

» Idź do

- Spis treści
- Przykładowy rozdział

» Katalog książek

- Katalog online
- Zamów drukowany katalog

» Twój koszyk

- Dodaj do koszyka

» Cennik i informacje

- Zamów informacje o nowościach
- Zamów cennik

» Czytelnia

- Fragmenty książek online

» Kontakt

Helion SA
ul. Kościuszki 1c
44-100 Gliwice
tel. 032 230 98 63
e-mail: helion@helion.pl
© Helion 1991-2008

Wrzuć film! Web Video od pomysłu po realizację

Autorzy: Jennie Bourne, Dave Burstein

Tłumaczenie: Jacek Janusz

ISBN: 978-83-246-2176-7

Tytuł oryginału: [Web Video: Making It Great, Getting It Noticed](#)

Format: 170×230, stron: 336



- Jak wybrać sprzęt?
- Jak tworzyć nagrania o różnym charakterze?
- Jak wykorzystać technikę "zielonego ekranu" do zmiany tła?

Ilość materiału wideo dostępnego w serwisach takich, jak YouTube czy Google Video, może przytłoczyć niejednego użytkownika. Jak zatem wyróżnić się z tego tłumu? Jak sprawić, żeby Twoje filmy zainteresowały rzeszę internautów oraz zdobyły ich uznanie? Umieszczając Twoje prace w sieci, musisz także wziąć pod uwagę wiele aspektów technicznych, począwszy od używanych kodeków, skończywszy na stopniu kompresji. A to dopiero początek!

W tej książce znajdziesz cenne porady na temat tego, jak przygotować się do nagrania Twojego pierwszego filmu na potrzeby stron WWW. Dowiesz się, jak wybrać sprzęt, jakie narzędzia wykorzystać do montażu oraz jak zapewnić najwyższą jakość materiałowi końcowemu. Ponadto poznasz zasady rządzące filmowaniem wydarzeń, wywiadów, poradników oraz seriali fabularnych. Nauczysz się tworzyć interesujące kompozycje, wykorzystywać światło, dekoracje oraz projektować napisy i grafiki. Znajdziesz tu także wszystkie niezbędne informacje odnośnie tego, jak umieścić i wypromować swój film w sieci!

- Specyfika przekazu wideo dla Internetu
- Zalecany sprzęt
- Nagrywanie dźwięku
- Uzyskiwanie internetowego wideo lepszej jakości
- Zasady filmowania wydarzeń i wywiadów
- Wykorzystanie oświetlenia
- Tworzenie poradników wideo
- Przygotowanie produkcji w stylu telewizyjnym – serie fabularne dla Internetu
- Budowa niewielkiego studio
- Nagrywanie tła w technice „zielonego ekranu”
- Oprogramowanie wykorzystywane do montażu
- Umieszczanie plików wideo w Internecie
- Promocja filmów

Zachwyć internautów swoim profesjonalnym filmem wideo!

SPIIS TREŚCI

Wstęp	9
Rozdział 1 Tworzenie znakomitego wideo dla internetu	16
W sieci sytuacja zmienia się szybko	16
Pamiętanie o swoich odbiorcach	18
Co powoduje, że wideo dla internetu jest unikatowe?	19
Nie zawsze możesz mieć wpływ na to, co zobaczy Twoja publiczność.	19
Tworzenie dla doświadczonej publiczności internetowej.	20
Poziom widowiskowości i cele projektu	22
Stwórz zespół, by wyprodukować wideo o lepszej jakości	22
Wideo w internecie — szybki start	24
Współpraca z doświadczonymi profesjonalistami	28
Wykorzystaj swoją wiedzę	29
Znakomity pomysł na początek	30
Plan na osiągnięcie sukcesu	32
Zarządzanie produkcją	33
Zadawaj pytania.	33
Zaplanuj zdjęcia	34
Sprawdź miejsce akcji	34
Budżet kształtuje i definiuje Twój projekt	34
Połącz wszystko w całość	35
Projekt. Wideo internetowe w 15 minut	37
Rozdział 2 Filmowanie dla sieci	46
Stworzenie wideo działającego w sieci	47
Nie zapominaj o podstawach	47
Sprzęt, jakiego potrzebujesz	48
Kamery klasy prosumenckiej.	50
Wykorzystaj wszystkie możliwości posiadanej kamery	53
Używaj statywu	55
Nagrywanie dźwięku o dobrej jakości dla internetowego wideo.	59
Mikrofony, jakich potrzebujesz	59
Kable i łącza	60
Słuchawki.	61
Taśmy	62
Przenośne dyski twarde	62
Techniki umożliwiające uzyskanie internetowego wideo o lepszej jakości.	63
Wyłącz automatykę w swojej kamerze	64
Balans bieli	65
Automatyczna regulacja ostrości	66
Automatyczna regulacja ekspozycji	66
Parametry wyświetlane na wizjerze pozwalające na obserwowanie poziomu ekspozycji	67
Stabilizacja obrazu	67
Ogranicznik amplitudy dźwięku	67
Opowiadaj historie przy użyciu obrazów	68
Kadruj zdjęcia z uwzględnieniem efektu wizualnego	74
Poproś o pomoc, gdy jej potrzebujesz.	74
Nie licz na to, że naprawisz problem w czasie postprodukcji.	75
W trakcie filmowania pamiętaj o montażu	75

Zanim zaczniesz filmować	77
Przewożenie sprzętu	77
Projekt. Wywiad przy wykorzystaniu ujęć przebitkowych	80
Rozdział 3 Filmowanie wydarzeń i wywiadów	84
Zastosuj twórcze podejście	85
Opowiedz historię o wydarzeniu	87
Umieszczanie w Internecie relacji z konferencji i spotkań	88
Zupełnie inna jakość prezentacji wystąpień	89
Filmowanie pozwala na uchwycenie charakteru wydarzenia	89
Praca w miejscu filmowania	92
Pamiętaj o kompresji, aby zachować wysoką jakość wideo	93
Przygotowanie do zdjęć w miejscu wydarzenia	93
Uzyskanie optymalnego dźwięku podczas dokumentowania wydarzenia	94
Wiadomości z pierwszej ręki	95
Podłącz się do gniazdka, aby uzyskać dobry dźwięk	96
Niech się stanie światło	98
Ujęcie w ciemnościach	100
Praca przy niestandardowym oświetleniu miejsca filmowania	100
Uzyskanie takiej jakości światła, jakiej potrzebujesz dla sieci	101
Filmowanie wywiadów	104
Techniki mikrofonowe stosowane podczas przeprowadzania wywiadów	106
Użycie ręcznych mikrofonów	107
Mikrofony typu lavalier	108
Oświetlanie rozmówców	109
Użycie lamp montowanych na kamerze	111
Oświetlenie trójpunktowe	113
Projekt. Filmowanie wydarzenia	115
Projekt. Filmowanie krótkiego komentarza spoza kadru	116
Projekt. Filmowanie rozmowy między dwoma osobami	118
Rozdział 4 Blogi i poradniki wideo oraz wiadomości	122
Tworzenie internetowego wideo opartego na Twoim punkcie widzenia	123
Zabierz widzów w osobistą podróż	124
Wykorzystaj elementy wizualne, by zaprezentować swój punkt widzenia	127
Nowa jakość programów informacyjnych w internecie	127
Rocketboom	128
Geek Entertainment TV	133
Wiadomości wideo w stylu internetowym	133
Tworzenie informacyjnego wideo	135
Zapewnienie właściwego sposobu prezentowania się przed kamerą	136
Kształtowanie stylu prezentera	136
Zaprezentuj swój talent	137
Dostarczanie publiczności odpowiedniego tła	138
Przygotuj scenę na potrzeby swojej historii	138
Stwórz interesujące kompozycje	139
Materiały tekstowe w wideo informacyjnym	140
Wybór właściwego kąta widzenia kamery	141
Tworzenie wizualnego stylu	141
Odpowiedzialność internetowych dziennikarzy	142
Uzyskiwanie prawidłowego dźwięku	144
Użycie oprogramowania w celu tworzenia blogów wideo	144
Tworzenie poradników wideo	145
Zaplanowanie poradnika wideo	146
Użycie głosu lektora i narracji	147
Tworzenie prostego scenopisu obrazkowego	148
Troska o wizualną ciągłość akcji	149

	Pamiętanie o położeniu kamery.	150
	Zabawy z czasem	150
	Prezentacja procesu krok po kroku	151
	Projekt. Zaplanuj filmowanie poradnika wideo	154
	Projekt. Nagraj krótki komentarz	155
	Projekt. Nagraj elementy wizualne i dodaj narrację.	156
Rozdział 5	Techniki telewizyjne pozwalające uzyskać lepsze wideo w internecie . .	158
	Planowanie produkcji w stylu telewizyjnym	166
	Tworzenie scenariusza ujęć.	166
	Tworzenie scenopisu obrazkowego	168
	Planowanie terminów	170
	Planowanie filmowania wykorzystującego wiele kamer	172
	Pomaganie widzom w zrozumieniu Twojej historii.	174
	Dziesięć przykazań związanych z ciągłością akcji.	174
	Cały świat patrzy	175
	Tworzenie dekoracji do produkcji wideo związanej z internetem.	177
	Budowanie niewielkiego studia.	178
	Dźwięk.	179
	Miksowanie dźwięku i obrazu	180
	Podłoga	181
	Dekoracje.	183
	Oświetlenie.	184
	Stwórz stoisko pozwalające na przeprowadzenie wywiadu podczas trwania wydarzenia	187
	Zamiana tła przy użyciu techniki zielonego ekranu	189
	Wskazówki dotyczące filmowania z wykorzystaniem techniki zielonego ekranu . .	190
	Projekt. Nagraj komentarz przy użyciu techniki zielonego ekranu	191
	Projekt. Nagraj wywiad przeprowadzany w stylu talk-show, używając w tym celu trzech kamer.	193
Rozdział 6	Montaż i postprodukcja	196
	Organizacja Twojego projektu.	196
	Oprogramowanie przeznaczone do montażu wideo	202
	Tworzenie i edycja sekwencji filmowych	205
	Wiedza o tym, co można wyciąć.	206
	Kompresowanie czasu.	208
	Rozwijanie opowieści przy użyciu montażu	209
	Krótki czas trwania internetowego wideo	209
	Techniki pozwalające na wizualne opowiadanie historii	210
	Ciągłość akcji kształtuje opowieść	211
	Język montażu.	212
	Użycie przejść	213
	Projektowanie napisów i grafiki	213
	Montaż dźwięku	214
	Nie zawsze możesz dokonać poprawek podczas postprodukcji	217
	Projekt. Zmontuj prostą sekwencję filmową	219
	Projekt. Zmontuj komentarz przy wykorzystaniu techniki zielonego ekranu.	220
	Projekt. Zmontuj wywiad zrealizowany przy użyciu wielu kamer	223
Rozdział 7	Umieszczanie materiału wideo w internecie	228
	Kompresja zmienia wszystko	229
	Wybór serwisu wideo	229
	Strategie wyboru serwisu wideo	233
	Zrozumienie operacji kodowania.	235
	Ustawienia, które powinny zostać użyte, by Twoje wideo prezentowało się znakomicie w internecie	237
	Najlepsze ustawienia dla formatów internetowego wideo	248

	Wskazówki dotyczące kodowania wideo dla internetu	.248
	Ustawianie parametrów	.249
	Windows Media Encoder	.250
	iMovie	.252
	QuickTime Pro	.254
	Final Cut Pro	.257
	Premiere Pro	.258
	Obsługa dużych wolumenów danych	.260
	Projekt. Sformatuj swoje wideo dla internetu	.261
Rozdział 8	Jak spowodować, aby Twoje wideo zostało dostrzeżone	.264
	Cała prawda o wirusowym wideo	.266
	Pierwsze 50 tysięcy wyświetleń	.267
	Miniatury prezentują widzom treść Twojego wideo	.268
	Marketing w stylu internetowym	.269
	Współpraca z prasą	.271
	Gdy Twoje wideo staje się wiadomością	.271
	Internet Famous	.272
	Bądź płodny	.273
	Twoja strona wideo w internecie	.275
	Wskazówki dotyczące tworzenia internetowej strony wideo	.278
	Sprowadź ruch na swoją stronę	.279
	Użyj statystyk, by uczynić swoje wideo lepszym	.284
	Monitorowanie zachowania widzów	.284
	Wsparcie marketingowe ze strony Twojego serwisu wideo	.285
	Przejmij kierownictwo nad dystrybucją	.288
	Serwisy wideo darmowe lub płatne — które z nich są odpowiednie dla Ciebie?	.290
	Projekt. Zdefiniuj kanał RSS dla swojego wideo	.292
	Projekt. Stwórz wersję swojego wideo przeznaczoną do urządzenia iPhone	.293
Rozdział 9	Jak uczynić publikowanie wideo w sieci opłacalnym.	.296
	Zrozumienie swojej widowni	.297
	Sprawienie, by reklama pracowała dla Ciebie	.298
	Uzyskanie zapłaty za reklamy	.299
	Sprzedawanie swojego internetowego wideo	.304
	Tworzenie sieci telewizyjnej w internecie	.306
	Poza reklamami	.308
	Potwierdź swój talent	.308
	Sprzedaż T-shirtów i innych popularnych gadżetów	.308
	Sprzedawaj swoje umiejętności	.309
	Sztuka tworzenia wideo w internecie	.310
	Znajdź pracę w obszarze internetowego wideo	.313
	Niech Twoja praca otworzy drzwi do nowych możliwości	.316
	Tworzenie wspaniałego wideo	.317
	Projekt. Ustal i zdefiniuj swoją docelową widownię	.318
	Projekt. Nawiąż kontakty	.320
	Inne zasoby	.321
	Lista zdjęć	.325
	Skorowidz	.327

ROZDZIAŁ 1.

TWORZENIE ZNAKOMITEGO WIDEO DLA INTERNETU



1 TWORZENIE ZNAKOMITEGO WIDEO DLA INTERNETU

Co sprawia, że wideo staje się hitem w internecie? Najlepsi twórcy internetowego wideo udostępniają takie materiały, które odbiorcy będą chcieli obejrzeć, mając jednocześnie zapewnić odpowiedni poziom produkcji. Producenci opanowali technologię, która czyni sieć unikatową platformą prezentacyjną dla twórców nagrań wideo. Wiedzą także, jak sprawić, by wideo działało poprawnie w internecie.

Wielu twórców odnoszących sukcesy w dziedzinie internetowego wideo pozwala udostępniać informacje o sobie. Nie obawiają się prezentować swoich poglądów, lecz czasami najważniejsze są dla nich relacje z widzami. Wiedzą, kto ogląda ich programy, i słuchają uważnie, co powiedzie o nich sądzić. Jest to pierwszy etap wykorzystania potęgi internetu, jego narzędzi oraz społeczności, co może przyczynić się do tego, że stworzone przez Ciebie wideo stanie się popularne i zostanie zauważone.

UWAGA Użycie standardowych sposobów działania jest również przydatne, lecz nie obawiaj się czasem zaryzykować. Twoje eksperymenty związane z niekonwencjonalnym kątem widzenia kamery oraz niestandardowymi lokalizacjami dla osób, z którymi przeprowadzasz wywiady, nie zawsze będą się sprawdzać, lecz jeśli uda Ci się osiągnąć sukces, Twoja praca będzie dla odbiorców bardziej twórcza i interesująca.

Obecni producenci wideo internetowego są także twórcami nowych metod pracy. Wielu z nich tworzy filmy w pojedynkę lub pracuje w niewielkich zespołach o ograniczonym budżecie. Materiały wideo, które zostały przez nich wyprodukowane, stały się jednakże tak bardzo popularne wśród odbiorców, że profesjonalści z telewizji i innych mediów walczą o to, aby dowiedzieć się, w jaki sposób ich wysiłki związane z komercyjnym wykorzystaniem sieci mogą zakończyć się podobnym sukcesem.

W tej książce otrzymasz pomoc dotyczącą tworzenia własnego wideo o wysokiej jakości przeznaczonego do umieszczenia w internecie. Zapoznasz się z technikami i strategiami stosowanymi przez najlepszych specjalistów w tej dziedzinie. Spotkasz twórców i dowiesz się o niesamowitym wysiłku, jaki włożyli w to, by wideo w sieci stało się profesjonalnym medium mającym swój własny styl.

Poznasz także nowe narzędzia i sposoby działania pozwalające na lepsze wykonywanie pracy i dowiesz się, jak robienie kariery w internecie może być opłacalne.

W sieci sytuacja zmienia się szybko

Wielu wczesnych twórców materiałów filmowych dla internetu starało się najpierw zrozumieć działanie sieci, a następnie dopiero zdobyć wiedzę o wideo. Użycie złego algorytmu kompresji często ukrywało wideo o słabej jakości, a wysoka widowiskowość filmu nie była brana pod uwagę.

Ponieważ stosowanie dawnych algorytmów kompresji mogło zniszczyć nawet najlepsze wideo, niektórzy niedoświadczeni producenci założyli, że nie jest ważna mierna jakość dźwięku w filmie; oprócz tego twórcy rezygnowali ze statywu i stosowali tani model mikrofonu (lub w ogóle kręceno wideo bez dźwięku).

W dzisiejszych czasach narzędzia i technologie są lepsze, zaś odbiorcy spodziewają się czegoś więcej. Wykorzystanie urządzeń powszechnego użytku i zastosowanie podczas filmowania stylu domowego wideo jest zrozumiałe, jeśli dopiero rozpoczynasz swoją pracę w tej dziedzinie. Pamiętaj jednak, że wideo internetowe jest obecnie dużo bardziej konkurencyjne niż kiedykolwiek. Aby udostępnić widzom swoje idee, będziesz musiał mieć więcej umiejętności technicznych, musisz też nauczyć się planować wszystkie szczegóły związane z bardziej skomplikowaną produkcją. Stworzenie nagrania wideo, które odznacza się znakomitą obrazem i brzmieniem rzeczywiście wspaniale, wcale nie musi znajdować się poza zasięgiem Twoich możliwości, nawet jeśli nie ukończyłeś szkoły filmowej i nie używasz profesjonalnych narzędzi.

Stworzenie wideo dla internetu rozpoczyna się od atrakcyjnego pomysłu. Andrew Baron, producent Rocketboom, rozpoczął, mając stosunkowo niewielkie doświadczenie związane z wideo, i stworzył jeden z najbardziej znanych i naśladowanych programów w sieci. Jego plan był prosty: inteligentna i ładna prezentacja, a za nią mapa świata wisząca na ścianie (rysunek 1.1).



RYСУNEK 1.1. Joanne Colan, prezenterka Rocketboom, na tle słynnej mapy wykorzystywanej w prowadzonym przez nią programie. Andrew Baron stworzył Rocketboom, mając dobry pomysł i narzędzia z klasy prosumenckiej. Program o charakterystycznym nonszalanckim stylu prezentacji wiadomości stał się niespodziewanym hitem

Tajemnicą sukcesu był inteligentny, a jednocześnie nonszalancki styl wypowiedzi oraz stworzenie wspaniałego zespołu pracowników. Pozornie poważny sposób prowadzenia programu przez Joanne Colan przeplatany elementami humoru powoduje, że odbiorcy uwielbiają ten program.

Twój pomysł nie musi być skomplikowany — jak widać na przykładzie programu Rocketboom. Przelanie go na papier pozwoli jednak lepiej się na nim skoncentrować. Jasne zdefiniowanie Twojego projektu pomoże również ustalić, jakich zasobów będziesz potrzebować, aby urzeczywistnić swój pomysł, i umożliwi sprawne połączenie takich elementów, jak właściwe użycie sprzętu wideo i dobór odpowiedniej osoby, która będzie się znajdować przed kamerą.

Podczas postprodukcji będziesz przeprowadzać operację montażu wideo dla odbiorców internetowych, którzy tylko przez krótki czas koncentrują się na dostępnych materiałach, lecz mają za to nienasycony apetyt na nowe treści. Powinieneś szczególnie zapamiętać drugą część poprzedniego zdania, ponieważ chcesz sprzedawać swoją pracę i udostępniać ją odbiorcom z całego świata.

Pamiętanie o swoich odbiorcach

Kluczem do osiągnięcia sukcesu w sieci jest pamiętanie o swoich odbiorcach podczas każdego etapu produkcji. Widzowie internetowi są doświadczeni. Znają różnicę między amatorskim wideo wykonanym za pomocą aparatu cyfrowego oraz doskonałej jakości filmem zrealizowanym w technologii wysokiej rozdzielczości (HD). Może być to dla nich nieważne, jeśli takie treści oglądają tylko przez pięć minut w trakcie swojej przerwy na posiłek lub wykorzystują do tego celu telefon komórkowy. W przypadku, gdy wideo trwa dłużej lub musi zostać wyświetlone na większym monitorze jako element prezentacji, odbiorcy będą prawdopodobnie bardziej krytycznie oceniać jego jakość.

Wideo w sieci — bez względu na to, czy jest tworzone dla celów korporacyjnych lub edukacyjnych, czy też na potrzeby komercyjnej rozrywki — powinno mieć nienaganny obraz i doskonały dźwięk (rysunek 1.2).



RYСУNEK 1.2. VideoJug, ExpoTV i inne strony poradnikowe udostępniają wiele najlepszych i najczęściej oglądanych materiałów wideo w internecie

Aby poprawić jakość wideo, użyj technik wykorzystywanych przez profesjonalistów, lecz jednocześnie zastosuj sprzęt o klasie prosumenckiej. Nie jest on tak kosztowny jak specjalistyczne wyposażenie stosowane w telewizji i nie wymaga nadmiernie dużego wysiłku w celu nabrania wprawy w posługiwaniu się nim. Twoje nagrania wideo będą miały coraz lepszą jakość obrazu i dźwięku, a Ty będziesz wciąż mógł koncentrować się na ich treści.

Tworzenie znakomitego wideo dla internetu rozpoczyna się od wykonania fascynujących zdjęć i nagrania dźwięku o dobrej jakości. Następnie musisz zastosować twórcze metody, aby użyć obrazów w celu opowiedzenia swojej historii i zmontować je w taki sposób, by zainteresować swoją publiczność.

Co powoduje, że wideo dla internetu jest unikatowe?

Zdolność przyciągania uwagi jest najważniejszym towarem w internecie. Zastanawianie się nad tym, w jaki sposób zachęcić publiczność, rozpoczyna się już na etapie poprzedzającym właściwą produkcję i nie kończy się nawet wtedy, gdy wyłączasz kamerę czy przeprowadzasz operację montowania sfilmowanego materiału.

Skuteczne dążenie do tego, aby wideo zostało zauważone i stało się popularne, przy jednoczesnym braku agresywnej reklamy i budżetu przeznaczanego na cele marketingowe, jest cechą charakterystyczną cieszącego się powodzeniem wideo internetowego, którą rozpaczliwie próbują naśladować podmioty komercyjne.

Nie zawsze możesz mieć wpływ na to, co zobaczy Twoja publiczność

Podstawową różnicą techniczną pomiędzy materiałem filmowym publikowanym w sieci a nadawanym w telewizji jest to, że wideo internetowe jest bardzo skompresowane. Zrozumienie ograniczeń związanych z przepustowością połączeń sieciowych wykorzystywanych przez widzów jest często tak ważne, jak poznanie ich upodobań. Prędkość ich łączy internetowych będzie wpływać na jakość odbieranego wideo.

Kompresja Twoich materiałów wideo pozwalająca na przesyłanie ich w sieci powoduje, że zmienia się ich sposób odbioru przez widzów. Zrozumienie podstaw działania kompresji jest pierwszym etapem pozwalającym na uzyskanie dobrej jakości obrazu i dźwięku dla Twojego wideo. Pamiętaj, że ostatecznie będziesz musiał skompresować swoje wideo, także pozwoli na zaoszczędzenie czasu. Gdy zdasz sobie sprawę z tego, co może poprawnie działać w internecie, a co nie powinno się tam znaleźć, będziesz mógł podjąć odpowiednie decyzje podczas filmowania i montażu.

Zapewnienie, że odbiorcy będą mogli oglądać wideo w taki sposób, w jaki im go udostępniłeś, musi być zawsze Twoim aktualnym celem. Mimo że większość widzów dysponuje już internetowymi połączeniami o dużej prędkości, niektórzy jednak są ich pozbawieni.



Wideo w sieci różni się zasadniczo od DVD. Mimo że materiały wideo znajdujące się na płycie DVD są również skompresowane, ich docelowa platforma została stworzona na podstawie zdefiniowanego standardu. Wszystkie odtwarzacze DVD dysponują praktycznie tymi samymi możliwościami i ich zdolność przesyłania sygnału wideo do odbiornika telewizyjnego nie stoi nigdy pod znakiem zapytania. Ponieważ w przypadku wideo internetowego istnieje dużo różnych formatów, staje się ono czymś w rodzaju ruchomego celu. Prędkość połączeń sieciowych wykorzystywanych przez widzów ma duży wpływ na jakość odbioru.

Wiedza o tym, kto tworzy Twoją publiczność, ułatwia przewidywanie jej wymagań. Na przykład studenci mają w zasadzie pełen dostęp do łącz szerokopasmowych, lecz wiele miasteczek uniwersyteckich ogranicza transmisję plików wideo, które muszą zostać najpierw pobrane, aby można było je odtwarzać. Starsze generacje widzów mogą wciąż używać połączeń modemowych, dlatego wymagają plików o gorszej rozdzielczości, które będą wciąż działać przy niższych prędkościach transmisji; innym rozwiązaniem w tym przypadku może być opcja pozwalająca na pobranie całego pliku wideo przed jego obejrzeniem.

Odbiorcy mogą spowodować, że Twoje wideo odniesie sukces i zyska sobie popularność. Dzieje się tak dzięki umieszczaniu do niego odnośników, polecaniu go innym lub umieszczaniu swoich opinii na jego temat w blogach. Aby stworzyć skuteczny plan dotyczący marketingu i udostępniania materiału wideo stworzonego przez Ciebie, musisz zrozumieć, czego oczekuje Twoja publiczność. Dzięki temu zdobędziesz więcej widzów, którzy będą oglądać wyniki Twojej pracy.

Konieczność wykonywania kompresji internetowego wideo oraz potęga odbiorców sprawiają, że rozprzestrzeni się ono po sieci, wpływają na cały cykl produkcyjny oraz pomagają zdefiniować sposób działania podczas tworzenia materiałów do internetu. Pamiętajanie o tych zagadnieniach w trakcie filmowania, jak również podczas konfiguracji oświetlenia sceny oraz montażu materiału, spowoduje, że wykonywana praca stanie się łatwiejsza, a wyniki bardziej satysfakcjonujące w momencie, gdy będziesz gotów przesłać swoje wideo do internetu.

Tworzenie dla doświadczonej publiczności internetowej

Internet demokratyzuje produkcję i dystrybucję wideo. Każdy z dostępem do sieci i kamerą wideo może tworzyć materiały, a następnie umieszczać je w internecie. W wyniku tego otrzymuje się cudownie różnorodne, twórcze i specyficzne medium, w którym wspaniale rozwijają się oryginalne pomysły, a producenci rzadko ukrywają swoje myśli.

Niektóre udane produkcje wideo przeznaczone do internetu są tak dopracowane jak materiały dostępne w telewizji komercyjnej, zaś inne zwracają mniejszą uwagę na sam proces tworzenia i koncentrują się raczej na szybkim dostarczeniu treści widzom w sieci.

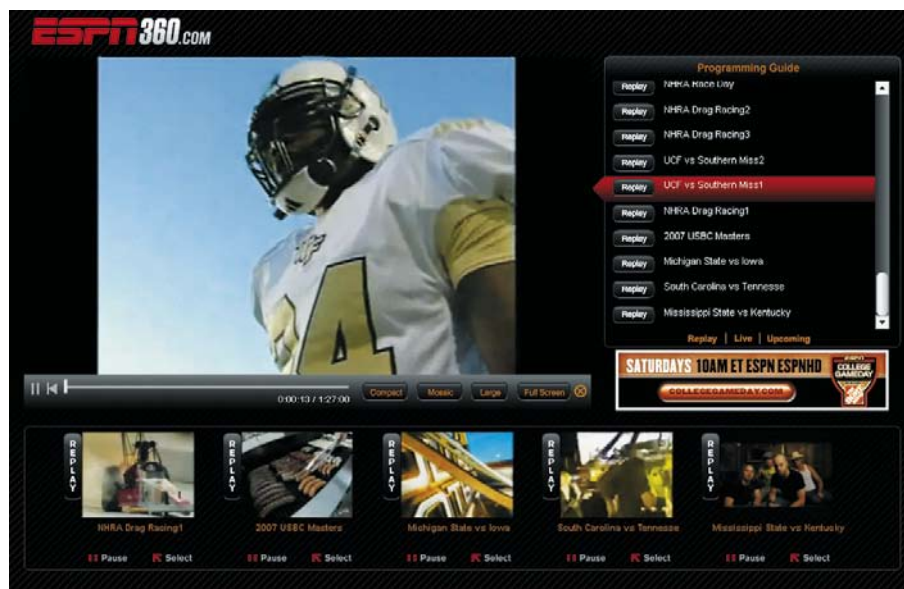


Dostarczanie obrazów o wysokiej jakości jest tylko widocznym elementem całego zestawu usprawnień dla szybko zmieniającej się technologii dotyczącej wideo w internecie. Firmy udostępniające pliki wideo mogą obecnie przyglądać się Twoim odbiorcom i sprawdzać, kto w danej chwili ogląda materiały filmowe, oraz informować Cię, jak długo to trwa. Aby uzyskać dostęp do takiego poziomu usług, musisz uzyskać wysoką jakość swoich treści wideo. Pozwoli to na otrzymanie większego wsparcia ze strony reklamodawców, którzy potrzebują takich statystyk w celu kontrolowania efektywności swoich działań.

Aby publiczność była zainteresowana Twoimi kolejnymi produkcjami wideo, musisz sprawić, by miały prowokacyjny sposób prezentacji, a następnie podjąć ryzyko i wygrać. Może to oznaczać zastosowanie nowatorskiego stylu graficznego, filmowanie przy użyciu techniki zielonego ekranu lub wyszukiwanie unikatowych lokalizacji i podejmowanie oryginalnych tematów w swoich materiałach wideo. Zwykłe powielenie standardowych sposobów produkcji stosowanych w tradycyjnej telewizji nie będzie po prostu działać. Wideo w sieci jest nowym medium. Sukces w dużym stopniu zależy od tego, czy będziesz potrafił przyciągnąć uwagę publiczności materiałem wideo, który pokaże im coś odmiennego.

Ponieważ siecią interesują się reklamodawcy i sponsorzy, standardy jakościowe internetowego wideo zmieniają się. Zwiększająca się liczba odbiorców dysponujących szerokopasmowymi łączami pozwala im na oglądanie pełnometrażowych filmów telewizyjnych w jakości, która jest wciąż bardzo dobra nawet podczas odtwarzania na pełnym ekranie (rysunek 1.3).

Jeśli podejmiesz decyzję, by stworzyć fantastyczne wideo, uczynisz właściwy krok w kierunku poznania, co dzieje się w sieci. Gdy już się tego dowiesz, będziesz mógł produkować treści mające własny styl (rysunek 1.4). Za jakiś czas wiele innych osób będzie go analizować, aby poznać sposób na to, jak zwiększyć popularność swoich materiałów wideo.



RYSUNEK 1.3. Odtwarzacz Move ze strony Move Networks chroni materiały wideo zabezpieczone prawami autorskimi pochodzące z sieci telewizyjnych i składa się z oprogramowania do pobrania, które nawet w trybie pełnoekranowym pozwala na uzyskanie wspianej jakości odtwarzania



RYSUNEK 1.4. Strona Expotv.com udostępnia materiały wideo tworzone przez widzów: większość z nich mówi wprost do kamery i prezentuje jakiś produkt, omawiając jego możliwości. Na przedstawionym rysunku stały współpracownik serwisu wychwala zalety zaawansowanej kamery wideo firmy Canon

Poziom widowiskowości i cele projektu

Użycie profesjonalnego sposobu produkcji oraz zaawansowanej technologii udostępniającej wideo w sieci pomoże Ci sprawić, że Twój unikatowy materiał filmowy będzie wyglądał znakomicie. Ale nie pozwól, aby Twoje pomysły zginęły gdzieś w trakcie całego procesu. Tworzenie świetnego wideo, które wygląda, jakby było nadawane w telewizji, kosztuje dużo czasu i wysiłku. Pamiętaj jednak, że w przypadku gdy Twoje wideo nie zaprezentuje widzom nowych pomysłów i perspektyw, nie uzyska dużej oglądalności w internecie. Pamiętając o celach, do których dążysz, musisz jednocześnie zapewniać wysoki poziom widowiskowości swoim nagraniom. Nie musisz używać wszystkich tradycyjnych metod tworzenia treści wideo — te, które będziesz mógł wykorzystać, pozwolą Ci na poprawę jakości Twoich produktów i ich atrakcyjności w sieci.

Aby zrealizować swoją misję, będziesz musiał wykorzystywać techniki produkcyjne. Choćbyś nie zamierzał sam filmować i montować swoich materiałów, zrozumienie sposobu funkcjonowania narzędzi i technologii, która przyczynia się do poprawnego działania wideo w sieci, pozwoli Ci na nawiązanie kontaktu z profesjonalistami z Twojego zespołu produkcyjnego, a także pomoże Ci z nimi współpracować, by wypromować odpowiedniej jakości materiały wideo, które będą mogły stać się popularne.

Aby stworzyć produkt o wysokiej jakości, wymagana jest współpraca całego zespołu. Nawet jeśli składa się on tylko z Ciebie, nie możesz zaprzeczyć faktom, że staranna produkcja, poprawny montaż i właściwy scenariusz przyczyniają się do zdobycia oddanej publiczności. W dalszej części tej książki poznasz zasady dystrybucji i marketingu, ponieważ nawet najlepsze wideo nie jest nic warte, jeśli nie można go obejrzeć.

Stwórz zespół, by wyprodukować wideo o lepszej jakości

Wielu producentów wideo w sieci zajmuje się samodzielnie filmowaniem, a czasem nawet przeprowadzaniem wywiadów zza kamery. Oznacza to, że wykonują oni różne zadania. W trakcie produkcji powinienś zdefiniować priorytety oparte na rodzaju zadań, jakie wykonujesz. W trakcie ich realizacji będziesz musiał myśleć jak operator kamery filmowej, dźwiękowiec, osoba przeprowadzająca wywiad czy asystent kierownika produkcji.

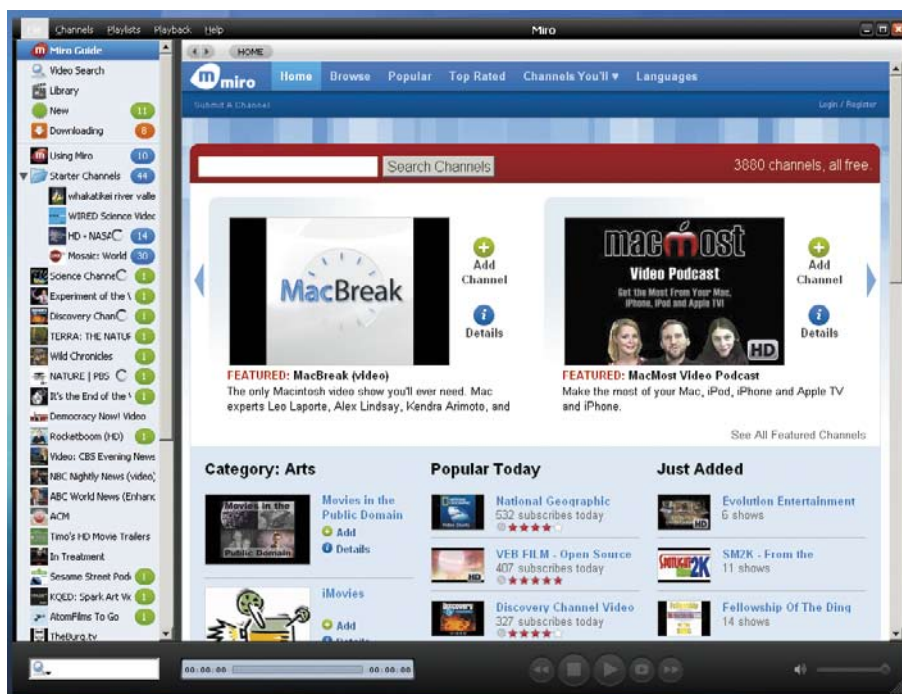
Niewiele osób jest uniwersalnych w każdej dziedzinie. Każde z zadań wymaga użycia zdolności, które posiadają pewni ludzie poświęcający często mnóstwo czasu, aby osiągnąć mistrzostwo w danej dziedzinie. Realizacja tych zadań przez jedną osobę wprowadza ograniczenia podczas tworzenia właściwego produktu. Mimo że operator kamery podczas wykonywania swojej pracy musi stosować się do wymagań montażysty, bardzo trudno obiektywnie oceniać swoje zdjęcia na etapie ich montażu. Gdy współpracujesz z innymi utalentowanymi osobami, zawsze możesz się od nich nauczyć czegoś nowego. Poza tym praca w zespole przyczyni się do udoskonalenia Twojego produktu.

Z drugiej strony samodzielna praca jest dla twórcy wspaniałą okazją do poszerzenia swojej wiedzy, ponieważ zmusza Cię, abyś nauczył się tego wszystkiego, co jest niezbędne do poprawnego przeprowadzenia procesu produkcji. Ponieważ będziesz własnym kierownikiem produkcji zarządzającym budżetem i ustalającym terminy, zdobędziesz wiedzę o tym, co naprawdę jest wymagane, a co jest tylko nadobowiązkową opcją. Dzięki temu będziesz mógł łatwiej zmieścić się w zaplanowanym budżecie.

Telewizja w internecie

W dzisiejszych czasach jest już praktycznie możliwa zamiana telewizji kablowej na internet. Marzenie o używaniu internetu w taki sam sposób, jak obecnie wykorzystuje się telewizor, staje się rzeczywistością. Sieć oferuje odbiorcom większe możliwości konfiguracyjne pozwalające na wybieranie tego, co i kiedy chce się oglądać. Nowe narzędzia, takie jak odtwarzacz Miro, pozwalają na łatwe pobieranie i oglądanie dostępnych materiałów wideo (rysunek 1.5). Czytniki RSS oferują widzom prostą metodę tworzenia kanałów lub połączeń, które zawierają Twoje materiały, aby następnie udostępnić je światu do obejrzenia.

Twoje wideo może znajdować się w sieci obok produkcji filmowych telewizji ABC lub programów dokumentalnych poświęconych zagadnieniom technicznym udostępnianych przez Discovery Channel. Filmy te są często wysokobudżetowe i tworzone przez bardziej doświadczone zespoły pracowników. Jeśli zamierzasz wzorować się na takich programach, będziesz musiał sprawić, aby Twoje wideo wyglądało tak dobrze, jak to tylko możliwe.



RYСУNEK 1.5. Odtwarzacz Miro upraszcza szukanie i oglądanie wideo w internecie. Po zainstalowaniu tego darmowego oprogramowania w komputerze zaczyna ono działać jako nagrywarka cyfrowych treści wideo lub urządzenie TiVo przeznaczone dla internetu

WYWIAD: DJ JAY SMOOTH

▶ Video w internecie — szybki start

DJ Jay Smooth — didżej, prezenter programów radiowych i twórca strony illdoctrine.com poświęconej muzyce hip-hop



Jay Smooth rozpoczął swoją działalność w radiu, gdzie stał się popularnym prezenterem i nauczył się nagrywać, montować i miksować ścieżki dźwiękowe. Dziesięć lat temu jego zaangażowanie do hip-hopu zaowocowało stworzeniem w internecie jednego z pierwszych blogów poświęconych temu stylowi muzycznemu.

Obecnie jest on producentem programu wideo Ill Doctrine (rysunek 1.6) transmitowanego w internecie (<http://illdoctrine.com>), w którym odgrywa również rolę prowadzącego. Dla Jaya Smo-

otha dobra jakość dźwięku znaczy więcej niż obrazy. Wykorzystuje on swoje umiejętności montażysty dźwięku, aby stworzyć ogólne zarysy programu, a następnie dopasowuje dźwięk do obrazów, co sprawia, że prezentowany materiał zaczyna przemawiać do widzów. Ten rodzaj montażu zwany *radio cut* jest powszechnie stosowany w projektach, których najważniejszym elementem jest przekazywana informacja.

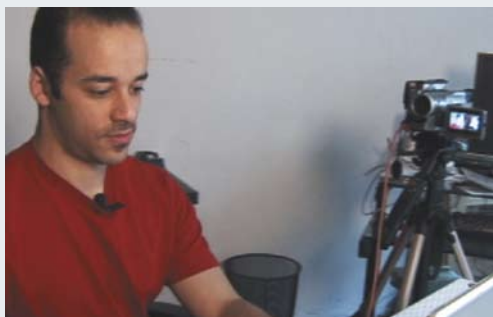


RYSUNEK 1.6. DJ Jay Smooth wykorzystał swoją wiedzę nabytą w trakcie pracy w radiu podczas tworzenia blogu illdoctrine.com

Smooth stworzył wyróżniający się styl wizualny, który charakteryzuje się ciągłymi zmianami kąta widzenia kamery oraz odległości ogniskowej w trakcie prezentacji trwającej przeważnie około trzech minut. Jay Smooth tłumaczy: „Chciałem stworzyć obraz tak interesujący, jak było to tylko możliwe”.

Ale jego styl powstał także z konieczności. Smooth pracuje w pojedynkę, używając cyfrowej kamery wideo Hi8. Gdy kupił ją na aukcji eBay, była zamontowana na statywie. Musiał ciężko pracować, aby spełnić wysokie standardy dotyczące dźwięku, które sam ustalił, ponieważ używa mikrofonu wbudowanego w kamerę. Nie wykorzystuje taśmy i zapisuje kilka zdań bezpośrednio na dysk twardy swojego laptopa, a następnie przed kontynuacją swojej pracy sprawdza, jaki jest rezultat nagrania (rysunek 1.7). Ostre cięcia pojawiają się w sposób naturalny, gdy podczas montażu wycina i łączy ze sobą materiały uzyskane z kilku różnych ujęć.

Jay Smooth dopasował swój styl do rzeczywistych zwyczajów oglądania wideo w sieci. Mówi on: „Czuję się tak, jakbym wciąż przygotowywał się do realizacji programu, który musi sam przerywać swoje działanie, co jednak zachęca ludzi do zainteresowania się nim”.



RYСУNEK 1.7. Jay Smooth konfiguruje parametry prostego zapisu wideo

Przyzwyczajony do prowadzenia dyskusji przy użyciu stołu mikerskiego, Jay Smooth wykorzystuje teraz swoje doświadczenia i odnosi sukces w tworzonemu przez siebie programie *Ill Doctrine* podczas prowadzenia rozmów o muzyce. Wyniki są hipnotyzujące. „Chciałem zrobić coś innego w odróżnieniu od tych milionów ludzi z YouTube, którzy tylko siedzą i rozmawiają w swoich pokojach” — mówi Jay Smooth. Chciał również, aby widzowie wiedzieli, że starał się, by mogli zobaczyć coś oryginalnego.

Gdy zdobyłeś jakąś pozycję w społeczności, nie musisz już pracować tak ciężko. Każdy używa czytników kanałów RSS, więc jeśli wykonujesz prawidłowo swoją pracę, zostanie ona dostrzeżona.

portali społecznościowych, aby promować swoje wideo. Mówi on: „Po wykonaniu wideo umieszczam informację o nim w serwisie Twitter. Mogę też szukać innych portali podobnych do Twittera obsługujących fora dyskusyjne i przysyłać tam swoje wiadomości, szczególnie jeśli te serwisy są związane z muzyką hip-hop. Dzięki temu uzyskuje się wiele odwiedzin na stronie internetowej”.

Obawia się on jednak, że poprzez ciągle promowanie siebie może sprawić, że publiczność internetowa może w łatwy sposób od niego odejść. „Publikuję informacje o sobie w serwisach StumbleUpon.com i Digg.com, lecz jest to podobne do kupowania losu na loterii. Zazwyczaj nic z tego nie wychodzi — mówi Jay Smooth, dodając — ale jednak mimo to musisz spróbować. Jeśli wierni widzowie oddadzą na ciebie głosy podczas kilku pierwszych minut trwania programu, może on nabrać rozpędu. Od czasu do czasu masz szczęście”.

Smooth wykorzystuje również swoją reputację zdobytą w dziedzinie muzyki hip-hop, aby reklamować własne produkcje. Mówi: „Znam wielu blogerów zajmujących się hip-hopem. Czasami wysyłam im e-maile, w których informuję, że mogą sobie obejrzeć coś nowego. Gdy zdobyłeś jakąś pozycję w społeczności, nie musisz już pracować tak ciężko. Każdy używa czytników kanałów RSS, więc jeśli wykonujesz prawidłowo swoją pracę, zostanie ona dostrzeżona”.

Inne ulepszenie wynika także ze stawiania czoła ograniczeniom technicznym. Podczas pracy bez użycia specjalnego oświetlenia wideo stworzone przez Jay Smootha często charakteryzuje się niskim poziomem kontrastu i jakości, dlatego musi on używać aplikacji montażowej Sony Vegas, którą wykorzystywał podczas edycji dźwięku. Zmienia materiał filmowy na czarno-biały oraz modyfikuje paletę kolorów lub pozycję ujęć zgodnie z prezentowaną muzyką.

Smooth także tworzy artystyczne miniaturowe do swoich materiałów wideo. Uważa, że ludzie wolą kliknąć na coś, co wygląda interesująco i tajemniczo.

Będąc doświadczonym użytkownikiem internetu, Jay Smooth używa narzędzi

Jay Smooth miał kilka razy szczęście. Parę jego krótkich, zabawnych, atrakcyjnych wizualnie programów wideo poświęconych muzyce zdobyło popularność i szybko rozpowszechniło się w internecie. Należy on do niewielkiej grupy blogerów wideo, którzy otrzymują zapłatę za swoje produkcje. Jego materiały wideo pojawiają się regularnie na popularnej wśród społeczności hip-hop stronie internetowej XXLMag.com.

Mimo że Smooth zastanawia się nad różnymi możliwościami współpracy, patrzy jednak realistycznie na możliwość utrzymywania się poprzez publikowanie materiałów wideo w internecie. Osoby mające możliwości zapłacenia za takie usługi nie potrafią ustalić, jak sprawić, by były one dla nich opłacalne. Dopóki nie zostanie to rozstrzygnięte, na rynku będzie pojawiać się mniej ofert.

Wskazówki Jaya Smootha dla nieprofesjonalnych blogerów wideo

Zdefiniuj, jakie są Twoje zainteresowania, a następnie skoncentruj się na nich tak mocno, jak to tylko możliwe.

Stwórz harmonogram publikowania swoich materiałów wideo i dokładnie się go trzymaj.

Przyjmij, że Twoje przemyślenia są prawdziwe, a następnie opowiedz o nich w najbardziej zwięzły sposób.

Nie poddawaj się. Realizuj swoje zadania także w ciężkich czasach. Gdy pojawiają się kłopoty z produkcją, należy mimo to ją kontynuować.

Jako producent chciałbyś pracować przed i za kamerą z najlepszymi dostępnymi talentami. Często tą osobą nie będziesz Ty. Powinieneś także zwracać uwagę na wyniki finansowe. Aby obniżyć koszty produkcji, poznaj dokładnie swoje możliwości, aby spełnić ustanowione przez siebie wysokie standardy lub móc pracować z utalentowanymi nowicjuszami. Pamiętaj, że osiągnięcie dobrej współpracy z niedoświadczonymi członkami zespołu wymaga poświęcenia produkcji większej ilości czasu, przy czym mogą oni popełniać kosztowne i czasochłonne błędy. Pilnowanie harmonogramu oraz budżetu jest metodą stosowaną przez profesjonalistów, którzy dzięki temu wiedzą, kiedy pojawiają się kłopoty lub odpowiedni moment na wybranie innego rozwiązania.



Przydatna strona umożliwiająca zatrudnienie profesjonalistów związanych z internetowym wideo znajduje się pod adresem <http://mandy.com>.

Czasem jednak można po prostu zacząć pracę bez większego zastanawiania się nad szczegółami. Czyni tak większość osób, lecz wkrótce odkrywają, że można łatwo zostać przytłoczonym nadmiarem obowiązków, jeśli pracuje się w sposób niezorganizowany. Bez dysponowania choćby prostym planem w postaci pisemnej będzie dużo trudniej przekazać swoją wizję osobom, z którymi się współpracuje.

Wykorzystaj plan, aby ustalić, w jaki sposób można zrealizować swoje cele. Uzyskasz więcej, wykonując tylko te czynności, które Cię interesują. Resztę pracy powinno się przekazać osobom, które zatrudnisz na podstawie referencji uzyskanych od innych producentów lub po odwiedzeniu stron internetowych zawierających listy zespołów spełniających wymagane przez Ciebie warunki.

Współpraca z doświadczonymi profesjonalistami

W przypadku gdy stać Cię na to, zatrudnienie profesjonalisty może być niezwykle doświadczeniem, które wiele Cię nauczy. Ale wiedza specjalistyczna to nie wszystko; osoby, które chcesz zatrudnić, powinny charakteryzować się kreatywnością i umiejętnością pracy w zespole. Ludzie, którzy interesują się swoją pracą i cieszą się, że mogą ją wykonywać, są bardziej odpowiedzialni do współpracy i często lepiej wykonują swoje obowiązki.

Z drugiej strony na rynku istnieje wielu kompetentnych samouków. Ci specjaliści znają swoje możliwości, ale współpraca z nimi jest trudna, a ich wydajność przeciętna. Można ich rozpoznać poprzez to, że skrupulatnie pilnują swoich spraw i najczęściej mówią Ci, że wszystko, co zamierzasz zrobić, jest zbyt kosztowne lub niemożliwe do zrealizowania. Nie potrzebujesz takich osób. Zamiast tego powinieneś poszukać kogoś, kto zainteresuje się Twoim projektem, dobrze zna swój zawód i będzie rozsądnie planował wydatki.

Współpraca z kimś, kto ma doświadczenie, może pomóc Ci zaoszczędzić czas i sprawić, że Twoja praca zostanie lepiej wykonana. Ale czasem po prostu nie będziesz miał pieniędzy, aby zapłacić takim profesjonalistom. Staraj się wyznaczać wysokie standardy i poszukiwać kreatywnych osób, które pomogą Ci w pracy. Możesz korzystać z usług studentów lub producentów wideo. Internet jest odpowiedni do nawiązywania tego typu kontaktów.

Ograniczony budżet nie musi oznaczać produktów o niskiej jakości. Poznaj dokładnie profesjonalne technologie związane z oświetleniem, wykonywaniem zdjęć i nagrywaniem dźwięku. Aby stać się cenionym producentem wideo dla internetu, nie musisz uczęszczać do szkoły filmowej, lecz metoda prób i błędów nie należy do najłatwiejszych. Jednym z najlepszych sposobów pozwalających na zapoznanie się z technikami produkcji wideo jest uczestniczenie w projektach bez uzyskiwania zapłaty za swoją pracę. Upewnij się jednak wcześniej, że będziesz współpracować z osobą, która może podzielić się z Tobą swoim doświadczeniem. Dobrą regułą praktyczną jest sprawdzenie, czy osoby, z którymi zamierzasz pracować, mają co najmniej dziesięcioletnie doświadczenie w swojej branży.

Jeśli chcesz być producentem, osiągającym sukcesy w sieci, rozpocznij od czegoś, w czym jesteś dobry. Może to być tworzenie scenariuszy, zbieranie funduszy, filmowanie lub przeprowadzanie wywiadów. Stwórz prosty projekt, a następnie zgromadź zespół, pieniądze i sprzęt, którego będziesz potrzebować na jego realizację. Nie zapomnij o środkach transportu oraz zaopatrzeniu ekipy w żywność. Na początku skoncentruj się na stworzeniu wideo o dobrej jakości i umieszczeniu go w internecie, by mogło zostać zauważone przez inne osoby. W drugiej części tej książki zostanie zaprezentowane, w jaki sposób powinieneś wprowadzić swoje wideo na rynek, aby zostało zauważone — jest to kolejny ważny element Twojej pracy jako producenta.

Wykorzystaj swoją wiedzę

Profesjonalny fotograf Ken Schneiderman (rysunek 1.8) stworzył krótkie wideo, aby zaprezentować swoim przyjaciołom swojego psa Louie rasy pugle (rysunek 1.9). Wykorzystując do tego celu aparat fotograficzny, nagrał materiał wideo w postaci jednego ciągłego ujęcia, które następnie uzupełnił napisami i ścieżką muzyczną przy użyciu Apple iMovie. Wideo zawiera zdjęcia Louie wykonane z punktu widzenia Schneidermana. Spoglądanie w dół na małego pieska powoduje zwiększenie współczynnika „fajności”.

Ken Schneiderman wykonał wideo za pomocą cyfrowego kompaktowego aparatu fotograficznego (Canon D9), w ciągu godziny przeprowadził operację montowania za pomocą iMovie, a następnie rozesłał nagranie do swoich przyjaciół i rodziny. „Bardzo podoba mi się możliwość opowiedzenia historii przy użyciu dźwięku, muzyki oraz połączenia nieruchomych zdjęć i ruchomego obrazu wideo” — mówi Schneiderman, którego następnym projektem będzie wywiad z członkami rodziny i połączenie wykonanego materiału ze zdjęciami i muzyką.



RYSUNEK 1.8. Fotograf Ken Schneiderman wykonał swoje pierwsze wideo internetowe za pomocą kompaktowego aparatu fotograficznego. Jego pies Louie jest doświadczonym modelem, ponieważ pozował do zdjęć dla magazynu „Vogue”



RYСУNEK 1.9. Wideo Canine Frustration zostało nagrane w postaci jednego ciągłego ujęcia

Umiejętności fotografowania posiadane przez Schneidermana pomogły mu osiągnąć sukces w swoim pierwszym projekcie wideo. Radzi on innym początkującym producentom, aby tworzone przez nich materiały zawierały pewne refleksje. „Najważniejsze jest bycie świadomym tego, jak perspektywa, z której wykonujesz zdjęcia, wpływa na jakość otrzymanego wideo” — mówi Ken Schneiderman.

Będąc fotografem, najpierw przygląda się zawsze scenie, zanim spojrzy na nią przy użyciu kamery. Mówi on: „Możesz dzięki temu otrzymać 90 procent informacji, które musisz posiadać przed rozpoczęciem zdjęć”. Pozwala to na uzyskanie wiedzy o kadrowaniu, oświetleniu, wymaganej odległości od filmowanych obiektów, rodzaju użytego obiektywu oraz wysokości zamontowania kamery.

„Aby stworzyć wideo o swoim psie, postanowiłem sfilmować go z mojego punktu widzenia, ponieważ było to zabawne — mówi Ken Schneiderman. — Mógłbym położyć się na ziemi i to też byłoby interesujące. Wszystko, co czynisz, prowadzi do celu w sensie utworzenia artystycznego dzieła”.

Ponieważ wiele osób tworzących materiały wideo używa dostępnego oświetlenia, zapytałam Schneidermana, w jaki sposób najlepiej wykorzystać istniejące warunki oświetleniowe. W odpowiedzi podkreślił on znaczenie poświęcania dużej uwagi jakości oświetlenia. „Czy jest to ostre lub łagodne światło słoneczne, a może mamy do czynienia z zachmurzeniem? Czy są to magiczne godziny poranka lub późnego popołudnia, które charakteryzują się wspaniałą łagodnością promieni słonecznych? Tego typu sprawy należy wziąć pod uwagę” — mówi Ken Schneiderman.

To, że jesteś początkującym twórcą wideo, nie oznacza, iż nie dysponujesz żadnymi umiejętnościami. Postaraj się wykorzystać przykład Kena Schneidermana i rozpocznij swoją pracę z prostym projektem, w którym można posłużyć się wiedzą, jaką już posiadasz.

Znakomity pomysł na początek

Wspaniałe wideo rozpoczyna się od interesującego pomysłu. Producent Brian Conley chciał przedstawić światu, jak wygląda życie w Iraku w ocenie mieszkających tam ludzi. W wyniku tego powstał internetowy program informacyjny Alive in Baghdad (rysunek 1.10), który został przyjęty z uznaniem przez publiczność.

Być może znalazłeś sposób na stworzenie fontanny polegającej na zmieszaniu ze sobą napoju „Diet Coke” i cukierków „Mentos”, która naśladuje „tańczące wodotryski” znajdujące się przy ho-



RYSUNEK 1.10. Audycja *Alive in Baghdad* wyprodukowana przez Briana Conleya jest cotygodniowym programem informacyjnym tworzonym przez irackich dziennikarzy. Sieci Sky News i BBC uzyskały dla niego licencję na nadawanie, dzięki czemu pojawił się nowy program o nazwie *Alive in Mexico*

telu Bellagio Hotel w Las Vegas (rysunek 1.11) — podobnie jak inni twórcy niespodziewanych hitów internetowego wideo. Fritz Grobe i Stephen Voltz wykonali właściwą czynność, umieszczając na stronie Revver swoje wideo przedstawiające fontannę stworzoną z napoju „Diet Coke” i cukierków „Mentos”. Strona internetowa Revver wypłaca producentom zyski otrzymane z reklam. Więcej niż pięć milionów odbiorców obejrzało wideo, w którym zaprezentowano choreograficznie zsynchronizowane gejzery uzyskane przy użyciu cukierków „Diet Coke”. Dzięki temu producenci zarobili na tym więcej niż 40 tysięcy dolarów, dzieląc się zyskami z Revver w stosunku 50/50.

Każdy gatunek wideo w sieci ma swoje określone wymagania i potrzeby związane z produkcją. Niektóre z nich naśladują istniejące wzorce telewizyjne, takie jak programy informacyjne czy widowiska publicystyczne, modyfikując je poprzez zastosowanie nowego punktu widzenia czy specyficznej metody realizacji. Inne zaś są niepowtarzalne dla internetu — przykładem tego mogą być rosnące zasoby krótkich, edukacyjnych i poradnikowych materiałów wideo pojawiających się na wielu popularnych stronach. W sieci istnieją także przedstawienia, programy dokumentalne oraz słuchowiska, których nigdy nie spotkasz w telewizji.

Producenci treści medialnych wciąż tworzą nowe style prezentacji w sieci. Jednym z pomysłów, które ostatnio się pojawiły, jest strona zawierająca materiały wideo z dziesięciosekundowymi historiami (*10secondstories.com*). Inne strony naśladują warunki nagraniowe krótkich filmów braci Lumiere z roku 1895: czas trwania maksymalnie 60 sekund, statyczna kamera, brak ścieżki dźwiękowej, przybliżeń, montażu i efektów (*videoblogging.info/lumiere*).

Nawet reklamodawcy zaczynają tworzyć krótkie filmy wideo zawierające akcję, widowiskowość na wysokim poziomie i mnóstwo ukrytych i domniemyanych reklam.



RYSUNEK 1.11. To legendarne wideo wirusowe uzyskało pięciomilionową publiczność i dostarczyło jego twórcom zysku w wysokości 40 tysięcy dolarów

Plan na osiągnięcie sukcesu

Czasem filmowanie dla internetu jest bardziej wymagające niż inne rodzaje tworzenia wideo, ponieważ musisz brać także pod uwagę kompresję. Wszystkie czynności związane z preprodukcją, które są wykonywane, zanim jeszcze ustawisz kamerę i naciśniesz przycisk nagrywania, są niewidoczne. Mimo że wielu producentów wideo dla internetu improwizuje lub stosuje w trakcie produkcji styl dokumentalny i porządkuje materiały filmowe w późniejszym czasie, podejmowanie tych działań bez dysponowania choćby prostym planem wymaga poświęcenia im większej ilości czasu i energii.

Preprodukcja rozpoczyna się od przeanalizowania zagadnień związanych z planowanym wykonaniem zdjęć i upewnieniem się, że posiadasz odpowiedni sprzęt oraz pomysł na sposób przeprowadzenia nagrania. Ten rodzaj przygotowań jest w rzeczywistości bardziej swobodny niż ograniczający. Pozwala zatroszczyć się o podstawowe sprawy, dzięki czemu w trakcie filmowania będziesz mógł improwizować, co umożliwi stworzenie najbardziej wartościowych i twórczych materiałów.

Preprodukcja na wielką skalę polega na stworzeniu scenariusza i scenopisu obrazkowego, a następnie opracowaniu budżetu, który definiuje w sposób ogólny skład zespołu i sprzęt wymagany do wykonania pracy. Może być ona jednak bardzo prosta i przed rozpoczęciem filmowania sprowadzać się tylko do zastanowienia się nad tym, czego będziesz potrzebować, a następnie

poproszenia kogoś, aby wykonał resztę prac związanych z oświetleniem i konfiguracją dźwięku dostosowaną do planowanego miejsca nagrania. Powinieneś również upewnić się, czy wiesz już wystarczająco dużo o filmowanym wydarzeniu lub samej lokalizacji, co pozwoli lepiej Ci się przygotować do pracy.

Musisz także zastanowić się, jak zamierzasz wykorzystać stworzone wideo i kto będzie je oglądać. Twój sposób działania będzie bardziej odmienny od innych, jeśli pojawisz się na miejscu wydarzenia, by przekazać z niego relację swoim widzom, niż gdybyś tylko je recenzował lub poddawał krytyce.

Podczas produkcji będziesz nagrywał wideo i dźwięk. Postprodukcja polega na pobraniu nagrania z Twojej kamery, wykonaniu montażu wideo (podzieleniu go na fragmenty oraz dodaniu napisów, tytułów, efektów i dźwięków), a następnie zakodowaniu i skompresowaniu wynikowego materiału w celu przesłania go do internetu, gdzie może on zostać wprowadzony na rynek i rozpowszechniony.

Ćwiczenie znajdujące się na końcu tego rozdziału pozwoli na szybkie zapoznanie się z powyższymi przedstawionymi etapami.

W rozdziale 5., zatytułowanym „Techniki telewizyjne pozwalające uzyskać lepsze wideo w internecie”, poznasz zasadę mówiącą, że zwiększająca się liczba zasobów wykorzystywanych w Twojej produkcji powoduje, iż na etap planowania należy również poświęcić odpowiednio więcej czasu. Obecnie przypomnę tylko, że stworzenie wideo dla internetu wymaga planu i zwrócenia uwagi na szczegóły, poczynając od pamiętania, jaka wtyczka pozwoli na podłączenie Twoich słuchawek do kamery, a kończąc na uzyskaniu zezwolenia na wykonywanie zdjęć przed rozpoczęciem nagrania.

Zarządzanie produkcją

Sprawne planowanie produkcji zostało w tej książce potraktowane jako jedna z najważniejszych lekcji. Współpraca z kierownikiem produkcji w Hollywood nauczyła mnie wiele z zakresu zarządzania i koordynowania zasobami wykorzystywanymi w trakcie tworzenia filmu. Mimo że będziesz wykonywać planowanie na dużo mniejszą skalę niż w przypadku produkcji hollywoodzkich, nie należy go lekceważyć, ponieważ w przypadku tworzenia wideo dla internetu również odgrywa ono znaczącą rolę.

Bez względu na to, czy pracujesz w pojedynkę, czy w małym zespole, ważnym czynnikiem jest odpowiednia komunikacja. Jeśli wykonujesz zadanie dla swojego klienta lub kogoś innego, preprodukcja powinna rozpocząć się od przeprowadzenia analizy Twojego projektu.

Zadawaj pytania

Jeśli filmujesz coś prostego, na przykład jakieś wydarzenie, preprodukcja zaczyna się od ustalenia szczegółów, takich jak lokalizacja miejsca nagrania i sposób kontroli sytuacji w trakcie wykonywania zdjęć. Na tym etapie staraj się zadawać sobie pytania. Czy w danej lokalizacji będziesz miał bezpośredni dostęp do sygnału z istniejącego systemu dźwiękowego? Czy będziesz mógł wpływać na oświetlenie? Tego typu pytania pozwolą na dokładniejsze zdefiniowanie sposobu realizacji projektu.

Zaplanuj zdjęcie

Będziesz musiał także się zastanowić nad rodzajem zdjęć, jakie chcesz uzyskać. Nawet jeśli nie stworzysz tradycyjnego scenopisu obrazkowego, wykonanie uproszczonego szkicu swojego projektu może pomóc Ci wyobrazić go sobie w formie wizualnej i pozwolić na stworzenie takich zdjęć, jakich potrzebujesz.

Na początku mojej kariery zawodowej pracowałam jako montażysta filmów. W przypadku dużych produkcji reżyserzy codziennie kontrolowali stworzone materiały filmowe. Czasem montażysta, który przygotowywał materiał do przeglądu roboczego, zwracał uwagę, że ciągłość akcji zawiera błędy (na przykład w jednej scenie ktoś nosił kapelusz, a w kolejnej już go nie miał) lub sugerował wykonanie dodatkowego ujęcia, które umożliwiłoby prostsze wykonanie montażu.

Często nie będziesz dysponować tak komfortowymi warunkami pozwalającymi na wykonanie dodatkowych zdjęć, dlatego powtórzę jeszcze raz, mimo że wiem, iż jesteś już zmęczony ciągłym słuchaniem tego samego: planowanie przyczyni się do poprawy jakości Twoich działań. Doświadczeni kamerzyści — szczególnie ci, którzy nagrywają programy informacyjne i filmy dokumentalne — wiedzą, w jaki sposób wykonywać zdjęcia, ponieważ robią to codziennie od wielu lat. Wkrótce i Ty będziesz miał taką wiedzę.

Dopóki nie stanie się to przestarzałe, będziesz musiał stworzyć listę planowanych ujęć. W jaki sposób można ustalić, które zdjęcia powinno się brać pod uwagę? Jedną z odpowiedzi na to pytanie, które będziesz musiał sobie zadać przed rozpoczęciem produkcji, brzmi: sprawdź, co robi konkurencja. Internet upraszcza realizację tego zadania, lecz możesz także obejrzeć telewizję i wypożyczyć kilka filmów, by uzyskać źródło inspiracji. Nawet jeśli już wcześniej rozumiałeś wizualny język przekazu wideo, zaczniesz doceniać pewne rodzaje ujęć oraz interesujących rozwiązań pozwalających na właściwe sfilmowanie zamierzonego obiektu zdjęciowego.

Sprawdź miejsce akcji

Gdy mam wystarczającą ilość czasu i dostęp do lokalizacji miejsca nagrania, sprawdzam je przed rozpoczęciem zdjęć. W ten sposób uzyskuję informacje, jaki sprzęt należy zabrać ze sobą i jakich warunków można oczekiwać. Mam także możliwość wcześniejszego porozmawiania z dźwiękowcami oraz elektrykami planu o moich wymaganiach jeszcze przed pojawieniem się jakichkolwiek problemów i stresu. Możesz sprostać tym warunkom poprzez dostarczenie wymaganych kabli i łączny oraz sprawienie, abyś mógł w łatwy sposób uzyskać pomoc od każdego z członków zespołu.

Budżet kształtuje i definiuje Twój projekt

Do Twoich zadań należy zadbanie o właściwe poinformowanie o swoich oczekiwaniach osób, z którymi będziesz współpracować. Nie są oni świadomi pewnych spraw, które dzieją się w trakcie realizacji projektu; odpowiednią wiedzę uzyskują tylko od Ciebie. Często pomocne w takich sytuacjach jest opracowanie budżetu oraz harmonogramu wykonywania zdjęć w formie pisemnej. W przeciwnym razie okaże się, że będziesz realizować projekt przy użyciu mniejszych środków niż w przypadku, gdybyś wcześniej właściwie zaplanował swoje potrzeby.

Zdefiniuj harmonogram i stwórz metodę pracy, która pozwoli na ustalenie odpowiedniego czasu realizacji projektu i rzeczywistego budżetu możliwego do wykorzystania. Naucz się w miły sposób odmawiać, a także prosić o to, co jest niezbędne do wykonania Twojej pracy.

Jest to trochę bardziej skomplikowane, niż się wydaje. Dla każdego zadania istnieje wiele sposobów jego realizacji. Niewielka kamera z klasy prosumenckiej (rysunek 1.12) może być wystarczająca, by wykonać zlecony projekt, lecz jej użycie mogłoby sprawić, że przeprowadzany wywiad będzie wydawał się mniej profesjonalny dla przepracowanej osoby z kierownictwa przyzwyczajonej do kierowania dużych obiektywów prosto w twarz w celu wykonania nagrania. Realizacja właściwego oświetlenia zajmuje dużo czasu i czyni projekt bardziej kosztownym, lecz w wyniku tego uzyskuje się dużo lepszą jakość wideo.



Być może improwizowanie i realizowanie produkcji bez wcześniejszego przygotowania jest czymś ciekawym. Słowo ostrzeżenia: jeśli Twój pracodawca przyzwyczaił się do tego, że osiągasz niezłe rezultaty bez zaplanowania właściwego budżetu ani użycia odpowiedniego sprzętu, wówczas za każdym razem będziesz oczekiwać cudów.



RYСУNEK 1.12. Kamera Sony HVR-A1U z klasy prosumenckiej jest wyposażona w profesjonalne wejścia mikrofonowe z zasilaniem fantomowym oraz ręczne regulatory ostrości i czasu ekspozycji, lecz wiele opcji jest dostępnych tylko z jej ekranu dotykowego

Połącz wszystko w całość

Dla każdego projektu musisz brać pod uwagę następujące czynniki:

- ▶ Budżet
- ▶ Harmonogram
- ▶ Poziom umiejętności
- ▶ Obsadzenie stanowisk
- ▶ Wymagany wynik

Przeprowadzanie wywiadów z klientami jest dobrym sposobem na oszacowanie liczby dostępnych niezależnych ofert pracy związanych z internetowym wideo. Dobrą strategią jest oświadczenie w stylu: „Chętnie dowiedziałbym się, co musiałbym uczynić, aby mieć możliwość wykonania tej pracy”. Następnie zadaj dwa lub trzy pytania dotyczące samego projektu, po których powinieneś zaprezentować potencjalnemu klientowi orientacyjny budżet i rozsądny harmonogram działań. Te informacje możesz przekazać pod koniec dnia pracy, jeśli rozmowę odbyłbyś przed południem, a w przeciwnym razie w następnym dniu.

Zastanów się, w jaki sposób zamierzasz przeprowadzać filmowanie, czy musisz stworzyć zespół współpracowników oraz jakiego sprzętu potrzebujesz. By otrzymać bardzo dobry materiał wyjściowy, warunki nie muszą być idealne. Poza tym nie jest wymagane posiadanie dużej ilości sprzętu, aby uzyskać doskonały rezultat, lecz czasem będziesz musiał postępować bardzo twórczo z wykonanym nagraniem. Na przykład jeśli nie dysponujesz oświetleniem, możesz dać osobę, z którą przeprowadzasz wywiad, umieścić naprzeciw okna lub spotkać się z nią w jakimś spokojnym miejscu, które wcześniej rozpoznałeś.

Produkcja z uwzględnieniem budżetu

Niektóre z najlepszych materiałów wideo dostępnych w sieci zostały pierwotnie wyprodukowane dla telewizji lub przemysłu filmowego, a następnie dokładnie zakodowane, sformatowane oraz zmontowane specjalnie dla internetu. Producenci internetowego wideo mogą wiele się nauczyć od profesjonalistów, którzy prezentują swoje uzdolnienia techniczne oraz udostępniają tradycyjne metody produkcji w internecie.

Mimo że wysoki budżet pozwala na otrzymanie imponujących wyników, wykonanie atrakcyjnego wideo nie kosztuje zbyt wiele. Jedną ze wspaniałych cech internetu jest to, że możesz być producentem, mając do dyspozycji skromny budżet, nie tracąc jednocześnie kontroli nad tym, co robisz. Nie musisz iść na kompromis, stosując się do wskazówek przekazywanych przez kierownictwo studia filmowego.

Stwórz własny styl. Gdy tylko dobrze nauczysz się podstaw tworzenia wideo dla internetu, będziesz mógł wymyślić swój sposób realizacji projektów. W tym momencie powinna się odezwać buntownicza część Twojej osobowości. Czasem poprzez złamanie zasad możesz odkryć naprawdę niesamowity sposób wykonywania interesujących projektów i wprowadzić w życie przełomową innowację. Czasem przydarza się to zupełnie przypadkowo — szczęśliwe zrządzenie losu, które zachodzi wówczas, gdy nie masz żadnego pojęcia, co tak naprawdę robisz. Nie oczekuj jednak, że będzie się to przytrafiać bardzo często.

Sprzęt, którego potrzebujesz, by stworzyć wideo internetowe o wysokiej jakości, staje się z każdym rokiem coraz tańszy i lepszy. Kamery klasy prosumenckiej HDV, niewielkie systemy antywstrząsowe, statywy, mikrofony profesjonalnej jakości, a także energooszczędne urządzenia oświetleniowe montowane na sprzęcie są obecnie na tyle niedrogie, że niezależni producenci mogą sobie na nie pozwolić. Uniwersalny montaż nieliniowy oraz oprogramowanie kodujące, a także potężne komputery wieloprocessorowe umożliwiają zrealizowanie etapu postprodukcji przy użyciu niskiego budżetu.

Wyposażenie pozwalające na tworzenie internetowego wideo staje się także prostsze w obsłudze, dzięki czemu jest ono dostępne dla kreatywnych producentów z niewielkim doświadczeniem, minimalnym budżetem oraz na tyle wysokim poziomem inspiracji, by przygotować materiał filmowy o doskonałym poziomie widowiskowości, który wspaniale się prezentuje i brzmi w internecie.

Wideo internetowe w 15 minut

Czasem dysponujesz materiałem wideo, który jest tak niesamowity, że musisz go od razu umieścić w sieci. Może nie jest to arcydzieło, ale wiesz, że zainteresujesz nim inne osoby.

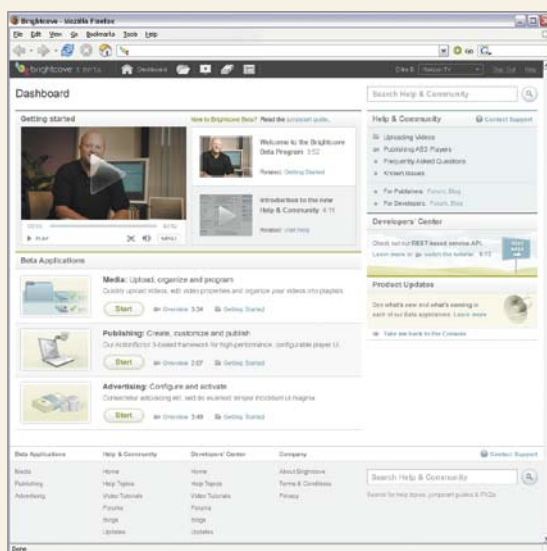
Mam dla Ciebie dobrą wiadomość: umieszczanie wideo w internecie jest obecnie łatwiejsze niż kiedykolwiek wcześniej. Nowe narzędzia i oprogramowanie pozwalają na płynne przeprowadzenie całego procesu. Poza tym będziesz mógł w prosty sposób sprawdzać poziom zainteresowania Twoimi produktami i otrzymywać informację zwrotną od odbiorców oglądających wideo stworzone przez Ciebie.

ABY WYKONAĆ TEN PROJEKT, NIEZBĘDNE SĄ NASTĘPUJĄCE SKŁADNIKI:

- Komputer
- Wideo o długości od jednej do pięciu minut
- Szerokopasmowy dostęp do internetu
- Konto na serwerze udostępniającym pliki wideo

Stwórz konto w serwisie udostępniającym pliki wideo

Wybierz taki portal, w którym można w prosty sposób się zarejestrować, i rozpocznij działania. Poszukaj dokładnych instrukcji w opcji pomocy dostępnej na serwerze; interesujące są dla nas między innymi informacje o rodzajach formatów, jakie mogą być używane, oraz o parametrach kodowania. Na rysunku 1.13 przedstawiono podstawowe parametry ustawień dla serwisu Brightcove.



RYСУNEK 1.13. Strona domowa serwisu Brightcove.com udostępnia odnośnik do przewodnika, który zawiera instrukcje opisujące proces przesyłania plików wideo oraz inne poradniki

Oprócz portalu YouTube

Serwis YouTube pozwolił każdemu posiadaczowi kamery na przesyłanie w prosty sposób plików wideo do internetu. Z drugiej strony brak zapewnienia wysokiej jakości treści medialnych jest wygodny, ponieważ pozwala na udostępnianie materiałów wideo o bardzo podstawowych parametrach, które dzięki temu mogą być oglądane przez większość odbiorców.

Wielu producentów umieszcza swoje materiały wideo w większej liczbie serwisów. Tubemogul (www.tubemogul.com) pozwala w prosty sposób na przesyłanie plików do wielu portali oraz dla każdego z nich udostępnia statystyki dotyczące odbiorców.

YouTube (www.youtube.pl): największa strona w Stanach Zjednoczonych i Europie poświęcona usługom wideo. YouTube przeprowadził niedawno proces pozwalający na udostępnianie treści wideo o wysokiej jakości.

Blip.tv (www.blip.tv): jest to ulubiona strona niezależnych producentów. Pozwala ona na umieszczanie jedynie takich programów, które zawierają wiele odcinków i są regularnie tworzone. Gdy Twoja publiczność będzie odpowiednio duża, serwis skontaktuje się z firmami reklamowymi, które podzielą się z Tobą swoimi zyskami.

Brightcove (www.brightcove.com): jest to jeden z moich ulubionych serwisów. Pozwala on na umieszczanie plików wideo przez niewielkie organizacje oraz osoby prywatne, lecz także dostarcza zaawansowanych usług dla wielkich firm takich jak „The New York Times”.

Dailymotion (www.dailymotion.pl): francuski odpowiednik YouTube. Oferuje on także wysoką jakość wideo, jeśli dysponujesz pasmem o przepustowości 2 Mb/s. Odbiorcy mogą również zapisywać pliki o dużej rozdzielczości na dysk w swoim komputerze, aby obejrzeć je w późniejszym czasie.

Google Video (<http://video.google.pl>): ta strona udostępnia wielką liczbę plików wideo. Po przesłaniu na nią wyprodukowanych materiałów zostaną one umieszczone w katalogu Google i będą mogły zostać obejrzone przez miliony widzów.

AOL (<http://video.aol.com>): właścicielem tej strony jest obecnie Google. Serwis pozwala użytkownikom umieszczać na niej swoje pliki wideo. Jest partnerem firmy Truveo dostarczającej narzędzi przeszukujących oraz innych opcji dla projektantów stron internetowych.

Jumpcut (<http://jumpcut.com>): Yahoo udostępnia na tym portalu możliwość przeprowadzania montażu materiałów wideo. Możesz przesłać tam swoje pliki bezpośrednio ze swojego komputera, kamery lub telefonu komórkowego (przy użyciu e-maila), a następnie zmontować je, udostępnić i połączyć z innymi nagraniami, korzystając z edytora dostępnego na stronie internetowej.

Metacafe (www.metacafe.com): strona ta specjalizuje się w udostępnianiu krótkich materiałów wideo pochodzących z Hollywood oraz od nowych producentów. Program nagradzający twórców pozwala na otrzymywanie zapłaty za materiały, które zdobędą największą oglądalność.

Ourmedia (<http://ourmedia.org>): ta strona koncentruje się na społeczności twórczych podcasterów i producentów wideo.

Tudou (www.tudou.com): jest to największa chińska strona udostępniająca materiały wideo. Oferuje ona codziennie 55 milionów plików, co czyni ją większą od YouTube.

Veoh (www.veoh.com): ta rewolucyjna strona z telewizją internetową zawiera wszystko, poczynając od filmów wykonanych metodami domowymi aż po oferty Hollywoodu. Udostępnia ona odtwarzacz VeohTV posiadający możliwości cyfrowego nagrywania (DVR).

Yahoo Video (<http://video.yahoo.com>): ta strona udostępnia interesujące materiały wideo z całego świata, włączając w to filmy, w których występują jednorożce, wiewiórki, wojownicy ninja, koty i roboty. Zawiera ona także materiały wideo związane z muzyką i wiadomościami, sportem i techniką motoryzacyjną, jak również komedie, klipy telewizyjne i prezentacje filmowe.

Nie zapominaj również o portalach społecznościowych, ponieważ będą one pomocne w rozpowszechnieniu informacji o Twoich produkcjach wideo:

Bebo (www.bebo.com)

Facebook (www.facebook.com)

MySpace (www.myspace.com)

Prześlij swoje wideo z kamery do komputera

Ogólnie mówiąc, musisz użyć oprogramowania do montażu, aby przesłać swoje wideo do komputera. Podłącz kamerę lub odtwarzacz do swojego komputera przy użyciu kabli FireWire lub USB znajdujących się w zakupionym zestawie wideo.

Za pomocą niedrogiego oprogramowania, takiego jak iMovie lub Windows Movie Maker, możesz szybko przesłać swoje wideo do komputera i dodać proste napisy i efekty przejść. Niektóre kamery także umożliwiają dodawanie i edycję tytułów.

Rozpocznij pracę z takim oprogramowaniem, jakie właśnie posiadasz. W dalszej części tej książki zaprezentuję działanie pakietów do montażu nieliniowego, takich jak Apple Final Cut Pro lub Adobe Premiere Pro, których użycie pozwoli na zaoszczędzenia czasu i udostępni Ci więcej opcji.

Nie zapomnij o tym, by podać słowa kluczowe podczas przesyłania pliku do internetu (rysunek 1.14).

The image shows a screenshot of the 'New Title' form in the Brightcove interface. The form is titled 'Description' and contains several input fields for video metadata. The 'Name' field is highlighted with a blue border. The 'Short Description' and 'Long Description' fields are also visible. The 'Related Link' section includes 'Link Text' and 'Link URL' fields. The 'Color' section has radio buttons for 'Color' and 'Black and White'. The 'Language' section has a dropdown menu. The 'Rating' section has a dropdown menu. The 'Release Date' section has a date picker. The 'Awards' section has a text input field. The 'Reference ID' section has a text input field. The form is divided into two main sections: 'Description' and 'Scheduling'. The 'Description' section is currently active.

RYСУNEK 1.14. Interfejs serwisu Brightcove pozwalający na przesyłanie plików wideo wymaga podania słów kluczowych

Wybierz odpowiedni format

Każdy portal obsługuje ograniczoną liczbę formatów wideo. Wybór właściwego formatu pozwoli na przyspieszenie realizacji projektu i umożliwi uzyskanie wyższej jakości Twojego wideo. Jeśli jeszcze nie wybrałeś żadnego serwisu, użyj pliku typu *.wmv*, *.avi*, *.mov* lub *.mpg*. Niektóre strony akceptują także pliki *.flv* (Flash Video).

Postępowanie zgodnie z zaleceniami serwisu internetowego dotyczącymi formatu, rozmiaru i innych parametrów pozwoli na uzyskanie najlepszej jakości wideo, gdy plik znajdzie się już na serwerze.

Prześlij swoje wideo

Gdy tylko założyłeś konto, przesłanie pliku staje się proste. W zależności od wymagań serwisu możesz podlegać ograniczeniom związanym z rozmiarem lub czasem trwania wideo, a także używać określonego odtwarzacza i elementów sterujących. Większość darmowych stron ogranicza wielkość pliku podlegającego uproszczonemu przesłaniu do 100 MB lub 10 minut trwania wideo. Jeśli jesteś właścicielem strony internetowej lub blogu, być może będziesz chciał

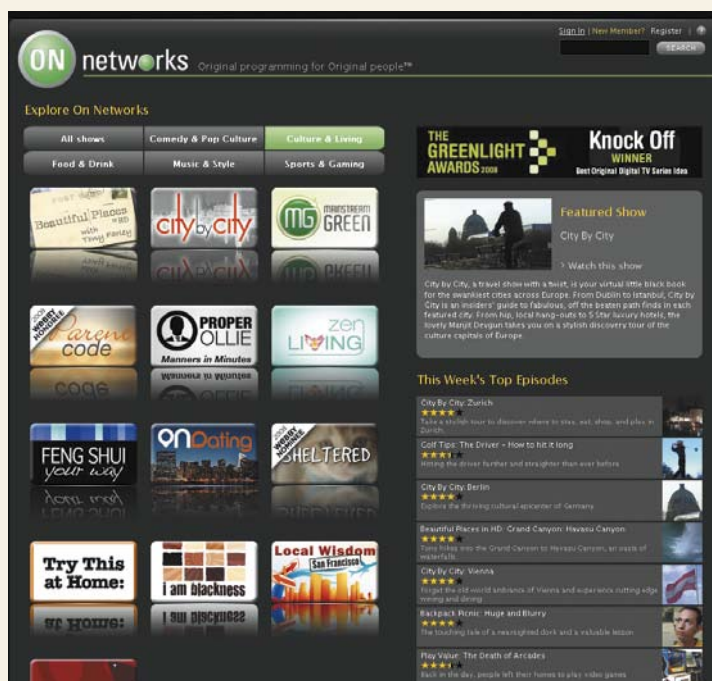
umieścić znak wodny w swoim wideo lub adres URL w napisach. Dzięki temu, jeśli nawet wideo zostanie przesłane gdzie indziej, odbiorcy będą wiedzieli, skąd pochodzi.

Wymyśl taką nazwę i słowa kluczowe, które spowodują, że Twoje wideo będzie widoczne dla wyszukiwarek. Nie pomini tego etapu bez względu na to, jak bardzo się spieszysz. Przydatne może być wymyślenie odpowiednich słów kluczowych już wcześniej i zapisanie ich w jakiejś notatce tekstowej w swoim komputerze. Dzięki temu podczas przysyłania wideo wystarczy tylko je skopiować i wkleić w odpowiednie miejsce formularza na serwerze.

Stwórz miniaturę

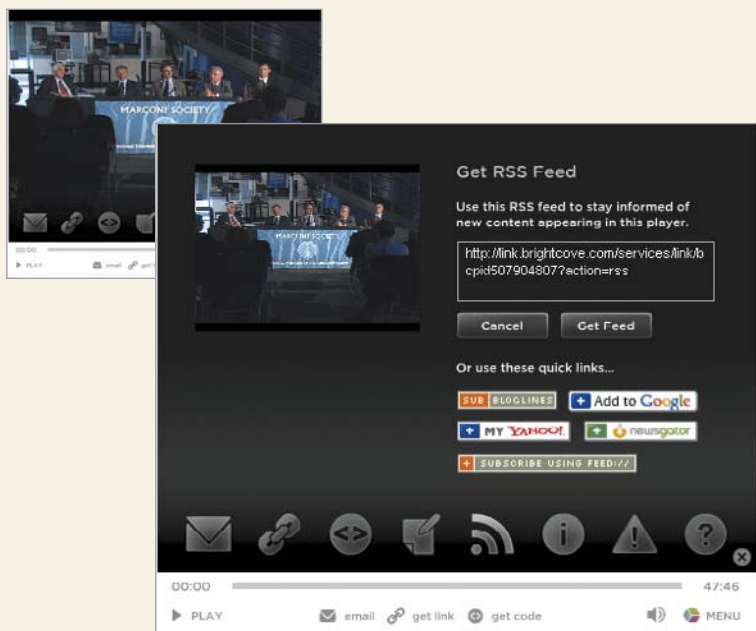
Niektóre serwisy, takie jak YouTube, automatycznie tworzą miniatury; inne pozwalają wybrać klatkę z Twojego wideo, która pomoże je odpowiednio zaprezentować.

Będziesz potrzebować aplikacji Photoshop lub innego oprogramowania służącego do edycji grafiki, aby zmodyfikować i dopasować rozmiar Twojej miniatury do wymiarów używanych na stronie serwisu. Pamiętaj, że ta miniatura ma promować Twoje wideo. Wykonaj ją więc graficznie na tyle ciekawie, aby inne osoby chciały ją kliknąć (rysunek 1.15).



RYСУNEK 1.15. Wykorzystaj wizualną moc miniatur, by Twoje wideo odróżniało się od innych

Następnie skopiuj adres wideo lub osadzone hiperłącze i umieść go na swojej stronie WWW lub blogu. Jeśli chciałbyś wykorzystywać kanały RSS (opcję, która pozwala automatycznie powiadamiać swoją widownię o zmianach w blogu lub innych publikowanych treściach), wybierz taki serwis, który pozwala na ich proste użycie. Większość portali udostępnia osadzone hiperłącze, aby ułatwić umieszczenie odnośnika do Twojego wideo na stronie internetowej (rysunek 1.16).



RYSUNEK 1.16. Odtwarzacz serwisu Brightcove ułatwia odbiorcom zaprenumerowanie kanału RSS związanego z Twoim wideo i pozwala na umieszczenie do niego odnośnika na stronie internetowej

Przełącz wiadomości dalej

Rozpocznij od swoich przyjaciół i rodziny. Umieść łącze do swojego wideo w e-mailu i zaproś przyjaciół, aby obejrzeli Twoją produkcję. Jeśli należysz do MySpace lub innego portalu społecznościowego, napisz wiadomość i poinformuj inne osoby o stworzeniu wideo. W rozdziale 8. zatytułowanym „Jak spowodować, aby Twoje wideo zostało dostrzeżone” dowiesz się, że taka metoda sprawdza się lepiej, gdy już jesteś aktywnym uczestnikiem społeczności internetowej.

UWAGA

Zapoznaj się z dostępnymi narzędziami zawartymi na stronie Digg (<http://digg.com/tools>), aby uzyskać informacje, jak umieścić do niej odnośnik na swojej stronie internetowej.

Internauci rzadko odpowiadają pozytywnie na oferty marketingowe, które są do nich skierowane. Mogą jednak zareagować na interesujące wideo związane z tematem, którym się pasjonują. Postępuj zgodnie ze wskazówkami przekazanymi przez Jaya Smootha w tym rozdziale i podziel się swoim wideo z osobami, które interesują się zagadnieniami w nim zawartymi. Gdy tylko staniesz się aktywnym uczestnikiem społeczności internetowej, uzyskasz dostęp do dodatkowych możliwości, włącznie z wymianą łącz z blogerami oraz innymi twórcami wideo. Nie możesz tego osiągnąć w sfałszowany sposób. Wymień się łączami z osobami, które Cię znają i doceniają Twoją pracę. Uzupełnij swoją stronę wideo o narzędzia odsyłające, takie jak Digg i del.icio.us, które ułatwią odbiorcom doceniającym Twoje produkcje podzielenie się informacją z innymi osobami.

ności internetowej, uzyskasz dostęp do dodatkowych możliwości, włącznie z wymianą łącz z blogerami oraz innymi twórcami wideo. Nie możesz tego osiągnąć w sfałszowany sposób. Wymień się łączami z osobami, które Cię znają i doceniają Twoją pracę. Uzupełnij swoją stronę wideo o narzędzia odsyłające, takie jak Digg i del.icio.us, które ułatwią odbiorcom doceniającym Twoje produkcje podzielenie się informacją z innymi osobami.

Sprawdź, kto ogląda Twoje wideo

Monitorowanie poziomu zainteresowania Twoimi produkcjami filmowymi jest pierwszym krokiem w kierunku uzyskania za nie zapłaty. Wiele serwisów i stron udostępniających treści medialne zawiera narzędzia pozwalające obserwować, jakim powodzeniem cieszy się Twoje wideo. Gdy tylko umieścisz swój materiał w sieci, będziesz chciał wiedzieć, ile osób go ogląda.

Tubemogul jest stroną, która pozwala na realizację tego zadania. Oprócz możliwości jednoczesnego przesłania wideo do większości najważniejszych internetowych serwisów wideo oraz portali społecznościowych (Blip.tv, Break, Brightcove, Crackle, Dailymotion, eBaum's World, Google Video, Graspr, Howcast, i2TV, Imeem, Metacafe, MySpace, Revver, Sclipo, StupidVideos, Veoh, Webcastr, Yahoo Video, YouTube, Viddler, Vimeo i 5min) udostępnia ona narzędzia, które pomogą Ci prowadzić kampanie marketingowe i reklamowe. Użyj ich w celu monitorowania liczby odtworzeń, komentarzy i ocen. Narzędzia analityczne pomagają w uporządkowaniu informacji, a nawet pozwalają skutecznie odpowiadać na komentarze widzów (rysunek 1.17).



RYSUNEK 1.17. Serwis Tubemogul udostępnia wiele informacji pozwalających monitorować poziom popularności i powodzenia Twoich internetowych produkcji wideo

Dopóki Twoje wideo nie będzie prezentować skandalu dnia albo skąpo ubranych panienek, nie oczekuj, że bez dodatkowego wysiłku stanie się produktem wirusowym. Dobrą strategią jest wymyślenie dla wideo prowokacyjnej nazwy, która zawiera sformułowania „tajemniczy” lub „nigdy wcześniej tego nie widziałeś”. Innym sposobem jest zdefiniowanie opisu, który spowoduje, że odbiorcy będą myśleć: „Nie chcę tego przeoczyć”. Możesz użyć takiego typu zdań, jak „zółw na tyżwach” czy „Paryż, jakiego nie znaliście”. Strategie pozwalające na uczynienie Twojego wideo wirusowym zostaną przedstawione w rozdziale 8. zatytułowanym „Jak spowodować, aby Twoje wideo zostało dostrzeżone”.