

ВИДЕО

Видео

Как использовать видео при проведении кампании **Задачи данной главы**

Данный раздел руководства содержит подробные инструкции по эксплуатации видео оборудования. В нем также описываются различные способы использования видео материалов для достижения целей Вашей кампании.

Данная глава разбита на три ключевые раздела:

Раздел 1. Видео как инструмент кампании

- 1.1 В чем польза видеоматериалов?
- 1.2 Планирование и разработка стратегии.
- 1.3 Ваш вопрос/тема и Ваша аудитория.
- 1.4 Видеоматериалы для кампании.

Раздел 2. Техническая и практическая информация

- 2.1 Что такое камкордер?
- 2.2 Руководство по производству съемки с помощью видео камкордера.

Раздел 3. Проверочный список для подготовки видеоматериала

Раздел 4. Проверочные списки для съемки.

Важная информация! Прочтите в первую очередь!

Данное руководство содержит правила эффективного сбора видеоматериалов для Вашей кампании, но у него есть определенные ограничения:

Технические характеристики

Описанные здесь технические аспекты функционирования аппаратуры подразумевают запись в формате цифрового мини DV. Если Вы используете другой формат (например, Hi8, VHS), обращайтесь в Фонд Экологической Справедливости (ФЭС) за получением соответствующего руководства. Помните, что данное руководство всегда следует **использовать вместе с руководством по эксплуатации, предоставленным производителем Вашей видеокамеры, с которым Вы должны детально ознакомиться.**

Раздел 1. Видео как инструмент кампании.

1.1 В чем польза видеоматериалов

Видеоматериалы меняют мир

Видеозаписи, фильмы и фотографии – это элементы международного языка, который понимают независимо от национальных, культурных и лингвистических границ.

- Видеоматериалы можно использовать для привлечения внимания к конкретной теме, для того, чтобы сделать ее интересной и понятной для большей аудитории, включая тех, кто не подпадает под непосредственное воздействие затрагиваемой Вами проблемы.
- Хорошо подготовленное информационное видео сообщение или короткометражный документальный фильм могут вызвать значительный интерес и эмоции, и таким образом повысить количество сторонников Вашей кампании. Привлекая интерес средств массовой информации, общественности, представителей гражданского общества и политиков, видеоматериалы могут использоваться для разработки местных, национальных и международных акций.
- Видеоматериалы могут содержать неопровержимые доказательства существующей проблемы, например, незаконного проживания, загрязнения окружающей среды, неправомерных действий по отношению к местному населению. С помощью этих материалов можно продемонстрировать, кто является причиной данной проблемы, что именно они совершают, и как это отражается на людях и окружающей среде. Видеоматериалы служат важным инструментом не только для отражения проблем, но и для выработки их разрешений.
- Видеоматериалы могут использоваться для возбуждения международных акций, что приносит непосредственные преимущества на национальном и местном уровнях. Современные средства передачи информации могут моментально передавать изображения, детальную информацию и фактические доказательства из далеких деревень в мировые центры власти.

1.2 Планирование и разработка стратегии

Разработка четкой стратегии передачи информации является основой успешной подготовки и использования видеоматериалов (*см. главу о средствах массовой информации Руководства для активистов).

Стратегия должна включать четкое описание как минимум следующих аспектов:

- Какова Ваша основная идея?
- Для кого предназначена Ваша идея и кому Вы пытаетесь ее донести?
- Что Вы хотите достигнуть с помощью видеоматериалов, и как это будет способствовать Вашей исследовательской и правозащитной деятельности?



- Какой формат Вы хотите использовать для распространения Вашей идеи? Каким будет окончательный продукт? (Информационное видео сообщение, документальный фильм?)
- Есть ли у Вас доступ к монтажному оборудованию, можете ли Вы себе его позволить?
- Как Вы планируете распространять снятый материал?
- Каким бюджетом и временем Вы располагаете?

*** ПОМНИТЕ - Всегда обеспечивайте безопасность. НЕ РИСКУЙТЕ без надобности, не подвергайте риску себя и тех, кого Вы снимаете.**

Пример использования видеоматериалов для достижения конкретных целей на местном уровне.

ФЭС и Центр Изучения и Развития Сельского Хозяйства Камбоджи (ЦИРСХК) сняли фильм о фермерах, которые успешно выращивали органические овощи (без использования высокотоксичных пестицидов). Этот материал предоставляет информацию об альтернативных методах выращивания урожая, которая может быть полезна фермерам, продолжающим использовать вредные химикаты. Кроме того, информация передается людьми, которых они понимают и знают – другими фермерами.

Снимая данный материал, мы преследовали следующие цели: улучшить состояние здоровья фермеров, членов их семей и соседей, снизить уровень вредных химических осадков в окружающей среде и их негативное воздействие на живую природу, уменьшить отрицательное воздействие пестицидов на потребителей фермерской продукции.

Данный пример показывает, как создавать видеоматериал в образовательных целях.

Пример использования видеоматериалов на международном уровне

Документальные репортажи о голоде в Эфиопии в 1984 – 1985 гг. вызвали международный протест против человеческих страданий. В Великобритании и Соединенных Штатах были проведены концерты с участием всемирно известных музыкантов, с целью сбора средств для устранения этой катастрофы. Это было показано по телевидению по всему миру, в результате были собраны миллионы долларов на борьбу с голодом в Эфиопии.

**** Видеокамера исключительно полезна для следователей, участников кампаний и исследователей. С помощью видеокамеры можно собрать доказательства и информацию, необходимые для достижения целей кампании.***

Используя соответствующее оборудование хорошо обученный оператор и фотограф может:

- Снять и продемонстрировать противозаконные действия по отношению к людям и окружающей среде.
- Обратиться к различным группам на местном, национальном и международном уровнях, привлечь интерес и получить поддержку.
- Разработать высокоэффективные образовательные материалы.
- Продемонстрировать возможности лучшего ведения дел, рассказать об успехе, мерах профилактики и устранении проблем.

1.3 Ваша тема и Ваша аудитория

Первые шаги к успешному использованию видеоматериалов для достижения целей Вашей кампании следующие:

- выявление идеи, которую Вы хотите распространить, выделение ключевых аспектов и их четкое разъяснение.
- выяснение, какие кадры помогут Вам в этом.
- выявление аудитории, которой Вы хотите донести данную информацию.
- Разработка плана использования снятых видеоматериалов.

** Для успешного использования видеоматериалов, как и для проведения расследования, необходимо разработать четкий план.*

Какова главная идея и как донести ее до аудитории (как рассказать мою историю?)

В первую очередь необходимо разработать общий план, а предпочтительнее написать сценарий Вашего фильма. Это необходимо независимо от того, какой конечный продукт Вы хотите получить – черновой вариант фильма, который будет передан в телестудию, где его обработают и сделают монтаж, или готовый образовательный видеофильм.

Ответьте на следующие вопросы и проверьте, есть ли у Вас видеоматериалы для иллюстрации всех аспектов, а затем разработайте общий сюжет или сценарий фильма.

- В чем суть проблемы, и какие кадры отразят ее наилучшим образом?
- Какое влияние оказывают данные проблемы на людей и окружающую среду?
- К каким результатам может привести реализация проекта (например, строительства дамбы или шахты)?
- Кто создают проблему (проблемы) и кто принимает решения по данному вопросу?
- Каким образом это делается?
- Как жили люди, и какой была окружающая среда до возникновения проблемы?
- Что можно предпринять для разрешения проблемы?

** ПОМНИТЕ, что прежде чем начинать сбор видеоматериалов, Вам необходимо четко знать, какие кадры и образы Вы хотите снять. При этом необходимо учитывать, где и как Вы планируете их продемонстрировать (например, в школе или в телевизионных новостях), на кого нацелено данное сообщение, и какие ключевые аспекты оно содержит.*

Какие видео и другие материалы уже собраны?

Сначала необходимо посмотреть видеоматериалы, веб-сайты и отчеты, подготовленные и опубликованные другими организациями. Также полезно просмотреть местные и международные телевизионные программы и газеты, поскольку в них Вы можете найти материалы, необходимые для Вашей кампании. Продумайте, какой смысл несут данные кадры, как они отражают проблему и дополняют Ваши письменные материалы.

В ходе этой работы Вы можете получить новые идеи и вдохновение, а также найти организации и людей, сотрудничество с которыми было бы для Вас полезным. Это может сэкономить Вам много времени и денег.

*** ПОМНИТЕ об авторских правах на видеоматериалы и уважайте права собственника.**

Какие новые видеоматериалы мне нужны?

На данном этапе необходимо подготовить приблизительный перечень кадров, которые Вам понадобятся в качестве иллюстраций к Вашей теме. Также нудно продумать, где и как Вы можете их снять.

На данной стадии необходимо выявить наиболее важные факты и особенности затрагиваемой Вами проблемы, и продумать, как их можно продемонстрировать с помощью видеоматериалов.

При использовании материалов, снятых третьими лицами, не забывайте получать их письменное разрешение.

Часто бывает невозможно собрать все материалы, которые Вы хотите, концентрируйтесь на ключевых элементах, которые Вам абсолютно необходимы для описания вашей проблемы.

Пример: Предотвращение исчезновения слонов – международный запрет на торговлю слоновой костью.

В 1980х годах примерно полмиллиона африканских слонов были уничтожены браконьерами, охотящимися за ними из-за слоновой кости, что привело к сокращению населения слонов на континенте вдвое за менее чем десять лет. В результате такого быстрого снижения количества животных и повышения озабоченности выживанием населения слонов в целом, природоохранные организации во всем мире начали кампанию с целью запрещения торговли слоновой костью, из-за которой браконьеры охотились на слонов. Для привлечения интереса общественности и политической поддержки эти организации использовали вызывающие беспокойство кадры, демонстрирующие охоту на слонов, вместе с замечательным фильмом об этих животных на свободе, снятым частными телевизионными компаниями. Глобальная озабоченность по этому вопросу, вызванная его освещением в средствах массовой информации, привела к международному запрету на торговлю слоновой костью, и во многих районах браконьерство прекратилось немедленно.

Пример: воздействие широкомасштабного проекта на местное население Борнео, Индонезия (Калимантан).

В 1997 году в Калимантане начались широкомасштабные работы по превращению миллиона гектаров земли в рисовые поля. Ученые, экологи и адвокаты, выступающие от лица местного населения, осудили проект, поскольку его реализация лишала местное население средств к существованию, в то время как вся прибыль шла в руки состоятельных государственных лиц и коммерсантов в Джакарте. Кроме того, экологическая система и земля совершенно не подходили для выращивания риса. Многие ученые пришли к согласию, что на данных полях можно будет вырастить лишь несколько урожаев риса.

Традиционное земельное право, соблюдавшееся многими поколениями, было уничтожено, и те, кто выступал против реализации данного проекта, были вынуждены покинуть свои земли.

До начала проекта данная территория была покрыта лесами, растущими на глубокой, влажной торфяной почве. Проект предусматривал сооружение большого числа дренажных траншей и выжигание лесов. В результате эта территория стала главным источником дыма и вредной копоти, окутавшей Юго-восточную Азию в 1997 – 1998 гг.

В чем суть проблемы, и каково ее воздействие?

Опросите представителей местного населения, которые зарабатывали на жизнь с помощью пальмовых садов и рыболовных прудов, уничтоженных пожарами и осушением земель. Запечатлейте сгоревшие и горящие земли, а также высушенные пруды. Узнайте, что произошло с растениями и животными, и какое воздействие это имело на местное население. Спросите их о дыме от выжигания лесов и о том, как это сказалось на их здоровье.

Спросите людей, что нужно сделать для улучшения их жизни, например, остановить проект, оказать содействие в восстановлении растительности и рыболовных прудов, вернуть утраченные права на землю.

Снимите выступления ученых, агрономов и других специалистов (убедитесь, что они не возражают против съемки).

Как жили люди до начала данного проекта?

Спросите местное население о том, как они жили раньше. Снимите позитивные кадры о людях, не пострадавших в ходе осуществления проекта, возьмите у них интервью.

Кто создает проблему, и как они это делают?

Запечатлейте осушительные каналы и строительное оборудование. Также снимите логотипы компании и рабочих.

В каких целях они это делают?

Покажите рисовые семена и поля, включая вянущие на кислотных почвах растения. Снимите головной офис компании, получающей прибыль от реализации данного проекта, и продемонстрируйте, что это делается не в целях развития местной экономики, а для обогащения небольшой группы людей. Запечатлейте дома политиков в Джакарте, продумайте, как показать, насколько они влиятельны и богаты.

Каковы решения данной проблемы?

Продемонстрируйте, что возможны альтернативные варианты, снимите людей, живущих благополучно в районах, не попавших под воздействие данного проекта. Покажите земли и методы, подходящие для выращивания риса. Включите показания известных экспертов.

Для кого предназначена данная идея – определите свою аудиторию

В ходе планирования Вашего проекта Вам необходимо продумать, как Вы хотите использовать готовый материал, как сделать его воздействие максимально сильным, как дополнить имеющиеся у Вас материалы наилучшим образом, а также как продемонстрировать его наиболее эффективно. В большинстве случаев стоит обращаться к одной или нескольким из следующих групп:

- национальное или местное правительство и его органы
- правительства других стран и агентства развития (которые могут оказать влияние)
- средства массовой информации (для проведения расследования среди целевой аудитории, например, национального правительства или потребителей определенной продукции).
- местные или региональные группы населения или национальная аудитория
- международные агентства (такие, как Организация Объединенных Наций и иные межправительственные организации)
- специальные целевые аудитории, например, учителя школ, преподаватели университетов, ученики, студенты, НПО.

Сделайте анализ материалов, использованных ранее для обращения к каждой из перечисленных аудиторий. Как организации проводили свои кампании по телевидению, в газетах или посредством образовательных материалов?

Всегда помните о своей целевой аудитории. Наиболее эффективным способом обращения к политикам является освещение проблемы по национальным и международным каналам новостей. Если Вы готовите образовательный материал для детей, нельзя использовать кадры, вызывающие чрезмерное беспокойство.

Упражнение. Планирование разработки видеоматериала

Возьмите тему, которая в настоящий момент освещается средствами массовой информации, и о которой Вы имеете достаточное представление. Напишите перечень кадров, которые Вы бы хотели снять для полного отражения проблемы.

Подготовьте список людей, к которым Вы бы хотели обратиться (например, политики, профессора). Продумайте, каким образом донести информацию наиболее эффективно (например, с помощью информационного сообщения или образовательного материала).

1.4 Видеоматериалы для проведения кампании

Существует множество различных способов использования видеоматериалов для распространения информации, при этом исключительно важно выбрать наилучший из них, который бы помог Вам достигнуть Ваших целей наиболее эффективно.

Необходимо выявить один или несколько способов передачи информации из данного списка:

- Подготовка информационного видео сообщения (ИВС), как привило вместе с сообщением для печати и как часть более детальной стратегии, для распространения информации по телевидению и через каналы новостей (см. раздел об ИВС далее).
- Краткий, полностью отредактированный видеоматериал, предназначенный непосредственно для политиков, международных агентств (например, для правительства Вашего государства или другой страны, организаций содействия и развития, органы ООН и иных межправительственных организаций).
- Образовательный видеоматериал, предназначенный как для распространения через различные сети, не включая телевидения (например, библиотеки, школы, общественные организации и другие учреждения), так и для трансляции по телевидению.
- Демонстрация видеоматериала по местным или международным телевизионным каналам, например в новостях, программах, освещающих текущие события или темы, вызывающие особый интерес.
- Использование Вашего электронного сайта или сайта иной организации (поскольку технология позволяет транслировать материалы в сети).

** Заметка – Много усилий, времени и денег может уйти для создания видеоматериала, который не увидит никто, или который посмотрит не та аудитория. Таким образом, его воздействие будет либо никаким, либо негативным.*

Монтаж видеоматериала

Прежде чем производить монтаж видеоматериала, необходимо обратить внимание на следующие аспекты:

- Монтаж может потребовать исключительно высоких затрат и времени. Вы должны быть полностью подготовлены прежде, чем вы приступите к этому процессу.
- Лицо, снявшее фильм, должно указать все соответствующие данные: дату, время, место и тему. Не должно оставаться никаких сомнений, поскольку **исключительно важно, чтобы Вы могли гарантировать достоверность всех фактов, включенных в Ваш материал.**
- Всегда рекомендуется производить монтаж материала вместе с тем, кто хорошо с ним знаком (желательно, с тем, кто снял его), и с тем, кто хорошо понимает все детали освещаемой темы.
- Для того, чтобы материал был полностью готовым, Вы должны собрать всю необходимую информацию, включая названия, имена, указание на авторские права и субтитры.
- Вы должны знать, каким будет материал после монтажа (информационное видео сообщение, документальный фильм, или набросок)

** Заметка – данный раздел руководства не разъясняет процесс производства монтажа. Если у Вас есть вопросы, обращайтесь в ФЭС, и мы попытаемся на них ответить.*

Распространение видеоматериалов

Способ распространения готового видеоматериала имеет настолько же важное значение, как и его формат, содержание и целевая аудитория. Распространение может потребовать значительных затрат и времени, но этот процесс исключительно важен. Если видеокассета просто стоит на полке, пользы от нее никому не будет.

Прежде чем начать распространение видеоматериала, необходимо обратить внимание на следующие факторы:

- Бюджет на размножение и распространение материала
- Формат материала (Например, американские телекомпании предпочитают NTCS, а британские PAL, но в обоих случаях желательно предоставлять цифровые кассеты бета).
- Количество кассет для распространения.
- Наличие разрешения на использования материалов, полученных от иных источников.

Обязательно удостоверьтесь, что на видеокассете указана Ваша контактная информация, авторские права и содержание.

Если вы высылаете видеокассету телевизионной кампании, всегда требуйте, чтобы ее вернули в кратчайшие сроки и оплатили расходы по ее пересылке.

Информационное видео сообщение

Выпуск информационного видео сообщения (ИВС) является одним из наиболее эффективных способов передачи информации и идей различным телекомпаниям. Тем не менее, ИВС наиболее действенно, если оно является частью более широкой кампании в средствах массовой информации, сопровождается сообщением для прессы и гарантиями освещения материала.

Прежде чем приступать к подготовке ИВС, Вы должны быть достаточно уверены в том, что затрагиваемая Вами тема будет интересна для средств массовой информации, в которые Вы обращаетесь.

Основные элементы создания ИВС:

- краткий пяти – десятиминутный выпуск с использованием наилучших кадров и выделением основных элементов кампании
- четкое описание и перечень использованных материалов
- способы привлечения внимания к данному сообщению, а также способы его своевременного распространения в соответствующем формате/форматах
- по крайней мере, один докладчик, полностью осведомленный по данному вопросу для дачи интервью заинтересованным средствам массовой информации.

Пример: Спасение акул – защита океана

В 1999 году международная природоохранная организация *УайлдЭйд* начала подготовку кампании по защите исчезающего населения акул. Каждый год рыболовная индустрия убивает примерно 100 миллионов акул, многие погибают без надобности, когда их ловят случайно и не используют.

Акулы являются главными хищниками, очищающими водные экологические системы. Также, в течение многих лет акулье мясо является важным источником питания в прибрежных населенных пунктах. Организация *УайлдЛайф* решила продемонстрировать эти два важных фактора и обратить внимание на чрезмерное количество отходов индустриальных рыболовных предприятий.

Акулы обитают в международных водах, соответственно кампанию по их спасению нужно было проводить на международном уровне. Поэтому организация *УайлдЛайф* решила начать кампанию с использованием ИВС и сообщения для печати из международного центра средств массовой информации – Лондона. Шестиминутное сообщение транслировалось в более сотни стран мира по таким каналам, как CNN и BBC World. ИВС и стратегия по работе с прессой были первыми эффективными шагами в кампании по повышению осведомленности, интереса политиков и средств массовой информации, и общей озабоченности данной проблемой.

Потребовалось более 25 бета и 10 VHS копий данного сообщения.

Бюджет и деньги

Видеоматериал может быть очень дешевым способом передачи информации и повышения осведомленности общественности о проблеме, над которой Вы работаете. Он также может требовать больших затрат и времени.

Прежде чем приступать к подготовке видеоматериала, разработайте бюджет. Вы должны иметь достаточное представление о ценах (и Вашем бюджете) на следующие элементы:

- оборудование и расходные материалы (кассеты, батарейки, и т.д.)
- транспортные расходы и проживание (если Вы снимаете фильм вдали от дома)
- последующие расходы (включая монтаж и распространение)
- время, которое Вы и Ваши коллеги намереваетесь потратить на осуществление данного проекта.

*** Заметка – Прежде чем приступать к подготовке видеоматериала, разработайте бюджет.**

Раздел 2. Техническое описание и инструкции для пользования

2.1 Что такое видео камкордер?

Видео камкордеры имеют две главные функции:

- **Видеокамера.** Видеокамера состоит из трех главных компонентов: объектива, навигатора изображения (у некоторых также есть жидкокристаллический экран) и пульта управления, регулирующего фокус, экспозицию, баланс белого, масштабирование и другие функции камеры.
- **Записывающее устройство (VCR).** Работает также как и домашний видеоманитфон и выполняет те же функции: пуск, запись, пауза, перемотка, стоп, выброс кассеты. VCR записывает кадры, снимаемые камерой (а не демонстрируемые по телевизору).

*** ПОМНИТЕ - Прежде чем использовать оборудование, всегда читайте инструкцию производителя.**

К видеокамере прилагается целый ряд важных аксессуаров:

| | |
|--|--------------|
| Сумка | Штатив |
| Запасной аккумулятор и зарядное устройство | Микрофон |
| Внешняя лампа подсветки | Видеокассеты |

Использование камкордера - основы

- Вставьте заряженный аккумулятор и включите камеру (кнопка on)
- Откройте крышку и вставьте кассету. Убедитесь, что кассета вставлена правильно. Кассетный механизм достаточно хрупкий, поэтому обращайтесь с ним аккуратно.
- Используя руководство по эксплуатации производителя, удостоверьтесь, что Вы не записываете истекшее время, дату и иную информацию с камеры (метку данных), поскольку она почти никогда не бывает полезна.
- Держите камеру крепко и удостоверьтесь, что штатив установлен правильно. Как правило, сначала видеокамеры работают в автоматическом режиме (установленном производителем), и для неопытных пользователей этого обычно достаточно, по крайней мере, пока Вы не изучите свою видеокамеру.
- Смотрите на навигатор изображения и найдите кадры, которые Вы хотите снять.
- Нажмите клавишу записи (record) в течение 15 – 20 секунд. Снимите кадры, а затем проверьте, что Вы сняли на записывающем устройстве. Не забудьте выключить камеру после завершения съемки.

После окончания записи на кассету, нажмите планку для предотвращения случайного стирания кадров.

2.2 Руководство по съемке с помощью камкордера.

Введение

Для успешной съемки хорошего видео материала, в первую очередь необходимо тщательно ознакомиться с оборудованием.

Когда Вы детально изучите, как работает камкордер в разном освещении и с использованием различных методов (например, со штативом), Вы сможете снимать замечательные материалы. Но для этого потребуется много времени и практики.

Выделите максимальное количество времени на планирование и подготовку, прежде чем перейти непосредственно к съемке.

Испробуйте различные способы снять один и тот же план и обратите внимание на различия. Просмотрите снятые кадры и проанализируйте результаты, какие методы оказались более эффективными. Узнайте, что какие кадры получаются, и какие кадры снять невозможно.

** ВСЕГДА используйте журнал и записную книгу для регистрации информации о снимаемом материале. Изучите подготовительный и производственный проверочные списки, прилагаемые к данному руководству.*

Правило 10 секунд и другие полезные инструкции

Правило 10и секунд поможет Вам снять необходимые кадры. Всегда снимайте немного больше, чем Вам нужно, не двигайте камеру без необходимости и останавливайтесь, по крайней мере, 10 секунд на каждом образе/плане. Всегда помните об этом, и, если нужно, считайте про себя, поскольку даже десять секунд съемки в трудных условиях могут показаться часами.

Дата, время и счетчик истекшего времени (метка данных). Никогда не используйте указатели даты и времени при съемке видеоматериала, поскольку они могут сделать его непригодным к использованию. Кроме того, они не являются доказательствами того, когда фильм был снят, поскольку их можно добавить после съемки. Также они мешают работе монтажиста.

Укажите, где Вы находитесь, и что Вы снимаете. Полезно снять самого себя и сообщить место съемки, дату и главную тему. Таким образом, Вы регистрируете четкую информацию о том, что Вы делали для монтажиста и для себя. Это может оказаться очень полезным, особенно если Вы производите съемку в трудных условиях и Ваше время ограничено.

** ПОМНИТЕ – Необходимо просмотреть и проверить видеоматериал, прежде чем покинуть место съемки.*

Ухват и устойчивость

Использование штатива

Если возможно, используйте штатив, поскольку он обеспечивает устойчивость. Общее правило таково, что снимать без штатива стоит только тогда, когда его использовать невозможно.

- Штатив должен быть установлен на твердой поверхности.
- Длину ножек штатива можно регулировать, а кадр, просматриваемый по навигатору изображения должен быть в горизонтальном положении (этого можно достигнуть посредством регулирования ножек штатива).
- Удостоверьтесь, что крепления ножек штатива закручены плотно. Устанавливайте штатив таким образом, чтобы его не снесло и не перевернуло. При использовании наушников или микрофона, присоединенных к камере, не отходите далеко, поскольку шнур потянет штатив, и камера упадет.

Недостаток использования штатива в том, что он привлекает внимание к тому, что Вы делаете. Вашими действиями могут заинтересоваться любопытные дети, которые будут мешать съемке. Вы также можете привлечь к себе внимание своих противников и иных посторонних лиц.

*** Помните о своей безопасности. Если Вам надо избежать лишнего внимания и передвигаться быстро, держите камкордер в руках.**

Съемка без штатива

- Держите камкордер крепко, продев руку через специальный ремень таким образом, чтобы вы могли включать и выключать камеру большим пальцем. Для большей прочности поддерживайте камкордер другой рукой.
- Плотно прижмите локти к бокам.
- Стойте на устойчивой поверхности, ноги на ширине плеч для поддержания равновесия.
- При возможности обопритесь или сядьте на устойчивый объект (стену, машину).
- Если Вы стоите на одном колене, поставьте локоть руки на второе колено.
- Если Вы снимаете лежа, поставьте локти на пол или на землю.
- Съемка во время ходьбы достаточно сложна, здесь необходима практика. Для съемки во время ходьбы колени должны быть согнуты, корпус наклонен, чтобы избежать толчков при каждом шаге.

Почти все современные камкордеры оборудованы функцией устойчивости и устранения тряски. Попробуйте снимать с использованием этой функции и без нее.

ПОДСКАЗКА. Проверьте, как работает видеокамера с включенной функцией устойчивости. При съемке быстро движущихся объектов (например, машин) иногда видеокамера создает цифровой эффект, который делает материал непригодным для использования.

Фокус

Фокусирование позволяет снимать наиболее четкие кадры. Это один из наиболее важных факторов, определяющих качество видеоматериала. Цифровые видеокамеры, как правило, оборудованы авто-фокусом, который действует достаточно эффективно. Тем не менее, если у Вас есть сомнения, используйте ручной фокус. (Его можно использовать, нажав кнопку тестирования авто-фокуса, который демонстрирует, как бы он фокусировал камеру).

Ручной фокус особенно полезно использовать в следующих обстоятельствах:

- Недостаточное освещение.
- Недостаток контраста (стена, небо и т.д.).
- Чрезмерное освещение объекта (например, если за ним светит солнце).
- Яркие предметы или предметы с отражающей поверхностью.
- Движущиеся объекты, например, марш с большим количеством участников, поскольку авто-фокус будет искать неподвижный объект, на котором он может сфокусироваться, не найдет его, и не сможет функционировать вообще.
- Съемка неподвижного объекта с использованием штатива может иногда дать лучшие результаты при ручном фокусировании.

*** ПОМНИТЕ – Если Вы намереваетесь использовать функцию масштабирования (зум), всегда фокусируйтесь на самых отдаленных объектах, которых Вы хотите снять. (Таким образом, чтобы все, что находится перед этим объектом или горизонтом тоже попало в фокус).**

ПОДСКАЗКА – Если Вы берете интервью или снимаете кого-либо, фокусируйтесь на глазах – это дает наилучшие результаты.

Звук

Звук может иметь настолько же большое значение, как и видеоизображение, особенно если Вы снимаете человека, делающего важное экспертное заявление или дающего ключевые свидетельские показания. В таких случаях, каким бы замечательным ни было изображение, видеоматериал будет бесполезным, если звук не соответствует определенным стандартам.

Естественные звуки или фоновый шум (дорожное движение, музыка), могут придавать материалу определенные качества или указывать на место съемки. Тем не менее, ненужные звуки могут отвлекать внимание от главного предмета, в таких случаях необходимо либо поменять дислокацию, либо использовать внешний микрофон. Ветер тоже может создавать проблемы, поскольку он дует в микрофон. Для уменьшения этого звука на микрофон надевается толстый носок, но это также может приглушить те звуки, которые Вы хотите записать. Проверьте уровень звука и просмотрите часть видеозаписи, для того, чтобы удостовериться в качестве аудиозаписи.

Принимайте во внимание, что некоторые комнаты и помещения создают эхо, когда звук отскакивает от стен (например, коридоры с голыми стенами). Съемка интервью и иных мероприятий должна производиться в помещениях с коврами и шторами, которые поглощают звук, а не отражают его, или на улице.

Камкордеры оснащены встроенным микрофоном, способным регистрировать общий фоновый шум (звуки, производимые играющими детьми, транспортным потоком и машинным оборудованием). Тем не менее, он реагирует на звуки, идущие со **всех направлений**, а не только с тех, на которые обращена видеокамера. Из-за этого, и из-за других ограничений, эти микрофоны часто являются недостаточными для качественной записи звука. В таких случаях необходимо использовать внешний микрофон.

Внешние микрофоны, принимающие сигналы из одного направления, используются для записи конкретного лица или в конкретном месте. Пристегивающиеся однонаправленные микрофоны являются наилучшим инструментом для записи диалога (с минимальным фоновым шумом) при проведении интервью. Размер этих микрофонов очень маленький. Они оснащены собственным зарядным устройством, и подсоединяются к камкордеру.

** **ПОМНИТЕ** – Когда звук важен, что бывает чаще всего, проверьте его через наушники и на записи в Вашем камкордере.*

** **ПОМНИТЕ** – Для съемок интервью всегда используйте внешний однонаправленный микрофон, снижающий шумовой фон.*

Обрамление, точка зрения, типы кадров и правило третей.

Данный раздел разъясняет, как принимать решения о том, что снимать, и как размещать людей и предметы в кадре. Исключительно важно уделять особое внимание обрамлению и композиции, поскольку они создают общее впечатление о фильме.

Помните, что Вы рассказываете о предмете, и что, снимая одну и ту же сцену с различных позиций, Вы можете освятить разные темы. Для этого Вам необходимо решить, что включить в Ваш материал, а что оставить за кадром.

Вы можете определить, как снимаемый Вами материал будет воспринят зрителем, выбрав, откуда производить съемку, на что обратить внимание, что исключить, что снять широким планом, как долго снимать конкретную сцену, и под каким углом держать видеокамеру.

Лучший способ определить, какие кадры являются наиболее эффективными – это практика и просмотр снятых материалов с изучением сделанных Вами заметок о том, почему Вы выбрали то или иное расположение камеры, или использовали определенное обрамление.

Золотые правила

Правило третей является наилучшим руководством для обрамления правильно составленных кадров.

Представьте, что кадр разделен на три равные трети горизонтальными и вертикальными линиями, и используйте эти части для обрамления, например, выравнивайте кадры горизонта по горизонтальным линиям, а кадры с людьми – по вертикальным.

Интервью. Если Вы берете интервью, интервьюируемый должен стоять (или сидеть) немного слева или справа, а не по середине кадра. Установите камкордер таким образом, чтобы взгляд интервьюируемого был направлен внутрь и поперек кадра.

Лучше всего снимать интервьюируемого на уровне глаз. Удостоверьтесь, что голова интервьюируемого полностью в кадре.

Существует несколько основных типов кадров

- **Широкий кадр** (также называется **учредительным кадром**). Этот кадр дает Вашим зрителям общее представление о месте съемки, его расположении и размерах. Это позволяет Вам размещать детальные кадры в контексте. Например, широкий кадр, показывающий интервью эксперта или местного жителя на фоне незаконно срубленного леса дает зрителю гораздо большее представление о предмете, нежели кадры, запечатлевшие интервьюируемого крупным планом.
- **Длинный кадр** показывает человека (или объект) с ног до головы (снизу доверху). Не оставляйте много места между объектом и верхним и нижним обрамлением, иначе изображение будет странным.
- **Средний кадр** показывает человека от талии до головы и чуть выше. Этот тип кадра часто используется при записи интервью или диалогов.
- **Крупный план или верхний кадр** показывает человека от верхней части грудной клетки до головы и чуть выше. Часто используется при съемке интервью для привлечения особого внимания к тому, что человек говорит. Этот тип кадра также отражает эмоции и передает детали.
- **Особо крупный план** показывает части лица человека – иногда фокус направлен только на глаза, иногда – на рот, иногда – на другие части. Используется для привлечения внимания к деталям снимаемой Вами сцены.

Общий вид и вставки других сцен

После съемки интервью или мероприятия **исключительно важно включить общий вид и вставки с изображением других образов**. Это поможет Вашему монтажю сделать конечный продукт связным и интересным. Например, если Вы записываете интервью, снимите окружение (офис или иное помещение).

Кадры, показывающие общий вид, передают вашему материалу больше деталей и делают его более связанным. Например, если Вы снимаете фильм про орангутангов, не забудьте включить кадры, показывающие леса, в которых они живут.

Свет и освещение

Освещение имеет исключительное значение для съемки. Если света слишком много, то изображение будет бледным и выцветшим, если же его недостаточно, то изображение будет темным и мрачным. В обоих случаях фильм будет непригоден к использованию.

Всегда помните, что солнце должно быть сзади Вас, при этом следите, чтобы на снимаемый объект не падали тени, и чтобы не было резких световых контрастов. Съемка на очень темном или очень ярком фоне может быть сложной и требовать соответствующей настройки камкордера (см. ниже).

Если Вы снимаете интервью в помещении с достаточным освещением, повернитесь спиной к главному источнику света (например, к окну), таким образом, чтобы свет падал на снимаемый Вами объект. Если же Вы поместите объект возле ярко освещенного окна, он будет вырисовываться в виде силуэта, поскольку камера воспринимает данные самого яркого объекта.

Если Вам необходимо дополнительное освещение, Вы можете присоединить к камкордеру внешнюю лампу подсветки. Такие лампы могут давать различную степень яркости и быть очень эффективными.

** **Научитесь работать со светом – в зависимости от освещения Вам придется использовать дополнительное осветительное оборудование или различные функции вашего камкордера.***

Баланс белого цвета и экспозиция (вместе с другими запрограммированными цифровыми функциями вашего камкордера) поможет Вам настроить камеру в различных световых условиях.

Баланс белого оставляет предметы белого цвета белыми и придает кадрам больше натуральных красок. Как правило, баланс белого цвета настраивается автоматически, но ручная настройка дает лучшие результаты, если запись производится на низких световых уровнях (например, восход, закат), при съемке неоновой рекламы и фейерверков, при съемке в помещениях с очень ярким освещением, или при быстро меняющихся световых условиях.

Экспозиция определяет, насколько темным или светлым будет изображение. Как правило, экспозиция также настраивается автоматически, но ручная настройка дает лучшие результаты при данных условиях:

- слишком яркий фон
- яркий объект на темном фоне (если необходимо записать темные оттенки в натуральном виде).

** **ПОМНИТЕ – направление камкордера на чрезмерно яркие источники света (особенно на солнце) может привести к неустранимым поломкам.***

Техника пользования видеокамерой

Панорамирование и **наклон** являются полезными способами для показа более широкого пространства, демонстрации масштаба причиненного ущерба, и съемки движущихся объектов.

Панорамирование

Панорамирование – это движение камеры слева направо и наоборот. Всегда начинайте панорамирование из неподвижного положения и оставьте примерно 10 секунд статики в начале и в конце записи. Это позволяет использовать статичные кадры, если запись панорамирования окажется непригодной к использованию. Статичные кадры также дают зрителям понять, на что они смотрят, прежде чем на экране начнется движение.

При панорамировании вращайте видеокамеру с постоянной скоростью и постарайтесь избежать вибрации. Панорамируйте с разным охватом, чтобы определить оптимальную скорость. Успешное панорамирование требует практики и анализа снятых материалов.

Наклон

Наклон, как и панорамирование, - это движение камеры из одной точки, но в данном случае это движение вверх и вниз. Как и в случае с панорамированием, начинайте наклон из статичного положения, оставляя камеру без движения в течение нескольких секунд.

*** ПОМНИТЕ** – не стоит использовать эти методы слишком часто. **Панорамирование или наклон камеры в каждом кадре сделает видеозапись непригодной к использованию.**

ПОДСКАЗКА – Панорамирование и наклон камеры гораздо легче производить с использованием штатива, который обеспечивает равномерные, плавные движения, устраняет дрожание и дает хороший окончательный результат.

Масштабирование (зум)

В отличие от панорамирования и наклона, предусматривающих движение камкордера, масштабирование (зум) требует ручной настройки объектива при неподвижном положении камеры. Масштабирование обеспечивает эффект приближения к предмету или удаления от него. Эта функция исключительно полезна не только для обрамления кадра, но и для описания места съемки, поскольку, используя ее, Вы можете обратить внимание зрителя на ключевые аспекты снимаемого материала.

Масштабирование всегда нужно начинать с нескольких статичных кадров, чтобы зритель мог понять, что он смотрит. Как и в случае с панорамированием и наклоном, попрактикуйтесь скорость приближения и удаления, и не используйте масштабирование слишком часто. Также Вы должны научиться

обрамлять кадр при приближении и удалении. Не дергайте камеру во время масштабирования.

- Функция приближения на видеокамере работает так же, как телефотографический объектив неподвижной камеры – предметы кажутся расположенными более близко. Она полезна для отображения эмоций или подчеркивания важных элементов снимаемой сцены (например, логотип компании на грузовике или здании).
- Функция удаления работает как широкоугольный объектив на неподвижной камере - предметы кажутся расположенными дальше. Данная функция может использоваться для показа информации, которая не видна в начале фильма, например, сначала показывается человек в отчаянном положении, а потом с помощью функции удаления Вы демонстрируете, что его беда вызвана значительным разрушением земли и природы вокруг.

**** ПОМНИТЕ, что приближение к объекту увеличивает воздействие тряски (даже самой небольшой), поэтому необходимо использовать штатив, и, если Вы хотите снять предмет более крупным планом, при возможности подойдите ближе.***

Раздел 3. Проверочный список для подготовки видеоматериала

- Всегда используйте бланки для подготовки к съемке, самой съемки и завершения съемки.
- Тщательно изучите оборудование, навыки работы с оборудованием – главное отличие профессионала от любителя.
- Всегда ухаживайте за оборудованием.
- Всегда задерживайтесь на одном плане, по крайней мере, 10 секунд.
- При возможности используйте штатив.
- Помните об обрамлении и композиции.
- Не забывайте проверить звук (и использовать внешний микрофон для интервью).
- Не забывайте проверить фокус, а в сложных условиях - баланс белого и экспозицию.
- Всегда имейте при себе достаточное количество видеокассет и заряженные аккумуляторы.
- Всегда проверяйте запись изображения и звука, прежде чем покинуть место съемки, и удостоверьтесь, что Вы записали все, что Вам было нужно. Не забудьте снять вставки и общий план.
- Всегда помните о своей безопасности, а также о безопасности Ваших коллег и людей, которых Вы снимаете.

Не забывайте проверить

- Обрамление
- Фокус
- Звук
- Экспозицию и баланс белого
- Вставки и общий план

Раздел 4. Проверочные списки для съемки.

Подготовка к съемке – В данном списке перечислено все, что Вам нужно до начала съемки.

Съемка – В данном списке перечислено все, что Вам нужно **во время** съемки.

Завершение материала – В данном списке перечислено все, что Вам нужно после завершения съемки.

Если Вы будете использовать эти списки каждый раз, когда Вы снимаете материал, Вы добьетесь хороших результатов.

Подготовка к съемке

Заполняйте данный бланк каждый раз, прежде чем отправиться на место съемки. Храните заполненные бланки для последующего анализа, или, если у Вас есть координатор программ, представляйте заполненные бланки ему на хранение.

Название и описание проекта

Имя и фамилия оператора (печатными буквами)

Подпись оператора:

Дата:

Расписание съемок / Содержание фильма

(Перечень необходимых кадров, мест и времени съемок).

Проверочный список видео оборудования

Видеокамера (производитель/модель):

проверьте исправность работы

Количество видеокассет:

Количество аккумуляторов:

Заряжены ли они? да/нет

Штатив (производитель/модель):

Микрофон (производитель/модель)

СЪЕМКА

Заполняйте данный бланк каждый раз, во время производства съемки. Храните заполненные бланки для последующего анализа, или, если у Вас есть координатор программ, представляйте заполненные бланки ему на хранение.

Номер видеокассеты (включая название, индивидуальные номер (например, кассета 1, 2 и т.д.) и краткое содержание).

Метка данных:

Перечень кадров:

***Дополнительные заметки**

* Дополнительные заметки к каждой кассете должны включать:

- Качество изображения
- Качество звука
- Место съемки
- Дату
- Предмет
- Технические аспекты (использованные цифровые эффекты, например, фоновое освещение)

Завершение материала

Заполняйте данный бланк каждый раз, по завершению съемки. Храните заполненные бланки для последующего анализа, или, если у Вас есть координатор программ, представляйте заполненные бланки ему на хранение.

Проверочный список возвращенного оборудования

Все оборудование возвращено: да/нет
(если нет, укажите, какое оборудование отсутствует и обстоятельства потери)

Все ли оборудование исправно: да/нет
(Если нет, уточните, какие неисправности имеются)

Предварительный монтаж

Заметки для монтажера: (укажите, почему вы сняли каждый раздел и разъясните, что он иллюстрирует)

Содержание фильма для монтажа: (Укажите Ваши соображения о содержании и сделайте предложения для монтажа)

Дополнительные заметки: