Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Digital Humanist

Презентация за Наръчника и неговите характеристики

think Digital
be Human

UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI SALERNO
Universitat d'Alacant
Universidad de Alicante
IPS at UNWE
POZNAŃ UNIVERSITY OF ECONOMICS AND BUSINESS
CONFORM
1992
IACuDiT

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Структура на наръчника

Наръчникът е разделен на следните части:

1) Въвеждащи коментари за термина „Разказване на история“ (storytelling)
2) Работният процес на дигитално създаване на история
3) Технически въпроси
4) Казус
5) Използвана литература
6) Приложения

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Наръчник

Наръчникът е ръководство, което ще напътства обучаваните в представянето чрез истории на културните активи на дадена територия с цел да нарасне ангажираността и осведомеността за бранда на територията. С помощта на визуални маркетингови средства се създава история, която събужда емоции и може да се разпространи в голям мащаб.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Насоки при създаването на наръчника

- Да предостави на обучаващите се в сектора на туризма и културното наследство знания за инструмента «разказване на истории»
- Да подпомогне разработването на образователни материали, свързани с методологиите за създаването на дигитални истории
- Да покаже как да се използват истории за ефективно популяризиране на културното наследство
- Да покаже практиката и парадигмите при достигането на целевата аудитория и разработването на интригуващи истории като промоционални похвати

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Наръчникът предлага:

- Практически съвет, критични проблеми за управление и предпазни мерки, които трябва да се предприемат
- Примери за подражаване и предимства при избора на отделна медия, която да се използва и комбинира, за да даде живот на трансмедийната и серийната дигитална културна комуникация
- Оперативни процедури за разработването на интегрирани действия за планиране, насочване и контрол на стратегията за дигитална културна комуникация.
- Контролни списъци, за да се гарантира съответствието на създадените дигитолнш продукти за разказването на истории с очакваните стандарти за качество

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Целева аудитория

- обучавани в сектора на хуманитарните науки, туризма, културното наследство и маркетинга
- Предприемачи, които участват в програми за професионално обучение и желаят да увеличат популярността на културните ценности
- Всеки, който желае да участва в професионално обучение и да използва истории в процеса на популяризиране на културното наследство

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Структура на презентацията

Тази презентация има за цел да покаже основните характеристики на наръчника и е разделена на 4 части в съответствие с него.

В първата част ще обсъдим използваните в литературата термина за разказване на истории. Ще бъдат направени встъпителни коментари и свързани термини, за да се даде възможност на обучаващите се да се запознаят с тях.

Във втората част ще обсъдим работния процес на историите и тяхното развитие. Ще бъдат представени основните инструменти, техники и методи.

В третата част ще говорим накратко за технически въпроси, свързани с развитието на историите. Ще бъдат представени мултимедийни инструменти и софтуер.
В четвъртия раздел ще бъде представен казус като пример за прилагане на технологични характеристики върху културното наследство.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Digital Humanist

Раздел1

Уводни коментари за понятието «разказване на история»

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Въведение в понятието разказване на истории

От първостепенно значение е обучаващите се да опознаят понятието «разказване на историия». Той е бил част от човешката култура в продължение на хиляди години, дори когато думите и езиците липсвали. Картини и символи са били използвани като знак, за да покажат нашата нужда да бъдем „чути“.

По-късно с развитието на езиците тези знаци се превръщат в митове, басни, фолклорни приказки ...

Разказвачите е трябвало да си създадат уникален и специален начин да разказват своите истории, тъй като точно този начин провокира чувствата на хората.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Важността на разказването на словесни истории…

- Обществата са сложни образувания с хора от различни среди и дори най-неграмотният човек има право да се наслаждава на чувствата, които една интригуваща история може да му даде
- Историите представляват много важна част от нашата фолклорна култура
- Историите допринасят за разпространението на огъня на знанието
- Те популяризират културното наследство и традиции

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Историите учат обществата

Приказките и историите ни дават морални поуки и ни позволяват да открием основните правила, които обществата приемат.

Може да се каже, че разказването на истории е интерактивното изкуство да се използват думи и действия за разкриването на елементите и образите на една история, като същевременно се насърчава въображението на слушателя. Помислете за басните на Езоп например ... или по-точно лисицата и щъркелът ... Щъркелът учи лисицата да уважава различията и уникалните характеристики, които нашите приятели притежават...

С други думи, историите имат силата да ни учат на важни добродетели и публиката има възможност да свързва себе си с тях.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Причините за добрите истории

Поставя се акцент върху причините, поради които обучаваните трябва да разработват увлекателни истории:

1) Историите имат силата да вдъхновяват публиката
2) Те **енергизират** и **заинтригуват** слушателите
3) Те ги мотивират да предприемат действия
4) Те хуманизират и популяризират нашите уникални културни черти

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Фокусът на наръчника е върху дигиталното разказване на истории

- Ние се фокусираме върху съвременните инструменти за създаване на увлекателни и интригуващи истории
- Дигитални инструменти за популяризиране на активи на културното наследство
- Техники за разработването на сценарий и герои

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Digital Humanist

Раздел 2

Дигиталният работен процес за разказване на истории

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Дигитални истории

Разказването на истории дигитално съчетава изкуството да се разказват истории с разнообразието на **дигитални мултимедии** като образи, аудио и видео. Дигиталните истории обединяват смесица от цифрова графика, текст, записан аудио разказ, видео и музика, за да представят информация по определена тема.” (Robin, 2008). Това е кратък филм / клип, който съдържа различни дигитални медийни инструменти и дава възможност на хората да споделят личните си интереси, черти и нагласи.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Защо да използваме дигитални истории при културното наследство и туристическите обекти?

Наръчникът се концентрира върху важната роля, която историите играят за популяризирането на културното наследство и брандирането на туристическа дестинация. Търсенето на туристите остава наистина голямо, тъй като хората искат да виждат все повече и повече за това кои атракции да видят, къде могат да ядат, какво могат да си купят и т.н. Миналите ръководства се опитваха да бъдат всичко за всички, но дигиталните истории и разкази са инструментът да се направи разлика. Те подобряват преживяването на посетителя и увеличават препоръките „от уста на уста“. Публиката е активна в социалните медии и мрежи и също така стимулира многократните посещения чрез споделяне и публикуване.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Очаквани резултати от обучението

- Обучаваните ще научат произхода на разказването на истории
- Ще бъдат разбрани основните причини за разказването на автентични истории
- Ще бъдат представени основните елементи на добрата история и обучаващите се ще ги усвоят. (модели, техники за сценарии, герои, места)
- Обучаваните ще придобият практически опит в създаването на свои собствени сценарии

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Описание на целевата група

Разработването на описанието на целевата група е свързано с идентифицирането на онези групи, които искате да се ангажират с вашия проект за културно наследство и предприемането на активни стъпки за привличане и запазване на интереса им, за превръщането им в посетители за първи път и лоялни клиенти, които съвместно създават стойност и разпространяват положителни думи - от уста на уста. По този начин се подобрява предложението на стойност и се привличат повече посетители.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Целеви групи и сегментиране на пазара

Целевите групи описват хора с повече или по-малко сходни черти. Описанието на целевата група се основава на качествени и количествени данни, обикновено комбинация от първични пазарни проучвания и контакти с клиенти, данни от преки наблюдения, както и данни от вторични изследвания или анализ на конкуренти. Целевите групи определят настоящите и/ или бъдещите потребители. В зависимост от сложността на даден продукт или услуга на културното наследство може да има една до пет различни целеви групи, които се използват главно при маркетинговите дейности и пазарните проучвания.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Сегментиране по следните характеристики

- Демографски данни (възраст, пол, социална класа, образование и т.н.)
- География (местопребиваване, работно място и др.)
- Поведение (Какво правят - съществуващи или нови посетители; туристи или екскурзоводи)
- Отношение (Какво мислят те - семеен ден, образователни причини (искат да научат), социални причини, търсене на запознанство, забавления)

За да улесним разбирането на целевите групи, използваме сегментиране на аудиторията. Това е процесът на разделяне на клиентите или потенциалните клиенти в рамките на един пазар на различни групи или сегменти, в които клиентите имат едни и същи или подобни изисквания, но различните групи удовлетворяват потребностите от различен маркетинг микс.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Персони

Поради факта, че пазарните сегменти са твърде общи и пренебрегват социалната динамика на културните обекти и груповия характер на повечето посещения на тези сайтове се въвеждя модела на «персоните» или персоните на купувачите на туристически услуги.

Моделът на „персоната-купувач“ е разработен с цел да се създаде нов по-точен профил на посетителя.

Персоните на купувачите описват измислени представяния на вашите идеални клиенти с техните нужди и цели в определен контекст. Те се основават на реални данни за демографските характеристика на клиентите и онлайн поведението, заедно с обосновани допущания за личната им история, мотивация и притеснения.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Защо са важни персоните на купувачите?

Чрез техните профили

- Можете да се свържете с аудиторията си
- Да ви помогнат да преодолеете предизвикателствата
- Да си поставите нови цели
- Да повишитее ангажираността на посетителите

Те ще допълнят вашите маркетингови тактики, като нарисуват ясен портрет на аудиторията, към която се насочвате. Те надхвърлят стандартните показатели, като възраст, образование, кариера и местоположение и и отразяват това, което ежедневно движи, предизвиква и засяга вашите клиенти. Освен това те често включват директни цитати и други форми на отворена обратна връзка от хора от реалния живот, които са част от вашата аудитория. Така ще обогатите персоните на купувачите, които сте разработили.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Работа с много персони на купувачите

Не е необичайно бизнесът да обслужва множество нужди, но дори ако вашият бизнес прави само едно нещо, една услуга може да означава различни неща за различните хора. Ето защо е от съществено значение да се развият множество персони. Докато дефинирате една целева персона, ще откриете, че някои от клиентите, с които искате да работите, не са в съответствие с демографската информация, която използвате за създаването на потребителския профил. При процеса на разработване имайте предвид, че персоните на купувачите могат да се променят или придобиват нови черти с течение на времето. Ето защо от съществено значение да продължите да преразглеждате описанията, която сте разработили, за да сте сигурни, че те все още отговарят на действителността и да ге поддържате актуални.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Digital Humanist

Моделът за разказване на истории и неговите крайъгълни камъни

За да комуникирате ефективно една история, е важно да идентифицирате някои от ключовите елементи, които ще бъдат обхванати.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Крайъгълните камъни

- **Средата:** Условията, в които се развива историята
- **Конфликт:** Предизвикателства, пред които са изправени героите / създаване на драма
- **Герои:** Личностите, които са засегнати от конфликта
- **Тема:** Съобщенията, изпратени от разказвача. Какъв е урокът, който научаваме?
- **Тон:** Настроението в историята. То се влияе от преки или косвени ситуации
- **Гледна точка:** Първо, второ или трето лице. Най-типична е гледната точка от трето лице, където историята се развива, когато героите „живеят своя собствен живот ...“

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Важни контролни точки

За да гарантираме, че разказвачът се насочва директно към целевата аудитория и съобщава посланието си, трябва да се съсредоточим върху:

1) **Цел:** Желаният край
2) **Аудитория:** Много специфичните характери на хората, на които историята има за цел да повлияе
3) **Мащаб :** Общият обхват на вашата кампания
4) **Потенциални клиенти:** Особено важен актив поради неограничените възможности за привличане на публиката и подтикването й да играе собствена роля в историята.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Решаващи етапи

Етапи на намеса: Посоката, в която ще върви историята, може да бъде стеснена, като се осъзнае какво точно си е поставил като цел разказвачът. Историите трябва да се свързват с избрания и да обхващат ясни действия за постигане на желаните промени.

По-конкретно:

1) Етап на производство
2) Етап на потребление
3) Етап на разрушаване
4) Етап на вземане на решение
5) Етап на предположени

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Последователност при разказването на истории

„Концепцията, която стои в основата на реч, поетично или литературно произведение, основното значение на разсъждението, скритото значение на изречението" (Idea, 2019)

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Ключови елементи

Темата: Това е крайната цел на историята. Това е елементът, който ще ръководи целия процес на разказване на истории.

Медията: Комуникационен канал, за да направите вашата история „изслушана“ или „показана“

Разказът: План за историята и план за дискурса

Структурата на предаването на разказа: Статусът на разказвача, дефиницията кой е разказвачът и от коя гледна точка е разказана историята

Сюжет: Историята с няколко думи

Последователност на историята: разширена история, в която за разлика от сюжета героите, обкръжението и различната динамика на историята ще бъдат разгледани в детайли.

История / сценарий: Много подробният текст, който включва всички елементи на историята

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Героите

Дизайнът на символи или профилирането на символи е процесът на дефиниране на героите. Какви са техните физически и емоционални/психологически характеристики?

Уверете се, че те са разработени последователно по отношение на събитията и съответстват на разказа.

Характеристиките на героите могат да бъдат ефективен инструмент за поставянето на акцент върху определени ситуации

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Видове герои

- Основни участници: Герой /главен герой, Антигерой/герой опонент
- Второстепенни герои: Поддържащи роли (като помощниците или приятелите на основния герой)

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Четирите критерия

- ✓ Функция
- ✓ Йерархия
- ✓ Характерни черти
- ✓ Архетип

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Четирите критерия

- ✓ Функция: Ролята на героя в историята
- ✓ Йерархия: Октовен, второстепенен или по-малко значим герой?
- ✓ Характерни черти: Различното поведение, информацията, която се дава на публиката за тях, и специалните, уникални черти, които ги характеризират.
- ✓ Аретип видове: Те определят основните герои в една история

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Модели на темперамента

Класификация на героите

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Модели на темперамента

- ***Герой*** е човекът /нещото, на което се основава историята, и обикновено има слабо място, наречено фатален недостатък, често подчертаван по време на историята,, Трябва да се справи със смъртта, разбирана и по символичен начин. Героят притежава качествата, с които читателят или зрителят са склонни да се съотнасят. Героите са мотивирани от универсални и оригинални движещи сили.
- ***Ментор***: водач, който помага, обучава и инструктира героя. Често той / тя има героично минало и се определя като морална съвест или кодекс на поведение, който мотивира главния герой и го тласка в правилната посока.
- ***Пазител на прага***: тества героя, като създава трудности, за да изследва неговата / нейната сила на волята. Очевидно той / тя / е враг, но той / тя / също може да се трансформира в съюзник или персонаж, от когото главният герой придобива енергия.
- ***Вестител:*** съобщава началото на приключението и причината за него, промяната, която предстои да се случи, и необходимостта да започне пътуването на героя. В структурата на историята, разгледана в следващите параграфи на този наръчник, **вестителят** ще съвпадне със случая, който предизвиква действието. Не е важно вестителят - той / тя - да е персонаж, може да бъде и обект или действие, което причинява началото на пътуването.
- ***Превключвател:*** променя формата или статуса, превръща се от враг в приятел и обратно. Той/тя/то ‘есто има функцията да внася съмнения и да създава напрежение.
- ***Сянка*** : антагонист, който обаче трябва винаги да показва характеристики на човечестност, за да не бъде определян просто като лош стереотип. Това е конфликтът или сблъсъкът между героя и сянката, който е двигател на историята.
- ***Хитрецът*** е рамото на главния герой, който често е източник на лекомислени събития. Той /тя /то създава нещастия и също така стимулира негативни промени.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Места, на които се случва историята

Историята се развива в четири измерения: епоха, продължителност, местоположение и равнище на конфликт (McKee 2018).

Епоха: “Времето“ на историята, което показва времевото й разположение.

Продължителност: Времетраенето, което се изяснява от разказаните събития и развитието на характерите.

Местоположение: Физическо измерение, пространствено разположение

Равнище на конфликта: Местоположението на историята във връзка с човешките борби /социалният аспект

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Техники на сценария

Герои + Условия или среда

Съчетаването на герои със среда е жизненоважно за последователността от сцени, които съставляват сюжета

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

4К и 13: Това е техника, използвана при редактирането на вестникарски статии

- **Кой** е протагонистът
- **Къде** той/тя/то осъществява дейност
- **Какво** той/тя/то прави
- **Кога** и **защо** той/тя/то го прави

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

The 3Cs

Допълнителна техника е разработена (Engri, 2003), в която трябва да попитате:

- Кой е нашият **герой**?
- Пред какви **конфликти /проблеми/** е изправен?
- Какво е **заключението /краят/** на историята?

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Най-често срещаните модели, използвани при разработването на истории и създаването на герои

Първи модел: История в три действия
Втори модел: Пътят на героя,,
Трети модел: трансформационна дъга на героя

Във всички модели историята има **начало**, което привежда в ход действието чрез мотивация на героите, **развитие**, което обогатява събитията и води историята напред, и **край**, при който целите на главния герой трябва да бъдат достигнати. Крайното решение може да бъде положително, отрицателно или отворено. Състоянието, в което историята започва, трябва винаги да се различава от състоянието, в което завършва. Това е доказателство за факта, че е имало еволюция на разказа (McKee 2018).

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Разказването на историята в три действия

В първото действие (incipit) са представени героите и средата, в която действат. Публиката започва да съпреживява и започват да се случват малки конфликти.

Във второто действие конфликтите започват да се развиват и се генерират нови серии от събития. Възникват нови ситуации и вторични събития, които обграждат основната история, поставяйки главния герой в най-напрегнатата фаза на историята. Второто действие завършва до точката на максимално напрежение, кулминацията.

В третото действие всички конфликти започват да се разрешават. Краят се развива в повествоватие, което принуждава главния герой да се върне обратно в обикновения свят.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Трето действие: разказ

Разказът, който кара главния герой да се върне в реалния свят, може да бъде обобщен по следния начин:

1) Пътят назад: Главният герой разбира, че обикновеният свят представя неговата/нейната реалност и решава да остави необикновения свят зад себе си, избягвайки онези, които искат да възстановят придобитото и получавайки подкрепа от съюзниците по пътя им и накрая постигане на разрешаване на конфликта.

2) Възкресението / господарят на двата свята: Новото изпитание на главния герой, което служи като пречистващ акт и демонстрира промяната и нейното достигане чрез разрешаването на конфликта.

3) Решението с „еликсир“ или „свободен за живот“: Краят на историята. Благодарение на придобитото по време на пътуването, наградата, подаръка или еликсира, главният герой разрешава конфликта като по този начин стига до края.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Краят трябва да отразява атмосферата

Щастлив край → Пътят на разказа трябва да води до него

Трагична история → Текстът / сценарият трябва да подготвят публиката за този тъжен и неблагоприятен край

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Някои важни бележки относно съставянето на финала, споменати в наръчника…

- Развържете всички възли на историята чрез този процес, който се нарича развръзка; напишете достоверен край. Достоверността се получава само при адекватна подготовка по време на работата
- Изработете завършек, който е съгласуван с останалата част от работата, придържайки се към стила и жанра, следвани по време на разказа
- Определете край, отворен, щастлив или отрицателен, който трябва да е в съответствие с целта, поставена в началната фазата на писане.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Digital Humanist

Раздел 3

Технически въпроси

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Технически въпроси

Целта на раздела за технически въпроси в наръчника е да се акцентира върху проблеми и решения, присъщи на създаването и разказването на истории в дигитален формат. Инструменти за създаването на мултимедийни артефакти ще бъдат фокус в тази част.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Ролята на мултимедията в днешно време

Създаването на мултимедийни и дигитални продукти представлява базата за създаване на успешен материал за разказване на дигитални истории. В днешно време мултимедийното съдържание се използва широко в сравнение с миналото, което се дължи и на силно развиващите се технологии. Има много инструменти за създаване на мултимедийно съдържание, които правят процеса на създаване на мултимедийно съдържание бърз и опростен.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Мултимедия

Мултимедиите могат да бъдат дефинирани като комбинация от различни форми на съдържание, като текст, аудио, изображения, анимации, видео и интерактивно съдържание.

Терминът е съставен от латинските термини multi- и media (множествено число от medium = "mean", замислен като средство за обработка на информация), той се разпространява в края на осемдесетте и началото на деветдесетте години на миналия век.

Терминът може да се отнася до:

- Движещи се изображения
- Статични изображения
- Музика
- Текстове

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Мултимедийните обекти

- Традиционни форми: Мултимедията обикновено се определя като CD-Rom и / или DVD дискове, в които изображения, текст и звуци, комбинирани, създават краен продукт, който може да се „чете“ само на компютър.

- Съвременни форми: Мултимедията вече не е предназначена за съдържание, което да се разчита с един вид устройство , а е използваема, споделяема и модифицируема информация, която е достъпна навсякъде и на различни устройства, от компютъра до таблета, смартфона или интерактивната дъска

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Интерактивност

Интернет и по-голямата способност за управление на мултимедийно съдържание превърнаха персоналните компютри в устройства, които могат да се трансформират в телевизия, радио, телефон, книга, камера и т.н.

Понякога терминът мултимедия се бърка с интерактивност. Това се дължи на сероионото припокриване между мултимедията и присъщата интерактивност на новите медийни устройства, които все повече могат да симулират комуникативното взаимодействие между участниците в комуникационния процес.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Мултимедията създава надеждна среда

- **Хипертекстуалност (Hypertextuality)**: Това е характеристика на документ, използващ структурата на хипертекста. Понякога неологизмът "хипермедиален,, ("hypermedial,,) или "хипермедиен" ("hypermedia,,)се използва, за да посочи по-точно сливането на мултимедийно съдържание в хипертекстова структура.
- **Учене и преподаване:** Използването на мултимедийно съдържание генерира реални трансформации в разбирането, предаването и организирането на информация както в учителите, така и в учащите. Мултимедията насърчава завладяващото обучение. Младите хора живеят в звукова среда, характеризираща се с медийната система (телевизия, радио, смартфон ...), поради което учат много често дори несъзнателно чрез участието и споделянето на аудио / видео съдържание.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Методология

- Адаптация на мултимедийно и аудиовизуално съдържание
- Цифрова музикална нотация
- Обработка на аудио сигнал
- Цифрова обработка на изображения
- Цифрова видео обработка

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Методология

Адаптация на мултимедийно и аудиовизуално съдържание: набор от техники, използвани за направата на аудиовизуални продукти (филми, документални филми, телевизионни сериали, предавания) използваеми за говорещи езици, различни от езика на произход. Основните методи са:

Дублиране

Субтитриране

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Локализация на мултимедия

Дублиране (Дублаж)

Терминът дублаж обозначава техническата процедура, чрез която оригиналният саундтрак е заместен в аудиовизуалните продукти. Презаписването на мултимедийно съдържание винаги е сложна и потенциално противоречива операция зардаи трудността да се запазят значението, стилът и нюансите на оригиналната версия. Техниките за превод, насочени към дублаж, не правят изключение, те извеждат на пределн план някои проблемни елементи, които са различни от тези, които се срещат, например, в превода на книга.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Локализация на мултимедия

Субтитриране (създаване на субтитри)

Субтитрирането е техника, която се състои в това диалоговите текстове да се появяват на език, различен от оригиналния, докато продуктът остава непроменен. Тази техника се използва в киното, телевизията и театъра. Субтитрирането може да бъде междуезиково, тоест включва превод на словесното съдържание на аудиовизуално съдържание на различен език или вътрешно езиково: субтитриране на аудиовизуалното съдържание на същия език. Въпреки че има някои недостатъци по отношение на синхрон и възможни граматически грешки, субтитрирането може да бъде едновременно или в реално време като често се прилага в шумна среда, за да даде възможност на потребителите да се насладят на мултимедийно съдържание

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Цифрова музикална нотация

С появата на технологиите, освен възможността за писане на текстове на «естествен» език, се разпространи и възможността за управление на автоматичното писане на музикални партитури. Цифрова музикална нотация е технология за представяне и показване на нотни партитури в компютърно четим формат. С появата на няколко технологични иновации нотиране от на няколко етапа се превърна в онова, което е наречено цифрова (дигитална) музикална нотация.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Основният софтуер за цифрова музикална нотация

Редактор на партитури

Оптично разпознаване на музика

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Ползите от използването на софтуер за нотиране на музика

- ✓ Писане на музикални партитури
- ✓ Автоматично извличане на инструментални части от партитура
- ✓ Редактиране на партитури
- ✓ Възпроизвеждане на партитури с използване на MIDI формат
- ✓ Експорт на партитури в основните аудио формати
- ✓ Печат на партитиури.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Обработка на аудио сигнал

Обработката е техниката, която опосредства процеса на цифрова обработка на аудио сигнали, започвайки от тяхната аналогова форма и обратно. В зависимост от контекста, това може да се тълкува и като процесът на тяхното манипулиране. Обработката на аудио сигнали е въведена с първите системи за радиопредавне от 80-те години на миналия век, когато аналоговата комуникация има предимство пред цифорвата. Под аналогов аудио сигнал се има предвид непрекъснат (и не дискретизиран) променлив сигнал, който е предаване на акустичен сигналили звукова информация, която се разпространява чрез компресиране и разреждане на въздуха.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Обработка на аудио сигнал

Освен хардуерното оборудване има редица софтуерни решения, които се използват за разрешаване и извършване на аудио редактиране. По-специално:

- ✓ Слип: времева синхронизация
- ✓ Сплитинг: разделяне на подраздели
- ✓ Отрязване, копиране и пастиране: изптриване, копиране и пастиране
- ✓ Усилване - затихване: постепенна промяна в обема на звука
- ✓ Окончателно затихване: затихване и последователен край

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Цифрова обработка на изображения

Цифровата обработка на изображения включва използването на алгоритми, използващи цифрова обработка на сигнала за модифициране на цифрово изображение. Тези алгоритми, започвайки от стойностите на пикселите на изображението, връщат модифицирано изображение или числова, или таблична база, представляваща конкретна характеристика на входното изображение. Тези операции могат да се извършват по напълно автоматичен начин или при непрекъснато взаимодействие с потребителя.

Най-известният вид цифрова обработка на изображения е редактирането или ретуширането на снимки, което може да се извърши с помощта на специален софтуер. Редактирането на изображения се състои в промяна на оригиналното изображение или по елементарен начин, например като го направите по-ярък или чрез отрязване на полетата му, или по-дълбоко чрез премахване или добавяне на неща или хора или промяна на детайли.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Цифрова видео обработка

Обработката на видео е частен случай на обработка на сигнали, по-специално обработка на изображения, която често използва видео филтри и където входните и изходните сигнали са видео файлове или видео потоци. Техниките за видео обработка се използват в телевизионни приемници, видеорекордери, DVD, видео кодеци, видео плейъри, видео скалери и други устройства.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Нелинейни и линейни системи за редактиране

- Нелинейно редактиране: Формата на редактиране на аудио, видео и изображения, при която оригиналното съдържание не се променя в хода на редактирането; вместо това редакциите се уточняват и модифицират от специализиран софтуер

- Линиейно редактиране: свързано е с необходимостта от последователно гледане на филм или чуване на лента

Нелинейната система за редактиране им повече предимства от линейната, тъй като позволява директен достъп до който и да е видеокадър в цифров видеоклип, без да се налага да се възпроизвежда или трие / премества през съседни кадри, за да се достигне до него, както е необходимо с линейна видеокасета системи за редактиране.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Методологиията за създаване на мултимедийно съдържание имат многобройни предимства и представлява основен инструмент за дигитално разказване на истории който улеснява създаването на ангажиращо съдържание за потребителите.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Предложения за видеопродукция

- Намерете добра камера. (8-мегапикселова камера на телефона или по-добра ще свърши добра работа)
- Изберете добро място. Намерете мястос добро осветление. Някъде навън, стая с много прозорци или стая с добро осветление. Избягвайте тъмни стаи или стаи с един източник на светлина.
- Намерете добър ъгъл на снимане. Вероятно трябва да поставите камерата на или над височината на раменете. Ако заснемате неподвижен видеоклип, добрият кадър обикновено обхваща раменете на персонажа близо до средата и талията или коленете му отдолу.
- ВИНАГИ правете кратко тестово видео, преди да запишете съдържанието. Ако искате да ви хареса, добавете няколко камери, всеки запис от различни страни.
- Говорете ясно: Ако говорите по определена тема, знайте за какво говорите. Ако това е реална реч, създайте сценарий с точки. Практикувайте запис, за да разберете, че сте силни и не заеквате. Освен ако не сте надарен говорител, ще объркате.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Предложения за видеопродукция

- Бъдете живи / жизнени! Действайте така, сякаш говорите с някого. Не четете вашия сценарикй, просто покрийте основните точки. Не се взирайте в камерата или в някой отделен обект. Дори ако останете с лице към камерата, премествайте теглото си, използвайте ограничени жестове на ръцете, говорете не монотонно и използвайте лицето си, за да подсилите думите си. Ако е възможно, добавете вицове, дори и да са прекалено.
- Прехвърляне за редактиране. Ако е на телефон, качете го в YouTube. За качване ще ви трябва акаунт в Google или Gmail, но е лесно (и безплатно) да се регистрирате. Можете да направите видеоклиповете частни или обществени, ако искате да ги запазите за себе си или да споделите. Ако телефонът / камерата ви не могат, копирайте ги на компютъра си и ги редактирайте.
- Правете кратки клипове. Нарежете клипа, освен ако няма непрекъснат диалог или сцена, която трябва да е цяла, сменете снимката си на всеки 1-10 секунди. Това може да звучи крайно, но е много важно. Използвайте това, за да изрежете грешките или местата, в които липсва съдържание във вашето видео.
- Използвайте прости преходи. Не използвайте обръщане, въртене, въртене, разбиване, топене, мащабиране или по друг начин неприятни анимации. Въпреки че може да изглеждат страхотно, те няма да направят видеото ви да изглежда страхотно.
- Добавете ефекти и филтри. Преценете дали вашето видео трябва да бъде по-ярко или по-тъмно, завъртано, стабилизирано или има заглушен звук за определени клипове.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

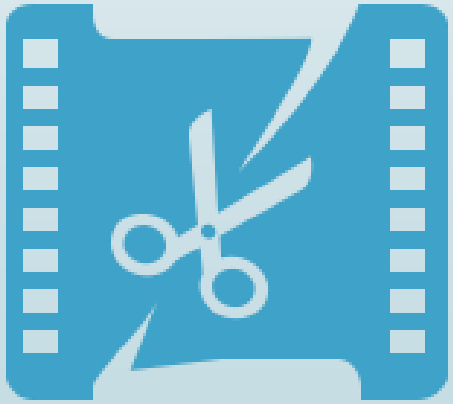
Безплатни инструменти за създаване на видеа

Музика

- Creative Commons on Youtube
- Studio Youtube (studio.youtube.com - «audio lIbrary section» - you should create an account and your personal channel)
- Epidemicsound (epidemicsound.com - you should create an account)
- Freesound (freesound.org - you should create an account)

Изображения

- Unsplash (unsplash.com)
- piXa bay (pixabay.com/)
- Wikimedia (commons.wikimedia.org/)
- Freepik (freepik.com/)
- Pexels (pexels.com/)

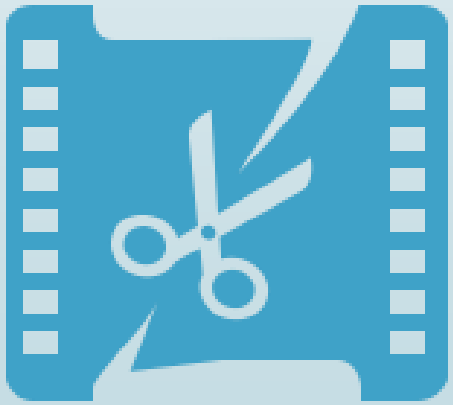


Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Безплатни инструменти за създаване на видеа

Редактиране

- Apple – Clips
- Android - Youcut video editor
- Blender (www.blender.org)
- Video suite (movavi.com/)
- Headlliner (https://www.headliner.app/)



Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Представяне на дигиталната история

Метод: Директен

Брой присъстващи: 10-50 и повече (препоръчително)

Тема: Представяне на видеоклипа в класната стая от един от актьорите, видео споделяне, видео оценка

Времетраене: 1-2 часа

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Други инструменти

- Използвайте виртуални карти (Virtual maps)
- Tour Creator
- Използвайте Ptqui, за да създадете 360 ° панорами
- Уеб 3D хранилище (Web 3D Repository)
- Цифрова фотометрия (Digital photometry)

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Инструменти за създаване на DIGITAL STORYBOARD онлайн

- https://www.canva.com/it_it/creare/storyboard/
- https://www.storyboardthat.com/it/storyboard-creatore
- https://theplot.io

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Digital Humanist

Раздел 4

Казус: Приложение на добавена реалност при посещението на римска вила

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Критерии за избора на казус

- ✓ Приложимост към повечето ценности на културното наследство (археологически обекти и артефакти, паметници и исторически сгради и т.н.).
- ✓ Стандартизация на работните процеси, за да се помогне максимална съвместимост, оперативна съвместимост, повторяемост или качество.
- ✓ Лесно изпълнение и внедряване.
- ✓ Ниска цена. Това е от основно значение при работа с малки институции, малки музеи с много ограничен бюджет.
- ✓ Добавена стойност, която тези проекти дават на археологически обекти

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Технологии, които се използват

- ✓ Цифрова фотограметрия
- ✓ Компютърно генерирани изображения
- ✓ Заснемане на движение
- ✓ Аудиовизуално редактиране
- ✓ Добавена реалност
- ✓ 360 градусови панорами

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Използване на добавена реалност за посещение на римска вила

Римският археологически обект Villa El Palmeral се намира в древния римски град, известен като Portus Illicitanus, пристанищно селище, свързано със съседния град Elche (Аликанте, Испания), древната римска колония Ilici Augusta. Това е било едно от най-важните пристанища на римското иберийско крайбрежие и неговото градско ядро съответства на сегашния град Санта Пола.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Целта

- Съхраняване и разпространяване на информация за археологическото наследство
- Обогатяване на офертата на града като туристическа дестинация
- Въвеждане на ключови елементи на културното наследство

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Дистрибуционен канал

Избран е хибриден модел на разпространение, при който хората могат свободно да изтеглят приложението от магазините за приложения на Apple и Android, използвайки свои собствени устройства, докато групи посетители могат да резервират обиколка с екскурзовод при поискване. Ако случаят е такъв, музеен специалист, обучен за използването на приложението, ще направи обиколка на римската вила с помощта на ipad и ще отговори на всички допълнителни въпроси на посетителите, които могат да възникнат по време на посещението.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Заключение на казуса

Приложенията, които позволяват посещение на археологически обект чрез комбинираното използване на добавената реалност и 360 градусови панорами, представляват продукт с ниска цена, не много сложен от техническа гледна точка и много ефективен по отношение на нивото на удовлетвореност, което предлага на потребителите и посетителите . Използват се отворени, скаларни и модулни екосистеми, които могат да бъдат обогатени по всяко време чрез безпроблемно добавяне на нови точки на добавената реалност в археологическия обект, ново съдържание или по-сложни разкази.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Основните предимства на 360-градусовите образи

- По-лесни за изпълнение.
- Дават на потребителите повече свобода да се въртят около себе си (като вземат маркера - спусъка като референция) и да преглеждат съдържанието, пресъздадено около тях, а не само онези останки, които са непосредствено пред тях.
- Скоростта, с която потребителят завърта устройството, не е проблем, 360-градусовото изображение ще се покаже, дори ако правим внезапни движения. Това е особено полезно, ако потребителят е дете или човек с малко познания за този тип технология.
- Тъй като това, което потребителят ще възприеме, е визуализиране (изображение), няма ограничение на полигоните (ъглите) или размера на текстурата по време на предишната фаза на 3D моделиране и текстуриране. По същата причина времето, прекарано за 3D оптимизация по време на производствения етап е драстично намалено.
- По отношение на медиите и съдържанието на CGI, на екрана могат да се показват 360-градусови изображения, но също и 360-градусови видеоклипове и анимации.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Приложение

В тази част на наръчника, обучаваните могат да намерят подробности за архетиповете, героите, средата или условията и най-често използваните модели за развитието на една история.

По-конкретно:
Анекс 1: Примери за архетипове
Анекс 2: Списък на дизайна на възможните герои
Анекс 3: Примери за условия и природна среда
Анекс 4: Истории, които са възприели най-често използваните модели, примерен шаблон за дигитални истории и шаблон за филмово обучение.
Във всяко приложение се предлагат дейности за по-нататъшно практическо обучение.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Заключение

Този наръчник се опитва да представи по-задълбочено темата в съответствие с дадените насоки. Опитахме се да покажем стойността на историите като промоционален инструмент за ценностите на културното наследство. Предлаганите примери и дейностите, заедно с теорията, създават интригуваща среда за обучаващите се да се възползват максимално от нея и да започнат да използват силата на добрите и автентични истории.

Co-funded by the
Erasmus+ Programme
of the European Union

Digital Humanist

Благодаря за вниманието!

Co-funded by the Erasmus+ Programme of the European Union

Digital Humanist

think Digital be Human

This project has been funded with support from the European Commission. This publication [communication] reflects the views only of the author, and the Commission cannot be held responsible for any use which may be made of the information contained therein.

Università degli Studi di Salerno · Universitat d'Alacant Universidad de Alicante · IPS at UNWE · Poznań University of Economics and Business · CONFORM · IACuDiT