



Izrada video reportaže

ZAŠTO?

- ▶ sve manje se čita
- ▶ može se izraditi mobitelom
- ▶ besplatno se može objaviti

ŠTO SNIMITI?

- ▶ reporter navodi najosnovnije informacije 5W (ne/vidljiv)
- ▶ izjave ključnih sudionika događaja (organizator, župnik, sudionici)
- ▶ popratne scene (B-roll) – prate sadržaj govora



KAKO?

Snimatelj

- ▶ podesiti kameru u visini lica reportera
- ▶ voditelj treba biti horizontalno u sredini kadra, a lice na 2/3 vertikalne visine zaslona
- ▶ provjeriti postavke slike (fokus, boje, svjetlo)
- ▶ kod izjave ostaviti više prostora u kadru na strani gdje je usmjeren pogled osobe
- ▶ B-roll (ključni kadrovi događaja; izbjegavati pokrete kamere; trajanje kadra u snimanju minimalno 10 sekundi)

Reporter

- ▶ izjavu prilagoditi govoru da se lakše razumije
- ▶ tekst naučiti napamet
- ▶ reporter se obraća gledateljima i tada gleda u objektiv kamere
- ▶ može biti i nevidljiv, ali tada je potrebno imati dovoljno B-roll popratnog sadržaja

Montažer

- ▶ snimljeni zapisi mogu se urediti preko mobitela (Filmr, Quik, FilmoraGo)
- ▶ odrezati višak s početka i kraja svakod snimka
- ▶ dodati naslov, opis i potpise
- ▶ za vrijeme govora postaviti B-roll kadrove koji prikazuju ono o čemu reportaža govori
- ▶ B-roll kadar ne smije trajati dulje od 10 sekundi, ni kraće od 2 sekunde
- ▶ tekst voditelja po mogućnosti obogatiti izjavama s terena (sudionici, voditelji, stručne osobe...)

ODGOJ ZA MEDIJE

Potrebno poticati mlade svećenike i laike na proučavanje komunikacijskih znanosti, budući da su, snagom s voga poslanja, pozvani suočavati se s procesom komunikacije vjere koji ih obvezuje na upoznavanje i vrjednovanje različitih medijskih jezika.

Crkva i mediji, br. 25



ODGOJ SVEĆENIKA ZA RAD S MEDIJIMA

Povijesni pregled odnosa Crkve i medija

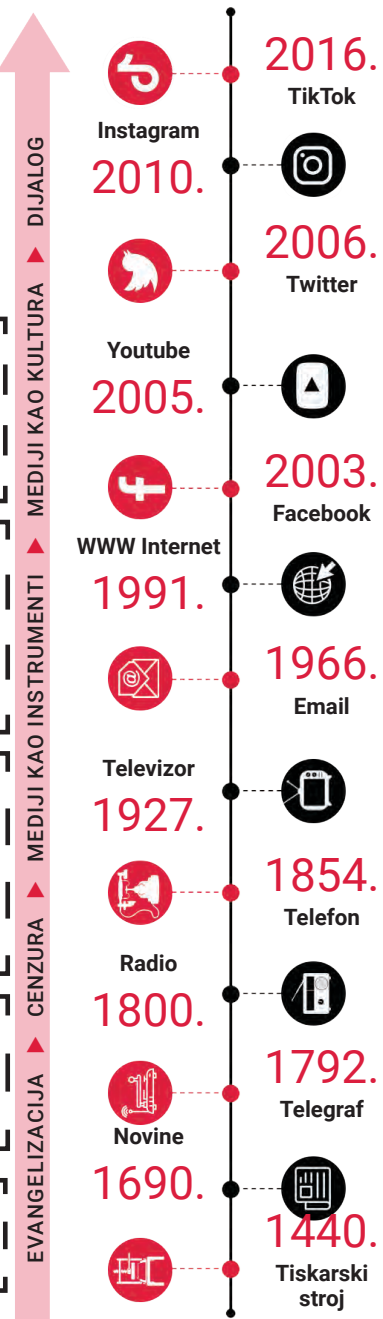
Veliki izazov koji se danas postavlja pred nas je, dakle, kako ponovno naučiti razgovarati jedni s drugima, a ne samo proizvoditi i konzumirati informacije.
Franjo, *Poruka za svjetski dan medija 2015.*

Uloga što su je sredstva društvene komunikacije poprimila u društvu sada se već smatra integrirajućim dijelom antropološkoga pitanja, koje izranja na površinu kao ključni izazov trećega tisućljeća.
Benedikt XVI., *Poruka za svjetski dan medija 2008.*

Novi jezici koje medijska sredstva uvode mijenjaju procese razumijevanja i kvalitetu ljudskih odnosa zbog čega, bez adekvatne formacije ulazimo u rizik da oni, umjesto da budu na službu osoba, mogu instrumentalizirati na težak način.
Ivan Pavao II., *Brzi razvoj*, 11.

Mediji povećavaju snagu i fizičke mogućnosti osobe: zahvaćaju duhovni život, direktno ili posredno putem slika ili glasova omogućavaju komunikaciju s masama. Pio XII., *Miranda Prorsus*, 2

Radio je sredstvo koje omogućuje prenošenje Radosne vijesti sve do najudaljenijih krajeva zemlje. Pio XI., *Otvorenje Radio Vatikana*, 12.2.1931.



Mogućnosti korištenja medija u Crkvi



- ▶ tekst i fotografija
- ▶ informiraju vjernike o aktualnostima iz života Crkve
- ▶ promiču evangelizacijska nastojanja
- ▶ dostupna onima koji ne koriste nove tehnologije
- ▲ ravnomjerno zastupati sva područja
- ▲ edukacija dopisnika
- ▲ unparijediti distribuciju i promociju



- ▶ glazba i film
- ▶ besplatan i dostupan putem mobitela i računala
- ▶ promotivni videi, reportaže, svjedočanstva, prijenosi svetih misa uživo
- ▶ sadržaj se može objavljivati na drugim platformama
- ▲ osigurati tehnički minimum za snimanje videa
- ▲ educirati suradnike za izradu video priloga

facebook

- ▶ tekst, slika, film
- ▶ besplatan i dostupan svima
- ▶ omogućuje povezivanje s članovima zajednice
- ▶ mogućnost dvosmjerne komunikacije
- ▶ pomoć pri organizaciji različitih događaja
- ▲ odrediti kriterije po kojima će se objavljivati sadržaj
- ▲ održavanje stranice mora biti planirano



- ▶ tekst, slika, film
- ▶ besplatan i dostupan putem mobitela
- ▶ ciljana publika su mladi
- ▶ primarni sadržaj su fotografije i film
- ▶ idealan za promociju događaja i kratke poruke
- ▲ odrediti kriterije po kojima će se objavljivati sadržaj
- ▲ organizirati suradnike koji bi administrirali stranicu

Izrada novinarskog izvještaja

ŠTO?

- ▶ događaji biskupijske važnosti (*euharistijska slavlja koja predvodi dijecezanski biskup, pastoralni projekti organizirani na biskupijskog razini*)
- ▶ važni događaji na župnoj razini (*proslava zaštitnika župe, prva pričest, krizma, hodočašća, susreti*)
- ▶ događaji od velike kulturne važnosti (*prosvjeta, umjetnost, tribine*)

KAKO?

- ▶ ovisno o opsegu, trajanju, sadržaju i važnosti događaja
- ▶ svaka vijest treba sadržavati:

Naslov

- ▶ samostalan, cjelovit, bez interpunkcija
- ▶ sažetak događaja u naslovu uz naznaku mjesta gdje se nešto događa

Uvodni odlomak

- ▶ dvije-tri rečenice koje daju odgovore na pet ključnih pitanja (tzv. 5W: *Who? What? When? Where? Why? – Tko? Što? Kada? Gdje? Zašto?*)
- ▶ nikada se ne nadovezuje na naslov, tako da ponavlja možda već naslovljeni sadržaj

Sadržaj vijesti

- ▶ iako se strukturalno odvaja kao novi odlomak, sadržajno se nastavlja na ono što je već rečeno
- ▶ proširuje vijest te daje detaljnije informacije
- ▶ nikada se ne piše osobno (*nikada u prvom licu i bez osobnih dojmova i komentara*)
- ▶ uglavnom se izvještaj piše kronološkim redom, ali se više prostora ostavlja važnijim trenucima (*ako je sveta misa, naglasak se stavlja na propovijed*)
- ▶ kada su sudionici događaja biskup ili druge važnije osobe, dobro je citirati određene izjave (*bilo bi dobro prethodno ih snimiti kako bi citat bio točan*)
- ▶ sadržaj vijesti treba zaključiti izjavom o završetku susreta (*nikako da izvještaj ostane otvoren ili da završava pitanjem*)

