

УДК 007 : 304 : 070

Пугач Р.П.¹, Єськова К.В.²

¹ студ. гр. СН-312 НУ «Запорізька політехніка»

² старш. викл. НУ «Запорізька політехніка»

ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ СТУДЕНТСЬКОГО ВІДЕОПРОЄКТУ «STUDLIFE»

3 лютого 2022 року українське телебачення пройшло шлях трансформації. Окремі конкуруючі канали в перші дні повномасштабного вторгнення об'єдналися в телемарафоні «Єдині новини», щоб найоперативніше інформувати суспільство про поточні події. Однак з часом довіра до цього проєкту знижується, а популярність і різноманіття контенту телеграм-каналів та інших інтернет-ресурсів створюють серйозну

конкуренцію телебаченню. Проте створення відеопродукції та поширення її в мережі є актуальним напрямом розвитку сучасної телевізійної журналістики.

Метою нашого експерименту стало створення й поширення на ютуб-каналі навчального студентського проєкту. Найпершим завданням, яке постало перед командою, було формулювання мети й визначення концепції екранного продукту. Цільовою аудиторією обрано молодь віком від 16-ти до 25 років, яка зацікавлена в підвищенні свого рівня медіаграмотності. Відповідно, передача має бути інформаційно-розважальною.

Наступний етап роботи полягав у створенні технічного й сценарного плану та написанні сценарію. Сценарний план передбачав чотири епізоди: вікторина з медіаграмотності; опитування студентів НУ «Запорізька політехніка» стосовно інформаційної гігієни; повідомлення про «Білий список медіа»; огляд найвідоміших фільмів про журналістику й журналістів, які дотримуються/не дотримуються стандартів професійної етики.

Технічні аспекти підготовки відеопроєкту є не менш важливими, аніж розробка сценарію, адже результат залежить і від локацій, де відбувається зйомка, і від готовності респондентів відповідати на питання, і від технічних характеристик апаратури. Оскільки проєкт є навчальним і не фінансується, для зйомок обиралися локації, де можна було найповніше втілити заплановані завдання: студія «OpenMediaSpace», яка працює в Запорізькій обласній універсальній науковій бібліотеці; приміщення та кабінети НУ «Запорізька політехніка», кімнати у помешканнях учасників проєкту. Зйомки проводилися за допомогою апаратури, наданої бібліотекою, та власними студентськими гаджетами. Попередньо було визначено хронометраж відеосюжетів – від 5-ти до 15 хвилин.

Важливий чинник під час планування проєкту – визначення зображальних засобів, які зроблять відеопроєкт максимально комфортним для перегляду: чергування різних планів (загального, середнього, поясного), використання інтершумів та стоп-кадрів тощо.

За назву обрано «STUDlife» – передбачається, що проєкт матиме періодичний характер, через певні проміжки часу з'являтимуться нові сюжети. Над створенням сценарію працювали Річард Пугач, Марія Башкатова, Єлизавета Федотова та Діана Пилипенко.

Зйомки першого епізоду (вікторини) відбувались у студії «OpenMediaSpace»: питання підготувала Діана Пилипенко, учасниками стали студенти 2-го, 3-го та 4 курсів. На початку вікторини ведучою оголошено назву та мету проєкту, окремо було записано підводки до кожного епізоду. Запис кожного сюжету складався з кількох дублів, переписувалися й окремі епізоди – щоб зробити комфортним монтажний перехід: спростити «склеювання» кадрів і уникнути «стрибків» під час монтажу. Опитування, яке проходило в університеті, підготувала й провела Марія Башкатова:

поспілкувалася зі студентами й викладачами, отримала експертні висновки. Повідомлення про «Білий список медіа» (Єлизавета Федотова) та огляд (Річард Пугач) знімалися в домашніх умовах.

Монтаж відзнятого матеріалу здійснювався за допомогою двох додатків:

DaVinciResolve, який дозволяє поєднувати редагування, корекцію кольорів, візуальні ефекти тощо. Важливо, що це програмне забезпечення сприяє запобіганню розсинхрону під час передачі змонтованого продукту;

CapCut – простий у використанні редактор, який дає змогу редагувати короткі відео (накладати текст, додавати наліпки та емодзі, пришвидшувати чи вповільнювати відео й додавати фільтри), а також пропонує достатній набір звуків та музики роялті-фрі, які можна безкоштовно використовувати.

Завершальним етапом роботи над створенням проєкту стало створення «обкладинки»: логотипу та заставки передачі.

Студентське телебачення в сучасному світі може функціонувати на безоплатній основі, адже є можливість просувати створені медіапродукти в соцмережах, телеграм-каналах, на ютубі. Важливо, щоб створений контент був актуальним і відповідав запитам цільової аудиторії.