



МУНИЦИПАЛЬНОЕ БЮЖЕТНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ КУЛЬТУРЫ
"ЦЕНТРАЛЬНАЯ РАЙОННАЯ БИБЛИОТЕКА
МУНИЦИПАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ УСТЬ-ЛАБИНСКИЙ РАЙОН"

ВИДЕОРЕПОРТАЖ В БИБЛИОТЕКЕ

Создание собственного видеоконтента



ОКСАНА АНАШКИНА,
МЕТОДИСТ УСТЬ-ЛАБИНСКОЙ ГОРОДСКОЙ БИБЛИОТЕКИ-ФИЛИАЛА №1

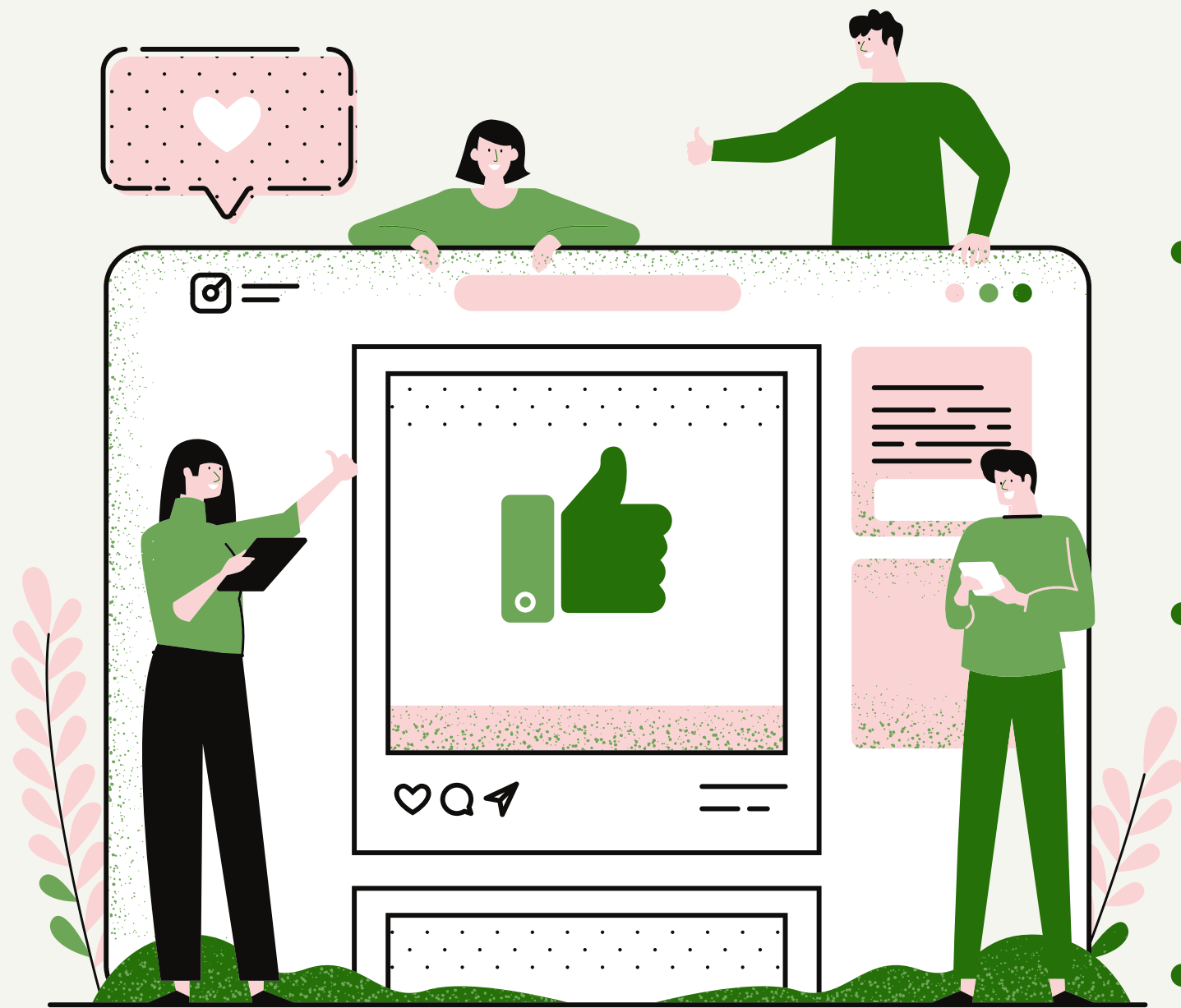
ВИДЕОКОНТЕНТ БИБЛИОТЕКИ – СРЕДСТВО ПРИВЛЕЧЕНИЯ ЧИТАТЕЛЕЙ И ПОВЫШЕНИЯ МЕДИЙНОГО ИМИДЖА

«Увеличение просмотра видео в
Интернете – один из главных
трендов сегодняшнего дня: время
просмотра видео уже опережает все
остальные действия пользователей в
сети по количеству затрачиваемых
минут в день»

Леонид Савков, коммерческий директор
компании Яндекс



ЦЕЛИ ВИДЕОРЕПОРТАЖА



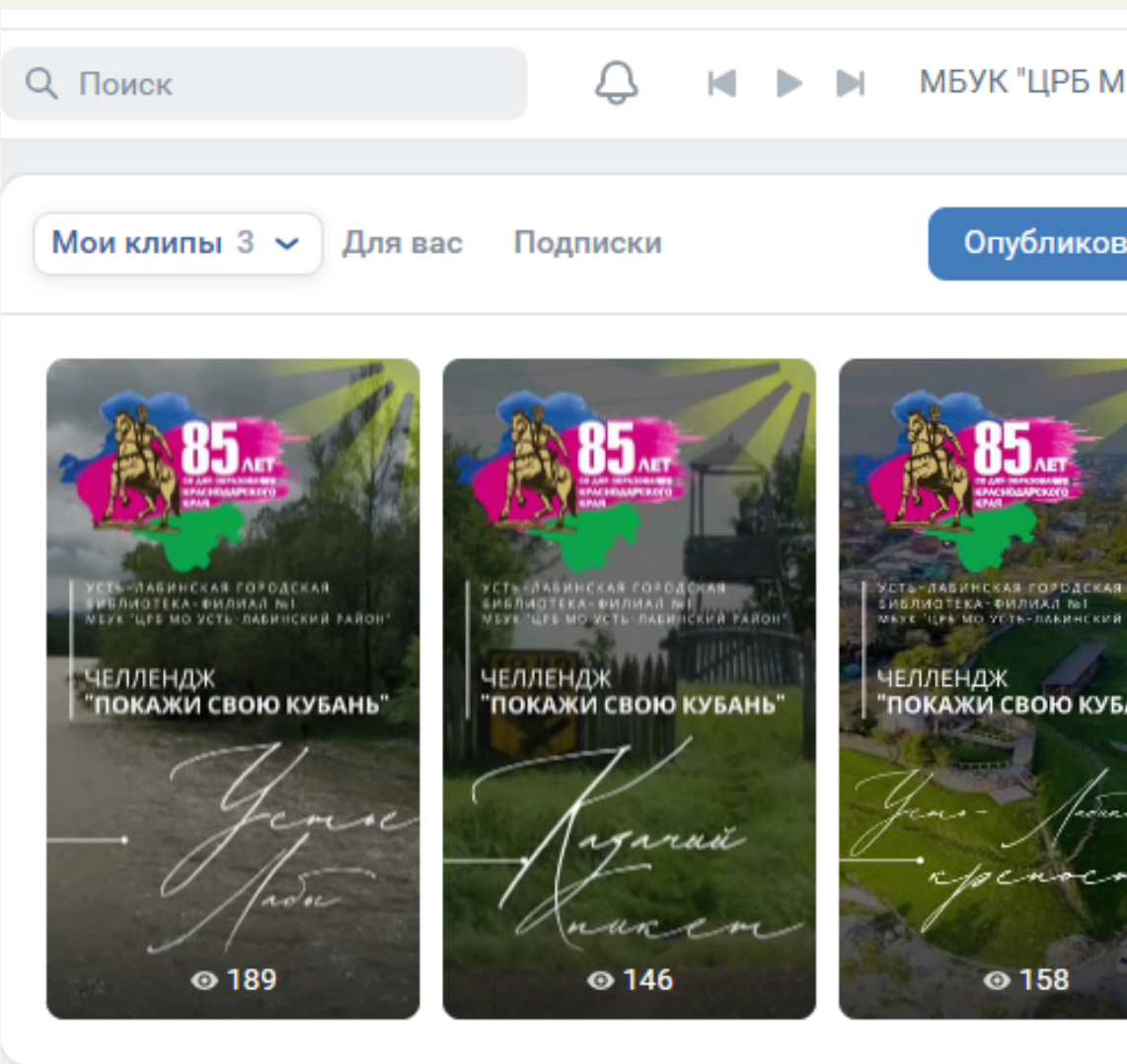
- Продвижение событий (фестивалей, презентаций, выставок). Люди смогут оценить масштабность, значимость мероприятия. Возможно, в будущем захотят поучаствовать.
- Презентация достижений. Способ эффектно представить инновационные технологии, оборудование, а также подведение итогов учреждения за отчетный период.
- Представление концепции учреждения. Информация в формате видео воспринимается целевой аудиторией лучше, чем сухой текст, опубликованный на сайте.
- Популяризация книги и чтения. Информирование общественности о новых поступлениях, книгах-юбилярах, тематической литературы и т.п.

ВИДЕОКОНТЕНТ



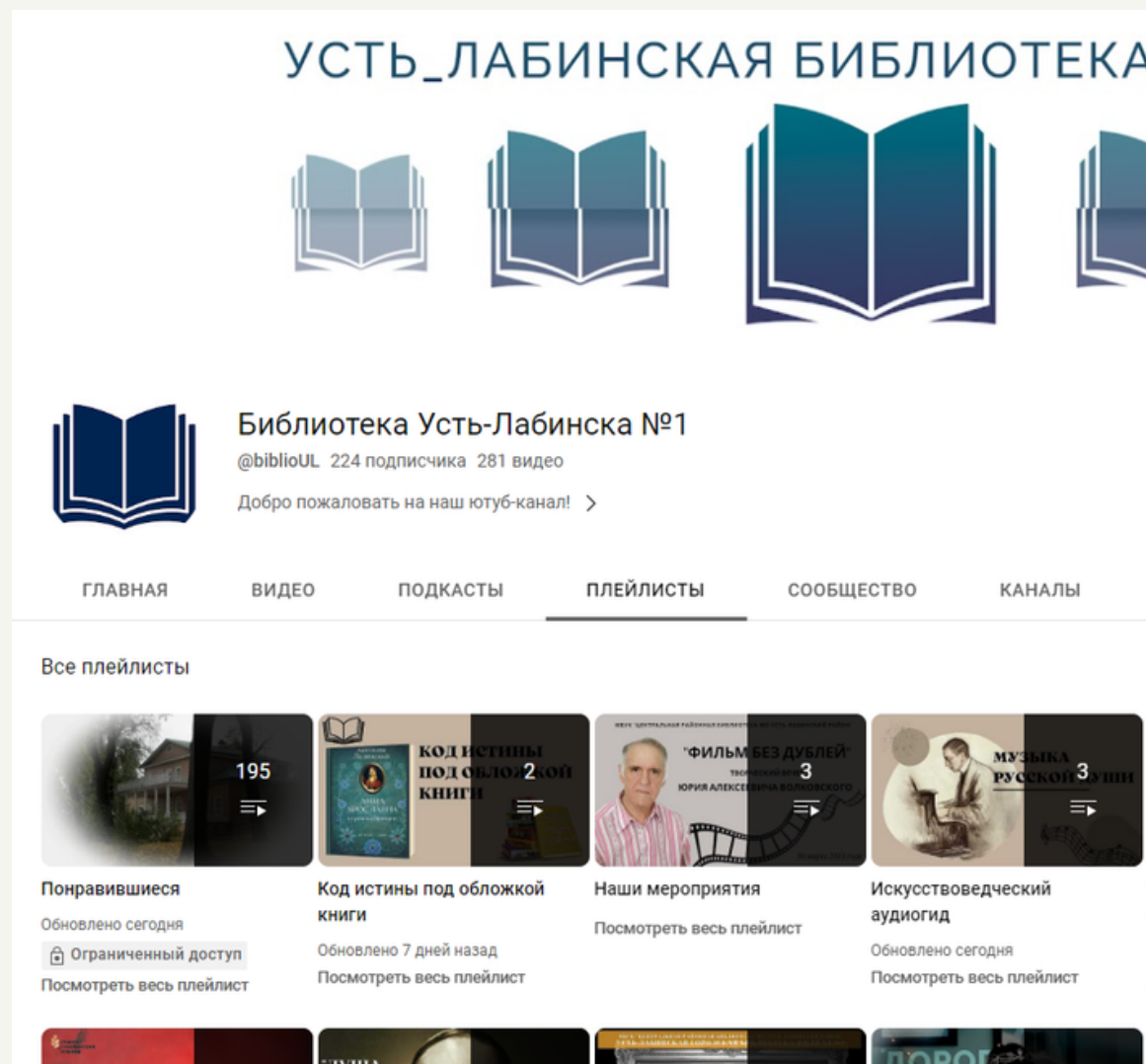
КЛИПЫ ВКОНТАКТЕ

площадка с удобным интерфейсом
и инструментами



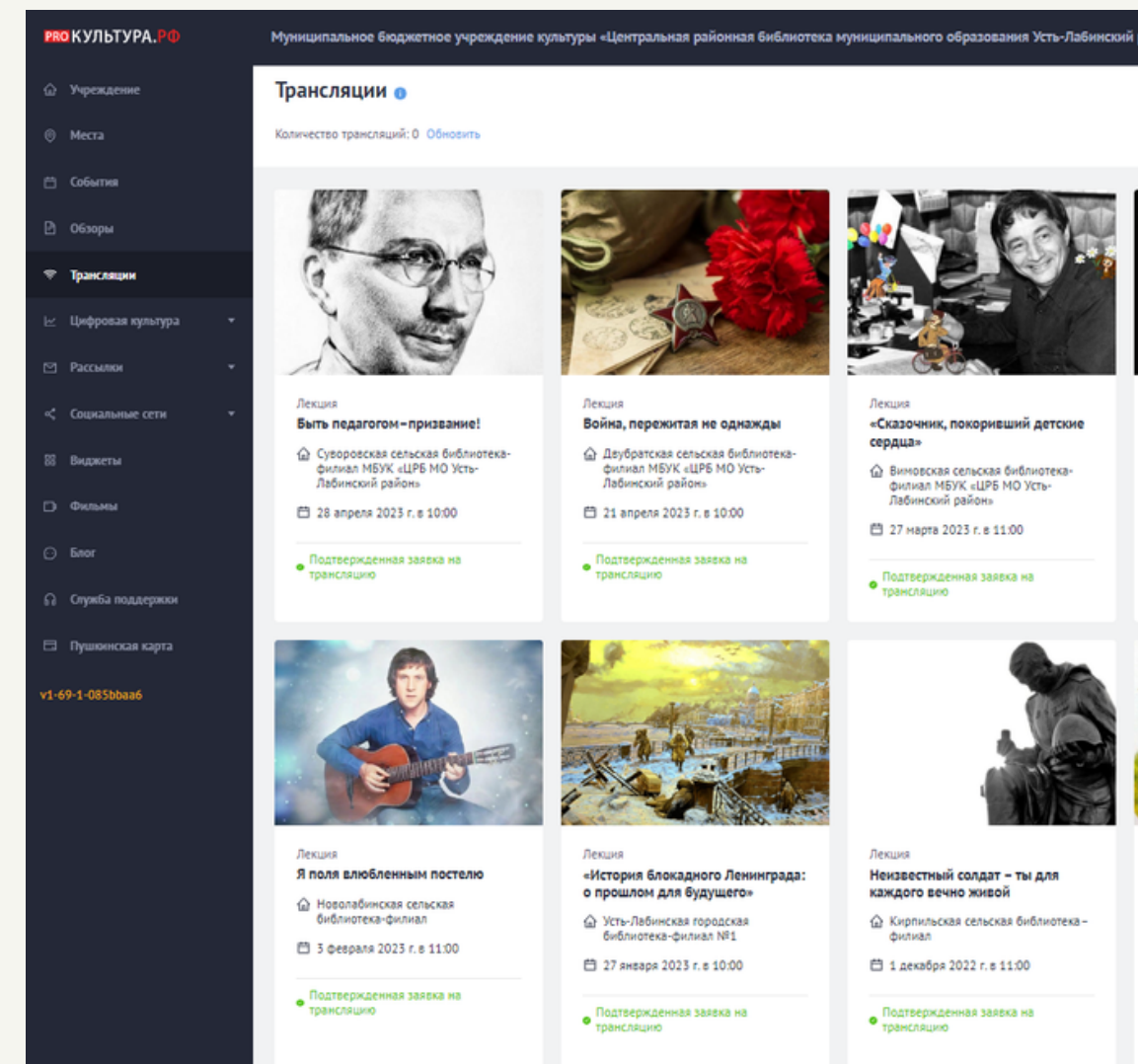
ВИДЕО НА YOUTUBE

самая востребованная площадка
по размещению видеоконтента



СТРИМИНГ ПРО.КУЛЬТУРА

события и афиши на федеральном
и региональном уровнях



КАК СНЯТЬ КАЧЕСТВЕННЫЙ ВИДЕОРЕПОРТАЖ: АКЦЕНТ НА КЛЮЧЕВЫХ МОМЕНТАХ



- **Цель.** Важно понимать задачи съемки, чтобы добиться нужной реакции аудитории. Каждый кадр должен способствовать их решению.
- **Эксклюзивность.** Создайте материал, который произведет впечатление на зрителей.
- **Динамичность.** Избегайте длинных диалогов, меняйте фоны, снимайте активные действия, дайте высказаться участникам с разной (противоположной) точкой зрения.
- **Увлекательность.** Снимите интересный материал, чтобы привлечь больше зрителей и побудить их к обсуждению репортажа.

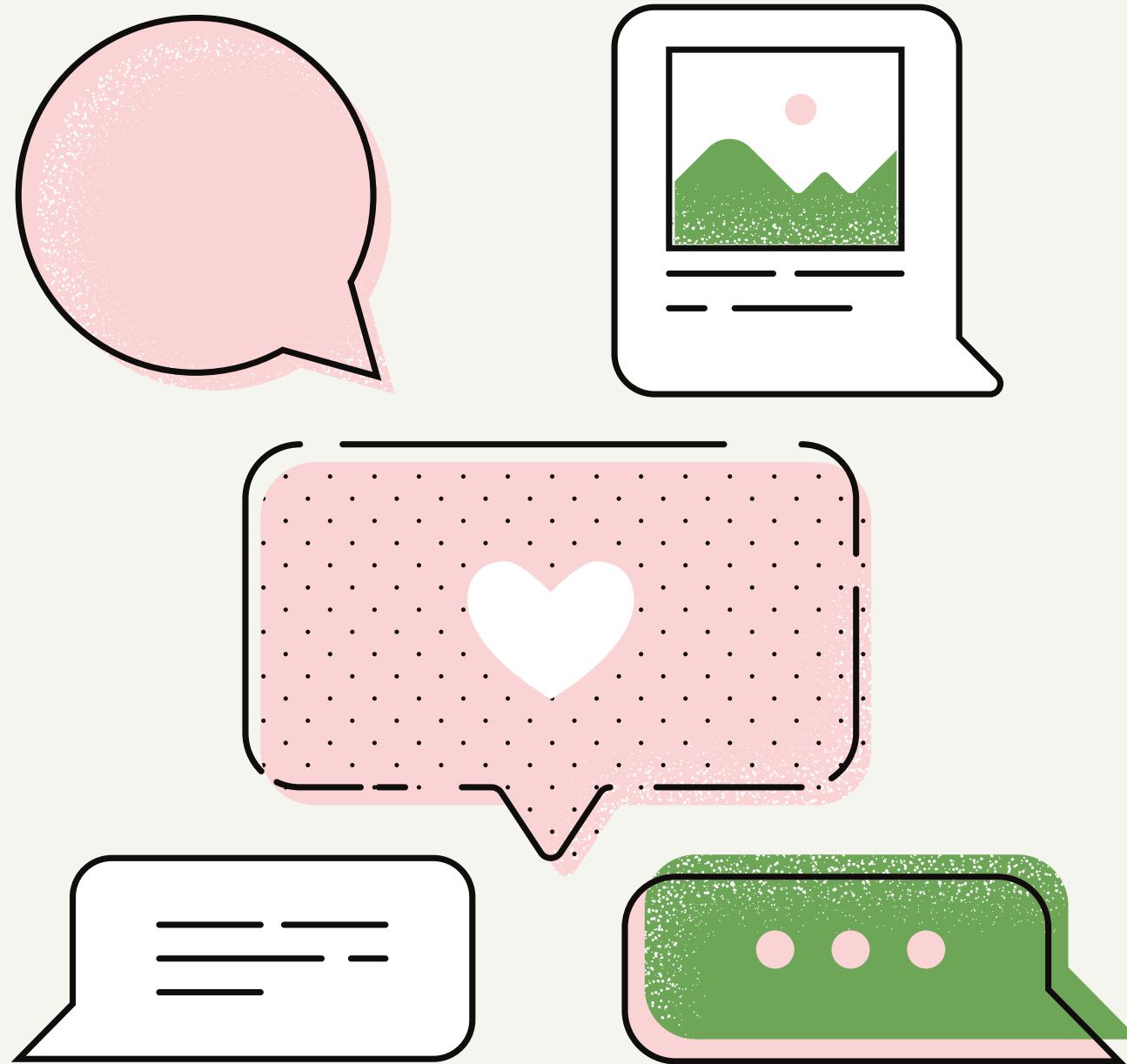
КАК СНЯТЬ КАЧЕСТВЕННЫЙ ВИДЕОРЕПОРТАЖ: АРХИТЕКТУРА ВИДЕОРОЛИКА

Сцена	Видеоряд	Камера	Текст	Хронометраж
Приветствие	В кадр входит менеджер отдела продаж. Становится на исходную точку говорит приветствие.	Общий план	Здравствуйте меня зовут Иван, я менеджер компании N и сегодня я расскажу вам о...	15 сек
	После слов приветствия, менеджер медленно подходит к стойке товара	Средний план, камера ведет менеджера пока тот не подойдет к стойке.	Представляем вам продукт N лучший среди всех.	10 сек
Презентация	Менеджер стоит рядом со стойкой, рукой берет продукт в руки, держит его перед собой	Средний план.	Этот товар N обладает массой полезных свойств и вот одни из них...	15 сек
	Продукт в руках менеджера с разных сторон.	Начиная с преимуществ, крупный план на товар и руки	Преимущество №1 Преимущество №2 Преимущество №3	20 сек
	Менеджер отходит от стойки	Общий план	А теперь давайте посмотрим, как он работает	10 сек
Демонстрация	Менеджер включает продукт и производит демонстрацию работы	Крупный план, включение.	Включаем и начинаем работать.	10 сек
		Средний план на продукт	Как вы видите все происходит очень легко...	30 сек
Продажа	Менеджер кладет продукт на стойку и стоит рядом продолжая говорить.	Общий план	Продукт N покупают во всем мире потому что он...	15 сек
		Крупный план на продукт	Посмотрите как он собран...	20 сек.

- **Завязка.** Здесь зритель видит главного героя и его столкновение с главной проблемой, которую надо решить. То есть демонстрируется событие, отражающее конфликт.
- **Конфронтация.** Действие развивается, показываются детали или же способы, которые никак не помогают.
- **Развязка.** Здесь происходит кульминация, персонаж находит продукт, использует его, проблема разрешается.

СЪЕМКА ВИДЕОРОЛИКОВ — ЭТО БЕЗУСЛОВНО АКТ ТВОРЧЕСТВА И ПОЭТОМУ НЕЛЬЗЯ СОЗДАТЬ ИДЕАЛЬНУЮ СХЕМУ ИЛИ ИНСТРУКЦИЮ ТОГО КАК ПРИДУМАТЬ И НАПИСАТЬ КАЧЕСТВЕННЫЙ СЦЕНАРИЙ ИЛИ ПЛАН ДЛЯ ВАШЕГО ВИДЕОРОЛИКА.

КАК СНЯТЬ КАЧЕСТВЕННЫЙ ВИДЕОРЕПОРТАЖ: ОСНОВНЫЕ ПРИЕМЫ ВИДЕОРЕПОРТАЖА



- **Синхрон.** Фрагмент видео, который содержит прямое общение с участниками события. Ключевые вопросы для синхронов – **Кто? Где? Когда? Что? Почему? Как?**
- **Stand-up.** Главный персонаж – **репортер**, который **комментирует происходящее** в центре кадра. Цель stand-up – привлечь внимание к происходящему, а не презентовать комментатора. В кадре должно оставаться то, что наиболее важно в этот момент: события на сцене, выступления спортсменов, спикеров. Важно: избегайте ярких элементов в гардеробе, чтобы не отвлекать зрителей от сюжета.
- **Закадровый текст.** Комментарии озвучены, зрители не видят автора.
- **Интершум.** Так называют **живой звук в кадре** – разговоры участников, эмоции, шелест страниц книги...

КАК СНЯТЬ КАЧЕСТВЕННЫЙ ВИДЕОРЕПОРТАЖ: ПОДГОТОВКА ОБОРУДОВАНИЯ



Подготовьте оборудование, которое обеспечит четкую картинку с высоким разрешением и качественным звуком:

- **Разрешение** – лучше всего **4K (4096×3072 px)**.
- **Размер матрицы** – **полнокадровая** дает эффект «кино», но более габаритная.
- **Частота кадров** – можно 30, а лучше **60 кадров** в секунду.
- **Битрейт** – скорость кодирования данных, которая измеряется в Мбит/с. Чем **больше битрейт**, тем качественнее видео.
- **Стабилизация** – штатив, стедикам или стопка книг или каких-нибудь коробок.

КАК СНЯТЬ КАЧЕСТВЕННЫЙ ВИДЕОРЕПОРТАЖ: ПОДГОТОВКА ЛОКАЦИИ

Не перегружайте локацию лишними элементами. Декор — это вспомогательный момент и он не должен стать главным героем вашего видео.



- **Уберите лишние вещи (сумки, пакеты и др.).** Выберите место, где на заднем фоне не будет кип бумаг и сплетений проводов, дверей и пр. Уберите лишнее.
- **Элементы интерьера.** С помощью них локация выглядит более непринужденно и создается нужная атмосфера в кадре: мягкая мебель создаст расслабленную обстановку; на журнальных столиках можно разместить реквизит, который ассоциируются с темой видеоролика; а на мониторах и экранах запустить логотип организации

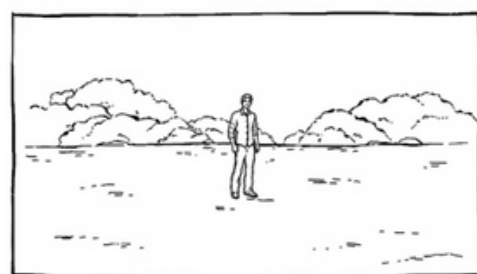
ВАЖНЫ ДЕТАЛИ:

В видео используют чередование 6 видов планов. План - это обозначение масштаба съемки, выбор крупности объекта съемки:

- **Деталь** (например, глаза человека).
- **Крупный план** - лицо человека во весь экран.
- **1-й средний план** - часть фигуры человека по грудь, по пояс.
- **2-й средний план** - фигура человека по колению.
- **Общий план** - человек во весь рост располагается в кадре так, что над его головой и под его ногами остается небольшое пространство.
- **Дальний план.** Фигура человека в этом случае мала. Она составляет 1/10 часть высоты кадра и меньше.



ДАЛЬНИЙ (СВЕРХОБЩИЙ) ПЛАН
Extreme Long Shot



ОБЩИЙ ПЛАН
Very Long Shot



ПОЛНЫЙ ПЛАН
Long Shot



ПОКОЛЕННЫЙ ПЛАН
Medium Long Shot



СРЕДНИЙ ПЛАН
Medium Shot



ПОЛУКРУПНЫЙ ПЛАН
Medium Close Up



КРУПНЫЙ ПЛАН
Close Up



ПРЕДЕЛЬНО КРУПНЫЙ ПЛАН
Big Close Up

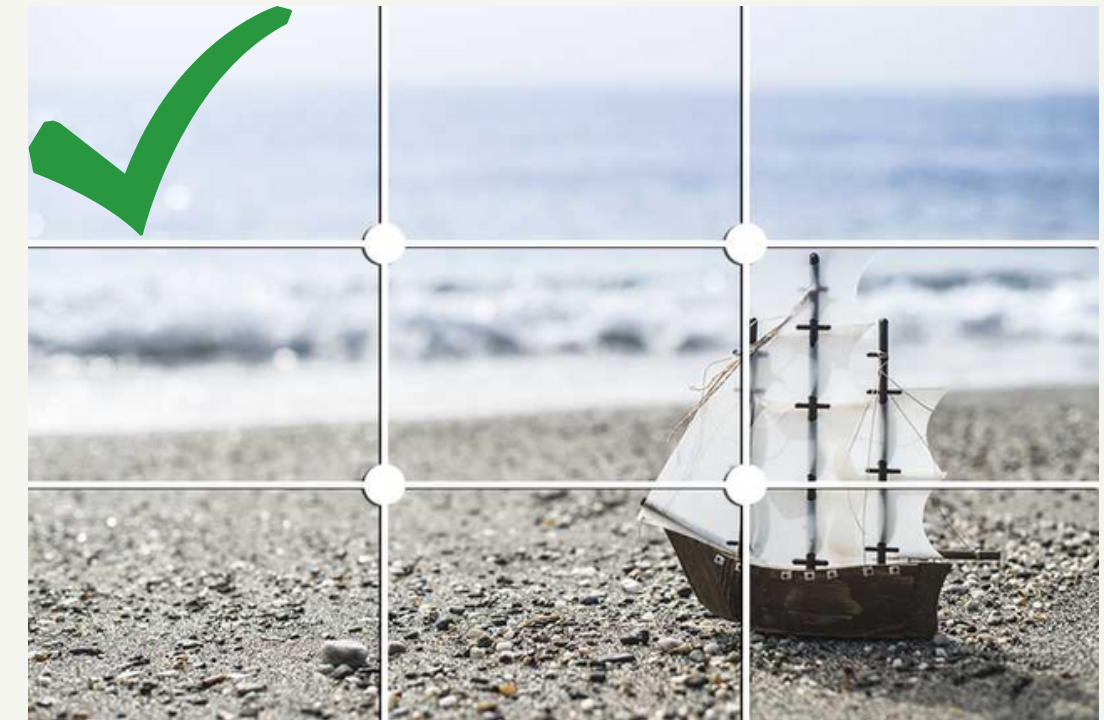


ДЕТАЛЬНЫЙ ПЛАН
Extreme Close Up

РЕКОМЕНДАЦИЯ: ПРИ СЪЕМКЕ СНАЧАЛА СНИМИТЕ ОБЩИЙ ПЛАН, ПОТОМ НАЧИНАЙТЕ "ВЫХВАТЫВАТЬ" СРЕДНИЕ ПЛАНЫ, ПОТОМ ПЕРЕХОДИТЕ К КРУПНЫМ ИЛИ СВЕРХКРУПНЫМ. ЛУЧШЕ ВОСПРИНИМАЮТСЯ КАДРЫ, СМОНТИРОВАННЫЕ "ЧЕРЕЗ ПЛАН", НАПРИМЕР, КРУПНЫЙ СО ВТОРЫМ СРЕДНИМ, 1-Й СРЕДНИЙ С ОБЩИМ И Т.Д.

КОМПОЗИЦИЯ, РАКУРС... БАЗОВЫЕ НАВЫКИ

- **Правило третей** - основополагающий принцип композиции. Метод заключается в разделении изображения на три равные части — по горизонтали и вертикали — в результате чего получается сетка. Точки пересечения называются точками интереса, они соответствуют наилучшему зрительному восприятию. Таким образом, значимо важные объекты съемки следует располагать в точках пересечений этих линий.
- Старайтесь добиться того, чтобы **источник света был сзади вас**.
- Обращайте **внимание на задний план** - на фоне чего находится объект (иначе потом придется избавляться от "рогов" и "чебурашкиных ушей"). Следите так же, чтобы главный объект снимка не сливался с фоном.
- Следите, чтобы **горизонт был ровным**. Почти всегда в камере есть опция, которая включает сетку в видоискателе, или на экране, следя за этой сеткой, и параллельностью горизонта относительно этой линии можно добиться хорошего результата.
- Держите **камеру на уровне объекта съемки**. Не фотографируйте снизу вверх или сверху вниз, нарушая пропорции.
- Если вы снимаете **движущийся объект**, то оставляйте на видео **пространство перед объектом**, то есть по ходу его движения. Располагайте объект, как будто он только зашёл на фотографию, а не покидает её.
- Если вы снимаете **здание**, то выберите ракурс, при котором **видны и его фасад и боковая сторона**. Это будет выглядеть объемнее.



МОНТАЖ

Обработка видеороликов – процесс творческий, экспериментируйте и не бойтесь воплощать свои самые смелые задумки.

В помощь вам есть масса полезных инструментов:

- [Bolide Movie Creator](#),
- [Киностудия Windows](#),
- [Pinnacle studio](#),
- [Shotcut](#),
- [Videostudio pro](#),
- [Sony vegas pro](#),
- [Movavi Video Editor](#),
- [Adobe Premiere Pro](#) и др.

Не стоит забывать и про [PowerPoint](#) (подойдет версия программы начиная от 2010 года).

Нужно просто сделать презентацию и сохранить ее как видео, там же накладывается и звук.



ВИДЕОКОНТЕНТ ЯВЛЯЕТСЯ ЭФФЕКТИВНЫМ ИНСТРУМЕНТОМ КОММУНИКАЦИИ В НАШЕ ВРЕМЯ

Яркая и наглядная подача информации через видео способствует тому, что вовлечённость аудитории увеличивается, а значит, результативность целевых действий тоже повышается.

Сегодня создание видеоконтента становится обычной процедурой в продвижении и привлечении в библиотеку пользователей.

