Андрей Титов

Детское телевидение

Андрей Титов

Детское телевидение

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=8645534
ISBN 978-5-4474-0346-1

Аннотация

Книга для начинающих журналистов, руководителей детских и молодёжных студий журналистики, а также всем, кто хочет узнать больше о телевидении и производстве программ.

Содержание

Предисловие 5
Часть I 7
Глава I 7
Глава II 10
Глава III 16
Глава IV 23
Глава V 27
Глава VI 29
Конец ознакомительного фрагмента. 32

Детское телевидение
Введение в тележурналистику
Андрей Титов

© Андрей Титов, 2015
© Ангелина Мильченко, фотографии, 2015
© Юлия Кузнецова, фотографии, 2015
© Ольга Орлова, фотографии, 2015
© Алёна Иванова, фотографии, 2015

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero.ru

Предисловие

Первый вопрос этой книги: «Почему такое странное название? Эта книжка только для детей?» Раз прозвучал вопрос, пусть даже от меня самого, значит необходимо дать ответ.

Если смотреть внимательно на экран, то наше телевидение тоже детское: взрослые дяденьки и тётеньки, получившие разными способами доступ к эфиру, говоря молодёжным языком, «втуляют нам всякую ересь», за которую получают приличное «бабло». Это их работа, это их хлеб. Причём, хороший ломоть с маслом. Многих именно поэтому тянет к себе золотая жила под названием ТВ. Впрочем, известная поговорка времён 90-х годов прошлого века звучит актуально до сего дня: «Красиво жить не запретишь!» Только вот, красиво – не у всех получается. А чтобы попробовать это самое «ТВ» испытать на себе, для таких «экстремалов» и создано это пособие. А ещё для тех, кто действительно занимается с детьми созданием великого чуда – ДЕТСКОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ. Возможно, им тоже будет интересно ознакомиться с данной работой, и я буду безмерно рад, если она поможет в развитии детских телестудий и привлечении к этому интереснейшему делу детей, зачастую совсем безнадзорных и мало кому нужных.

Детское телевидение в России имеет свою историю, которая, в последнее время, осталась именно историей. Глядя на экран телевизора, мы видим, в лучшем, случае тяжкие потуги взрослых в изображении«естественной» жизни молодёжи района, города, страны (в зависимости от формата канала).А начиная с 2010 года, центральныеканалысталиотказываться от трансляции материалов, которые касаются достаточно не доходного контента под названием «детское и молодёжное вещание». С конца 2001 года боссы «больших» каналов говорят напрямую: «Ваше место в интернете, а не в эфире!«Ну что же, начнём с самого начала…

***

В, уже далёком, 1999 году в городе Уфа при средней школе №44 открылась детская телестудия, которая назвалась «*Гости из будущего*». Название говорило само за себя: дети пока ещё гости, но придёт время, они станут хозяевами жизни. Как они будут её строить? Как будут относиться к старшему поколению? Что для них будет главным? Думаю, это интересно. Но не стоит забывать, что будущих хозяев жизни воспитываем мы, взрослые. Не из космоса же они к нам прилетели?! Все наши промахи выявятся в будущем, но исправлять ошибки будет поздно. Именно поэтому нужно уже сейчас выслушать молодых и понять: ***ЧТО*** мы оставляем им после себя, ***КАК*** они относятся к жизни, которую мы строим сейчас; выяснить их отношение и к старшему поколению, и к самим себе. Догадываюсь, кое-что нам будет слушать, мягко говоря, неприятно, но не стоит отрывать ребят от себя и в чём- то винить, как совершенно чуждое, непонятно откуда пришедшее поколение.

Это наши дети и только мы несём всю ответственность за то, что они такие, а не какие-нибудь другие.

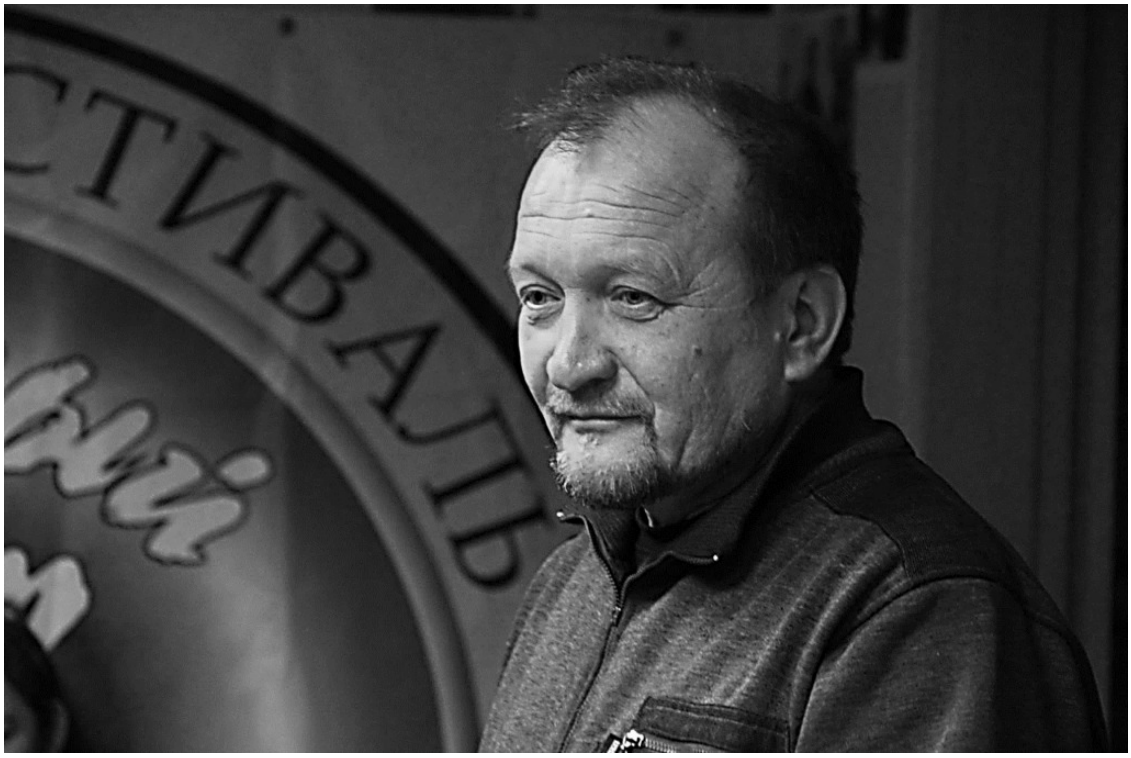
Возвращаясь к телестудии в Уфе, скажу, что за два с половиной года работы с ребятами от 7 до 18 лет мы кое-чего сумели достичь. Затем была попытка создания подобной студии в Сызрани и, наконец, в Петергофе и Санкт-Петербурге, более успешные и благополучные. Затем – Кингисепп и масса выездов на фестивали и конкурсы в качестве президента, председателя жюри, мастера практического телевидения. Они многому научили. В результате появился этот сборник, в котором я пытаюсь объединить материал из многих книг, прочитанных для самостоятельной подготовки, а также собственный опыт работы с ребятами.

В данной работе, мне бы хотелось поделиться с коллегами наработанным, пусть и не большим, 15-летним опытом. Он складывался из общения с единомышленниками

на фестивалях, семинарах, мастер- классах, в ***Институте телевидения, бизнеса и дизайна*** (*Невском Университете, Санкт- Петербург*). В работе использовал учебный материал «***Как делать телевидение***» телекомпании Би-Би-Си, а также методические пособия доцентов, профессоров и просто преподавателей вышеупомянутого *Невского Университета* и *Университета кино и телевидения* (Санкт- Петербург), *Московского Государственного Университета* и других.

Возможно, далеко не все будут согласны с моими тезисами о детском телевидении, но это значит, что нам есть над чем работать.

Составитель сборника А. В. Титов, основатель и продюсер телецентра «Гости из будущего».



Часть I

«Детство – это когда на лице улыбка, а в душе всегда мир»

Глава I

Что такое телевидение?

«Образование есть то, что остается после того, как забывается всё, чему нас учили»
Альберт Эйнштейн.

Когда ко мне приходят новички, я всегда задаю им три вопроса, на которые им необходимо ответить в первую очередь самим себе: а оно тебе надо? Зачем тебе это надо? А кому это надо, кроме тебя? Они нужны, чтобы будущий воспитанник сам для себя определил, что же он хочет получить здесь?!

Попробуем эти вопросы задать себе.

А ОНО НАМ НАДО?

Обязательно! Очень! Потому что душа болит за тех, кто хочет выразить себя, но у него нет возможности и средств. Даже если ребёнок не готов быть публичным человеком. Здесь, среди сверстников он становится самостоятельным, учится мыслить. Личностью! Разве этого мало?!

КОМУ ЭТО НАДО?

В первую очередь, книга о детском телевидении нужна тем, кто работает с ведущими детских программ, молодыми репортёрами и интервьюерами, всем тем, кому приходится общаться как с журналистами и ведущими молодёжных ток-шоу, а также и со зрителями, для которых делаются такие передачи.

Во вторую, тем людям, кому небезразлично будущее телевидения, что оно будет в себе нести и как.

ЗАЧЕМ ЭТО НАДО?

Вопрос, конечно, интересный, но его вам нужно задать себе и ответить: хотите ли вы держать зрителей в напряжении всю программу, но в напряжении не агрессивном, а основанном на интересе к ВАШЕМУ материалу; можете ли вы говорить с теми, кого трудно «раскрутить» на разговор; готовы ли ваши потенциальные зрители верить ВАМ и сможете ли вы в любой ситуации оставаться честным, как перед другими, так и перед собой, что очень важно. Особенно в детской журналистике?!

На эти и более сложные вопросы придется ответить нам с вами в этом сборнике, который не является ни научным, ни педагогическим трудом. Это попытка осознать значение и важность молодого человека на телевидении, какое влияние он оказывает на зрителей; попытка повлиять на тех, кому скоро выходить на съёмочную площадку и обращаться к зрителям.

«Ведущий рискует в самый первый раз, появившись на экране и говоря: «Добрый вечер!» Зритель может его не принять – кто ты такой, чтобы говорить всей стране «Добрый вечер!» В нашей, изначально нескромной,

профессии, это страшная проблема: а вдруг при твоей попытке дерзнуть окажется, что «на рубль амбиций, на грош – амуниции»?
Леонид Парфенов, журналист и телеведущий.

Начнём с того, что каждой самодеятельной телестудии приходится работать в различных форматах: ещё есть те, кто начинает с, почти домашнего, VHS до mini- DV и HDV, а то и DVCAM и DVCPRO. Каждая студия использует то оборудование, на которое готовы раскошелиться «хозяева».

Для видеоаппаратуры, применяемой на малых, как правило, школьных, телестудиях, можно ввести несколько ступеней качества:

а) уже не удовлетворительное – VHS;

б) тоже не удовлетворительное – S-VHS;

в) хорошее, но расходное – mini-DV, DV;

г) полупрофессиональное – HDV;

д) профессиональное —DVCAM и DVCPRO, а сейчас – HDV Pro.

Качество изображений, воспроизводимых видеомагнитофонами форматов VHS и S-VHS, которых сегодня почти не осталось, обычно оценивают двумя показателями: отношением сигнал/шум (помехи) и разрешающей способностью или чёткостью изображения. Разрешающая способность визуально оценивается наличием мелких деталей на воспроизводимом изображении, а также резкостью границ отдельных деталей изображения. Разрешающая способность зависит от полосы частот воспроизводимых сигналов яркости и цветности. Чем шире полоса частот, тем больше на изображении мелких деталей.

В формате VHS полоса воспроизводимых частот сигнала яркости примерно 3 МГц, поэтому чёткость 240—270 телевизионных линий (ТВЛ). В формате S-VHS полоса частот примерно 4,5 МГц, а чёткость около 400 ТВЛ. Для сравнения: профессиональные камеры формата Betacam имели 625 ТВЛ, а цифровые форматы (DV и HDV) – от 800 до 1050 ТВЛ.

Недостаточная чёткость формата VHS приводит к тому, что изображения с хорошей «детализацией», например, такие как зыбь, на поверхности воды или длинные женские волосы, при воспроизведении выглядят размытыми. Чтобы как-то сгладить недостатки видеомагнитофонов и видеокамер формата VHS, связанные с ограниченностью полосы воспроизводимых частот, программы, создаваемые в этом формате, необходимо компоновать преимущественно из крупных планов с большой цветовой насыщенностью.

На сегодня самыми популярными являются цифровые камеры DV (digital video – цифровое видео) и HD (hi definition – видео высокой чёткости) и нелинейный монтаж, т. е. монтаж на компьютере в специальных программах Sony Vegas, Pinnacle Studio и Adobe Premiere (самые популярные программы), full HD. Купить такую камеру можно практически в любом магазине электроники. Поэтому в последнее время, как грибы после дождя, стали появляться самодеятельные коллективы кино и телевидения. Тем актуальнее становится эта работа для начинающих мастеров больших и малых экранов.

Но не стоит забывать одну истину, которая выражена в специфическом анекдоте: «Если человек купил флейту – у него есть флейта, а если он купил камеру – он уже оператор».

Резюмируя высказанное, могу сказать, что на прошлых фестивалях, просматривая работы конкурсантов, члены жюри высказывали нарекания к качеству «картинки».

Зато в подавляющем большинстве сюжетов просматривалась мысль автора. Сейчас, имея на руках замечательное оборудование, авторов становится всё меньше и меньше. Стандартная работа начинающих журналистов – это заурядный, зачастую малоосмысленный, текст, нередко написанный «старшим товарищем» и «наклеенные обои». То бишь, ни текст зрителю непонятен, ни «картинка» не несёт никакой информации. Кому это интересно? За исключением автора и людей, попавших в кадр.

Нелинейный монтаж отличается от линейного тем, что в нелинейном – возможен доступ к любой точке снятого материала за счёт того, что он «нарезан» в компьютере на «клипы» и вы можете войти в любой сюжет без просмотра на видеомагнитофоне. В линейном монтаже доступ к нужному месту происходит за счёт просмотра через прокрутку, выстроенного (снятого) «в линию».

Сейчас, естественно, все работают только в программах нелинейного монтажа.

Глава II

Жизнь – это череда телевизионных игр: сперва «Поле чудес», потом «Колесо Фортуны», а затем, если все складывается удачно, «Кто хочет выиграть миллион?»

Оставим в стороне банальные ответы о самом популярном виде масс-медиа (средстве массовой информации), о средстве общения знаменитостей и популярных артистов со зрителями и почитателями. Здесь мы будем говорить о присутствии телевидения в жизни человека и, особенно, человека, напрямую связанного с самим телевидением. Сюда входят, кроме непосредственных производителей (репортеров, операторов, монтажеров, режиссеров, ведущих и т. д., и т. п.), участники программ – зрители, интервьюируемые, приглашённые.

Теперь определимся с термином «журналист». Так кто же он? Предвижу самый популярный ответ – это человек! Если так, то нужно вспомнить определение **Сократа**: ***«человек – это существо, передвигающееся на двух ногах и не имеющее перьев»*** Кстати, **Аристотель** на это заметил, что ***«ощипанный петух»*** тоже подходит к этому определению. Тут уже напрашивается ответ, что человек, прежде всего, – **личность!** Вот мы и пришли к главному и неоспоримому определению, что журналист является личностью, а кроме того он ещё **глаза, уши и голос общества!**

НАЧНЁМ С САМОГО НАЧАЛА

Любая передача начинается с обращения. Вы никогда не задумывались: как вы говорите? С какой интонацией? Всегда ли вас правильно понимают?

Для начала проведем небольшой урок риторики, которым в свое время с нами, студентами Института телевидения, бизнеса и дизайна, поделилась профессор Ольга Игоревна Марченко.

ОСНОВЫ ТЕХНИКИ РЕЧИ

«Заговори, чтобы я тебя увидел».
Сократ, греческий философ

«Или как можно короче, или как можно приятнее»
Плутарх, греческий писатель и историк

«Много говорить и много сказать – не есть одно и то же»
Софокл, греческий поэт-драматург

Основной принцип работы над речью: ***подчинение тренинга образу действия в предполагаемых обстоятельствах***.

«Изъяны дикции исправляются в воображении».
Константин Станиславский, советский режиссёр

Для начала определим ***физиологические системы речи*** :

а) энергетическая (*система дыхания: лёгкие, диафрагма*);

б) генераторная система (*гортань, связки*);

в) резонаторная система (*акустическая – пустоты в голове, которые создают неповторимый тембр голоса*);

г) артикуляционная система (*поставленный голос и мимика лица*).

Для взаимопонимания необходимо определить ***линии речевого взаимодействия***, которые дают точное определение, как вам привлечь к себе внимание, дать возможность правильно вас понять:

УБЕДИТЕЛЬНО – ЭТО ДЕЙСТВЕННО!

Произношу – расслышал

Интонирую (интонация) – понимаю

Тембрирую – со-переживаю

ВНЕШНЯЯ ТЕХНИКА РЕЧИ

Во внешнюю технику речи входят основные элементы:

1. дыхание;
2. голос;
3. артикуляция;
4. дикция;
5. орфоэпия (*нормы правильного произношения*).

Для проведения тренингов и ежедневных занятий нужно освоить ***фонационное дыхание.***

Во-первых, ***глубокое дыхание***, которое проводится таким образом: делается глубокий вдох и затем медленный, плавный выдох (один).

Во-вторых, ***высокое дыхание*** – посыл воздушной струи в головные резонаторы – помогает хорошо провентилировать лёгкие от старого, застоявшегося воздуха: после глубокого вдоха с силой плавно выдыхаем несколько раз, «выталкивая» воздух от

диафрагмы (находится на расстоянии ширины ладони от пупка) и мысленно загоняя его в головные пустоты. Один вдох – один выдох.

В третьих, ***частое дыхание*** – тренирует диафрагму – короткие резкие толчки воздушных струй в голову. Один вдох – несколько выдохов.

Все эти упражнения делаются на определенные буквы.

УПРАЖНЕНИЯ

*** «Стон»** – снятие зажимов, найти центр голоса (свой тембр), разбудить резонаторы.

Проводится с помощью буквы «**М**».

*** «Звонок»** – *напоминаю, настаиваю, требую* – вот три слова, которые характеризуют это упражнение. Проводится с помощью буквы «**З**» (изображаем звонок).

*** «Шарик»** – используем букву «**С**» как бы надувая шарик.

При выполнении всех упражнений необходимо изображать, что вы делаете. Например, *нажимаете звонок или держите в руках надуваемый шарик. Все упражнения на дыхание выполняются не менее трёх раз, в том порядке, что указаны выше о фонационном дыхании.*

КОНТРОЛЬНЫЕ УПРАЖНЕНИЯ

Эти упражнения необходимы для самоконтроля: правильного выполнения вышеназванных заданий.

· Произнесите медленно несколько раз «**чуууухххх-чуууухххх-чуууухххх**».

Если вы почувствуете щекотание в носу или что ваш голос «застревает» в горле, значит, занятия нужно проводить с большей интенсивностью. Вы неправильно дышите! При произношении «**чух**», вы должны почувствовать свой голос в груди. Он должен «рокотать». Этим упражнением добьётесь бархатности в голосе.

· Наберите полную грудь воздуха и медленно выдыхайте на «**урррра- урррра-урррра**». Как и в первом контрольном упражнении, этот звук должен вызывать рокот и вибрацию в груди. Если вы чувствуете звук, то с дыханием всё в порядке. При произношении, поста-

райтесь голосом совершить «горку»: буква У по тембру должна быть выше А. Задача упражнения – опустить голос в середину живота, до диафрагмы.

· Кончики пальцев поставьте на грудину и медленно произносите «**муммм-муммм-муммм**». Вы должны почувствовать резонанс в пальцах. Это сигнал, что все упражнения выполнены правильно. Кроме того, это даёт возможность дополнительно поработать с дыханием.

· Начинается с щёлканья языков, как бы изображая цокот копыт. Язык должен быть жёстким, щелчки – чёткими. Прощёлкав несколько раз, группа начинает очень медленно произносить скороговорку: «оТ Топопта копыТ пыль по полю летиТ». Все Т должны отделяться друг от друга очень чётко, даже утрируя. Постепенно скорость произношения скороговорки начинает увеличиваться до тех пор, пока вся группа может выдержать темп не теряя буквы Т.

· Упражнение «Охота». Берём мысленно ружьё и начинаем «охотиться», используя скороговорку «Дробью по перепелам. Дробью по тетеревам». Как и в прошлом задании, скорость произношения ПОСТЕПЕННО увеличивается до тех пор, пока вся группа будет чётко произносить все буквы.

· Упражнение «Мойдодыр». Стихи К. И. Чуковского никогда не считались лёгкими для произношения. Мы берём для отработки слова: «Чистим, чистим трубочиста чисто, чисто, чисто, чисто. Будет, будет трубочист чист, чист, чист, чист». Как вы понимаете, все буквы, которые здесь расположены предательски близко, должны прослушиваться абсолютно. Способ исполнения упражнений такой же, как и выше: постепенное ускорение.

· И последнее, перед переходом на артикуляцию. Дадим возможность расслабиться губам. Для этого начинаем изображать звук, как едет машина. Помните, как это делают малыши? Выдыхаем через закрытые губы и они начинают хлопать. Здесь мы добавляем и горловой звук. Но не просто, а по сигналу руководителя тональность постоянно меняется от средних к высоким, а затем и до максимально низкого, возвращаясь к собственной тональности.

ОБЯЗАТЕЛЬНОЕ УСЛОВИЕ: при работе со звуками горло не должно надрываться! Необходимо работать звуком через «дыхалку»! Звучать должно тело, а не превращаться горловое пение!

АРТИКУЛЯЦИЯ

Артикуляция – это работа специальных органов по образованию звуков речи. Главные органы:

а) ***язык***;

б***) губы***;

в) ***нижняя челюсть***;

г) ***гортань***;

д) ***диафрагма***.

УПРАЖНЕНИЯ

Работа над гласными. *Смыслоразличительная функция речи*.

*** «Хобот»** – вытягиваем губы, как можно больше на букву «**У**». Для простого понимания: выставьте перед собой ладонь и попытайтесь дотянуться до неё губами.

*** «Улыбка»** – растягиваем улыбку на букву «**И**». Попробуйте растянуть себе за щёки (МЫСЛЕННО!) улыбку. Не стоит реально хватать себя за ланиты и тянуть их в стороны!

*** «Яблоко»** – широко раскрываем рот, как будто кусаем яблоко, упражнение на букву «**А**».

Постепенно переходим к объединению упражнений попарно: УУ-ИИ (как бы по-французски «Да»), а также АА-ММ, то есть – кусаем яблоко и показываем, как вкусно.

ДИКЦИЯ

Дикция = артикуляция + дыхание.

Дикция выравнивает разномощность звуков речи.

УПРАЖНЕНИЯ

· Произносите буквосочетания: ***ДАПТА***, ***КРАКР, ПТКА, РАТ, ДЛА, СФА, ТЧКА, ГБДА, РАРАРАРЬ*** с изменением гласных поочерёдно. Например, выберите две линии гласных букв – «*жёстких*» и «*мягких*»:

а – о-у-ы-э

я-ё-ю-и-е

Затем подставляйте в эти буквосочетания буквы – ***ДАПТА, ДОПТО, ДУПТУ, ДЫПТЫ, ДЭПТЭ*** и т. д.

*** «Барабан»** – используйте руки для изображения барабанщика на «***парапам- парапам-пара-пара-парапам***», при этом все буквы, особенно «П» и «М», должны чётко прослушиваться.

***** Это же упражнение, но на «***даби-дуП-даби-дуП-даби-даби-даби-дуП***». Постарайтесь разделить «***б***» и «***п***», которые находятся близко друг к другу.

*** «Поливаем цветы»** – берём в руки разбрызгиватель и изображаем поливание цветов на звуки «***фс-фс-фс***».

*** «Рапира»** – «***Купи кипу пик, купи кипу пуха***». На каждое слово удар шпагой по шпаге «противника». На последнем «**к**» вы должны «заколоть» соперника именно этой буквой. А на «х» должны отбить шпагу противника

*** «Печатная машинка»** – следует в предложении «***Кукушка кукует ку-ку ку-ку***» убрать все гласные при произношении. У вас должно получиться: «***к-к-шк к-к-т к-к к-к***», но не «кы-кы…» и не «кэ-кэ-шэ-кэ…».

СКОРОГОВОРКИ

Для развития речи необходимы тренинги и скороговорки – это одно из многих средств, которые дают человеку не только хорошую дикцию, но и возможность блеснуть перед другими неожиданными способностями, что очень помогает в общении.

Хочу дать вам несколько скороговорок, которые можно использовать как тренинги, так и несколько шуточных – для компании. Остальные скороговорки вы можете прочитать в конце этого сборника. Думаю, они пригодятся и в жизни, и в работе.

** Константин констатировал.*

** Рододендроны из дендрария.*

** Инцидент с интендантом.*

** Интервьюер интервьюировал интервента.*

** Ротмистр с ротмистршей, вахмистр с вахмистршей.*

** Во дворе дрова, на дворе дрова, за двором дрова, пред двором дрова, над двором дрова, под двором дрова, дрова вдоль двора, дрова вширь двора, полон двор дров, надо дрова выдворить на дровяной двор.*

** В шалаше шуршит шелками чёрный дервиш из Алжира и, жонглируя ножами, штуку кушает инжира.*

** Курфюрст скомпрометировал ландскнехта.*

** Хироманты и хирурги характеризуют хвори рахитов хрупкостью хрящей и хроническим хромосомным харакири.*

** Баркас приехал в порт Мадрас. Матрос принёс на борт матрас. В порту Мадрас матрас матроса порвали в драке альбатросы.*

** А мне не до недомогания.*

** Панкрат Кондратьев забыл домкрат, а Панкрату без домкрата не поднять на тракте трактор.*

** В четверг четвёртого числа, в четыре с четвертью часа, четыре чёрненьких чумазеньких чертёнка чертили чёрными чернилами чертёжнику чертёж чрезвычайно чисто, чрезвычайно чётко.*

** Поп на копне, колпак на попе, копна под попом, поп под колпаком.*

** Карл у Клары украл кораллы, а Клара у Карла украла кларнет. Королева Клара жестоко карала кавалера Карла за кражу кораллов.*

** Брату Брежнева брови выбрили.*

** Санька с Сонькой и Сенькой ехал на санках. Санки скок, Саньке в лоб, Сеньке в бок, все в сугроб.*

** Кокосовары варили в скорококосоварках кокосовый сок.*

** Милая Мила любила белила. Обильно белила Людмила дебила.*

** Вчера была у Лавра, Лавру на Фрола наврала. Завтра пойду к Фролу. Фролу на Лавра навру.*

** Мы в лимане лениво налима ловили и меняли налима вы мне на линя. Не меня о любви ли вы мило молили и в тумане лимана манили меня.*

Любые другие скороговорки, которые вы захотите использовать в своей работе, никоим образом не помешают, а только помогут. Поэтому не стесняйтесь использовать все, что считаете полезным для себя. И ещё раз, более полный сборник скороговорок найдёте в конце книги.

В заключение «*риторической*» главы прошу запомнить некоторые правила, которые вам помогут в работе как на сцене перед слушателями, так и перед камерами на съёмочной площадке.

1. На высокий голос мы переходим не случайно. Это происходит, если человек волнуется или торопится что-то высказать. Кроме того, учтите, что высокий голос, как правило, «напрягает» слушателей и заставляет их не очень доверять вам. Для примера: кричащая истеричная женщина, крики о помощи – эти звуки дают подсознательный сигнал тревоги, потому что звучат на высоких нотах.

2. Когда вам нужно привлечь к себе внимание собеседника, не говорите слишком торопливо и нервно. От торопливости вы можете случайно перейти на высокие ноты и спугнуть вашего слушателя.

3. Информация, изложенная низким голосом, вызывает больше доверия у слушателя.

4. Включайтесь в беседу не только информационно, но и интонационно. Перейдите на более низкий, грудной, «тёплый» тон.

Отсюда главное правило:

НЕ ТОРОПИТЕСЬ,
ГОВОРИТЕ ЧЁТКО И ВНЯТНО, УВЕРЕННЫМ ТОНОМ.

Глава III

Друзья, льстя, развращают, а враги, браня, обычно исправляют.
Аврелий Августин, епископ Гиппонский, философ, влиятельнейший проповедник, христианский богослов и политик.

Одним из продуктивных методов совместной работы в редакции молодёжной телестудии является, так называемый, *брейн-сторминг (мозговая атака)*, представляющий собой метод группового генерирования большого количества идей за малый промежуток времени.

Основные правила проведения брейн-сторминга:

1. *отсутствие замечаний* – они мешают формулировке новых идей;

2. *приветствуется «свободное парение мыслей»* – чем необычнее идея, тем лучше;

3. чем *больше предложенных вариантов, тем выше вероятность появления ценных идей*;

4. *желательна комбинация идей, а также их развитие и усовершенствование*.

Брейн-сторминг чаще всего используется только для обсуждения конкретных, а не общих, проблем, сформулированных чётко и однозначно: в этих случаях он наиболее результативен.

Рождение идеи.

Не надо часами вглядываться в далекие горизонты —
ответ нередко лежит у вас под ногами.

Попытайтесь выполнить следующие упражнения:

1. вообразите себе какой-нибудь предмет из домашнего обихода и запишите как можно больше вариантов его использования;

2. вспомните кого-нибудь из знаменитостей – живущих ныне или уже умерших – и запишите все варианты использования вышеупомянутого предмета домашнего обихода, которые мог бы предложить этот человек;

3. посмотрите в окно и запишите все варианты сюжетов, которые можно было бы снять, на основании увиденного.

Ключом к генерированию новых идей являются следующие принципы:

* отсутствие логики;
* вторжение в область иррационального;
* отказ от каких бы то ни было предпосылок;
* установление связей;
* перекомпоновка информации.

Чем больше идей будет в вашем распоряжении, когда вы перейдёте к их реализации, тем выше шанс, что одна из них окажется бриллиантом.

Установление связей – это важнейшее средство творческого мышления. Сведение воедино вещей, которые в обыденном сознании являются несовместимыми, часто является вернейшим путём к выработке новых идей при создании репортажей и программ. Размышления по формуле «*А что произойдет, если…*» являются отличной гимнастикой для ума, помогающей развивать «боковые» ветви сознания.

Реструктуризация информации очень полезна для выработки интересных и нетрадиционных подходов к анализу идей.

Отказ от любых предпосылок – гарантия того, что вы не «зациклитесь» на традиционных подходах к съёмке программ и внесёте свежую струю в развитие, набивших оскомину, репортажей.

Будьте как можно более раскованы и менее логичны, «поиграйте» с идеей. Вы всегда успеете вернуться к серьезности.

Телевидение – не газета и не солидный журнал, телевидение – прежде всего, зрелище.

Введение в процесс подготовки информационного сообщения – от идеи до выпуска в эфир:

– **редакционные цели** (получение задания). ***СБОР НОВОСТЕЙ:*** для этого хороши все способы. Рутинный обход служб: милиция, пожарные, скорая помощь, спасатели и т. д. Встречайтесь обязательно лично и всегда будьте вежливы и предупредительны. **Помните:** вам еще не раз придется к ним обращаться и что объём и качество информации, которую они предоставляют, напрямую зависит от того, какие отношения у вас сложатся. *Часто вы можете найти сюжет просто «держа глаза и уши открытыми».* ***В городе построили новую стоянку на месте детской площадке. Заколоченное досками здание. Каково передвигаться по городу людям с ограниченными возможностями****. Заметили что-то необычное – вперед!* Кроме этого, конечно же, и собственные источники редакции.

– **подготовка сюжета** (получение дополнительной информации). Используется всё: книги, газеты, журналы, радио, интернет, естественно, справочники и энциклопедии. Записная книжка: обязанность каждого репортёра новостей – внести в записную книжку информацию обо всех запланированных мероприятиях, будь то день и время соревнований, дата педагогического совета или выставки собаководов;

Информация – это сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах независимо от формы их представления *(ФЗ «Об информации, информатизации и защите информации»).*

– **съёмки на месте события (*стенд-апы*** – корреспондент, находясь на месте съёмки, обращается непосредственно к зрителям, глядя в камеру; ***синхроны*** – интервью или рассказ непосредственных участников событий, о которых рассказывает репортаж; ***видеоряд*** – «картинки», снятые оператором; ***лайфы*** – живые картинки, которые можно использовать без комментария автора).

Небольшое отступление: ***не каждый синхрон – интервью, но каждое интервью – синхрон***. Пример: оператор снял разговор двух людей, который вы решили использовать в своём сюжете – это синхрон, но не интервью. Синхрон ещё называют «лайфом».

– редактирование репортажа («черновой» материал, подготовка монтажного листа). ***Монтажный план сюжета.*** Проверенные формы чаще всего дают лучший результат, если вы делаете первые шаги в своей профессии.

Самая простая схема построения материала:

– суть (то, что в газете называется ЛИД – в начале статьи, чаще всего, выделенный шрифтом). Иногда дают синхронном или лайфом;

– не более одного абзаца закадрового текста, с последующим подтверждением синхроном или лайфом;

– предыстория, которая объединяет тему материала с тем, что происходило ранее;

– дополнительная информация по теме;

– информация о перспективе развития событий.

Определите, в каком виде вы будете представлять материал зрителю. Вот типичные формы подачи материала:

а) хронологический (после первых кадров и информации, материал излагается в порядке, в котором происходят события);

б) поступенчатый (весь материал разделяется на подтемы, которые рассматриваются как бы отдельно друг от друга. Но в завершении сюжета корреспондент должен собрать весь материал в единый репортаж);

в) детективный (происходящее на экране идёт в хронологическом порядке, но результат становится известен зрителю в самом конце);

г) очерковый (цель – поделиться впечатлением. Основная мысль подаётся в самом начале, в дальнейшем она развивается с помощью аналогий, участников событий);

д) аналитический (суть – точка зрения экспертов – свидетели событий – дальнейшее развитие ситуации).

– **обеспечение качества** («чистовой» монтаж, подготовка сюжета к выпуску в эфир).

Озвучание (тонирование). Напишите закадровый текст после завершения съёмок. Подготовьте сценарий таким образом, чтобы текст сразу подводил к первому вопросу в интервью.

Вопрос на засыпку. *С какой стороны от камеры должен стоять корреспондент во время интервью?*

Кто уже работал «в поле», на съёмочной площадке, прекрасно знают, что корреспондент в кадре во время интервью находиться не должен. Категорически! А ещё он никогда не отдаёт микрофон в руки собеседнику. Микрофон – это средство производства журналиста.

С какой стороны? Не имеет никакого принципиального значения. Надо запомнить одно: если у вас несколько собеседников, постарайтесь менять сторону, чтобы ваши интервьюируемые не смотрели в одну сторону. Это придаст эстетичности вашему материалу и облегчит работу на монтаже. Особенно, если респонденты имеют разные точки зрения.

Есть два способа, с помощью которых репортер может ускорить процесс монтажа. Один из них – подробный список кадров, который можно составить непосредственно во время съёмок или при просмотре на мониторе в студии до начала монтажа. Это поможет направить монтажёра по верному пути в поисках нужного кадра. Другой способ – вести чёткие заметки о последовательности кадров в съёмке. Они должны отражать ход сюжета, включая информацию о том, на какой кадр вы хотите наложить голос, какие части интервью должны обязательно остаться в сюжете.

Для тележурналистов наибольший интерес представляют события, касающиеся многих людей: выдающиеся личности, чьи имена часто мелькают в новостях, спорные, злободневные вопросы, события, происходящие в стране, а также события, содержащие конфликт или момент необычности.

Критерии, по которым отбираются новости для эфира:

Своевременность.

Новости должны быть информацией последней минуты. Однако гонка за постоянным обновлением информации не должна отрицательно сказываться на смысловом наполнении сюжета.

Информация, а не объяснения!

Тележурналисты подбирают материалы, которые относительно просты и не требуют сложных разъяснений. Максимальная продолжительность репортажа ***2—3 минуты****, более обычная:* ***минута-полторы****. Нужно свести суть сложного материала к нескольким простым, ёмким предложениям.*

Воздействие аудио- и видеоматериалов.

Наличие аудио- и видеоматериалов является одним из основных критериев отбора новостей для эфира.

Крупные категории новостей.

Общественные отношения – политика, экономика, скандалы, права человека, образование, оборона, медицина, религия, СМИ (пресса и вещание), международные отношения, терроризм.

Окружающая среда – загрязнение, переработка отходов, строительство дорог, глобальное потепление, озон, сельское хозяйство, продукты питания, изменения в генетике,

тропические леса, движение «зелёных», погода, дикая природа, ядерная энергетика и оружие, альтернативная энергия.

Люди – члены королевских семей, олигархи, политики и их окружение, шоу-бизнес, кино, ТВ, скандалы, развлечение, криминал, выигравшие в лотерею, известные артисты.

Катастрофы – трагедии, землетрясения, пожары, голод, наводнения, войны, авиакатастрофы, ДТП, взрывы, покушения….

Криминальные вести – закон и порядок, ТВ расследования, криминальные сводки, взятие заложников, преступность, ограбление века, наказание, тюрьмы, приговоры суда, голодовки, наркотики, коррупция.

Спорт – состязания, репортажи, знаменитости, поведение болельщиков.

Отдых – здоровье, море, садоводство, путешествия, отпуск, питание, авто, деньги, музыка, искусство, театр.

Наконец, странные, необычные, интригующие истории, животные, дети, характеры. На эфирных каналах они называются «**Бантик**».

Некоторые термины.

«Шпигель» – это анонсирование новостных материалов в начале информационной программы. Как правило идёт в виде «картинок» из сюжетов с закадровым коротким сообщением. Иногда с использованием стенд-апов авторов репортажей.

«Подводка» – «предисловие» ведущего информационной программы.

«Отводка» – «послесловие» ведущего. В идеале: чем закончилось (или грозит) с плавным переходом на подводки нового сюжета.

«Отбивка» – короткий «переход» логотипа программы между репортажем и ведущим в студии. Либо (на региональных каналах) между сюжетами, когда ведущего нет.

Требования к материалам.

Главные вопросы журналистики – ***кто? что? где? зачем? когда? почему? как?*** *Основные правила, определяющие стиль материалов для эфира –* ***правильность, ясность, краткость и колорит***.

Всё, что делает эфирный журналист, должно, прежде всего, работать на наиболее точное изложение событий. Материалы требуют разговорного языка. Поскольку они предназначены для чтения вслух, их **следует писать для ушей, а не для глаз**.

Для этого:

– избавляйтесь от всех прилагательных и наречий, кроме самых необходимых. Стройте материал на существительных и глаголах – это наиболее сильные слова;

– используйте короткие простые предложения;

– неписанный закон жанра (желательно, но не обязательно, в идеале): в одном предложении не более 12 слов, один человек – одно мнение.

– *ЯСНОСТЬ* – абсолютное требование! **Информация в эфире должна восприниматься и быть понятной с первого прослушивания.**

Отличительная и важная черта тележурналиста – умение готовить материал в сжатые сроки. На эфирных каналах это называется дедлайн (dead line – предельный срок), время, в которое необходимо уложиться.

Структура материалов.

Тележурналисты используют так называемое *«драматическое единство»,* в котором идёт завязка события, развитие, кульминация и развязка. Здесь расположение элементов несколько другое: кульминация, причина и результат.

Кульминация вводит зрителя в курс дела: кратко и эмоционально сообщается, что произошло.

В ***причине*** излагаются обстоятельства дела.

В завершающей части – ***результате*** – даётся контекст события, а также его возможные последствия. Все несущественные факты, а также объяснения нужно опускать, чтобы уложиться в отведённое время.

Стиль.

Задача журналиста простая: собирание и анализ огромного количества сложной информации, представление информации в виде легко понятной для неспециалиста в рамках жёсткого дефицита времени – это требует настоящего умения. У вас только один шанс, чтобы ваша новость прозвучала. Для этого **ваш стиль должен быть живым, чётким и на тему**.

Некоторые непреложные правила репортажа.

· *Не пишите бессвязно.*

· *Не пишите длинными фразами.*

· *Всегда пишите для неспециалиста.*

· *Никогда не пишите что-то, чего сами не понимаете. Если сомневаетесь – не пишите.*

· *Убедитесь, что ни в ваших словах, ни в конструкции предложения нет двусмысленности.*

· *Ваш стиль всегда должен быть экономным. Каждая история должна отвечать на семь классических вопросов журналистики: КТО, ПОЧЕМУ, ЧТО, КОГДА, ЗАЧЕМ, КАК и ГДЕ. Прочитывайте текст с этими вопросами в голове. Ни одна история не должна остаться для зрителей непонятной.*

* ***Титулы, звания, должности даются ПЕРЕД именами и фамилиями***. Исключение: титры на синхронах, где имя и фамилия являются основными. Не забывайте важнейшего правила: в журналистике сначала называется ИМЯ, а потом ФАМИЛИЯ! Это важно! И сюда же, фамилия, имя отчество ни в закадровом тексте, ни в титрах НЕ ПИШУТСЯ и НЕ ЗАЧИТЫВАЮТСЯ! Имя с отчеством можно называть при повторении, но без фамилии.

* ***Следует избегать сокращений, даже при вторичном упоминании.***

Пишите только тогда, когда они понятны всем. Если сомневаетесь, сначала пишите полное имя или обозначение. Например, «Комитет Государственной Безопасности – КГБ». Могут использоваться только самые известные и распространённые сокращения (ФСБ, НАТО, ООН и т. д.)

* ***Избегайте прямого цитирования.*** Предпочтителен пересказ, если только прямая цитата не является существенно важной. **Ссылка на источник приводится до цитаты, а не после нее!**

* ***Как можно меньше знаков пунктуации.*** Не бойтесь их применять в своем тексте – даже если грамматически это неправильно. Ваша цель – помочь ведущему правильно интерпретировать текст. Потому разделите его на легко усваиваемые кусочки, употребляя запятые или чёрточки. Или вы можете сократить предложение, если даже грамматически это не правильно.

* ***Числа должны округляться.*** Число 4 101 643 превращается в телеэфире в «*более четырёх миллионов*». Слушателям очень трудно полагаться на цифры. На телевидении их иногда можно показать на экране. Лучше писать текст, в котором цифры округлены. Цифры могут быть очень трудными для чтения. Легко спутать 1000 и 10000, когда видите их на странице. Цифры до десяти – вместо цифры пользуйтесь словами, например, «семь рыбаков». Сотни и тысячи – пишите словами.

* ***Адресуйте новости зрителю.*** Дайте понять, что новости касаются непосредственно каждого телезрителя. «***Я не буду повторять дважды!»*** – эти слова являются девизом для ведущего, поскольку у телезрителей нет возможности попросить повторить ещё раз то, что вы произнесли. Прозвучав по телевизору, слова исчезают бесследно. Необходимо выражаться чётко и недвусмысленно, не употребляя жаргонные слова. Вы обращаетесь непосред-

ственно к аудитории и должны сделать всё возможное, чтобы изложить ясно и внятно текст, который будет передаваться только один раз.

**** Избегайте использования символов.*** Знак $ не должен использоваться также, как и знак %. Пишите эти слова, чтобы не ошибиться, читая их.

**** Давайте фонетическую транскрипцию незнакомых и труднопроизносимых слов.*** Пример: анАдырь, карАкас, боготА и т. д. Правильное произношение для эфира также важно, как безупречная орфография для газеты. Поэтому, «звОнит» проверяется словом «вОнь»! Шутка, но скорее горькая, чем весёлая. Так же, как и кофе – он, а не оно. Министерство образования со своими реформами не должно сбивать с толку настоящего журналиста!

**** Избегайте использования местоимений.***

**** Избегайте грамматических приложений.*** Подлежащее и сказуемое следует располагать как можно ближе друг к другу. Старайтесь не ставить подчинённые конструкции перед главными. Лучший вариант простого предложения: ***подлежащее – сказуемое – дополнение***. Экономно используйте прилагательные и наречие. Несколько удачных прилагательных или наречий придадут блеск тексту.

**** Давайте определения терминам, которые встречаются в тексте репортажа и могут быть непонятыми зрителями.***

**** Пользуйтесь глаголами в настоящем времени, где это уместно.***

**** Избегайте излишних деталей в репортаже.*** Откажитесь от несущественных деталей.

**** Расскажите предысторию событий.***

**** Не оставляйте ни одного вопроса без ответа.***

**** Не делайте голословных утверждений.*** Приведите примеры. Если их нет, уберите эпитеты.

НЕТ ГЕРОЯ – НЕТ СЮЖЕТА!

Эти и другие правила более подробно рассмотрим в следующих главах.

ДОМАШНЕЕ ЗАДАНИЕ

1. Внимательно посмотрите выпуски новостей различных телекомпаний. Ответьте на вопросы:

a) что вас больше всего привлекло в программах?

b) кто из репортёров вызвал ваш интерес и чем?

c) какие репортажи из просмотренных заставили вас задуматься? Почему?

2. Снимите и смонтируйте репортаж. Условия: хронометраж – 1 мин., 1 стенд-ап, 1 синхрон, закадровый текст. Тема определяется руководителем группы. Совет: *не гонитесь за сенсацией, начните с самого простого!*

SONY

Глава IV

«Самая необходимая наука – это наука забывать ненужное».
Антисфен из Афин, греческий философ, основатель школы киников.

Сюжеты делятся на три основные категории.

1. Важные, но не обязательно интересные.

Некоторые сюжеты никогда не удаётся сделать интересными для среднего зрителя. Тем не менее, они важны и достойны места в новостях. *Курс валют, сделки на фондовом рынке, юридические проблемы* – всё это может быть скучным, но эти новости важны и должны быть включены в программу. Ваша задача – сделать сюжет понятным для вашей аудитории. Попытайтесь показать значение этих явлений, объяснив их возможные последствия. Не будет лишним добавить пару строк о вероятных последствиях колебания курса валют.

2. Важные и в то же время интересные.

Каждый сюжет можно и нужно делать интересным. Лучший способ – это подать их должным образом. Для этого необходимо знать свою аудиторию.

а) Учитывайте географию ваших зрителей:

– городские или сельские жители?

– какой климат: сухой, влажный, жаркий, прохладный?

– находятся ли в данном районе объекты тяжёлой промышленности, шахты, автозаводы, градообразующие предприятия?

– есть ли сельскохозяйственные районы? Какой урожай?

– является ли этот край туристическим?

б) Может быть в основном представлена какая-либо одна группа населения? Пенсионеры? Молодые семьи? Большая безработица?

в) Важно знать состав вашей аудитории по группам. Если это публика в основном молодая, сюжеты об образовании и о возможностях трудоустройства будут особенно популярны. Возможно, ваша публика среднего возраста или молодожены…

Если вы знаете свою аудиторию и чем она занята, вам проще будет определить, какие темы ей интересны и как их подать.

3. Интересные, но не обязательно важные.

Это могут быть сюжеты на «человеческую» тему: достижения, необычные случаи, интересные происшествия. Не мешает показать, что мы – тоже люди и нам присуще чувство юмора. Но не перестарайтесь. Если каждый сюжет делать «смешным», эффект будет потерян. Не обязательно его ставить в конец, перед прогнозом погоды. Но и не стоит помещать между банкротством и похоронами.

Пресс-релиз.

Всякий материал, полученный в виде пресс-релиза, должен быть воспринят с осторожностью. Люди и организации PR – «паблик рилейшенз», службы связи с общественностью,– которые готовят пресс-релизы, не делают это ради процветания вашей телекомпании. У них взгляд заинтересованной стороны. Они в основном стремятся к бесплатной рекламе. Не позволяйте использовать себя и свою редакцию. Внимательно оцените, насколько этот сюжет необходим. Не спешите принять ту точку зрения, которую вам предлагают. Помните, что настоящие новости запрятаны где-то в тексте, возможно, даже приведены в конце как вывод.

РОЛЬ РЕПОРТЕРА

Подготовка. ***Золотые правила.***

1. Найдите сюжетный ход.

Если вы определите, под каким углом зрения собираетесь подать материал, это поможет вам отделить существенные элементы от несущественных. ***Определите главную тему вашего репортажа.***

2. Сформулируйте содержание репортажа.

Репортажи не удаются из-за того, что вы пытаетесь рассказать в них несколько историй одновременно. Весьма полезно написать очень краткое, в одно-два предложения, описание репортажа (синопсис – обоснование сценария, предсценарий). *Если окажется, что вы пишете роман – остановитесь и снова подумайте над содержанием.*

3. Определите структуру репортажа.

Прежде чем начать писать сценарий и погружаться в детали, набросайте на бумаге список основных элементов и эпизодов вашего репортажа. Репортаж состоит из трёх основных элементов: стенд-ап, синхрон и дополнительная информация, которая даётся в виде закадрового комментария и записывается во время монтажа. *Попробуйте поменять хронологию, может из тех же элементов, но в другом порядке можно построить более чёткую фабулу?*

4. Расскажите историю.

Напишите черновой сценарий, чтобы определить, каким образом зрители получат информацию, нужную для понимания того, о чём ваш репортаж. Набросайте текст для стенд-апа, а если хватит времени, то и конспективно изложите информацию, которую надо включить в закадровый текст.

Текст для репортажа пишется по специальным правилам. Он должен быть понятен по «картинке» и легко восприниматься на слух. Это особо важно, потому что, то, каким видеорядом будет перекрыт «закадровик», зависит влияние репортёра на восприятие зрителя. Рассмотрим три способа подачи материала.

В студии корреспондент записал закадровый текст о влиянии улицы на молодых ребят. Теперь посмотрим, как будет выглядеть репортаж при наложении «картинки».

Способ 1. Зритель видит на экране группу молодых людей, которые сидят на детской площадке с бутылками пива и курят. Самый стандартный способ, который используется повсеместно.

Способ 2. На экране молодые люди на спортивной площадке, а мимо проходят другие, обсуждающие школьные дела. Материал – альтернатива другой жизни.

Способ 3. На текст наложена «картинка», на которой пьяные родители избивают и унижают своих детей, или, плачущие дети, которых забирают органы опеки у нерадивых родственников. Проблема улицы уходит на второй план, потому что она становится «спасением» от такой семьи.

Это примеры только одного эпизода из репортажа и не будет ошибкой использование всех вариантов.

Стенд-апы

Золотые правила.

Ваш сюжет будет смотреться гораздо выигрышней, если в кадре перед камерой вы будете стоять. Старательно выберите фон для кадра, например, с указанием на место, где вы находитесь, так называемый, эффект присутствия. Репортёр находится в одной части кадра, а остальное место занимает вывеска с названием учреждения, которое фигурирует в сюжете, или предмет, о котором идет речь. Постарайтесь выучить свой текст наизусть, но держите в руке записи.

Съёмки, когда репортёр идет, возможна только с определённой целью. На первых порах репортёрской деятельности лучше воздержаться от этого приёма. Избегайте в своей внешности всего, что может выглядеть неестественно и раздражать зрителя или отвлекать его

внимание – необычной одежды, больших серёжек, броских ювелирных украшений, лохматых волос и т. п.

1.Что вы скажете?

Хуже всего, если вы скажете слишком много. Доходчиво изложите один – максимум два существенных момента. ***ИЗБЕГАЙТЕ ВЫСКАЗЫВАТЬ ЛИЧНОЕ МНЕНИЕ!***

2. Как вы это скажите?

Стиль, настроение, тон. В стенд-апе лучше всего использовать разговорный стиль и выражаться простым языком.

3. Когда вы это скажете?

Часто стенд-апы – это лучший способ перейти к следующему витку событий, как в книге – название новой главы. ***Очень полезно знать, какой материал будет идти до и после ваших появлений.***

4. Где вы это скажете?

Выбор места съёмки вашего стенд-апа имеет очень важное значение. ***НИКОГДА НЕ СНИМАЙТЕ НА ФОНЕ ГОЛОЙ СТЕНЫ!*** Самое лучшее, если вы окажетесь в центре какого-нибудь события и вам будет что описать, на что указать и за чем понаблюдать.

Вопрос на засыпку. *Можно ли сделать сюжет без стенд-апа?*

Да, этот элемент репортажа не является непременным. Стенд-ап персонализирует информацию, а работа корреспондента в кадре добавит динамики материалу. Особенно, если автор что-то делает самостоятельно (едет на лошади, работает в кузнице, идёт с колонной демонстрантов и т. д.).

Отсутствие стенд-апа не является ошибкой.

КАК ПИСАТЬ ТЕКСТ

Золотые правила.

1.Подчеркните значимость видеоряда.

Не объясняйте мне, что я вижу на экране. ***Объясните, почему мне это показывают.*** Поместите видеоряд в контекст, который поможет его понять.

2. Пишите для слуха.

Помните, что люди вас будут слушать, а не читать. При этом вы избавитесь от стилистического разрыва между текстом и стенд-апами.

3. Существенная информация.

Вычёркивайте все лишние сведения, оставляйте только то, что необходимо для понимания сюжета. *Не загромождайте свой материал перечислениями и цифрами*. ***Нужно постоянно напоминать себе, о чём именно вы сняли свой репортаж, каков его сюжет.*** Таким образом, вы сумеете отсечь всё, что не имеет прямого отношения к теме сюжета.

4. Правьте, правьте и ещё раз правьте.

Каждый следующий черновик всегда лучше предыдущего.

Чем раньше вы начнёте писать текст репортажа, тем больше времени у вас будет на правку. Тщательно и придирчиво анализируйте каждое слово, каждую фразу. Если вам никак не приходит в голову удачное первое предложение, попробуйте начать писать с середины. ***ПЕРВЫЕ СЛОВА САМЫЕ ВАЖНЫЕ, КАК И ПЕРВЫЕ КАДРЫ!***

Общие принципы.

***** Тележурналист, особенно молодой, не может стремиться к распространению определённого мировоззрения или идеологии, а должен давать факты для выработки зрителем собственного взгляда.

***** Запрещается пропаганда насилия, жестокости, разжигание межнациональной розни, призывы к свержению существующего строя.

***** Новость, событие должны быть значительными, т. е. представлять интерес для большого числа телезрителей.

***** Нейтральность репортёра, никаких знаков личного отношения к происходящему.

Вопрос на засыпку. *Можно ли сделать репортаж без закадрового текста?*

Да, можно. Только стоит учесть одно: это высший пилотаж! Чтобы сделать такой репортаж, автор должен чётко представлять, что и как он будет делать.

Во-первых, такой сюжет строится на стенд-апах, в которых корреспондент «проживает» материал.

Во-вторых, для подготовки такого материала нужно сначала написать синопсис (сценарный план, предсценарий, обоснование), в котором указать рабочее название (как цель, миссию), описать ситуацию, накидать вопросы для героев и участников сюжета, примерные, или уже точные, тексты стенд-апов. Синопсис нужен для самого автора, чтобы иметь реальное представление о том, что вы знаете, чего хотите.

Глава V

«Умеренность служит надежной защитой от пороков»
Леонардо да Винчи, великий итальянский художник и учёный, яркий представитель типа «универсального человека»

Тележурналисту, не меньше чем оператору необходимо знать некоторые правила и термины из операторского искусства для того, чтобы эти два, очень важных человека в производстве телепродукта, говорили на одном языке. А потому…

ПЛАНЫ В ПОРЯДКЕ УМЕНЬШЕНИЯ МАСШТАБА:

Видеопланы – это различные по крупности объекты. Все виды планов выбираются относительно средних размеров человека. Даже если в кадре нет человека, мы всё равно можем соизмерить с его габаритами величины снимаемых объектов.

1. сверхкрупный план или **деталь** – кадр, в котором помещается только часть лица (глаза и нос, или нос и рот, или только руки), какой-нибудь небольшой предмет или его фрагмент (зажигалка, несколько кнопок на клавиатуре и т. п.);

2. крупный план – кадр, в котором голова человека занимает почти всё место;

3. 1-й средний план – человек по пояс (голливудский план);

4. 2-й средний план – человек по колени (европейский план);

5. общий план – человек в полный рост;

6. дальний план – человек занимает очень маленькую площадь кадра.

НАИБОЛЕЕ ГЛАДКО ВОСПРИНИМАЕТСЯ СТЫК МЕЖДУ ПЛАНАМИ, НАХОДЯЩИМИСЯ НА ПРИВЕДЕННОЙ ВЫШЕ ШКАЛЕ, ЧЕРЕЗ ОДИН.

НАПРИМЕР: КРУПНЫЙ ПЛАН МОНТИРУЕТСЯ СО ВТОРЫМ СРЕДНИМ, ПЕРВЫЙ СРЕДНИЙ ПЛАН С ОБЩИМ ИЛИ СВЕРХКРУПНЫМ.

ИСКЛЮЧЕНИЯ: КРУПНЫЙ ПЛАН МОНТИРУЕТСЯ С ДЕТАЛЬЮ, А ОБЩИЙ – С ДАЛЬНИМ.

Домашнее задание.

1. Запишите с эфира два репортажа из выпуска новостей. Просмотрите, разберите, проанализируйте основные: структуру репортажа, ключевые моменты, стенд-апы и текст. Ответьте на вопросы:

a) насколько интересно и хорошо рассказаны сюжеты репортажей?

b) правильно ли отобраны основные элементы репортажей?

c) правильно ли выбрано содержание стенд-апов, место их съёмок и время включения в репортаж?

d) эффективно ли сочетаются текст и видеоряд в сценах с закадровым текстом?

2. Придумайте тему для типичного репортажа. В одном-двух предложениях изложите его содержание и сюжетный ход?

3. Сделайте монтажный лист репортажа, напишите текст стенд-апов и закадровых комментариев, руководствуясь ***Золотыми правилами.***

4. Снимите и смонтируйте репортаж. Условия: хронометраж – 1 мин. 30 сек., 1 стенд-ап, 2 синхрона, закадровый текст, тема устанавливается руководителем группы. Выход за отведенное время – минус один балл.

5. Снимите и смонтируйте репортаж, чтобы в нём были собраны все ошибки, про которые мы говорили в предыдущих главах. Условия: стенд-ап – по

желанию, синхроны – по желанию, хронометраж – от 1 минуты, но не более 3-х минут.

116min
REC
0:19:24

Глава VI

«Стрельба из лука учит нас, как надо искать истину. Когда стрелок промахивается, он не винит других, а ищет вину в самом себе»
Конфуций (Кун-цзы) – около 551 – 479 г. г. до н. э. мыслитель, философ, основатель этико-политического учения.

Не стоит ошибочно полагать, что вы обо всём знаете. Ваши конкуренты найдут то, чего не нашли вы. Следите за тем, что делают другие масс-медиа: газеты, радио, интернет-издания или ТВ. Если вы прошли мимо чего-то, догоняйте этот сюжет. Но не ограничивайтесь только тем, чтобы «подобрать» его. Будьте на шаг впереди. Если удастся лучше подать его, конкуренты пойдут за вами.

· Следите за встречами, которые проводят другие СМИ. Если вы узнали, что какая-то редакция организует встречу с депутатом, спортсменом, артистом или известным человеком воспользуйтесь этим тоже. Если там проскользнут новости, вы сможете использовать их в своей передаче («Во время сегодняшней радиопередачи депутат Госдумы сказал, что….»). Если вы чувствуете, что намечается хороший сюжет, созвонитесь с ними заранее и попросите разрешения использовать их новости. Нет ничего плохого в том, что вы используете информацию ваших конкурентов, если это единственный способ получить её. Кроме того, им тоже когда-нибудь придётся обратиться к вам.

· Если передача о каком-либо значительном событии (военный парад, чемпионат по лёгкой атлетике, политические дебаты, инаугурация, похороны и т. д.) идёт в прямом эфире, никто вам не запретит сделать запись и затем подготовить собственный сюжет.

Контакты.

Проверьте контакты, которые вы когда-то завели с лидерами движения или общественной организации, менеджерами, депутатами и т. д. Возможно, сегодня они вам не скажут ничего нового, завтра у них появится информация или они смогут посоветовать, где её искать. Держите контакт с депутатами. Возможно, предстоящие дебаты или поправки в законодательстве касаются и вашей аудитории. В таком случае, договоритесь о встрече или устройте получение информации через пресс- службу законодательного органа.

Идея и ее разработка.

Из какого-то источника молодой журналист узнал о проблеме. Это побуждает его сделать репортаж. Если другие члены редакции пытаются помочь в реализации идеи, проводится мозговая атака (*брейн-сторминг*) по этой идее.

Цель.

Журналист старается определить, какой именно сюжет он хочет сделать. Вопросы, на которые нужно найти ответы:

1. **о чем** он хочет рассказать?
2. **почему** он хочет об этом рассказать?
3. **каким образом** он об этом расскажет?
4. **к кому** в особенности **обращён** этот сюжет?
5. **чем** этот сюжет **полезен** телезрителям?

Исследование.

Журналист читает специальную литературу, смотрит архивные видеоматериалы, относящиеся к теме, обсуждает проблему со специалистами, т. е. собирает дополнительную

информацию. Благодаря своему исследованию, он установил что-то необычное, ***о чём раньше не говорилось***. Речь идет о новом, ранее невиданном явлении.

Стратегия.

Прежде, чем выехать на место съёмки, журналист должен выбрать стратегию интервью с участниками и героями сюжета. Вопросы должны быть конкретными и чёткими. Журналисту стоит задуматься над своей ролью. Лучше для этого написать синопсис. В первую очередь, для себя, чтобы на месте съёмки не кидаться из стороны в сторону и чётко определить своё направление.

Экономьте время.

Вычистите свой рассказ от ненужных слов или информации. Если сомневаетесь, подумайте, изменился бы смысл сюжета, если бы вы оставили предложение без этих слов.

Монтаж.

При монтаже интервью надо быть внимательным к трём факторам:

1. **сюжет**

суть должна быть ясной, но при этом она должна соответствовать истине;

2. **интервьюируемый**

лояльность по отношению к нему – *он действительно так думает, чувствует или сделал*;

3. **зритель**

«очистить» материал от неточности и помех в сюжете, представить его наиболее убедительным образом.

Обсуждение результатов.

Сотрудники редакции высказывают критические замечания по отдельным эпизодам. Обсуждение результатов тщательно готовится (оценка «*понравилось – не понравилось*» не является достаточной), проигрываются примеры, исходя из которых, делается анализ:

* что получилось?
* что не получилось и почему?
* достигла ли передача поставленной цели?

«Три пути у человека, чтобы разумно поступать:

первый, самый благородный, – размышление; второй, самый легкий, – подражание; третий, самый горький, – опыт»

Конфуций (Кун-цзы), мыслитель, философ, основатель этико-политического учения.

Как использовать видеоряд.

Значение имеет не только выбор планов, но и хорошо построенный сюжет, и высокое качество съёмки. Каждый план должен быть тщательно отобран и смонтирован с другими, для того, чтобы точно выразить содержание вашего репортажа. ***Высокое качество съёмки – это полная гармония видеоряда и текста***, которые дополняют друг друга в изложении фабулы. Для каждой смены плана всегда существует причина. В репортаже именно вы определяете, что увидит на экране зритель в каждый следующий момент, поэтому именно вы обязаны обеспечить, чтобы увиденное соответствовало логичной системе его бессознательного монтажа в мозге.

Профессиональный журналист, как режиссер, обязан уметь видеть действительность, как последовательность грамотно скомпонованных планов.

Планирование видеоряда.

Если вы понятия не имеете, как должен выглядеть ваш репортаж, и просто ловите в объектив всё, что движется, надеясь, что при монтаже что-то получится, – на успех не рассчитывайте. При планировании определите:

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «ЛитРес».

Прочитайте эту книгу целиком, купив полную легальную версию на ЛитРес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.