

Пять шагов для тех, кто никогда не снимал видео для своего медиапроекта

Какая техника нужна, что следует знать, чему научиться и как обрести вдохновение

Ещё в 2009 году мы вдруг решили, что нашему сайту, на тот момент существовавшему год, нужно видео. Уже тогда «Вордпресс», на котором сделан сайт

Ревда-инфо.ру, позволял встраивать ролики с ютуба и других популярных видеохостингов (из соцсетей ещё нет). И мы, недолго думая, взяли в руки обычные фотокамеры с функцией видеосъёмки и начали снимать.

Сейчас, глядя на видео тех лет, я улыбаюсь. С одной стороны, они крайне (!) непрофессиональные, с дрожащей камерой, плавающим зумом, смешными оборванными кадрами, практически без монтажа. С другой стороны, это типичная видеожурналистика, кое-где даже с комментариями репортёров, и 11 лет назад так в маленьких городах почти никто не делал.

С годами мы стали куда лучше снимать, научились монтировать, понимать разницу между видео для сайта, социальной сети (ВКонтакте, Инстаграма, ютуба, Тик-Тока, сторис и поста). Стали придумывать сценарии и даже заранее искать героев. Начали снимать прямые эфиры. И всё же по-прежнему сталкиваемся с некоторыми проблемами.

Если вы ещё не пробовали снимать видео для своего медиапроекта, или делаете это редко, или недовольны собой, я расскажу вам о нашем опыте. На тернистом пути от газетчика к видеожурналисту нужно пройти путь из пяти шагов. Вот он.

Валентина Пермякова — редактор газеты «Городские вести» и проекта Ревда-инфо, Ревда, Свердловская область



ШАГ ПЕРВЫЙ. А ОНО МНЕ НАДО?

Давайте сразу расставим точки над *i*.

Оно вам стопроцентно надо.

Люди обожают видеоконтент. И длинный (интервью), и короткий (тизер истории), и шоковый (ДТП, прыгающие с мостов люди), и милый (коттики, собачки, дети), и новостной (уборка урожая).

Подумайте, как часто вы смотрите видео в интернете? Полагаю, ваш ответ будет: каждый день. С помощью видео можно передать куда больший спектр настроений, нежели с помощью текста.

Матёрые газетчики мне скажут: «Так нас и учили работать словом!». Да, но помните о визуалах, о молодом поколении, которое потребляет контент совсем по-другому и учит этому молодых.

Надо сразу понимать: видео — это не игрушки. С помощью видео вы можете рассказать и серьёзную журналистскую историю тоже, и предварить (или прорекламировать в соцсетях) своё расследование, и поделиться эмоциональным текстом на социальную тему (бездомные, ВИЧ-инфицированные, одинокие мамы). Мы всё это делали.

Вместе с тем, чаще видео (то, которое на потоке) — это сиюминутное происшествие, это действие в моменте, это какой-то драйв, который хочется показать читателю.

Как используем видео с разной степенью успешности и регулярности мы.

1. Ультракороткое видео. Кусочек в 10—20 секунд. Он сопровождает событие. Зажглась ёлка на главной площади, дорожники сыплют смесь ото льда руками, а мы идём за машиной и снимаем, бьёт поток воды на месте аварии. Оно улетает в телеграм-канал, в сторис ВКонтакте и Инстаграма, обычно мы даже не монтируем, снимаем телефоном на месте событий и грузим сразу, сопровождая короткой репликой (титрами в сторис).

2. Короткие истории в соцсетях. Минутный ролик для Инстаграма, полтора-минутный для ВКонтакте. Его важно снабдить титрами.

Дело в том, что большинство людей листают ленту, не включая звук (в Инстаграме для этого нужно ещё дополнительные действия проделать). Кто-то на работе или в транспорте не может слушать аудиодорожку. И тогда титры выручают. Такой ролик сам по себе ценен, или же вы можете прикрепить его к посту-анонсу большой истории на эту тему.

Недавние примеры: история мужчины-медика, который научился наращивать ресницы и стал этим зарабатывать (по ссылке зарисовка); открытие ледового катка, единственного большого в Ревде (по ссылке репортаж); расследование об обмелении Новомариинского водохранилища.

Его цель: заманить читателя на большой текст, привлечь его внимание, дать ему наживку. Такие ролики можно вставлять

кодом в начало вашего большого текста в качестве видеорезюме к тому, что сейчас прочитает человек.

3. Длинное видео. Обычно 3—4 минуты, это максимум. У него нет тестового формата, он нужен именно как видео. Это ролик, который выходит на сайте в рубрике «Видеосюжеты», мы загружаем его в IG-TV в Инстаграме или в раздел видеосюжетов нашей группы во ВКонтакте.

Пример: гастроль уличного музыканта в нашем городе, борьба с коровами, которые гуляют по дорогам, комментарии чиновников о вакцинации против коронавируса.

4. Запись чего бы то ни было. Бывает больше часа, но чаще полчаса, обычно смонтированное видео. Концерты, спортивные состязания, большие интервью, записи встреч одних людей с другими. Здесь важно понимать, будет ли интересно человеку смотреть это видео от начала до конца.

Современные инструменты позволяют сделать раскадровку, разбить на главы выгруженное в ютуб видео и снабдить меню свою запись на сайте. Иной вариант: дать текстовую расшифровку или пересказ, как делает, например, пресс-служба губернаторов или президента.

5. Онлайн. Это буквально: прямые эфиры. Мы идём самым простым путём, используя приложение ВКонтакте или Инстаграм для эфиров. Обычно это стримы с места событий (митинги, праздники, шествия, конкурсы) или интервью в прямом эфире.

Сейчас из-за коронавируса в студии собираться временно перестали, раньше делали такие встречи каждый месяц, неизменно собирая хороший отклик от публики. Запись онлайн можно выгрузить в свой сайт кодом, обязательно сопроводив расшифровкой, пересказом.

ШАГ ВТОРОЙ. ЧТО Я ДОЛЖЕН ИМЕТЬ?

Тут на самом деле всё просто. Для коротких видео достаточно **фотокамеры с функцией видеосъёмки**, а иногда можно обойтись смартфоном с хорошей камерой, имеющей цифровую стабилизацию, а также прямыми руками. Бувально. Умение держать фотокамеру и видеть кадр — это основа основ.

Далее желательны **штатив, стедикам** (ручной стабилизатор, мы используем DJI Osmo Mobile 2, недорогой, но функциональный), **петлички** для хорошего звука, когда вы пишете эфир с человеком или интервью, ну и всё. **Свет, фоны** для студии: это следующий уровень (у нас нет).

Программного обеспечения сейчас довольно много всякого разного. Мы пользуемся онлайн-сервисом Supra, позволяющим монтировать короткие титрованные видео, добавлять туда фото, логотипы, звук, музыку, и старенькой программой Movavi для длинных видео. Можно купить что-то другое, более дорогое, всё зависит от ресурсов.

Для красоты видео можно заранее монтировать аудиодорожку, и пока мы не придумали ничего лучше простого сервиса Audacity. Чтобы вы понимали: для нас главное — экономия ресурсов и интуитивная простота для любого члена редакции этих программ.

Можно говорить, что есть более крутые сервисы, я не спорю, они есть. Но мы пользуемся этим.

Что касается основ, для начала достаточно просто смартфона и интернета. Есть платные мобильные программы для монтажа, но и без них можно обойтись.

Иногда достаточно снять картинку через паузу в вашем смартфоне, и вы получите полноценный ролик для соцсетей с ценностью запечатлённого момента.



Репортёр Ревда-инфо.ру Татьяна Замятина и техника, которой мы пользуемся для работы с видео

ШАГ ТРЕТИЙ. ЧТО Я ДОЛЖЕН УМЕТЬ?

На самом деле главное — желание. Если вы задались целью снимать видео, не надо сразу задумывать киноэпопею. Начните с малого. Например, снимите сторис для вашего Инстаграма о том, как... чистят от снега дороги. Или открывают ледовый городок. Или как люди празднуют Новый год. Главное — не пользуйтесь, пожалуйста, зумом, используйте свои ноги для приближения к объекту.

Старайтесь потише дышать за кадром (вечная моя беда, пыхчу как паровоз). И точно поймите соль: смогут ли люди увидеть то, что вы сняли, сами? Или это заметили только вы? Второй вариант предпочтительней.

На следующих уровнях желательно обладать пониманием разницы между видео для интернета и телевидения; отточить навыки монтажа, работы с простыми программами; разбудить в себе кинозрителя и показать даже в коротком видео драму.

Так, давайте про драму я всё-таки напишу пару слов.

У вас есть 4 секунды, чтобы захватить внимание публики.

Вот почему первое, что вы должны придумать, садясь за монтаж, — с чего начать. Говорящая голова мэра интересна, если он вещает о чём-то суперважном (и то в этом случае лучше будет оперативно выстрелить новостью в телеграм-канале) или опростоволосился, перепутав цифры и факты, а вы хотите это показать.

Говорящий мэр может быть нам важен, если он объявляет о том, что снесёт ветхое жильё (сверху титр: декабрь, 2012 год), а после этой фразы мы покажем те самые ветхие дома сейчас.

Ясна суть? Захватывающий кадр, контрасты, переход от частного к общему. Мы смотрим видео в интернете так же, как кино. И задача монтажёра — так смонтировать кадры, чтобы публика не заскучала.

ШАГ ЧЕТВЁРТЫЙ. КАК ПРИДУМАТЬ?

Обычно сюжеты подкидывает сама жизнь. Возьмите за правило брать с собой смартфон даже в неожиданные места.

Пишете о рухнувшей крыше? Сделайте проводку камерой телефона и прокомментируйте увиденное.

Я недавно сняла для сторис свои ботинки — шла на работу и покатила по нечищеному заледенелому тротуару. Ну и сняла этот каток в центре Ревды с комментарием, мол, делайте ставки, упаду или нет. Тем самым поднялась дискуссия о том, как надо чистить улицы, как посыпать их противогололёдной смесью, ну и так далее. Всё вылилось в большой материал с юристами и историями упавших поломанных горожан.

Если вы хотите снять длинную историю, иногда требуется подготовка. Можно заранее придумать сюжет и примерно представлять, как вы покажете историю в кадре. Можно использовать и видео, и фотографии, и запись голосовых сообщений, и рисунки.

Можно снять самого себя с комментариями о каком-то событии. Потратьте полчаса на придумывание перед выходом в поле. Зарядите журналиста, объяснив ему задачу. И история сложится.

Очень важно снимать кадры разной ценности. Как у киношников, у нас есть общий, средний и крупный планы. А ещё есть тайное оружие: очень крупный план (например, бегущие стрелки часов или глаза человека, который плачет, или руки ребёнка, перебирающие игрушки). При съёмке по стандарту мы снимаем один сюжет (например, монтируют ёлку в центре города; ну, декабрь, Новый год, такие у меня приме-

ры) с трёх точек вокруг, делая три плана: общий, средний, крупный.

Записываем комментарий (если есть) чей-нибудь. И при монтаже собираем из этого материала динамичный ролик. Если заранее всё придумать, а также набить руку, можно сразу снимать нужные планы, так как ролик соберётся у вас в голове ещё до того, как вы нажмёте кнопку REC.

Совет: планируя работу на неделю, месяц, думайте, можете ли вы принести из поля видео? Если да, то какое?

ШАГ ПЯТЫЙ. У МЕНЯ НЕ ПОЛУЧАЕТСЯ, КАК БЫТЬ?

Главное — не грустить. Невозможно всегда быть молодцом. Даже если получилось не так, как вы хотели бы, это уже повод гордиться собой, потому что вы пробуете и учитесь. Можно смотреть, что делают другие: есть классные проекты, трешовый Mash (микс видео и фото), Romb (видео о России и не только), есть инстаграм-проекты с видео (например, Усы Пескова). А может быть, вы сами знаете проекты, которые могут чему-то научить.

Если же не выходит, это не повод загонять себя в рамки: нам надо принести видео, и всё тут. Пусть сегодня эта история выйдет в формате текста, а потом вы используете для вашего видео фрагменты аудиointервью.

И ещё важно не бояться показаться смешным, странным или глупым. А что скажут читатели? Им это вообще не надо! Поверьте, надо, и ещё как. Просто вы никогда этого не давали, а они, может, очень ждут. Мой совет: попробуйте уже сейчас, не откладывайте на потом. А вдруг получится, и получится здорово?



Раздел «Видео»
на сайте
«Ревда-инфо»