

Як експерти «ВМ-НФ» оцінюють відео контент

Андрій Єлькін, педагог-організатор Запорізького НВК №19

У цій статті Ви дізнаєтесь, якими критеріями керується експертна рада Шкільного медіахолдингу «ВМ-НФ», нараховуючи ту чи іншу кількість балів за відеоролики.

У проєкті «ВМ-НФ» велика увага приділяється формуванню медіакомпетенцій, необхідних для створення якісного відео. Сучасна онлайн журналістика передбачає реалізацію принципу конвергенції, коли репортер готує не тільки фотографії і словесну частину новинного повідомлення, але і намагається включити в новину відео, яке посилить ефект присутності читача, дозволить в більшій мірі ілюструвати подію або глибше розкрити тему.

Саме тому багато учасників медіаосвітнього проєкту «ВМ-НФ» (юнкори ЗНВК №19) не обмежуються тільки написанням текстової частини новини та розміщенням в ній декількох фотографій. В ході освітлюваних заходів вони записують відео, яке потім монтують і завантажують на свої канали YouTube.

Зрозуміло, що такі активності всіляко вітаються в проєкті «ВМ-НФ», адже, як відомо, відео-контент є найпопулярнішою в сучасному світі різновидом контенту. Експерти намагаються нараховувати бали в банки балів медіаосвітніх досягнень за те, що на сторінці новинного повідомлення присутній відео репортаж, рекламний або пізнавальний ролик.

На жаль, як показують сучасні дослідження, молоде покоління вважає за краще дивитися відео і все менше читає статті, а якщо читає, то робить це «по діагоналі монітора», швидко прокручуючи вниз ті чи інші веб-сторінки. Звідси виникає синдром «кліпового мислення», який, з одного боку, змушує медіапедагогів прогнозувати наслідки, вибудовуючи відповідні освітні стратегії, а з іншого - спонукає ЗМІ переглядати редакційні політики з урахуванням нових пріоритетів.

Перш, ніж експерт «ВМ-НФ» застосує ту чи іншу шкалу критеріїв, він спробує зрозуміти, в якому жанрі виконано відео-проєкт. Що це - репортаж, рекламний ролик, пізнавальний фільм, або це може бути якийсь короткометражний художній фільм, який створюється і режисером з акторами за відповідним сценарієм. В кожному окремому випадку в залежності від жанру критерії оцінювання будуть різними, і їх зміст буде визначатися правилами цього жанру.

Наприклад, якщо Ви створюєте телевізійний репортаж, то журі звертатиме увагу на структуру і драматургію побудови. Всім відомо, що репортаж - це розповідь про подію з місця події, в якому журналіст повинен відповісти на три основні питання - що? де? коли?

При цьому, як правило, хронометраж такого медіатексту не перевищує 2-3 хвилини.

Звичайний репортаж знімається і видається в ефір день в день і має одне місце зйомок. Новинний репортаж іноді називають гарячою новиною. Тому експерти можуть додати додаткові бали, якщо дотримується принцип оперативності, і навпаки - знизити оцінку, якщо репортаж опублікований через тиждень або два після того, як дана подія відбулася.

Інша справа - спеціальний репортаж. У ньому репортер намагається відповісти на більше питань. Крім питань «що, де, коли» сюжет буде розповідати про те, що передувало цим подіям, що буде далі, з чим можна порівняти цю подію. Спецрепортаж, як правило, знімається в кількох місцях. Над ним працюють більше, ніж один день.

Іноді телевізійний репортаж роблять в жанрі журналістського розслідування. Автор робить спробу відповісти на питання - хто винен? В таких проектах час і місця зйомок не обмежені. Зрозуміло, що хронометраж тут буде більше 2-3 хвилин. Або, скажімо, репортаж-портрет також має свої особливості. У ньому ми знайдемо відповіді на всі ці запитання, але через історію однієї людини.

При цьому потрібно пам'ятати, що, межі в цьому жанровому розподілі умовні. У будь-якому репортажі є портрет, в будь-якому спеціальному репортажі - елементи розслідування і т.д. , При цьому, певні розмежування між різними жанрами репортажів є, і їх ретельно враховують наші експерти, намагаючись розпізнати авторську ідею відеоролика.

Відеосюжет повинен мати оптимальну структуру. Основні елементи телесюжету - це синхрон, стендап, закадровий текст, інтершум, відеоряд.

Синхрон - це текст респондента, який отримують в результаті інтерв'ю з ним. Репортер готує короткі, точні і прості питання заздалегідь. Виявляючи цікавість, він задає їх в питальній формі. Доречно також мати запас додаткових питань, які допоможуть краще розкрити респондента, наприклад: Що ви відчуваєте? - Що ви маєте на увазі? - Як ви собі це уявляли? - Що ви збираєтеся робити? Питання повинні бути нейтральними і простими. В ході інтерв'ю репортер постійно імпровізує. Він уникає питань, що допускають односкладові відповіді «так» або «ні». Він не допускає перевантажених питань (два в одному), власних коментарів, припущень, навішування ярликів, власної оцінки події.

Стендап - текст журналіста в кадрі, зазвичай застосовується на початку і в кінці сюжету. За допомогою стендапу Ви можете позначити місце події, прославитися, підкреслити ексклюзивність зйомок.

Закадровий текст - текст журналіста за кадром. Він повинен бути чітким, ясним і лаконічним, а також максимально неупередженим. Всі емоції зазвичай потрапляють в синхрон. У закадрового тексту не можна вимовляти незрозумілу аббревіатуру, давати багато цифр, які не порівнюючи їх з чимось загальновідомим, вживати складні дієприслівникові обороти, вживати побиті прислів'я і приказки, бути занадто пафосним, вибирати невірну інтонацію.

Точність, стислість і ясність говорять про професіоналізм журналіста. У тексті викреслюються всі зайві слова! Текст повинен бути виразним, змістовним і передавати атмосферу, що відбувається. Репортер володіє прийомами ораторського мистецтва.

Інтершум - реальний звук події - створює ефект присутності на місці події.

Відеоряд ілюструє розповідь журналіста і дозволяє скоротити передачу інформації у словесній формі (не потрібно розповідати про те, що тепер видно на екрані), що економить екранний час. При цьому занадто виразний відеоряд може відволікати увагу глядача від змісту (канібалізм кадрів). Яскраві, страшні, емоційні кадри розсіюють увагу, знижуючи інтерес до розповіді за кадром. Метонімія - фрагмент цілого. У телевізійному

сюжеті показують лише окремі епізоди того, що відбувається, за допомогою яких у глядача формується уявлення про ціле. Кадри і звук допомагають глядачеві уявити собі дійсність.

Драматургія побудови. Важливий драматургічний хід в побудові сюжету - це ототожнення і конкретизація. Публіка хоче бачити і чути учасників події. Передати інформацію про те, що трапилося репортер може словами свідка. Розповідь про долю окремої людини допомагає глядачеві ототожнити себе з новиною. Людям легше вникати в суть події на прикладі окремої людини. Розповідь про когось або про щось повинна бути частиною загальної теми. Починаючи з конкретного, переходимо до абстрактного. Завдання репортера: змусити глядача задаватися актуальними запитаннями, наприклад: «Як таке могло статися? Чому? ».

Спочатку репортер збуджує цікавість, потім переходить до роз'яснення. Кожен сюжет має зав'язку, середину і кінцівку. Зазвичай оператор починає з кадрів інтерв'ю. Потім робить камерою «наїзд», а «від'їзд» має місце в кінці сюжету.

Гармонійне поєднання звуко- і відеоряду грає важливу роль. Велика кількість рухомих, часто мінливих кадрів або кадри, які не мають відношення до того, про що йде мова, заважають сприйняттю змісту. Важливий також темп подачі матеріалу. Не вітається висока інтенсивність розповіді. Не повинно бути пауз і невиправданих зупинок. Важливо утримувати увагу глядача, полегшуючи сприйняття сенсу сюжету.

Таким чином, якщо експерти «ВМ-НФ» оцінюють відеорепортаж, то вони окремо оцінюють операторську роботу, монтаж, режисуру, про яку судять за структурою (оптимальність хронометражу, синхрон, стендап, закадровий текст, інтершум, відеоряд) і по драматургії (ототожнення, конкретизація, перехід від конкретного до абстрактного, гармонійність поєднання аудіо і візуального ряду, повнота розкриття теми, завершеність сюжету).

За відеорепортаж зазвичай нараховується (в залежності від рівня професійності) від 10000 до 30000 балів.

Пізнавальні ролики оцінюються за такими критеріями:

- дотримання авторського права (титри, запозичення, унікальність контенту);
- відповідність сюжету відеофільму обраною темою;
- хронометраж;
- оригінальність, ексклюзивність, кількість переглядів;
- відповідність цілей ролика його змістом;
- практичне значення відеопроєкту, ступінь впливу на аудиторію;
- інформаційна насиченість, оптимальність інтенсивності подачі інформації
- науковість роботи, відсутність помилок;
- монтаж, естетика, дизайн, виправданість колірних рішень;
- використання графіки, анімації, переходів, їх доречність і відповідність змісту роботи, єдиний стиль;
- якість звуку.

За пізнавальні ролики нараховується від 2000 до 10000 балів.

Рекламні ролики, піар-ролики оцінюються за такими критеріями:

- хронометраж (від 20 до 45 сек.);
- монтаж;
- музичний супровід;
- виразність засобів;
- ефективність впливу на глядача;
- кількість переглядів в Інтернеті.

За рекламні ролики нараховується від 2000 до 10000 балів.

Нові жанри (наприклад, відеоблог на ютубі) також мають свої критерії оцінювання. Там крім усього іншого враховується популярність ролика (кількість переглядів, лайків, коментарів), зміст, прогресивність тематики.