan, razmislite o najboljših kanalih za njegovo distribucijo. To so lahko družbena omrežja, YouTube, spletna mesta ali televizija (Wilson & Serisier, 2010).

Snemanje z video kamero je umetnost in znanost hkrati. Z upoštevanjem teh osnov in nenehnim učenjem novih tehnik lahko ustvarite video posnetke, ki bodo resnično odmevali pri vašem občinstvu.

Izbira prave kamere ali fotoaparata za snemanje

V današnjem, tehnološko naprednem svetu, je izbira prave kamere ali fotoaparata za snemanje lahko zahtevna naloga. Različne kamere ponujajo različne funkcije, zato je pomembno razumeti, kaj potrebujete in kaj je na trgu na voljo.

Vrsta kamere: prva odločitev, ki jo morate sprejeti, je vrsta kamere. Medtem ko so nekatere kamere boljše za fotografiranje, so druge bolj primerne za snemanje videoposnetkov (Delmerico et al., 2017). Pomembno je razmisliti tudi o velikosti in teži kamere, še posebej, če nameravate kamero pogosto prenašati.

Ločljivost in kakovost slike: ločljivost in kakovost slike sta ključni za doseganje jasnih in ostrih posnetkov. Večja, kot je ločljivost, boljša bo kakovost slike (Gennaro et al., 2022). Prav tako je pomembno upoštevati zmožnost kamere za snemanje pri slabih svetlobnih pogojih.

Funkcije in dodatki: nekatere kamere ponujajo dodatne funkcije, kot so Wi-Fi povezljivost, zaslon na dotik in vodoodpornost. Odvisno od vaših potreb, boste morda želeli kamero z določenimi dodatnimi funkcijami (Lee et al., 2022).

Cena: cena je vedno pomemben dejavnik pri izbiri kamere. Pomembno je najti ravnotežje med kakovostjo in ceno, da boste dobili največ za svoj denar (Muender et al., 2019).

Izbira prave kamere ali fotoaparata za snemanje je odvisna od vaših specifičnih potreb in proračuna. Z raziskovanjem in primerjavo različnih modelov boste lahko našli popolno kamero za svoje potrebe.

Osnove snemanja z mobilnim telefonom

Izbira pravega telefona

Izbira pravega mobilnega telefona za snemanje video vsebin je ključnega pomena. Na trgu je veliko različnih modelov telefonov, ki se razlikujejo po kakovosti kamere, ločljivosti, zmogljivosti in drugih funkcijah. Pri izbiri telefona je treba upoštevati naslednje dejavnike:

Ločljivost kamere: večja, kot je ločljivost kamere, boljša bo kakovost videoposnetka. Večina sodobnih pametnih telefonov ponuja kamere z visoko ločljivostjo, ki omogočajo snemanje v 4K ali celo 8K.

Stabilizacija: za kakovostne videoposnetke je pomembna stabilizacija. Nekateri telefoni imajo vgrajeno optično stabilizacijo slike (OIS), ki pomaga zmanjšati tresenje kamere.

Svetlobna občutljivost: telefon z dobrim senzorjem in široko zaslonko bo bolje deloval v slabih svetlobnih pogojih.

Dodatne funkcije: nekateri telefoni ponujajo dodatne funkcije, kot so: počasni posnetki, časovni zamik in druge napredne možnosti snemanja.

Osnovne nastavitve kamere

Preden začnete snemati, je pomembno, da pravilno nastavite kamero na telefonu. Tukaj je nekaj osnovnih nastavitvev, ki jih je potrebno upoštevati.

Ločljivost: odvisno od namena videa, izberite ustrezno ločljivost. Za večino promocijskih video posnetkov je 1080p ali 4K dovolj visoka.

Hitrost sličic: standardna hitrost premika sličic za večino videov je 30 sličic na sekundo (fps). Če želite ustvariti počasen posnetek, izberite višjo hitrost premika sličic, na primer 60 fps ali 120 fps.

Način osvetlitve: večina telefonov omogoča ročno prilagajanje osvetlitve. Če snemate v svetlem okolju, zmanjšajte osvetlitev, da preprečite prekomerno osvetlitev.

Fokus: nekateri telefoni omogočajo ročno nastavitev fokusa. Če želite poudariti določen predmet ali osebo, ročno prilagodite fokus.

Pomen stabilizacije

Stabilizacija je ključna za ustvarjanje profesionalnih videoposnetkov. Tresenje kamere lahko moti gledalce in zmanjša kakovost videa. Večina sodobnih pametnih telefonov ima vgrajeno stabilizacijo, vendar je v nekaterih primerih morda potrebna dodatna oprema, kot so stojala ali gimbal stabilizatorji.

V študiji z naslovom "YouTube-BoundingBoxes: A Large High-Precision Human-Annotated Data Set for Object Detection in Video" so avtorji ugotovili, da je kakovost snemanja, ki je pogosto podobna tisti, pri ročno pridržani mobilni kameri, ključna za natančno zaznavanje objektov v videu Real et al., 2017. To poudarja pomen stabilizacije pri snemanju videoposnetkov z mobilnim telefonom.

Kako se pripravimo na snemanje promocijske vsebine

V današnjem, hitro spreminjajočem se medijskem okolju, je snemanje promocijske vsebine ključnega pomena za uspeh blagovne znamke ali podjetja. Da bi zagotovili učinkovito in profesionalno promocijsko vsebino, je potrebna skrbna priprava.

Razumevanje ciljne skupine: preden začnete s snemanjem, je pomembno razumeti, kdo je vaša ciljna skupina in kaj želi videti (Cornett, 2007). To vam bo pomagalo oblikovati vsebino, ki bo resnično odmevala pri vašem občinstvu.

Izdelava scenarija: scenarij je osnova vsakega videoposnetka. Določa, kaj se bo zgodilo, kdo bo sodeloval in kako bo vsebina predstavljena (Zhang, 2023). Scenarij naj bo jasen, strukturiran in usmerjen k cilju.

Tehnična priprava: izberite pravo opremo za snemanje, vključno s kamero, mikrofoni in osvetlitvijo. Prav tako se prepričajte, da je vaša lokacija primerna za snemanje in da ste pridobili vsa potrebna dovoljenja (Bubadué & Cabra, 2021).

Priprava ekipe: vsak član ekipe mora natančno vedeti, kaj je njegova vloga in kaj se od njega pričakuje. To vključuje režiserja, kamer mana, igralce in vse ostale, ki sodelujejo pri produkciji (Fatimah et al., 2021).

Vaja: preden začnete s snemanjem, se prepričajte, da ste vse prizore večkrat povadili. To bo zagotovilo, da bo snemanje potekalo gladko in brez nepotrebnih prekinitev (Cornett, 2007).

Postprodukcija: po snemanju je čas za montažo in urejanje videoposnetka. To vključuje dodajanje glasbe, grafike in drugih elementov, ki bodo izboljšali končni izdelek (Zhang, 2023).

Distribucija in promocija: ko je vaš videoposnetek končan, razmislite o najboljših kanalih za njegovo distribucijo. To so lahko: družbena omrežja, YouTube, spletna mesta ali televizija. Prav tako razmislite o strategijah za promocijo svoje vsebine in dosego čim večjega občinstva (Fatimah et al., 2021).

Priprava na snemanje promocijske vsebine je ključnega pomena za uspeh projekta. Z upoštevanjem teh korakov in sodelovanjem z izkušeno ekipo lahko ustvarite učinkovito in profesionalno vsebino, ki bo resnično odmevala pri vašem občinstvu.

Prav tako je pomembna lokacija, kjer snemate. Lahko namreč močno vpliva na končni izgled in občutenje vašega videa. Pri izbiri lokacije upoštevajte naslednje dejavnike.

Ozadje: ozadje naj bo čisto in brez motečih elementov. Če snemate intervju ali promocijski video, izberite ozadje, ki dopolnjuje temo ali sporočilo vašega videa.

Svetloba: naravna svetloba je najboljša za snemanje videov. Če snemate zunaj, izberite čas, ko je svetloba mehka, na primer zgodaj zjutraj ali pozno popoldne.

Zvok: izogibajte se lokacijam z veliko hrupa. Če snemate na mestih, kot so kavarnice ali ulice, uporabite zunanji mikrofona, da zmanjšate hrup.

Razsvetljava in njen vpliv na kakovost videa

Razsvetljava je eden najpomembnejših dejavnikov, ki vplivajo na kakovost videa. Pravilna uporaba svetlobe lahko poudari določene elemente, doda globino in teksturo ter ustvari želeno vzdušje ali razpoloženje. Nasprotno pa lahko slaba razsvetljava povzroči, da video izgleda neprofesionalno, nejasno ali celo neprepoznavno.

Vrste razsvetljave: obstajajo različne vrste razsvetljave, ki jih lahko uporabimo pri snemanju videa. To vključuje naravno svetlobo, umetno svetlobo, osnovno svetlobo, ključno svetlobo in ozadje (MacQuarrie & Steed, 2020). Vsaka vrsta svetlobe ima svoje prednosti in slabosti, zato je pomembno razumeti, kdaj in kako jih uporabiti.

Barva in intenzivnost svetlobe: barva in intenzivnost svetlobe lahko močno vplivata na videz in vzdušje videa. Topla svetloba lahko ustvari prijetno in udobno vzdušje, medtem ko hladna svetloba lahko ustvari občutek napetosti ali oddaljenosti (Abdullah et al., 2019).

Smer svetlobe: smer, iz katere prihaja svetloba, lahko vpliva na sence, poudarke in obliko subjekta. Na primer, čelna svetloba lahko izravna sence in poudari obliko subjekta, medtem ko bo stranska svetloba ustvarila močnejše sence in poudarila teksturo (MacQuarrie & Steed, 2020).

Tehnike razsvetljave: obstaja več tehnik razsvetljave, ki jih lahko uporabimo za izboljšanje kakovosti videa. To vključuje uporabo difuzorjev, odbojnikov, filtrov in drugih orodij, ki lahko pomagajo uravnovežiti svetlobo in ustvariti želeni učinek (Abdullah et al., 2019).

Pomen prilagajanja razsvetljave: razsvetljavo je potrebno prilagoditi glede na okolje, v katerem snemate. Na primer, če snemate zunaj, boste morda morali upoštevati spremembe vremenskih razmer, kot so oblaki ali sončni zahod. Prav tako je pomembno upoštevati, kako se svetloba odbija od različnih površin, kot so: voda, steklo ali kovina (MacQuarrie & Steed, 2020).

Učinki slabe razsvetljave: slaba razsvetljava lahko povzroči številne težave, kot so: prekomerna osvetlitev, podosvetlitev, neželene sence ali barvni premiki. Te težave lahko zmanjšajo kakovost videa in odvrnejo gledalce (Abdullah et al., 2019).

Razsvetljava je ključnega pomena za ustvarjanje kakovostnega videa. Z razumevanjem različnih vrst svetlobe, tehnik in orodij, ki so na voljo, lahko ustvarite video, ki bo vizualno privlačen, profesionalen in učinkovit.

Zvok in kako ga optimizirati za video

Zvok je ključni element vsakega videoposnetka. Medtem ko je vizualna komponenta tista, ki pritegne pozornost gledalca, je zvok tisti, ki ustvarja globino in emocionalno povezavo. Slaba kakovost zvoka lahko zmanjša učinkovitost videa, ne glede na to, kako dobro je posnet. Zato je optimizacija zvoka za video ključnega pomena.

Pomen kakovostnega zvoka: kakovost zvoka lahko močno vpliva na percepcijo videa. Čist, jasen zvok, lahko poveča profesionalnost in verodostojnost videa, medtem ko lahko šum, popačenje ali nejasen zvok zmanjšajo njegovo vrednost (Nagels et al., 2020).

Uporaba prave opreme: za doseganje najboljše kakovosti zvoka je pomembno uporabljati pravo opremo. To vključuje visokokakovostne mikrofone, zvočne kartice in slušalke. Prav tako je pomembno upoštevati akustiko prostora, v katerem snemate, da zmanjšate odmev in hrup (Chao et al., 2020).

Postprodukcija in urejanje zvoka: po snemanju je čas za urejanje in optimizacijo zvoka. To vključuje odstranjevanje neželenega hrupa, izenačevanje glasnosti, dodajanje učinkov in glasbe ter sinhronizacijo zvoka z videom (Halperin et al., 2018).

Upoštevanje prostorskega zvoka: pri snemanju videa, ki vključuje prostorski zvok, je pomembno upoštevati smer in lokacijo zvočnih virov. To lahko poveča realnost in potopitev videa, saj omogoča gledalcu, da sliši zvoke iz različnih smeri (Lim et al., 2021).

Zvok je ključni element vsakega videoposnetka in njegova optimizacija je ključnega pomena za doseganje najboljše možne kakovosti. Z uporabo prave opreme, tehnik in orodij lahko ustvarite čist, jasen zvok, ki bo povečal učinkovitost in profesionalnost vašega videa.

Kompozicija in kadri

V svetu video produkcije so kompozicija in kadri ključni elementi, ki določajo, kako bo končni izdelek vizualno komuniciral z gledalcem. Pravilna uporaba teh tehnik lahko pripomore k pripovedovanju zgodbe, poudarjanju pomembnih elementov in ustvarjanju vizualno privlačnih posnetkov.

Pomen kompozicije: kompozicija se nanaša na ureditev elementov znotraj kadra. To vključuje postavitev subjektov, uporabo pravila tretjin, linij in oblik ter ravnotežje med različnimi elementi (Sun & Holliman, 2009). Pravilna kompozicija lahko pripomore k usmerjanju pozornosti gledalca, poudarjanju pomembnih informacij in ustvarjanju harmoničnega in uravnoveženega videza.

Različni kadri in njihov vpliv: v video produkciji se uporabljajo različni kadri, kot so: široki, srednji in tesni kadri. Vsak kader ima svoj namen in vpliv na zgodbo. Na primer, širok kader lahko pokaže celotno sceno ali okolje, medtem ko tesen kader poudari določen subjekt ali detajl (Gandhi, Ronfard, & Gleicher, 2014).

Dinamična kompozicija: v nekaterih primerih je morda potrebno dinamično spreminjati kompozicijo, na primer s simulacijo gibanja kamere znotraj statičnega kadra. To lahko pripomore k dinamičnosti posnetka in dodaja dodatno globino (Gandhi et al., 2014).

Tehnike za izboljšanje kompozicije: obstajajo različne tehnike, ki jih lahko uporabimo za izboljšanje kompozicije, kot so: vodilne linije, simetrija, okvir v okviru in zlata spirala. Te tehnike lahko pripomorejo k boljšemu vodenju očesa gledalca in ustvarjanju bolj zanimivih in vizualno privlačnih posnetkov (Sun & Holliman, 2009).

Kompozicija in kadri so ključni elementi v video produkciji, ki lahko močno vplivata na končni izdelek. Z uporabo pravih tehnik in razumevanjem osnov kompozicije lahko ustvarite videoposnetke, ki bodo vizualno privlačni, pripovedovali zgodbo in komunicirali z gledalcem na učinkovit način.

Pravilo tretjin

Pravilo tretjin je osnovno načelo kompozicije, ki se uporablja v fotografiji in video produkciji. Temelji na delitvi slike ali videa na devet enakih delov z dvema vodoravnima in dvema navpičnima črtama. To ustvari štiri točke preseka, kjer se črte srečajo. Te točke so vizualno privlačne in služijo kot vodilo za postavitve glavnih elementov v kadru.

Poudarek na točkah preseka: glavni subjekti ali elementi naj bodo postavljeni na ali blizu točk preseka, da ustvarijo uravnotežen in privlačen videz.

Vodoravna orientacija: pri snemanju pokrajine ali širokih prizorov uporabite vodoravne črte za uravnoteženje horizonta.

Navpična orientacija: pri portretnem snemanju ali snemanju visokih objektov uporabite navpične črte za vodenje gledalčevega očesa.

Pomen pravilnega fokusa

Fokus je ključnega pomena za jasnost in ostrino videoposnetka. Nejasen ali zamegljen video lahko zmanjša profesionalnost in kakovost vaše vsebine.

Ročni fokus: nekateri pametni telefoni omogočajo ročno nastavitve fokusa, kar vam omogoča, da izberete, kateri del kadra bo oster.

Samodejni fokus: večina telefonov uporablja samodejni fokus, ki samodejno prilagodi ostrino glede na subjekt ali predmet v središču kadra.

Globinska ostrina: z uporabo široke zaslonke ali bližnjega snemanja lahko ustvarite videz z majhno globinsko ostrino, kjer je predmet v ospredju oster, ozadje pa zamegljeno.

Gibanje kamere in dinamični kadri

Gibanje kamere lahko dodaja dinamiko in zanimanje vašemu videu. Vendar je pomembno, da se gibanje kamere uporablja premišljeno in ne prekomerno.

Panoramsko snemanje: to je horizontalno premikanje kamere z leve na desno ali obratno. Uporablja se za prikaz širokega prizora ali sledenje premikajočemu se subjektu.

Nagibanje: to je vertikalno premikanje kamere gor in dol. Uporablja se za prikaz visokih objektov ali sledenje subjektu, ki se premika navzgor ali navzdol.

Zoom: približevanje ali oddaljevanje subjekta. Čeprav je digitalni zoom na večini telefonov, je optični zoom boljši za ohranjanje kakovosti slike.

Pripomočki za boljše snemanje

V digitalnem svetu je video produkcija postala ključna komponenta komunikacije, izobraževanja in zabave. Kakovost videa je odvisna, ne le od vsebine, temveč tudi od tehnične izvedbe. Da bi dosegli profesionalno kakovost videa, je pomembno uporabljati prave pripomočke in opremo. Ti pripomočki segajo od kamer in mikrofонов do napredne programske opreme in dodatkov, ki izboljšujejo kakovost snemanja.

Video produkcija je več kot le pritisk na gumb za snemanje. Zahteva načrtovanje, tehnično znanje in pravo opremo. Za snemanje insektivnih plenilcev v naravi so raziskovalci uporabili poseben video sistem, ki je bil sestavljen iz večkanalnega digitalnega video snemalnika, aktivnih kamer za nočno snemanje in vodoodpornega ohišja (Grieshop et al., 2012). V medicinskem okolju so kirurgi uporabili komercialno dostopno kamero, pritrjeno na čelado, za snemanje travmatičnih operacij v nujnih primerih (Matsumoto et al., 2013). V izobraževalnem okolju so bili razviti ultrazvočni video posnetki za poučevanje izgovorjave mladim učencem angleščine kot tujega jezika (Alshehri, 2022). V inženiringu so bili ustvarjeni video posnetki za pomoč študentom pri 3D tiskanju in računalniško podprtem oblikovanju (CAD) za njihove projekte (Bringardner & Jean-Pierre, 2017).

Ti primeri kažejo na široko paleto pripomočkov, ki so na voljo za izboljšanje kakovosti videa v različnih okoljih. Ne glede na specifično uporabo, je skupni cilj vedno ustvariti jasen, kakovosten in učinkovit video, ki bo služil svojemu namenu.

Uporaba stojal, gimbalov in drugih stabilizatorjev pri snemanju videa

V svetu video produkcije je stabilnost ključnega pomena za doseganje profesionalnih rezultatov. Ne glede na to, ali snemate dokumentarni film, glasbeni video ali vlog, je uporaba prave opreme za stabilizacijo ključna za doseganje čistih in stabilnih posnetkov.

Stojala: stojalo je osnovni pripomoček za vsakega videografa. Omogoča stabilno platformo za kamero in preprečuje tresenje ali premikanje med snemanjem. Poleg tega stojala omogočajo natančno nastavitve višine in kota kamere, kar je še posebej koristno pri snemanju statičnih prizorov ali intervjujev.

Gimbal: gimbal je napredna naprava za stabilizacijo, ki uporablja motorje in senzorje za uravnoteženje kamere v realnem času. To omogoča snemanje gladkih in stabilnih posnetkov tudi med gibanjem; hoja, tek ali vožnja. Gimbal je idealen za snemanje dinamičnih prizorov, kot so sledilni posnetki ali snemanje iz roke.

Drugi stabilizatorji: poleg stojal in gimbalov obstajajo tudi drugi stabilizatorji, kot so: Steadicam, droni in drsne tirnice. Ti pripomočki omogočajo različne tehnike snemanja od letelih posnetkov do drsenja kamere po tirnici za dinamične prehode.

Pomen stabilizacije: stabilizacija je ključnega pomena za doseganje profesionalne kakovosti videa. Tresenje ali premikanje kamere lahko zmanjša kakovost posnetka in odvrne gledalce. Poleg tega stabilizacija omogoča boljše pripovedovanje zgodbe, saj zagotavlja natančno usmerjanje pozornosti gledalca.

Ne glede na to, ali ste profesionalni videografi ali amaterji, je uporaba prave opreme za stabilizacijo ključna za doseganje najboljših rezultatov. Z vlaganjem v kakovostne pripomočke, kot so stojala, gimbal in drugi stabilizatorji, lahko izboljšate kakovost svojih videoposnetkov in povečate svojo profesionalnost.

Zunanji mikrofoni za boljši zvok pri snemanju videa

V svetu video produkcije je zvok enako pomemben kot slika. Medtem ko lahko visokokakovostna kamera poskrbi za čudovite vizualne posnetke, je za doseganje profesionalne kakovosti zvoka potrebna dodatna oprema. Zunanji mikrofoni so ključen pripomoček za vsakega videografa, ki želi izboljšati zvočno kakovost svojih posnetkov.

Pomen kakovostnega zvoka: zvok je ključni element vsakega videoposnetka. Lahko pripomore k pripovedovanju zgodbe, ustvarja atmosfero in dodaja globino vizualnim elementom. Slaba kakovost zvoka lahko zmanjša učinkovitost videa in odvrne gledalce. Zato je naložba v zunanji mikrofoni ključna za doseganje najboljših rezultatov.

Omejitve vgrajenih mikrofonov: večina kamer in pametnih telefonov ima vgrajene mikrofone, vendar ti pogosto ne zagotavljajo najboljših kakovosti zvoka. So občutljivi na okoliški hrup, nimajo usmerjenega zajema zvoka in lahko povzročijo neželene zvoke, kot so šumi ali tresenje kamere.

Vrste zunanjih mikrofonov: obstaja več vrst zunanjih mikrofonov, ki so primerni za različne namene:

- **usmerjeni mikrofoni (shotgun):** ti mikrofoni so idealni za intervjuje in snemanje dialogov, saj zajemajo zvok iz določene smeri in zmanjšujejo okoliški hrup.
- **lavalier mikrofoni:** to so majhni, prenosni mikrofoni, ki jih je mogoče pritrditi na obleko. So idealni za intervjuje in predstavitve.
- **stereo mikrofoni:** ti mikrofoni so primerni za snemanje ambientalnega zvoka ali glasbe, saj zajemajo zvok iz več smeri.

Poleg zunanjih mikrofonov je morda potrebna tudi dodatna oprema, kot so zvočne kartice, slušalke za nadzor zvoka in zvočni ščiti za zmanjšanje hrupa vetra ali drugih neželenih zvokov. Zunanji mikrofoni so ključen pripomoček za izboljšanje kakovosti zvoka pri snemanju videa. Z naložbo v pravo opremo lahko zagotovite, da bo vaš zvok čist, jasen in profesionalen, kar bo povečalo učinkovitost in kakovost vaših videoposnetkov.

Urejanje videa na računalniku

V digitalni dobi je postalo računalniško urejanje videa bistvena veščina za mnoge ustvarjalce vsebin, filmske ustvarjalce in marketinške strokovnjake. Z napredkom tehnologije je postalo urejanje videa dostopnejše kot kadar koli prej, kar omogoča, da tudi amaterji ustvarjajo visokokakovostne videoposnetke. Ta sestavek bo raziskal osnove urejanja videa na računalniku in prikazal, kako lahko s pravimi orodji in tehnikami dosežete profesionalne rezultate.

Izbira prave programske opreme: za začetek urejanja videa je ključnega pomena izbira prave programske opreme. Na trgu so na voljo številne možnosti od brezplačnih programov, kot sta iMovie in Windows Movie Maker do profesionalnih programov, kot sta Adobe Premiere Pro in Final Cut Pro. Vaša izbira bo odvisna od vašega proračuna, potreb in ravni izkušenj.

Uvoz in organizacija posnetkov: ko imate nameščeno programsko opremo, je naslednji korak uvoz vaših posnetkov v program. Večina programov za urejanje omogoča enostaven uvoz posnetkov s kamere, trdega diska ali celo mobilnih naprav. Ko so vaši posnetki uvoženi, je pomembno, da jih organizirate v mape ali »bine«, da boste lažje našli in urejali prizore.

Osnovno urejanje - rezanje in urejanje posnetkov: osnovno urejanje vključuje rezanje in urejanje posnetkov. To pomeni, da izberete najboljše dele vaših posnetkov in jih postavite v želenem zaporedju. Večina programov za urejanje omogoča enostavno povleci in spusti funkcijo, s katero lahko posnetke premikate po časovni premici.

Dodajanje prehodov in učinkov: ko imate osnovno zaporedje posnetkov, lahko začnete dodajati prehode med prizori, da bo vaš video bolj dinamičen. Na voljo je veliko različnih prehodov od preprostih zbledelih do kompleksnih 3D prehodov. Poleg prehodov lahko dodate tudi različne vizualne in zvočne učinke, da izboljšate kakovost videa.

Korekcija barv in osvetlitve: korekcija barv in osvetlitve je ključnega pomena za doseganje profesionalnega videza. Večina programov za urejanje vam omogoča, da prilagodite svetlost, kontrast, nasičenost in druge parametre, da izboljšate kakovost vaših posnetkov.

Dodajanje zvoka in glasbe: zvok je enako pomemben kot slika pri ustvarjanju videa. Večina programov za urejanje omogoča dodajanje zvočnih posnetkov, glasbe in zvočnih učinkov. Prav tako lahko prilagodite glasnost, dodate učinke, kot so: odmev ali reverb in sinhronizirate zvok z videom.

Izvoz in deljenje videa: ko ste zadovoljni z urejenim videom, je čas za izvoz. Večina programov za urejanje vam omogoča izvoz videa v različnih formatih in ločljivostih, odvisno od tega, kje nameravate video deliti. Ko je vaš video izvožen, ga lahko delite na spletnih platformah, kot so YouTube, Vimeo ali družabna omrežja.

Urejanje videa na računalniku je postalo bistvena veščina v digitalni dobi. Z pravimi orodji in tehnikami lahko ustvarite visokokakovostne videoposnetke, ki bodo navdušili vaše občinstvo. Ne glede na to, ali ste začetnik ali izkušen videograf, je vedno prostor za učenje in izboljševanje vaših veščin urejanja.

Urejanje videa na mobilnem telefonu ali tablici

V digitalnem svetu je mobilna tehnologija postala ključni del našega vsakdana. Mobilni telefoni in tablice niso več samo naprave za komunikacijo, ampak tudi močna orodja za ustvarjanje in urejanje vsebin. Z napredkom aplikacij in strojne opreme je postalo urejanje videa na mobilnih napravah enostavno in dostopno za vsakogar.

Prednosti urejanja na mobilnih napravah: mobilne naprave so lahke, prenosne in vedno pri roki. To pomeni, da lahko video posnamete, uredite in delite v nekaj minutah, ne da bi morali prenašati datoteke na računalnik ali uporabljati zapleteno programsko opremo. Poleg tega so mobilne aplikacije za urejanje videa običajno bolj intuitivne in uporabniku prijazne kot tradicionalni računalniški programi.

Izbira prave aplikacije: na trgu so na voljo številne aplikacije za urejanje videov od brezplačnih do plačljivih. Priljubljene možnosti vključujejo iMovie, Adobe Premiere Rush, KineMaster in FilmoraGo. Vaša izbira bo odvisna od potreb, proračuna in ravni izkušenj.

Osnovne funkcije urejanja: večina mobilnih aplikacij za urejanje videa ponuja osnovne funkcije, kot so: rezanje, dodajanje prehodov, dodajanje glasbe in tekstovnih napisov. Te funkcije so običajno dovolj za osnovno urejanje in izboljšanje vaših posnetkov.

Napredne funkcije: nekatere aplikacije ponujajo tudi napredne funkcije, kot so: korekcija barv, dodajanje posebnih učinkov, animacije in celo zeleni zaslon. Te funkcije so še posebej koristne za tiste, ki želijo svoje videoposnetke dvigniti na višjo raven.

Sinhronizacija z drugimi napravami: mnoge aplikacije omogočajo enostavno sinhronizacijo z drugimi napravami, kar pomeni, da lahko začnete urejati video na mobilnem telefonu in ga dokončate na tablici ali računalniku. To je posebej koristno za tiste, ki pogosto prehajajo med različnimi napravami.

Deljenje in izvoz: ko ste zadovoljni z urejenim videom, je čas za deljenje. Večina aplikacij omogoča enostaven izvoz in deljenje videa na družabnih omrežjih, kot so: YouTube, Facebook in Instagram. Nekatere aplikacije ponujajo tudi možnost neposrednega shranjevanja v oblaku, kar omogoča enostavno varnostno kopiranje in deljenje.

Urejanje videa na mobilnem telefonu ali tablici je postalo enostavno in dostopno vsakomur. S pravimi orodji in tehnikami lahko ustvarite visokokakovostne videoposnetke, ki bodo navdušili vaše občinstvo. Ne glede na to, ali ste začetnik ali izkušen video graf, je vedno prostor za učenje in izboljševanje veščin urejanja na mobilnih napravah.

Predstavitev priljubljenih aplikacij za urejanje video vsebin

V svetu, kjer video vsebina kraljuje, je sposobnost urejanja in prilagajanja videoposnetkov postala ključna veščina za mnoge ustvarjalce. Na srečo je na voljo veliko aplikacij, ki lajšajo ta proces, ne glede na to, ali ste profesionalni montažer ali začetnik. Poglejmo si nekaj najbolj priljubljenih aplikacij za urejanje video vsebin.

Adobe Premiere: je vodilna profesionalna aplikacija za urejanje videov. Z bogatim naborom orodij, ki omogočajo natančno montažo, barvno korekcijo, zvočno obdelavo in še več, je to izbira mnogih profesionalnih montažerjev in filmskih ustvarjalcev.

Final Cut Pro X: ekskluzivno za uporabnike Mac, Final Cut Pro X ponuja intuitiven vmesnik in močna orodja za urejanje. Z možnostjo magnetne časovne premice in naprednimi funkcijami za barvno korekcijo je ta aplikacija priljubljena med profesionalnimi in amaterskimi montažerji.

DaVinci Resolve: poleg tega, da je eno najmočnejših orodij za barvno korekcijo, DaVinci Resolve ponuja tudi celovite funkcije za montažo. Najboljše pri tem je, da je osnovna različica programa popolnoma brezplačna.

iMovie: predstavlja preprosto in uporabniku prijazno rešitev. Ekskluzivno za Apple naprave ta aplikacija ponuja osnovna orodja za urejanje, ki so idealna za začetnike ali tiste, ki želijo hitro sestaviti video.

KineMaster: je priljubljena mobilna aplikacija za urejanje videov, ki je na voljo za Android in iOS. Kljub temu, da je mobilna, ponuja široko paleto profesionalnih orodij, vključno z večplastno časovno premico, posebnimi učinki in napredno barvno korekcijo.

Filmora: je priljubljena aplikacija za urejanje, ki je znana po svojem (uporabniku prijaznem) vmesniku in številnih kreativnih orodjih. Ponuja tudi široko paleto nastavljenih prehodov, učinkov in glasbe, ki jih lahko uporabniki dodajo svojim videoposnetkom.

Urejanje video vsebin je postalo bistvena veščina v digitalni dobi. Ne glede na to, ali ste profesionalni montažer ali nekdo, ki želi izboljšati svoje domače videoposnetke, obstaja aplikacija, ki ustreza vašim potrebam. Z nenehnim razvojem tehnologije in programskih orodij je zdaj lažje, kot kadar koli prej ustvariti visokokakovostne videoposnetke, ki bodo navdušili vaše občinstvo.

Osnovne tehnike montaže video vsebin

Montaža je srce vsakega videoposnetka. Pravilna montaža lahko pripoved preoblikuje, doda ritem in dinamiko ter poveže različne elemente v kohezivno celoto. Čeprav je montaža umetnost, ki se razvija skozi čas in prakso, obstaja nekaj osnovnih tehnik, ki jih mora poznati vsak začetnik. Poglejmo si nekatere izmed njih.

Rezanje na akcijo: ta tehnika vključuje rezanje med dvema posnetkoma, ko se zgodi določena akcija. Na primer, če nekdo vrže žogo v enem posnetku, bi naslednji posnetek lahko prikazal žogo, ki pristane. Rezanje na akcijo pomaga ustvariti občutek neprekinjenega gibanja in povezanosti med posnetki.

J-kot in L-kot montaža: pri teh tehnikah se zvok in slika ne prekrivata natančno. Pri J-kot montaži se zvok naslednjega posnetka začne pred koncem trenutnega posnetka, medtem ko pri L-kot montaži se zvok trenutnega posnetka nadaljuje v naslednji posnetek. To omogoča gladke prehode med prizori.

Prehodi: prehodi, kot so: zbledeli, prelive ali digitalni učinki, se uporabljajo za prehod med dvema posnetkoma. So lahko učinkoviti, a je pomembno, da jih uporabljate zmerno, saj lahko preveč prehodov zmede gledalca ali naredi video neprofesionalen.

Rezanje na glasbo: glasba lahko doda ritem in čustveni ton videu. Rezanje posnetkov v skladu z ritmom glasbe lahko ustvari dinamičen in privlačen video. Pomembno je, da posnetki in glasba delujejo skupaj, da pripovedujejo zgodbo.

Uporaba B roll posnetkov: B roll posnetki so dodatni posnetki, ki niso del glavne akcije, vendar dodajajo kontekst in globino prizoru. Če je glavni posnetek intervju, bi lahko B-posnetki prikazali osebo pri delu, detajle okolice ali reakcije drugih ljudi. B-posnetki pomagajo razbiti monotonijo in dodati vizualno zanimanje.

Kontinuiteta: pri montaži je pomembno, da posnetki tečejo gladko in logično. Kontinuiteta se nanaša na doslednost v videu, kar pomeni, da morajo biti posnetki urejeni tako, da ustvarjajo občutek neprekinjenega časa in prostora.

Osnovne tehnike montaže so ključnega pomena za ustvarjanje učinkovitih in privlačnih videoposnetkov. Z razumevanjem teh tehnik in njihovo pravilno uporabo lahko ustvarjalci vsebin pripovedujejo zgodbe, ki bodo pritegnile in navdušile svoje občinstvo.

Dodajanje grafik, besedila in prehodov v video posnetke

V sodobni video produkciji je dodajanje grafik, besedila in prehodov ključnega pomena za izboljšanje vizualne privlačnosti in pripovedovanje zgodbe. Ti elementi lahko pripomorejo k boljšemu razumevanju vsebine, dodajo estetsko vrednost in povečajo profesionalnost videoposnetka. Poglejmo si, kako lahko te komponente vključimo v video projekte.

Grafika v videoposnetkih lahko vključuje vse od preprostih ikon do kompleksnih animiranih sekvenc. Grafika lahko ...

Poudari informacije: grafikon ali diagram lahko vizualizira statistične podatke ali informacije.

Dodaja estetsko vrednost: animirane ilustracije ali logotipi lahko videu dodajo profesionalen videz.

Vodi gledalca: puščice ali kazalci lahko usmerjajo pozornost gledalca na določene dele videa.

Besedilo je še en element, ki ga lahko dodamo videu:

Naslovi in podnaslovi: ustvarjajo strukturo in pomagajo gledalcu slediti vsebini.

Podnapisi: omogočajo dostopnost za gluhe in naglušne osebe ter tiste, ki gledajo video v tišini ali v tujem jeziku.

Poudarki: kratke besedilne opombe lahko poudarijo ključne točke ali informacije.

Prehodi so učinki, ki se uporabljajo za prehod med dvema posnetkoma ali prizoroma.

Zbledi: postopen prehod iz enega prizora v drugega ali iz črnine v prizor.

Preliv: en prizor se postopoma prelije v naslednjega.

Digitalni učinki: to so lahko vse od preprostih premikov do kompleksnih 3D animacij.

Rezi: takojšnji prehod iz enega prizora v drugega, ki je najpogostejši in najbolj osnoven.

Dodajanje grafik, besedila in prehodov v video posnetke je ključnega pomena za izboljšanje kakovosti in pripovedovanje zgodbe. Z uporabo teh elementov lahko ustvarjalci vsebin komunicirajo svoje sporočilo bolj učinkovito, povečajo angažiranost gledalcev in dajo svojemu videu profesionalen videz. Ne glede na to, ali ustvarjate promocijski video, izobraževalni vodič ali osebni vlog, je uporaba teh tehnik bistvena za uspeh vašega projekta.

Optimizacija videa za različne platforme

V digitalni dobi je ključnega pomena, da je vaš video prilagojen in optimiziran za različne platforme. Vsaka platforma ima svoje specifične zahteve, občinstvo in značilnosti, zato je pomembno razumeti, kako prilagoditi vaš video za vsako izmed njih.

Razumevanje ciljne platforme

preden začnete z optimizacijo, je pomembno razumeti, za katero platformo optimizirate. Ali je to družbeno omrežje, kot sta Facebook ali Instagram? Ali je to spletna stran ali blog? Ali morda YouTube ali Vimeo? Vsaka platforma ima svoje zahteve glede velikosti datoteke, razmerja stranic, kakovosti in trajanja.

Razmerje stranic in orientacija

Vertikalno: platforme, kot sta Instagram Stories ali Snapchat, zahtevata vertikalne videoposnetke. To razmerje je običajno 9:16.

Kvadratno: kvadratni videoposnetki (1:1) so priljubljeni na platformah, kot sta Instagram in Facebook.

Vodoravno: klasično razmerje 16:9 je najboljša za platforme, kot sta YouTube, Vimeo in večina spletnih strani.

Kakovost in velikost datoteke

Večina platform ima omejitve glede velikosti datotek. To pomeni, da morate morda zmanjšati kakovost videa ali uporabiti stiskanje, da ustreza zahtevam. Vendar pa je pomembno zagotoviti, da je video še vedno dovolj visoke kakovosti, da ne izgubi svoje jasnosti in profesionalnosti.

Trajanje videa

Vsaka platforma ima omejitve glede trajanja:

Instagram: do 60 sekund za običajne objave, do 15 sekund za zgodbe in do 10 minut za IGTV.

Twitter: do 2 minuti in 20 sekund.

Facebook: priporočljivo je, da so videoposnetki krajši od 2 minut, čeprav platforma podpira daljše videoposnetke.

YouTube: brez resnične omejitve, vendar je za večino vsebin priporočljivo, da ne presegajo 15 minut.

Dodajanje podnapisov

Mnogi ljudje gledajo videoposnetke na mobilnih napravah brez zvoka, zato je dodajanje podnapisov ključnega pomena za dostopnost in razumevanje vsebin.

SEO in metapodatki

Za platforme, kot je YouTube, je optimizacija za iskalnike (SEO) ključnega pomena. To vključuje dodajanje relevantnih ključnih besed, opisov, naslovov in oznak, da vaš video doseže večje občinstvo.

Prilagajanje vsebine občinstvu

Vsaka platforma ima svoje občinstvo. TikTok je priljubljen med mlajšimi generacijami, medtem ko je LinkedIn bolj poslovno usmerjen. Prilagodite ton, vsebino in stil videa glede na občinstvo platforme.

Testiranje in prilagajanje

Po objavi videa spremljajte njegovo uspešnost. Uporabite analitiko in povratne informacije občinstva, da ugotovite, kaj deluje in kaj ne ter prilagodite svojo strategijo.

Optimizacija videa za različne platforme je ključnega pomena v današnjem digitalnem svetu. Z razumevanjem specifik vsake platforme in prilagajanjem vašega videa tem zahtevam lahko zagotovite, da vaša vsebina doseže pravo občinstvo in ima največji možni vpliv.

Zaključek

Video produkcija je kompleksen in večplasten proces, ki zahteva razumevanje številnih tehnik in orodij. Od osnov snemanja, kompozicije, razsvetljave in zvoka do naprednih tehnik montaže, uporabe grafik in optimizacije za različne platforme - vsak korak v procesu ima svojo vlogo pri ustvarjanju učinkovitega in privlačnega videoposnetka. V digitalni dobi, kjer je video vsebina vseprisotna, je ključnega pomena, da ustvarjalci vsebin razumejo in obvladajo te veščine. Ne glede na to, ali ustvarjate promocijski video, izobraževalni vodič ali osebni vlog, je uporaba teh tehnik in orodij bistvena za uspeh vašega projekta. V svetu, kjer je konkurenca vse večja, je nenehno izobraževanje, prilagajanje in inoviranje ključ do izstopanja in povezovanja z občinstvom.

Literatura

- Abdullah, Z., Saerani, M. F., & Sikandar, S. A. (2019). Implementation of scenography elements in the production of creative arts among upper secondary students through theatrical production in the Malaysia arts School of Johor. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 9(3). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v9-i3/5796>
- Abulkhair, M., Salman, H. A., & Ibrahim, L. F. (2015). Using mobile platform to detect and alerts driver fatigue. *International Journal of Computer Applications*, 123(8), 27-35. <https://doi.org/10.5120/ijca2015905428>
- Akino, Y., Sumida, I., Shiomi, H., Higashinaka, N., Murashima, Y., Hayashida, M., Mabuchi, N., & Ogawa, K. (2018). Evaluation of the accuracy of the CyberKnife Synchrony™ respiratory tracking system using a plastic scintillator. *Medical Physics*, 45(8), 3506-3515. <https://doi.org/10.1002/mp.13028>
- Alshehri, F. H. (2022). Ultrasound overlay video effectiveness in teaching pronunciation to young EFL learners. *Theory and Practice in Language Studies*, 12(8), 1545-1555. <https://doi.org/10.17570/tpls.1208.10>
- Bringardner, J., & Jean-Pierre, Y. (n.d.). Evaluating a flipped lab approach in a first-year engineering design course. *2017 ASEE Annual Conference & Exposition Proceedings*. <https://doi.org/10.18260/1-2--28300>
- Bubadué, R. D., & Cabra, I. E. (2021). Enfermeiras Na Avaliação Qualitativa do curta-metragem “Nossas Histórias” sobre revelação Da condição HIV a criança. *New Trends in Qualitative Research*, 582-590. <https://doi.org/10.36367/ntqr.8.2021.582-590>
- Cornett, C. (n.d.). A service learning project in digital media designed to develop professional skills. *2007 Annual Conference & Exposition Proceedings*, 12.109.1-12.109.19. <https://doi.org/10.18260/1-2--2942>
- Delmerico, J., Isler, S., Sabzevari, R., & Scaramuzza, D. (2017). A comparison of volumetric information gain metrics for active 3D object reconstruction. *Autonomous Robots*, 42(2), 197-208. <https://doi.org/10.1007/s10514-017-9634-0>
- Di Gennaro, S. F., Toscano, P., Gatti, M., Poni, S., Berton, A., & Matese, A. (2022). Spectral comparison of UAV-based hyper and Multispectral cameras for precision viticulture. *Remote Sensing*, 14(3), 449. <https://doi.org/10.3390/rs14030449>
- Fatimah, F., Pomalingo, M. F., Tambas, J. S., Gugule, S., & Tallei, T. E. (2021). Perbaikan Produksi, Promosi Dan Pemasaran Pada UKM Pengrajin Kue Di Kotamobagu Sulawesi Utara dalam Menghadapi masa Pandemi COVID-19. *Solidaritas: Jurnal Pengabdian*, 1(2), 1-12. <https://doi.org/10.24090/sjp.v1i2.5465>
- Gandhi, V., Ronfard, R., & Gleicher, M. (2014). Multi-clip video editing from a single viewpoint. *Proceedings of the 11th European Conference on Visual Media Production*, 1-10. <https://doi.org/10.1145/2668904.2668936>
- Grieshop, M. J., Werling, B., Buehrer, K., Perrone, J., Isaacs, R., & Landis, D. (2012). Big Brother is watching: Studying insect predation in the age of digital surveillance. *American Entomologist*, 58(3), 172-182. <https://doi.org/10.1093/ae/58.3.172>
- Grizzle, R. E., Brodeur, M. A., Abeels, H. A., & Greene, J. K. (2008). Bottom habitat mapping using towed underwater Videography: Subtidal oyster reefs as an example application. *Journal of Coastal Research*, 24(1), 103-109. <https://doi.org/10.2112/06-0672.1>
- Haddock, L. J., Kim, D. Y., & Mukai, S. (2013). Simple, inexpensive technique for high-quality smartphone fundus photography in human and animal eyes. *Journal of Ophthalmology*, 2013, 1-5. <https://doi.org/10.1155/2013/518479>
- Kingra, S., Aggarwal, N., & Devender Singh, R. (2017). Video inter-frame forgery detection approach for surveillance and mobile recorded videos. *International Journal of Electrical and Computer Engineering (IJECE)*, 7(2), 831. <https://doi.org/10.11591/ijece.v7i2.pp831-841>

- Krieter, P., & Breiter, A. (2018). Analyzing mobile application usage. *Proceedings of the 20th International Conference on Human-Computer Interaction with Mobile Devices and Services*, 1-10. <https://doi.org/10.1145/3229434.3229450>
- Lahlou, S. (2011). How can we capture the subject's perspective? An evidence-based approach for the social scientist. *Social Science Information*, 50(3-4), 607-655. <https://doi.org/10.1177/0539018411411033>
- Lee, S., Chen, L., Wang, J., Liniger, A., Kumar, S., & Yu, F. (2022). Uncertainty guided policy for active robotic 3D reconstruction using neural radiance fields. *IEEE Robotics and Automation Letters*, 7(4), 12070-12077. <https://doi.org/10.1109/lra.2022.3212668>
- Lee, T., Chun, C., & Ryu, S. (2021). Detection of road-surface anomalies using a smartphone camera and accelerometer. *Sensors*, 21(2), 561. <https://doi.org/10.3390/s21020561>
- Liao, G., Chien, Y., Chen, Y., Hsiung, H., Chen, H., Hsieh, M., & Wu, W. (2017). What to build for middle-agers to come? Attractive and necessary functions of exercise-promotion mobile phone apps: A cross-sectional study. *JMIR mHealth and uHealth*, 5(5), e65. <https://doi.org/10.2196/mhealth.6233>
- Loo, S. Y., Amiri, A. J., Mashohor, S., Tang, S. H., & Zhang, H. (2019). CNN-SVO: Improving the mapping in semi-direct visual odometry using single-image depth prediction. *2019 International Conference on Robotics and Automation (ICRA)*, 5218-5223. <https://doi.org/10.1109/icra.2019.8794425>
- Ludwig, C. A., Perera, C., Myung, D., Greven, M. A., Smith, S. J., Chang, R. T., & Leng, T. (2020). Automatic identification of referral-warranted diabetic retinopathy using deep learning on mobile phone images. *Translational Vision Science & Technology*, 9(2), 60. <https://doi.org/10.1167/tvst.9.2.60>
- MacQuarrie, A., & Steed, A. (2020). Investigating the perceived strengths and limitations of free-viewpoint video. *Frontiers in Virtual Reality*, 1. <https://doi.org/10.3389/frvir.2020.00011>
- Matsumoto, S., Sekine, K., Yamazaki, M., Funabiki, T., Orita, T., Shimizu, M., & Kitano, M. (2013). Digital video recording in trauma surgery using commercially available equipment. *Scandinavian Journal of Trauma, Resuscitation and Emergency Medicine*, 21(1). <https://doi.org/10.1186/1757-7241-21-27>
- Moore, J. F., Soanes, K., Balbuena, D., Beirne, C., Bowler, M., Carrasco-Rueda, F., Cheyne, S. M., Coutant, O., Forget, P., Haysom, J. K., Houlihan, P. R., Olson, E. R., Lindshield, S., Martin, J., Tobler, M., Whitworth, A., & Gregory, T. (2021). The potential and practice of arboreal camera trapping. *Methods in Ecology and Evolution*, 12(10), 1768-1779. <https://doi.org/10.1111/2041-210x.13666>
- Moorthy, A. K., Choi, L. K., Bovik, A. C., & De Veciana, G. (2012). Video quality assessment on mobile devices: Subjective, behavioral and objective studies. *IEEE Journal of Selected Topics in Signal Processing*, 6(6), 652-671. <https://doi.org/10.1109/jstsp.2012.2212417>
- Muender, T., Gulani, S. A., Westendorf, L., Verish, C., Malaka, R., Shaer, O., & Cooper, S. (2019). Comparison of mouse and multi-touch for protein structure manipulation in a citizen science game interface. *Journal of Science Communication*, 18(01), A05. <https://doi.org/10.22323/2.18010205>
- Nassauer, A., & Legewie, N. M. (2019). Analyzing 21st century video data on situational dynamics—Issues and challenges in video data analysis. *Social Sciences*, 8(3), 100. <https://doi.org/10.3390/socsci8030100>
- Preti, M., Verheggen, F., & Angeli, S. (2020). Insect pest monitoring with camera-equipped traps: Strengths and limitations. *Journal of Pest Science*, 94(2), 203-217. <https://doi.org/10.1007/s10340-020-01309-4>
- Real, E., Shlens, J., Mazzocchi, S., Pan, X., & Vanhoucke, V. (2017). YouTube-boundingboxes: A large high-precision human-annotated data set for object detection in video. *2017 IEEE Conference on Computer Vision and Pattern Recognition (CVPR)*, 7464-7473. <https://doi.org/10.1109/cvpr.2017.789>

- Ruwaimana, M., Satyanarayana, B., Otero, V., M. Muslim, A., Syafiq A., M., Ibrahim, S., Raymackers, D., Koedam, N., & Dahdouh-Guebas, F. (2018). The advantages of using drones over spaceborne imagery in the mapping of mangrove forests. *PLoS ONE*, *13*(7), e0200288. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0200288>
- Sawhney, H., & Ayer, S. (1996). Compact representations of videos through dominant and multiple motion estimation. *IEEE Transactions on Pattern Analysis and Machine Intelligence*, *18*(8), 814-830. <https://doi.org/10.1109/34.531801>
- Shaw, M., Adam, C. J., Izatt, M. T., Licina, P., & Askin, G. N. (2011). Use of the iPhone for Cobb angle measurement in scoliosis. *European Spine Journal*, *21*(6), 1062-1068. <https://doi.org/10.1007/s00586-011-2059-0>
- Stöggel, T., Holst, A., Jonasson, A., Andersson, E., Wunsch, T., Norström, C., & Holmberg, H. (2014). Automatic classification of the sub-techniques (Gears) used in cross-country ski skating employing a mobile phone. *Sensors*, *14*(11), 20589-20601. <https://doi.org/10.3390/s141120589>
- Sun, G., & Holliman, N. (2009). Evaluating methods for controlling depth perception in stereoscopic cinematography. *SPIE Proceedings*, *7237*, 72370I. <https://doi.org/10.1117/12.807136>
- Whitmarsh, S. K., Huvencers, C., & Fairweather, P. G. (2018). What are we missing? Advantages of more than one viewpoint to estimate fish assemblages using baited video. *Royal Society Open Science*, *5*(5), 171993. <https://doi.org/10.1098/rsos.171993>
- Wilson, D. J., & Serisier, T. (2010). Video activism and the ambiguities of counter-surveillance. *Surveillance & Society*, *8*(2), 166-180. <https://doi.org/10.24908/ss.v8i2.3484>
- Ye, G., Tang, Z., Fang, D., Chen, X., Kim, K. I., Taylor, B., & Wang, Z. (2017). Cracking Android pattern lock in five attempts. *Proceedings 2017 Network and Distributed System Security Symposium*. <https://doi.org/10.14722/ndss.2017.23130>
- Zhang, Y. (2023). A case study of Hi mom's social media marketing strategy. *BCP Business & Management*, *42*, 174-179. <https://doi.org/10.54691/bcpbm.v42i.4578>

