

Инструкция от «Культура.РФ»: как провести прямую трансляцию мероприятия



Ольга КУДИНОВА, главный специалист по продвижению «Культура.РФ»
и «PRO.Культура.РФ»

Главное в статье

- 1 Какую платформу выбрать для прямых трансляций → 15
- 2 Как подготовиться к прямым трансляциям мероприятий → 20
- 3 Каким образом продвигать прямые эфиры учреждения → 22
- 4 Что учреждению изменить в рассылках → 22

Эксклюзивно для журнала главный специалист по продвижению портала «Культура.РФ» подготовил инструкцию, как учреждению организовать прямую трансляцию мероприятия на разных площадках.

Специалист пояснил, какое оборудование использовать учреждению, разъяснил плюсы и минусы каждой платформы. Есть примеры трансляций, которые в пять раз увеличили посещаемость сайта учреждения.

Какую платформу выбрать

Специалист обобщил опыт учреждений культуры и выделил четыре наиболее эффективные площадки для культурного стриминга. Показал их преимущества и недостатки.

1 Портал «Культура.РФ»

Для каких мероприятий. Портал подойдет для трансляций мероприятий с профессиональной подготовкой.

Как запустить. Чтобы сотрудничать с «Культура.РФ», зарегистрируйте профиль пользователя и присоедините его к личному кабинету. Для этого перейдите на pro.culture.ru/new/auth/registration и заполните личные данные. После подтверждения адреса электронной почты вас автоматически перенаправят на страницу для присоединения к личному кабинету учреждения. Сотрудничать с порталом можно сразу на трех уровнях. Смотрите таблицу → 16.

Пример

Третьяковка в 4 тыс. раз увеличила аудиторию с помощью онлайн-трансляции. Аудитория офлайн-мероприятия Государственной Третьяковской галереи из цикла «Четверги допоздна» серии «Ваш XX век» составила 100 человек. Аудио-



На заметку

Как предложить трансляцию своего мероприятия portalу «Культура.РФ»

Чтобы предложить трансляцию portalу «Культура.РФ», надо заполнить заявку на сайте culture.ru/bid.

Заявку оформляют через личный кабинет на платформе «PRO.Культура.РФ».

В заявке, например, указывают: название мероприятия, дату и время проведения, длительность, название учреждения культуры, откуда будут транслировать.

Также надо описать мероприятие.

Подробности можно уточнить по электронной почте stream@team.culture.ru.

Таблица. Типы трансляций на портале «Культура.РФ»

Тип трансляции	Вид платформы
1. Учреждение культуры проводит трансляцию самостоятельно в своих сообществах	YouTube, «Одноклассники», «ВКонтакте», «Фейсбук», Custom-канал – «Культура.РФ» может разместить на портале любой плеер
2. «Культура.РФ» транслирует в соцсети	Портал получает сигнал от технического подрядчика учреждения. Трансляция может проводиться как на портале «Культура.РФ», так и в одном из сообществ портала в соцсетях
3. «Культура.РФ» транслирует одновременно на всех каналах	Портал получает от технического подрядчика учреждения сигнал и транслирует событие во всех соцсетях и на сайт

рия онлайн-трансляции этого мероприятия в группе портала «Культура.РФ» сети «Одноклассники» – 400 тыс. человек.

Далее – плюсы и минусы портала «Культура.РФ», которые позволяют выбрать правильную площадку.

Плюсы:

- + Через соцсети портала можно привлечь более тысячи зрителей.
- + Портал готовит единое расписание мероприятий и распределяет их по темам.
- + Пользователи могут подписаться на уведомления, и им придут напоминания.

Минусы:

- Обязательно снимать на профессиональное оборудование.
- Надо вести аккаунт учреждения в «Одноклассниках», «Фейсбуке» или «ВКонтакте».
- При отсутствии даже одного из требований портала вам могут отказать в сотрудничестве.

2 Zoom

Для каких мероприятий. Площадка подойдет для конференций, круглого стола или лекции. Выходить в прямой эфир удобнее через компьютер.

Как запустить. Перед настройкой трансляции зарегистрируйтесь на сайте zoom.us.

Регистрация бесплатная, потребуется только адрес электронной почты. Также можно использовать учетные данные Google или Facebook.

После регистрации на указанную почту придет письмо со ссылкой для подтверждения регистрации.

Далее – плюсы и минусы платформы, чтобы решить, выбирать ее для трансляций или нет.

Плюсы:

- + Ведущий может включать и выключать микрофон, выключать видео или запрашивать включение видео участников.
- + Можно оставлять заметки и использовать интерактив.
- + Демонстрацию экрана можно ставить на паузу.
- + В программу встроена интерактивная доска.
- + Есть функция размытого фона видео, если не хотите, чтобы участники видели обстановку за вашей спиной.

Мнение эксперта

Сколько камер нужно для трансляции в Zoom

Юлия Григорьева, руководитель Детского центра Музея Москвы



Мы используем две камеры, чтобы провести мастер-класс в прямом эфире. Одну камеру направляем на руки ведущего, другую – на рабочее пространство. Два устройства подключаем к программе Zoom. Модератор переключает камеры в нужный момент, чтобы участники могли видеть ведущего и его рабочее пространство.

Несколько камер понадобятся и для занятий, которые предусматривают двигательную активность. Когда педагог показывает какие-то движения, он отходит от основного устройства. Тогда меняется его положение в пространстве и может оказаться, что срезана нижняя часть тела. Поэтому надо настроить камеры по периметру передвижения ведущего.

Минусы:

- В бесплатной версии ограничения по количеству участников – 100 человек, по времени – 40 минут.
- Чтобы к эфиру присоединились зрители, нужно заранее отправить им ссылку и инструкцию по входу.

3 YouTube

Для каких мероприятий. Площадка подойдет для любых культурных мероприятий. Вести трансляции удобно через компьютер и телефон.

Как запустить. Выйти в эфир можно только на каналах, у которых подтверждена подлинность и к которым у администрации канала за последние 90 дней не применялись ограничения на прямые трансляции.

Если это ваша первая трансляция, сначала включите функцию прямых трансляций. Доступ к ней может появиться не сразу, поэтому сделайте это не позднее чем за 24 часа до выхода в эфир. Впоследствии сможете проводить трансляции в любой момент.

Далее – изучите плюсы и минусы канала, чтобы оценить, насколько он подойдет вашему учреждению для трансляций проводимых мероприятий.

Плюсы:

- + В среднем стримы на платформе собирают 750 тысяч зрителей.
- + Интуитивно понятный интерфейс.
- + К видео можно добавить субтитры.

Минусы:

- Длительные видео не держат внимание аудитории. Зрители смотрят ролики не более 20–30 минут.
- Во время трансляции нельзя выводить на экран материалы с чужим авторством. Иначе администрация остановит эфир и заблокирует канал учреждения.
- Начать трансляцию можно только после 24 часов с момента регистрации на YouTube.

4 Социальные сети

Для каких мероприятий. Подойдут для трансляции любых культурных мероприятий. Для выхода в эфир достаточно телефона с камерой. Соцсети более популярны у зрителей, чем специализированные видеоплатформы. Однако успех прямых эфиров зависит от популярности вашего аккаунта и заранее спланированного продвижения.

Как запустить. Во всех социальных сетях появилась функция, которая позволяет проводить трансляции. Чтобы выйти в прямой эфир, достаточно иметь зарегистрированный аккаунт.

«Фейсбук». Нет ограничений по выбору мероприятий. Выходить в эфир можно с телефона и компьютера.

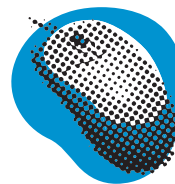
«Инстаграм». Суть прямого эфира в «Инстаграме» – общение с подписчиками в онлайн-режиме. Во время трансляции можно запустить конкурс, рассказать о премьерах или взять интервью у приглашенного гостя. Удобно выходить в эфир через телефон и компьютер.

«ВКонтакте». Нет ограничений по выбору мероприятий. Выходить в эфир можно с телефона и компьютера.

«Одноклассники». В прямой эфир можно выходить с компьютера по веб-камере, через приложение или с помощью трансляции звонка.

Плюсы:

- + Стримы появляются в ленте пользователей.



Полезная ссылка

«Инстаграм»: как раскрутить аккаунт → e.rukulturi.ru/887258



Ситуация

Как держать смартфон — вертикально или горизонтально

В «Инстаграме» смартфон удобнее держать вертикально, в «Фейсбуке», «ВКонтакте» и «Одноклассниках» — не имеет значения. Если собираетесь взаимодействовать со зрителями в чате, то держите смартфон вертикально.

В таком положении будет удобно печатать комментарии и ответы.

Чтобы минимизировать дрожь рук, воспользуйтесь селфи-палкой, штативом или стедикамом — носимая система стабилизации съемочной камеры для кино или видеосъемки в движении.

- + Пользователи могут взаимодействовать с ведущими в режиме реального времени: оставлять комментарии и задавать вопросы.
- + Подписчики получают уведомление о том, что вы вышли в эфир, и он появится в начале панели историй.
- + Независимо от географического местоположения автора ролика видео хорошо индексируется в поисковых серверах.

Минусы:

- Когда трансляция попадает в топ, это привлекает и незаинтересованных в теме пользователей. Они могут оставлять негативные комментарии.
- Если трансляция идет с телефона и кто-то позвонит во время трансляции, она прервется.

Как подготовиться к прямому эфиру

Проверьте качество интернет-соединения в том помещении, откуда пойдет трансляция. Если планируется транслировать экскурсию, необходимо пройти по маршруту, чтобы проверить качество сигнала при перемещении из одной точки в другую.

Выставьте кадр для съемки. Не ставьте камеру ниже уровня ваших глаз. Камера может быть чуть выше, что придаст кадру динамики. Заполните собой кадр минимум на 40–50 процентов. Иначе кадр будет казаться пустым. Выберите минималистичный фон. Ничто не должно отвлекать внимание зрителя. Убедитесь, что освещение равномерно. Используйте микрофон. Если его нет, расположитесь ближе к динамику записывающего устройства.

Посмотрите профессиональные видео коллег. Возьмите в работу удачные приемы постановки кадра и монтажа. Мастер-классы по рукоделию снимайте с разных ракурсов.

Выберите одежду. Уделите внимание тому, во что будут одеты участники эфира. Цвета одежды и фона должны контрастировать. Одежда в мелкую клетку или тонкую полоску рябит на экране,

поэтому отдавайте предпочтение однотонной одежде без узоров. Если планируете использовать микрофон-петличку, убедитесь, что его можно закрепить на одежде.

Образ напрямую зависит от формата, цели эфира и интерьера для съемки. Например, для неформальной встречи с подписчиками в «Инстаграме» подходит повседневный наряд, который отражает стиль ведущего. Для рубрики «Худрук дома» будет уместна домашняя одежда.

Цель такого эфира – подчеркнуть, что зритель включен в близкий круг публичного человека. Если снимаете мастер-класс, выберите одежду пастельных оттенков, чтобы зрителей ничто не отвлекало от процесса.

Проведите тестовую трансляцию. Протестировать онлайн-трансляцию можно с помощью личного аккаунта сотрудника, который будет отвечать за это направление. Во время тестовой трансляции надо проследить за тем, на сколько хватает заряда батареи у смартфона. Обратите внимание, что при высоких и низких температурах аккумулятор разряжается быстрее. Поэтому не стоит проводить трансляции на улице в сильный мороз или в жаркий день. Предусмотрите возможность использования автономного аккумулятора или подзарядки от стационарной розетки.

Тестовую трансляцию стоит проводить в режиме приватности, чтобы она была доступна только ответственному сотруднику или его друзьям. После окончания прямого эфира нужно сохранить трансляцию и пересмотреть ее, используя наушники, динамики или колонки. Посмотрите запись и на компьютере, и на смартфоне. Проверьте, слышно ли ведущего, можно ли разглядеть то, что собираетесь показать. Убедитесь, что времени хватает на весь материал и на вопросы от зрителей.

Решите, будет ли продолжение. Еще до начала записи решите, что вы хотите получить по итогам работы. Это будет единичное видео или серия? Если серия – подумайте, как связать все ролики стилистически или по смыслу.

Проведите тестовую трансляцию

Определите время выхода в эфир. Опыт ведущих российских музеев показывает, что проводить трансляции стоит во время обеденных перерывов, когда у пользователей есть возможность посвятить эфиру 20–40 минут.

Как продвигать прямые эфиры

Чтобы привлечь зрителей, активируйте сразу несколько каналов для продвижения. Например, соцсети, рассылки и городские порталы. Анонс о мероприятии разошлите и опубликуйте за две недели до выхода в прямой эфир.

Социальные сети. Анонсируйте прямой эфир в социальных сетях. Опишите мероприятие коротко и привлекательно для аудитории. В описание включите: информацию об участниках, отличия и преимущества, длительность, ссылку на место проведения и время. Добавьте отзывы участников, если проводите такой формат не впервые. Тогда посетители точнее представят, что их ждет, и будут меньше тревожиться из-за неопределенности.

Подготовьте картинку для анонса. Эта картинка станет визитной карточкой вашего эфира в интернете. Отличайте ее от афиши, которую вешаете на доску объявлений. Не пишите на картинке для интернета много текста. Образ сделайте узнаваемым. Адаптируйте размер и формат картинки под те площадки, на которых собираетесь ее использовать. Пример анонса смотрите на рисунке 1.

Рассылки. Подготовьте электронные письма с приглашением. Это один из самых эффективных инструментов. Правильно настройте рассылки, чтобы пользователи не считали ваши письма спамом. Посмотрите пример рассылки от театра Пушкина.

Городские порталы. Используйте сайты – агрегаторы событий вашего региона. Посетители ищут информацию о культурных событиях на таких ресурсах. Найдите электронные адреса редакции

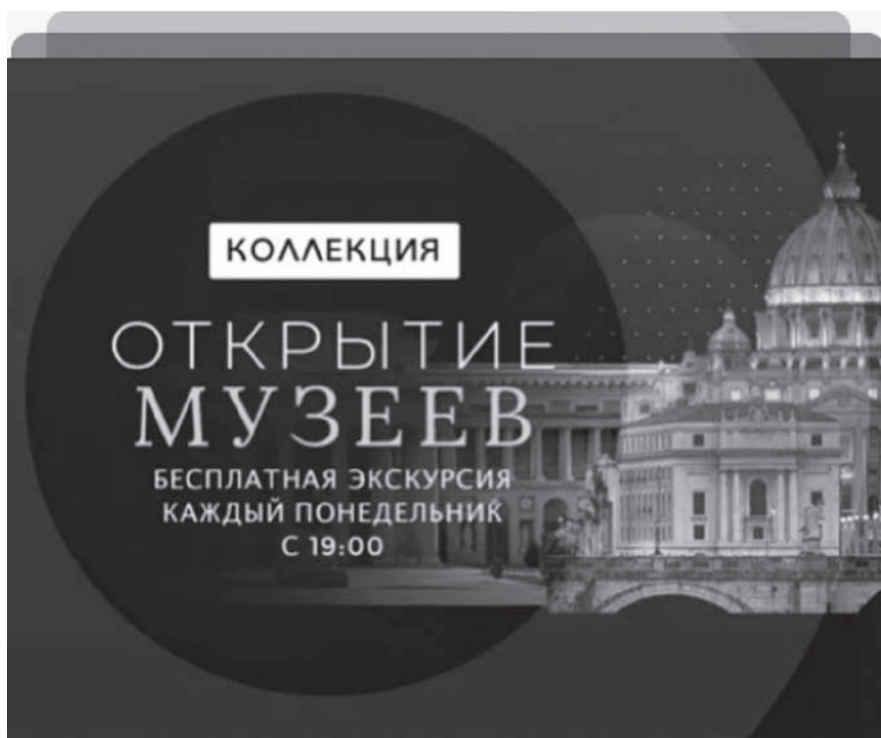


Рис 1. Анонс онлайн-экскурсии проекта «Идеи для музеев»

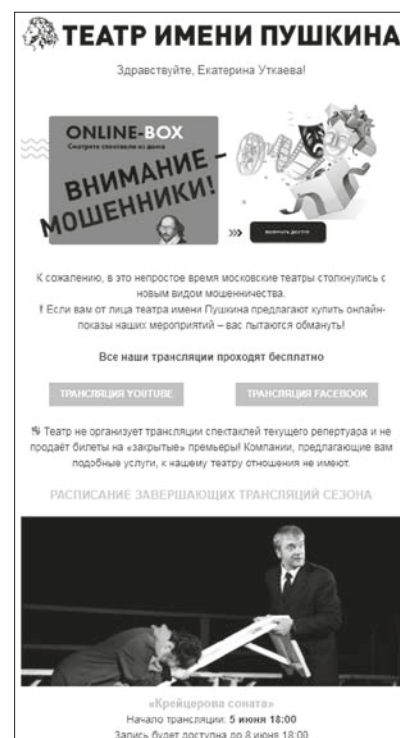


Рис. 2. Расылка от театра

и отправьте им информацию, как только запланируете прямой эфир. Если сайт позволяет самостоятельно размещать анонсы, создайте свою учетную запись.

Лидеры общественных мнений. Обратитесь к тем, кто имеет авторитет среди вашей аудитории. Например, местный эксперт, журналист, критик, преподаватель вуза, на которого подписаны его студенты, модный блогер, у которого несколько десятков тысяч подписчиков. Попросите его публично анонсировать прямой эфир, например, в социальных сетях.

Читайте также: Онлайн-мероприятия: как учитывать уже сейчас, пока Минкультуры не изменило нормы → e.rukulturi.ru/887257