

Praktischer
Journalismus



Daniel Moj / Martin Ordolff

Fernseh- journalismus

2., völlig überarbeitete Auflage

HERBERT VON HALEM VERLAG

Практична
журналістика

Даніель Мой / Мартін Ордольфф

Телевізійна журналістика

Друге, повністю перероблене видання

Академія Української Преси
2019

УДК 070-028.46:075.2
М77

ISBN 978-617-7370-07-8

М77 *Мой Д., Ордольфф М.* Телевізійна журналістика: Практична журналістика, том 62 / За загал. ред. В. Ф. Іванова; Пер. з нім. В. Климченка. — Київ: Академія української преси, Центр вільної преси, 2019. — 234 с.

Практична журналістика
Том 62

Даніель Мой (Daniel Moj) та Мартін Ордольфф (Martin Ordolff) пропонують ґрунтовні знання та навички для роботи журналіста на телебаченні або в інших медіа, що використовують рухомі зображення як засоби комунікації. При цьому вони не знецінюють тележурналістику до звичайного ремесла, якого можна навчити за кілька кроків. Вони скорше прагнуть цілісного розуміння креативного, зображувального та творчого процесу телевізійного висвітлення новин. Книжка містить численні приклади, поради, пам'ятки та 50 кольорових ілюстрацій.

Довідка про зображення:

Всі фотографії зробив Даніель Моєм, м. Кельн.

Автор малюнків на сторінках від 168 по 221 та на стор. 221 — Яна Шіфер, м. Кельн.

Бібліографічна інформація Німецької національної бібліотеки

Німецька національна бібліотека занесла цю публікацію до Німецької національної бібліографії; з детальними бібліографічними даними можна ознайомитися на інтернет-сайті <http://dnb.ddb.de>.

Всі права захищені, зокрема право на розмноження, розповсюдження та переклад. Жодна частина твору не може бути відтворена в будь-якій формі (ксерокопією, мікрофільмом або будь-яким іншим способом) або збережена, опрацьована, розмножена або розповсюджена за допомогою електронних систем (зокрема онлайн-мереж) без письмового дозволу видавця.



**FRIEDRICH NAUMANN
FOUNDATION** For Freedom.

Ukraine and Belarus

***Gefördert durch die Bundesrepublik Deutschland
За підтримки Федеративної Республіки Німеччина***

ISBN (книга) 978-3-7445-0616-8

ISBN (PDF) 978-3-7445-0618-2

ISBN 978-617-7370-07-8

ISSN 1617-3570

© by Herbert von Halem Verlagsgesellschaft mbH & Co. KG, Köln, Deutschland

© Представництво «Фонду Фрідріха Науманна за Свободу» в Україні, 2019

© Центр вільної преси, 2019

© Академія української преси, 2019

© переклад В. Климченко, 2019



Даніель Мой в ролі тележурналіста та режисера працює для телебачення та консультує фірми на теми «Корпоративний наратив» (Corporate Storytelling) та «Реалізація стратегій рухомих зображень». Він викладач і тренер з телевізійної та відеожурналістики, а також з презентації, вільного виступу та модерування перед аудиторією та в медіа.

Мартін Ордольфф працює автором і редактором на телеканалі ЦДФ у Майнці. Там він уже працював репортером та випусковим редактором у програмі «Гойте-журнал». Уже декілька років він переважно знімає репортажі та документальні фільми. Мартін Ордольфф працює доцентом і позаштатним викладачем з різноманітних тем тележурналістики, він також автор книжки «Написання текстів для ТБ» (у співпраці зі Штефаном Вахтелем).

Зміст

	Передмова від видавця	8
1.	Вступ	10
2.	Оповідь (Storytelling)	12
2.1	Кінорозповідь — хребет тележурналістики	12
2.2	Драматургія фільму	16
2.3	Зображення, звук і текст — засоби оповіді	21
3	Телебачення починається за письмовим столом — перші кроки, розвиток і планування	23
3.1	Цілі [журналістського] пошуку	23
3.2	Ідеї і факти — пошук при створенні телесюжетів ...	24
3.3	З червоною ниткою до знімання — заявка на сценарій та розкадрування	38
4	Робота з форматом — журналістські жанри	42
4.1	Новини на телебаченні	42
4.2	Кореспонденція	48
4.3	Сюжет для журналу	51
4.4	Репортаж	54
4.5	Документалістика	59
4.6	Нарис	64
4.7	Документальне «мило» (Docusoap)	66
4.8	Екскурс: документальний фільм	69
4.9	Іронічний коментар	71
5	Наживо — журналіст перед камерою	74
5.1	Модерування	74
5.2	Структура і зміст модерації	76
5.3	Типи модерації	79
5.4	Відводи (прикінцеві слова) та переходи	81
5.5	Стендап	84
5.6	Пряме включення	85
5.7	Коментар	88
5.8	Телесуфлер або ключові слова	89

6	Полювання на зображення і звук — знімальні роботи	94
6.1	Робота зі знімальними групами	94
6.2	Інструктаж (briefing) знімальної групи	96
6.3	Автор і зміст	98
6.4	Знімальні роботи	105
6.5	Роль звуку	129
7	Фільми створюються на відеомонтажній системі – компонування телепрограм	133
7.1	Ритм монтажу	135
7.2	Безперервність	137
7.3	Критерії безперервності	138
7.4	Монтаж зображення	145
7.5	Журналіст за монтажним столом	150
7.6	Відеоефекти	153
7.7	Монтаж звуку	156
7.8	Графіка і анімація	157
7.9	Правила монтажу	161
8	Тексти та запис мовлення	165
8.1	Писати для прослуховування	165
8.2	Правильний момент для написання текстів	169
8.3	Написання	172
8.4	Поради щодо написання тексту	174
8.5	Озвучування сюжетів	180
8.6	Мовні сигнали допомагають	188
9	Можливості та межі для тележурналістів	189
9.1	У дорозі як «самотній вояк» — відеожурналістика	189
9.2	Між світами — онлайн-журналістика з рухомими зображеннями	201
9.3	Медіаправо для (теле)журналістів	205
9.4	Підготування та підвищення кваліфікації	214
	Додаток	227
	Вимова слів з «ch»	227
	Вимова слів з «ig»	227
	Юридичні терміни	228
	Основне обладнання для відеожурналістів	230
	Література	232

Передмова від видавця

Книжка Даніеля Моя та Мартіна Ордольффа «Телевізійна журналістика» входить до серії «Журналістська практика», яку заснував відомий німецький журналіст Вальтер Ла Рош. Українські читачі знають його завдяки виданню «Вступу до практичної журналістики», яке опублікувала Академія української преси. Та книжка ознайомила українського читача з шляхами здобуття спеціальності, технологією і принципами професійної журналістської діяльності в Німеччині. Ми вже видавали кілька книжок з цієї серії, зокрема «Соціальні медіа для журналістів» Штефана Прімбса. Наразі наша серія «Бібліотека масової комунікації та медіаграмотності» поповнюється цікавою новинкою. Це чергова праця з добірки найкращих німецькомовних посібників та підручників з журналістики, які ми видаємо протягом останніх двох десятиліть.

Посібник Даніеля Моя та Мартіна Ордольффа «Телевізійна журналістика» — це фактично чіткий покроковий вказівник того, що і як робити в тележурналістиці. Як і в усіх німецьких посібниках тут обмаль теорії. Зате багато того, що тепер прийнято називати лайфхаками, тобто практичних порад, які значно підвищують якість та ефективність роботи журналіста. Особливо цінне те, що кожний підрозділ підсумовується кінцевими нотатками, переліком того, що потрібно зробити задля досягнення конкретного ефекту.

Телевізійні жанри дають широкі можливості комунікаторові. Тут можна досягти значних ефектів завдяки поєднанню аудіо- та відеоканалів передавання інформації аудиторії. Але треба вміти правильно побудувати твори телемистецтва, зробити так, щоб вони зацікавили аудиторію та коректно інформували її про події сьогодення. При цьому широко використовуються засоби драматургії, можливості аудіо та відео для вираження сутності інформації.

Даніель Мой та Мартін Ордольфф багато уваги приділяють зображальним можливостям телеоповідей. Але при цьому чітко і неодноразово підкреслюють, що головним залишається бажаний меседж, тобто те, заради чого відбувається комунікація, те, що власне й хоче повідомити журналіст.

Німецькі журналісти детально розглядають і пояснюють весь шлях від авторського задуму до його втілення на екрані. При цьому описують роботу і дають корисні поради не тільки журналістові, а й операторові, звукорежисерові, монтажерові. Це особливо цінне в сьогоденних умовах, коли журналістові часто доводиться поєднувати ці професії.

Надзвичайно корисний і огляд технічних засобів для роботи зі створення телевізійних матеріалів. Даються поради, що і як треба робити, щоб вдало їх використовувати.

Не зайвий і розгляд моральної та юридичної відповідальності журналістів. Етичні стандарти і німецьких, і українських журналістів ідентичні. Щодо юридичних принципів, то українське законодавство, зокрема засади відповідальності, має багато спільного з німецькими відповідниками.

Для молодих журналістів або тих, хто тільки збирається пов'язати себе з цією професією, цікавим буде невеличкий розділ з переліком і контактами німецьких навчальних закладів, де можна здобути або вдосконалити журналістський фах.

Особлива подяка Даніелеві Мою, Мартінові Ордольффу та видавництву «Герберт фон Галем ферлаг», які дали дозвіл на переклад і видання цієї цікавої і корисної праці українською мовою.

Щира дяка Віталієві Климченку за якісний переклад.

Це видання зроблене за підтримки Фонду Фрідріха Наумана за Свободу та сприяння Міністерства закордонних справ Федеративної Республіки Німеччини.

Посібник, завдяки вмілому, всебічному та детальному розглядові теми, буде корисний і початківцям, і досвідченим журналістам.

Валерій Іванов,
проф., д. філол. н., президент Академії української преси

Вступ

Останніми роками тележурналістика полишила тісний корсет телестанцій та телекомпаній. Сьогодні «телебачення» більше не відбувається тільки на усталених каналах суспільного мовлення чи приватних мовників. Фільми, відео, ролики та кліпи показують на youtube, vimeo і тощо. Недорогі технології виробництва та легкий доступ до аудиторії створюють нові можливості для публіцистів. Ризик полягає в тому, що завдання журналіста щодо дослідження, сортування, зважування та насамперед збалансованого, зрозумілого, інформативного та достовірного подання матеріалу можуть втратити актуальність. Друге, перероблене видання книжки «Телевізійна журналістика» намагається дати відповідь на цей виклик. Книжка дає ґрунтовні професійні знання та навички журналістської роботи на телебаченні та в інших медіа, які використовують рухомі зображення як засіб комунікації, і поєднує їх з практичними та наочними прикладами та контрольними списками. При цьому автори уникають пониження тележурналістики до ремесла, яке можна опанувати за кілька прийомів. Навпаки, книжка пропонує цілісне розуміння творчого художнього процесу висвітлення подій на телебаченні. Книжка дає вичерпний огляд роботи тележурналіста. Викладаються основи роботи в різних сферах. «Телевізійна журналістика» починається з кінорозповіді і відповідної драматургії. Як сировина та інструменти в розпорядженні телевізійного журналіста є рухоме зображення, звук та власний текст. Вони переплітаються між собою, і при цьому не домінують одне над одним. Цей баланс потребує відчуття «на кінчиках пальців», якого вчить ця книжка. Починаючи з ідеї проведення журналістського пошуку, планування знімання, самих знімальних робіт і аж до роботи за відеомонтажним столом та мікшуванням звуку, книжка пояснює весь творчий процес виробництва фільмів на ТБ. А ще важливий момент — юридичні питання. Вони стають дедалі важливішими. Журналіст телебачення стикається з ними щодня. Зростає скептичне ставлення до тележурналістів з боку дійових осіб, тих, у кого беруть інтерв'ю або просто перехожих. І нерідко тимчасові судові розпорядження, позови чи заяви про відшкодування збитків перешкоджають вчасному виходові в етер знятого матеріалу. Але що ж треба вміти тележурналістові, якщо він хоче розмістити свій «продукт» на екрані? Як звертатися до аудиторії? Як захопити глядача? Ось про що йдеться. З цією метою докладно проаналізовано журналістські жанри. Новини, кореспонденція, сюжет для тележурналу, репортаж, портрет, документальний фільм та документальна драма — всі форми вимагають власної образної мови та різних підходів. Вони впливають на знімання та монтаж фільму. А форма визначає стиль тексту аж до озвучування журналістських фільмів. При цьому текст відіграє важливу роль. Він слугує орієнтиром, надає

додаткову інформацію і з'єднає окремі епізоди у фільмі. Тож ця книжка також детально розглядає написання текстів для телебачення і надає поради щодо озвучування журналістських фільмів. Безумовно, тележурналіст — менеджер процесу, який ґрунтується на поділі праці. Він розробляє ідеї тем, захищає їх у редакціях, веде пошук, керує знімальною групою, організовує місця знімання та інтерв'ю і виступає режисером монтажу. У медійному бізнесі, який визначається підвищенням затрат і дедалі більшим попитом, своє місце знайдуть і універсали, і ерудити.

Відеожурналістика закріпилася на регіональному та місцевому телебаченні, а також вийшла і на загальнонаціональні телевізійні канали. Втім вимоги до відеожурналіста часто недооцінюються. Він повинен поєднувати в одній особі різні види діяльності: продюсера, автора, оператора, звукорежисера, редактора, диктора. Відеожурналіст часто працює на межі можливого — з шансами та водночас великими ризиками для журналістської якості. В цій книжці розглянуто і ці питання, й вона розрахована на всіх тих, хто цікавиться роботою тележурналіста, починаючи зі студентів та практикантів і закінчуючи стажерами, журналістами-початківцями і молодими редакторами. А ще вона містить ідеї в різних царинах для досвідчених репортерів і редакторів. Структура і зміст роблять її довідником і посібником з базових питань. Є підказки для щоденної роботи. Книжка структурована таким чином, що вам не потрібно читати її хронологічно. Ось чому ви можете спеціально зосередитися на окремих розділах без шкоди для загального розуміння.

Приклади позначено в книжці символом скріпки



Поради мають позначку подвійної стрілки



Задля легшого читання ми використовуємо в тексті чоловічу форму для обох статей. Безсумнівно, у всіх сферах тележурналістики жінки виконують свою роботу так само добре, як і їхні колеги-чоловіки.

2. Оповідь (Storytelling)

2.1. Кінорозповідь — хребет тележурналістики

За допомогою рухомих зображень телевізійники дозволяють зазирнути в захопливі, невідомі світи. Музика та атмосферні звуки створюють емоційні моменти, драматургічні кульмінації і передають настрої. Авторський текст сприяє структуруванню і розповідає про важливі обставини, бекграунд або тверді факти. Коротше кажучи, інформація, об'єктивні знання, а також переживання, досвід і висновки повинні бути опрацьовані і представлені аудиторії в привабливій формі. Мета журналіста повинна полягати в тому, щоб «полонити» глядача, привабити його обмежену увагу на час перегляду фільму та захопити темою. Для цього в розпорядженні тележурналіста є основний інструмент — *оповідь (storytelling)*. *Кінорозповідь* — це рушійна сила рухомого зображення. Вона також критерій розмежування телевізійної журналістики та всіх інших її видів. Скажімо, тоді, коли газетні журналісти можуть покладатися на свої нотатки та спостереження і використовувати їх для написання статті, яка створює образи у свідомості читачів, тележурналістам завжди і без винятку потрібні *аудіовізуальні докази*. Без візуального підтвердження не можна розказати жодної історії, довести жодної інформації та жодного висновку експерта. Це демонструє дещо незвичний і, звісно, не дуже серйозний вислів телевізійників: якщо чогось не зняли, то його й не було! Отже, наші журналістські продукти — це розповіді, що залежать від наявного фільму, чи відеоматеріалу, чи можливостей для знімання.



Оповідь — істотна особливість фільму. На відміну від фотографії, фільм завжди показує процес — неважливо, яка його тривалість. Це послідовність зображень і звуків, з яких аудиторія робить висновки!

З простих кінокадрів з двома епізодами ми вже можемо створювати історію.



Перший план показує добре одягненого чоловіка, що самотньо сидить за стійкою готельного бару. Для другого плану в нас є два варіанти. В першому — до бару заходить жінка у вечірній сукні і впевнено зупиняється на вході. У другому — з'являється та ж сама жінка, проте вона цього разу спочатку оглядає приміщення. Не знаючи більше нічого про обох головних героїв, глядач одразу припустить, що тут існує якийсь зв'язок, мотивація, отже, певна історія. Ці ментальні конструкції будуть різнитися

між собою залежно від того, який варіант появи жінки у вечірній сукні буде обраний.

Для кінематографічної оповіді на телебаченні автори можуть скористатися різними зображальними засобами. Сюди входять рухомі або статичні зображення (фільм, відео, фотографія, малюнки тощо), які потім опрацьовуються в процесі монтажу. А інтерв'ю з експертами, причетними особами чи людьми на вулиці — це важливі засоби відображення. Крім того, допомагають текст, звуки або шуми з місця знімання, зі звукового архіву або звукової бази інтернету, а також анімація, графіка та музика.

Через поєднання цих елементів і створюється телерепортаж. Звісно, не завжди всі ці компоненти використовуються однаковою мірою. Все залежить від жанру та тривалості фільму. Класичний репортаж, наприклад, обходиться без графіки, анімації, а часто і без музики з «консерви». Матеріал на три хвилини не конче потребує тексту, якщо саме інтерв'ю достатньо сильне, наприклад, у портреті. Отже, які зображальні засоби використовувати, залежить від конкретного випадку. Втім одна річ для кінорозповіді неодмінна: перед початком знімальних робіт автор повинен бути свідомим того, що він хоче висловити своїм фільмом чи іншим журналістським продуктом. Оператор і автор книг Петер Керстан говорить тут про бажаний меседж.

«Термін 'бажаний меседж' — це не тільки позначення якоїсь ідеї. Він означає і робочий етап у створенні фільму. Бажаний меседж — це, з одного боку, гіпотеза задля зрозумілості, але водночас і критерій при використанні власних зображальних засобів. У кожному плані, кожному епізоді, кожному реченні тексту я можу себе спитати: а вони відповідають моему бажаному меседжеві?»



Чітко сформульований бажаний меседж надзвичайно полегшує взаємодію між журналістом та операторською групою. Якщо автор перед першим записом чітко сформулює свою ідею для оператора, це дозволить знімати цілеспрямованіше і раціональніше. Тоді оператор зможе швидше знаходити важливі візуальні підтвердження, обирати відповідні плани та забезпечувати візуальну цілісність протягом усього знімання. На практиці так трапляється не завжди. Журналісти, які не мають чіткого уявлення про меседж свого сюжету, люблять знімати матеріал «про всяк випадок». Оператори глузливо називають це «полюванням і збиранням». Потім під час монтажу в авторів виявляється занадто багато матеріалу. До того ж буде набагато важче вийти на чітку структуру свого кінотвору. Лише тоді, коли бажаний меседж буде чітко сформульований, стане можливою цілеспрямована технічна і творча робота як авторів, так і знімальних груп. Чи потрібні панорамування та зміна фокусної відстані, чи вони тільки зашкодять сюжетові? Чи підтримує меседж фільму рухома камера, чи може краще знімати спокійніші кадри зі штатива? Яку роль посідає в сюжеті сам автор? Ці ролі журналіста впливають на стиль кінорозповіді. Загалом

розрізняють погляд зсередини і погляд ззовні. Якщо автор використовує погляд зсередини, він вдається до зображальних способів, які дозволяють розповісти певну історію з дуже особистої перспективи. Журналіст може або з'явитися в кадрі, тобто сам вести глядачів своєю історією, або ж через відповідні формулювання подавати погляд зсередини, наприклад: «Ми ідемо в зону стихійного лиха», «Інформатор дає нам підказку». У кожному разі візуальне оформлення, а також сама розповідь набувають особливої близькості. У глядача з'являється відчуття співпереживання. Йому «пропонують» увійти в роль головного героя або репортера. «Суб'єктивна камера» — характерний кінематографічний засіб внутрішньої перспективи. Вона демонструє глядачеві погляд головного героя чи репортера. При погляді ззовні автор зберігає роль «нейтрального» спостерігача. Камера також лише спостерігає. Кадри виглядають опрацьованішими, інколи сконструйованими. Отже, світ безпосередніх переживань героїв віддаляється від глядача. Але завдяки цьому зняті кадри можуть набутися особливої художньої сили, а головний герой переміщається в центр історії.



Авторові доручили зняти репортаж про продовольчий ярмарок. Він залучає свою знімальну групу на два дні для роботи на виставці. У перший знімальний день група розмістилася на території виставки і знімала стенди, юрми людей, дегустації, павільйони, презентації та величезну кількість консервних банок, солодощів та супів у пакетиках. У кінці дня автор переглянув знятий матеріал і не знайшов підходящої відправної точки для свого сюжету. Попри величезну кількість планів і багатьох хвилин знятого матеріалу неможливо було знайти червону нитку, яка б надала сюжетові чіткого меседжу. На другий день знімання автор розробив змістовну ідею і сформулював бажаний меседж. У своєму сюжеті він збирається дослідити, чи харчування продуктами, вирощеними за біотехнологіями, дійсно корисне для споживача. Цього разу знімальна група працює біля стенду відомого виробника екопродукції. Все знімання відбувається зі штатива, а автор щоразу просить оператора знімати самі органічні продукти. До того ж автор бере інтерв'ю в експертів з харчування та біофермерів. Вдається також отримати думку виробника продуктів, які вирощуються традиційним способом. Насамкінець один з відвідувачів перед камерою порівнює на смак органічне яйце з інкубаторськими. Всі інтерв'ю знімаються на відповідному задньому плані. Автор ухвалює рішення на користь погляду ззовні і пропонує глядачеві виступити в ролі спостерігача. Наприкінці другого дня знімання автор має набагато менше матеріалу, ніж у перший день. Свій сюжет він може розпочати зі споживчого тесту, а інтерв'ю з експертами і зображення виставкових стендів дуже швидко створюють структурований репортаж, у якому впізнається бажаний меседж автора.

На цьому прикладі видно, що змістовна концепція — найважливіша умова успіху журналістського телевізійного сюжету. На першому місці стоїть бажаний меседж. Його потрібно розробляти неупереджено, але з чітким підходом. Потім доцільно роз-

ділити центральний меседж фільму на окремі невеликі елементи. Уявіть свій сюжет у вигляді пазла. Складений до купи малюнок — тобто передання бажаного меседжу — спрацює лише тоді, коли всі частинки пазла будуть гармонійно поєднуватися між собою.

Припустимо, журналіст хоче зняти фільм про кінні перегони. Він хоче зосередитися насамперед на конфлікті між спортивним компонентом, який стосується коней і жокея, та фінансовим інтересом власників коней. Тому журналіст супроводжує коня та жокея, які вважаються фаворитами перегонів. Крім того, автор спілкується з власником коня. А що фільм повинен показати жорсткість спорту й одночасно передати естетику коней, то автор і оператор обирають, там де це можливо, роботу з ручною камерою. Втім час від часу інтерв'ю та знімання зі штатива мають створювати перебивки. На наступному етапі команда шукає відповідні пазли для документування кінематографічного меседжу. Під час фільмування перегонів можна зняти різні фрагменти пазла, такі як підготування жокея в деннику, супровід ветеринара, зали, де робляться ставки, напруга на глядацьких трибунах, зустрічі з власниками коней у VIP-зоні, напруга перед стартом, перегони, вихід на фініш та багато іншого.

Кожен фрагмент головокрутки повинен відповідати простому драматургічному принципіві. Завдяки зростанню напруги, кульмінації та моменту розслаблення ми утримуємо увагу глядача. Для цього потрібен один або кілька головних героїв і їхніх антиподів. Наприклад, жокей, який любить тварин і бореться з жадібністю власника коня. Майже завжди йдеться про показ проблеми та її розв'язання. Вирішальне значення має центральний конфлікт. Але побічні сцени та другорядні персонажі також важливі, бо вони надають різноманітності і тим самим позитивно впливають на драматургію фільму. Наприклад, такою захопливою побічною подією може стати робота ветеринара. Кінематографічна оповідь спрацює насамперед тоді, коли авторіві вдається інтегрувати у свою історію непередбачувані ситуації та події. Драматургічні засоби мають велике значення, особливо для репортажів або документальних фільмів, коли необхідно утримувати увагу глядача впродовж тривалішого часу. Втім вони також важливі для коротких сюжетів, бо підтримують основний бажаний меседж. Операторові слід звернути увагу не тільки на дію як таку, але й на реакцію на неї, що викликає нову дію.

Бажаний меседж сюжету можна легко сформулювати тоді, коли він підтверджується різними змістовними комплексами (частинками пазла). Кожен змістовний комплекс складається з окремих образних епізодів. Їх будівельні блоки — плани камери. На практиці врешті це означає, що кожен відзнятий кадр має орієнтуватися на бажаний меседж.

Звісно, це не завжди можливо, але, безумовно, до цього варто прагнути. Адже лише послідовне втілення драматургічної ідеї



та бажаного меседжу автора гарантують, що робота тележурналіста досягне тієї притягальної сили, яка зможе прикувати глядача до екрана. Ця парадигма набуває дедалі більшого значення, особливо з огляду на канали розповсюдження в інтернеті. За допомогою миші або сенсорної панелі комп'ютера глядач може набагато швидше перемкнутися на інший канал інформації, аніж за допомогою телевізійного пульта дистанційного керування. Нескінченна пропозиція інформації та відеоконтенту в мережі змушує користувачів протягом перших секунд телевізійного сюжету вирішувати, чи дивитися його далі, чи лише одним кліком миші перемкнутися на пошук нібито цікавішої інформації. Дотримуватися драматургічних принципів важливо саме тому, що в інтернеті журналістський продукт постійно конкурує з ігровими фільмами, рекламними роликами та приватними відеозаписами (User Generated Content).

2.2. Драматургія фільму

Всі пошуки, найприскіпливіше підготування, найексклюзивніша інформація та найцікавіші герої втрачають сенс, якщо в тележурналіста не буде чіткого уявлення про свій фільм. Які перші кадри? Як можна наростити напругу? Які аспекти можуть здивувати або стануть несподіванкою? Чим закінчується фільм? Концепція тележурналіста визначає якість сюжету. Тому він має розробити драматургічну ідею ще до початку знімання .



Перед початком знімання автор повинен мати перед очима ідеал свого першого та останнього кадру. Йому також слід «мріяти» про те, що вдасться «схопити» оптимальний перебіг дії, найкращі фрагменти інтерв'ю та найбентежніші моменти сюжету. Навіть якщо не вдасться зняти ці кадри, автор буде інтуїтивно постійно прагнути крок за кроком вдосконалювати свою драматургічну концепцію.

Стрижень розповіді криється в бажаному меседжі. Якщо останній чітко визначено, легше знайти аудіовізуальні підтвердження. А вони становлять неодмінну передумову для створення журналістського фільму. Ще одна важлива ідея — розбити фільм на окремі змістові комплекси, так звані будівельні блоки. Ця концепція також допомагає розвивати драматургію фільму.

Структуруйте блоки перед зніманням!

Перш ніж знімати, доцільно подумати над тим, як може виглядати структура сюжету. Для цього підходить дуже простий «модульний принцип».

Розроблення
«червоної нитки»



Модульний принцип драматургії

На наведеному малюнку показано окремі блоки, які зазвичай виникають під час проведення дослідження або навіть під час знімання. Ці блоки утворюються або з огляду на зміст, або ж визначаються різними місцями зйомок чи ходом дії. Вони можуть бути різної тривалості і не обов'язково пов'язані між собою часовою або просторовою безперервністю. Водночас це означає, що автор також повинен думати про можливі переходи.

Редакція хоче зняти сюжет, в центрі уваги якого були б ресторани кухні. Навіть без дослідження або пошуку локацій окремі блоки можна спланувати дуже швидко. Якщо автор підійде до теми з погляду змісту, то він, можливо, спланує такі блоки: гігієна на кухні, якість продуктів та інгредієнтів, експлуатаційні витрати тощо. Крім того, подальші блоки можуть бути визначені з огляду на місце знімання або хід дії. Особливо це доцільно тоді, коли, скажімо, кількість локацій дуже обмежена. Як блоки можуть підійти кухня, холодильна камера, склад, роздаткова для страв, зона для відвідувачів тощо. Цей список можна продовжувати майже нескінченно. І звісно, змістовні блоки зливаються з блоками, які розробляються з огляду на місця знімання. Важливо лише те, що кожен блок пропонує також дії, які можна розбити на окремі складники та розповісти про них кінематографічними засобами. Так ми посилюємо бажаний меседж.

За допомогою цієї методики автор розбиває відведений для сюжету час на різні сюжетні блоки. Зазвичай, ці блоки можна розташовувати досить гнучко. Наприклад, часто вступ, який на практиці відбувається першим, виявляється не оптимальним початком. Тут

швидше треба поставити на початок сюжету блок, який дозволить зробити оригінальний вступ. Що може бути посередині сюжету? Які кадри підходять для завершення? Таким способом можна діяти дуже прагматично і зробити сюжет оптимальним за короткий час. Але будьте обережні: реальність не завжди складається так, як це планувалися в блоках заздалегідь. Тому необхідно обов'язково дозволяти зміни. Часто під час знімання або монтажу виявляється, що запланований блок 2 краще розмістити в останній третині сюжету. Також може трапитися так, що блок 3 неможливо реалізувати. Тоді його вилючають з драматургічного планування. Зазвичай на місці знімання може виникнути захоплива ситуація, яку неможливо було спланувати заздалегідь. Тоді її вносять у сюжет як окремий блок.



Окремі блоки «конструктора» завжди мають бути гнучкі. Вони становлять м'яку масу, яку крок за кроком можна формувати в оптимальному напрямку. Блоки допомагають тримати в полі зору червону нитку всього сюжету.

Піраміда сюжету

На попередньому малюнку окремі сюжетні блоки представлені у вигляді невеликих трикутників, які, своєю чергою, вміщені у великий трикутник. Останній символізує загальну піраміду дії сюжету. Він утворюється з коротших драматургічних елементів малих трикутників. Щоб зробити структуру оповіді в сюжеті максимально послідовною та захопливою, доцільно надати внутрішню драматургію як великій піраміді сюжету, так і меншим сюжетним блокам. У багатьох випадках можна вдатися до поширеного простого принципу.



Будь-який фільм можна побудувати відповідно до базового драматургічного зразка: експозиція, наростання конфлікту, кульмінація і розв'язка.

Експозиція вводить глядача в дію або сюжет. Незвичайне і несподіване допомагають в експозиції прикути увагу глядача, поставити питання або викликати здивування. Експозиція знайомить з персонажами і характеризує їх. Відбувається тематизація проблеми.



Базовий драматургічний зразок

Сюжет про кінні перегони може початися зі сцени, що показує підготовку коней у боксі. Глядачі знайомляться з тваринами та жокеями, і, можливо, вони продовжать перегляд фільму. Шанси на це збільшаться, якщо, наприклад, розпочати фільм з картини старту перегонів. Стартові бокси розкриваються, коні сапають і рвуться вперед, жокеї підганяють їх батогами. Ця сцена знайомить глядача з «акторами». При цьому автор намагаться прикрити свою аудиторію сильними образами.



Наростання конфлікту розгортає поставлення проблеми в епізоді або в усьому сюжеті. На цьому етапі слід опрацювати значущість теми для сюжету або для відповідного сюжетного блоку. Демонструються позиції «за» і «проти». Зіштовхуються головні герої та їхні антагоністи. Це збільшує напругу всередині епізоду. Але будьте обережні: термін конфлікт не обов'язково означає ситуацію, яка загрожує ескалацією. Часто авторові досить показати певні труднощі. Це можуть бути дрібні проблеми чи неприємності повсякденного життя головного героя.

Кілька місяців спортсмен готувався до велопробігу. До початку лічені хвилини. Остання перевірка повітря в шинах. Необхідно підвищити тиск. Тільки не вдається знайти помпу. А стрілка біжить...



Накопичена напруга сягає вершини в момент **кульмінації**. Це може бути поворотним моментом фільму. Залежно від обраної зображальної форми сюжет розкриває результат попередньої дискусії або ж успіх чи невдачу головних героїв. Часто кульмінація відповідає на питання експозиції.

Розв'язка виступає в ролі «охолодження». Глядача не можна різко переносити в наступний епізод, прикінцеві титри чи в наступний сюжет. У розв'язці можна зробити узагальнення, підбити підсумки або ж поставити нове, може, навіть дражливе питання. Головне, щоб сюжет разом з розв'язкою не зійшов на тривіальність і не послабив драматургію попереднього напрацьованого. Ця невеличка концепція модульної драматургії спрацьовує насамперед стосовно загальної сюжетної піраміди. Її можна також використовувати для окремих сюжетних блоків у тривалішому сюжеті. При цьому варто зважати на те, що окремі сюжетні лінії блоків перегукуються між собою. Одна сюжетна лінія не повинна завершуватися до того, як почнеться наступна. Цей принцип можна поєднати з ланцюгом, у якому кожна окрема ланка міцна і замкнена. Проте окремі ланки плавно перетікають одна в одну.

Рушійні сили

Щоб зберегти цю плинність у перебігу дії, необхідно вже на етапі планування звертати увагу на нижчевказані елементи, що

як рушійні сили придатні для експозиції, нарощування конфлікту, кульмінації та розв'язки.

Контрасти і парадокси особливо підходять для створення захопливих вступів.



Сажотрус, що боїться висоти; культурист, який працює перукарем, тощо.

Несподівані повороти дії ламають очікування глядачів і знову пробуджують їхню увагу. Приклад: Фермер стоїть під блакитним небом на краю поля, готового до збирання врожаю. Аж тут він бачить, як на обрії збираються важкі грозові хмари.

Викликати **цікавість** аудиторії. Це збільшує напругу та увагу. Приклад: Під селом є недосліджений комплекс печер. Досі лише одна група експертів мала до них доступ.

Затримка сюжетної дуги подальшими паралельними діями збільшує напругу. При цьому нетерпляче очікування кульмінації глядачами може сягнути апогею.



У середмісті Дуйсбурга незадовго до початку поліцейського рейду в італійському ресторані дія фільму «перестрибує» до Неаполя на зустріч босів мафії.

Обурення, хвилювання, збудження та гумор емоційно захоплюють глядача. На всіх драматургічних етапах ці елементи можуть бути важливими інструментами подальшого розгортання історії.



Взявшись за руки, двоє молодих боксерів сходять з рингу.

Міркування драматургії — це часто результат тривалої та складної пошукової роботи. Однак, концепція створення послідовних блоків та орієнтація на внутрішню драматургію кожного окремого блоку та всього сюжету не дають фільмові втратити «червону нитку» та залишитися без орієнтирів.

2.3. Зображення, звук і текст — засоби оповіді

Зображення, звук, монтаж, текст, музика, ефекти, графіка та голос — це джерела тележурналіста. Взаємодія цих зображальних засобів пропонує можливості, але створює також і залежності та обмеження у виробництві журналістських фільмів. Будь-який жанр тележурналістики, починаючи з короткого новинного фільму і закінчуючи документальною стрічкою, живе завдяки аудіовізуальним подразникам. Усі діячі телебачення борються за увагу

глядачів. А завоювати її можна насамперед сильними, емоційними або ексклюзивними кадрами чи звуками.

Аудіовізуальне підтвердження — тобто візуальний і акустичний доказ — це необхідна передумова роботи тележурналіста.



Зображення — це фундамент телевізійного сюжету. Вони виникають зазвичай при зніманні на відео- чи фотокамеру. З технічного боку секунда телевізійного зображення складається зазвичай з 25 окремих статичних зображень. Інерція ока породжує враження, що ми сприймаємо зміну окремих статичних кадрів як плинний рух. Тому сучасні формати запису вже працюють зі швидкістю до 50 кадрів на секунду. Так змістові відмінності між окремими нерухомими зображеннями ще менші. Під час відтворення кадрів глядач сприймає рух чіткіше. Враження від зображення стає реалістичнішим. Отже, якщо наші телесюжети становлять послідовність окремих зображень, то отримання сировини для них, тобто зображень, не обов'язково має обмежуватися спостереженням за якоюсь реальною сценою за допомогою відеокамери. Тележурналісти можуть користуватися для цього різними джерелами:

- кадри, зняті відеокамерою,
- окремі фотографії або їх серія,
- графіка,
- текстові вставки,
- анімація.

В ідеальному разі вибір джерел зображень повинен залежати від сформульованого бажаного меседжу та обраного жанру. Втім часто вирішальну роль при цьому грає наявність візуального матеріалу. Тому цей примус до візуального підтвердження інколи призводить до деякої непевності в структурі оповіді. Якщо авторів не вдається розв'язати цю дилему на рівні зображень, то в нього як наступний елемент з'являється звук. Звук — це шліфувальний матеріал для тележурналіста. За допомогою звуків автори створюють атмосферу, викликають емоції та згладжують переходи чи обривання візуального ряду. Тому ще під час знімання записові звуку необхідно приділяти таку саму увагу, як і записові зображення. Адже без звуку з місця події найкращі кадри здаватимуться холодними і несправжніми. А «брудний», з технічного боку, звук робить найефектніше інтерв'ю марним. Запис звуку під час знімання — це технічний процес, при якому акустичні коливання, що потрапляють на мікрофон, перетворюються на електричні сигнали. При цьому вібрація звуку (зміна звукового тиску) записується як амплітуда. Зазвичай цей звуковий запис одночасно, тобто синхронно, зберігається на відеокамері разом із зображенням. Загалом у розпорядженні журналіста є такі джерела звуку:

- атмосферний звук під час знімання (атмосфера в кімнаті, музика тощо),
- звук інтерв'ю (оригінальний звук) під час розмови з головними героями та експертами,
- попередньо заданий звук із систем підсилення звуку, наприклад, на пресконференціях,
- музика з «консервів» (компакт-дисків, музичного архіву),
- звукові ефекти та звукові біти, що генеруються електронікою,
- запис голосу.

Текст — *клей* для автора телесюжету. За допомогою тексту журналіст може передати важливу інформацію, яка не передається зображенням. Текст створює переходи, з'єднує візуальні розриви часу та простору, вибудовує напругу, дає додаткову інформацію та розважає глядача. Використання тексту не повинне перетворитися на самоціль. Він не може домінувати над кінематографічною оповіддю. Навпаки, буде доцільно розглядати окремі текстові елементи як драматургічну підтримку. Вони виконують такі функції:

- підтримують зображення,
- розкривають аспекти зображення,
- називають точні факти,
- дають територіальні та часові орієнтири,
- пояснюють підґрунтя,
- показують виникнення зображень.

Кінематографічна оповідь — це істотна прикмета тележурналістики. При цьому сама оповідальна структура телесюжету спирається на бажаний меседж журналіста. Тому останній необхідно чітко сформулювати ще до початку знімання. Крім того, автор повинен розпочати виробництво свого сюжету вже з розроблення драматургічної ідеї. Тому під час підготування рекомендується звертатися з таким чек-листом.

Чек-лист: кінематична розповідь

- Чи чітко визначений бажаний меседж автора / редакції?
- Чи існує візуальний стиль сюжету?
- Чи підходить тема для того, щоб знайти і зняти авдіовізуальні підтвердження?
- Чи були ідентифіковані блоки епізодів під час дослідження?
- Чи існує драматургічна ідея сюжету?
- Чи пропонують окремі блоки епізодів потенціал для внутрішньої драматургії?
- Чи визначені джерела (зображення, звук, текст), які мають передати бажаний меседж сюжету?

3. Телебачення починається за письмовим столом — перші кроки, розвиток і планування

3.1. Цілі (журналістського) пошуку

Робота журналіста над фільмом починається з дослідження. Воно спрямоване на те, щоб знайти якомога більше фактів і взаємозв'язків щодо конкретних питань. Крім того, йдеться також про отримання та оприлюднення висловів тих чи інших осіб, яких вони б не зробили без постійних наполегливих запитів. Дослідження означає, що ми вирушаємо в пошук і діємо при цьому стратегічно, рішуче, але водночас інтуїтивно. Тільки коли так станеться, тележурналісти можуть з повним правом сказати, що доклали зусиль, щоб зробити свої сюжети достовірними. На важливій «дослідження» в сучасному світі телебачення залишається дедалі менше часу. Різні дослідження виявили, що саме сюжети про актуальні події часто базуються лише на одному єдиному джерелі. Нерідко це інформація з пресконференцій або повідомлень відділів роботи з громадськістю. При цьому величезну роль грають такі фактори, як постійне скорочення часу на виробництво телепродукту, а також скорочення затрат. Тим важливіше, щоб дослідження при виробництві телесюжетів зосереджувалися на головних питаннях. Цілеспрямоване дослідження — це більш ніж ремесло. Тележурналісти повинні бути допитливими, відкритими, неупередженими і насамперед мати чуття на історії.

Перелік цілей дослідження (див. Шнайдер та Рауе):

- виробляти чуття теми,
- оцінка значущості теми,
- окреслення теми через наполегливі запитання,
- полювання на факти та їх збір,
- виявлення інформаторів та підтримання стосунків з ними,
- захист джерел,
- пошук суперечливих думок,

- проведення численних зустрічей для перевірки фактів,
- власні спостереження та висновки.

Завдяки такому дослідженню редактори телебачення повинні дістати глибоке розуміння теми. Під час пошуку слідів навіть професійні журналісти щоразу будуть стикатися з невідомими аспектами, розкривати несподіване та дізнаватися нове. Під час дослідження вони «відкопують» факти, які треба перевіряти на достовірність. Що більше знайдено інформації, то повнішою буде картина, яку створює автор на обрану ним тему. При цьому майже завжди він натрапляє на контактних осіб та інформаторів. Іноді ці люди можуть ставати головними героями під час подальшої роботи над фільмом. Це теж мета дослідження.

3.2. Ідеї і факти — пошук при написанні матеріалу для телебачення

Дослідження якоїсь теми часто починається з тривіального тригера: побіжного погляду на пресреліз, короткого допису в блозі чи розмови з другом. Усе може стати приводом для того, щоб детальніше розглянути тему. Нерідко початок пошуку — це звичайне спостереження: наприклад, дитина в лікарні заразилася серйозною інфекцією. Але навіть загальне припущення може бути відправною точкою пошуку. Це може бути свіжа статистика, яка свідчить про те, що багато пенсіонерів потерпають від старечої бідності. Індивідуальна доля дитини може стати відправною точкою пошуку з використанням індуктивного підходу. Автор просувається від конкретного випадку до загальнозначущої тези. Він шукає причини інфекції: Чи є ще випадки захворювань? Чи криється проблема в лікарні? Чи заразилися й інші пацієнти? І, навпаки, статистика щодо бідності в старості вимагає від журналіста швидше дедуктивного підходу. Він спочатку вивчить докази того, що стверджує статистика: чи насправді пенсіонери живуть у бідності? Яку пенсію вони отримують? Як ці люди виживають? Лише після цього він шукає відповідні індивідуальні долі, щоб обґрунтувати ці тези у своєму сюжеті. Окрім контент-дослідження — так званого тематичного дослідження — тележурналіст повинен також займатися пошуком зображень та локацій. І зрештою, крім *пошуків зображень*, на автора чекають завдання з планування. *Організаційне дослідження* починається з розрахунку часу на виробництво сюжету, передбачає замовлення знімальної групи і закінчується підготуванням до подорожі або бронюванням готелю.

Тематичне дослідження. Зазвичай початок пошукової роботи починається з того, що редактор складає собі загальне уявлення про тему. На цьому етапі пошук, як водиться, йде «вшир».

Збирається незліченна кількість фактів, зачіпок, імен, електронних адрес та номерів телефонів. Часто тележурналістам доводиться констатувати, що фактично неможливо охопити всю інформацію. Досліджувана тема часто породжує дуже багато різних історій. А розповісти можна лише одну або декілька. Майже неможливо втиснути всі результати чи аспекти дослідження, не перевантаживши при цьому зміст сюжету. Інакше існує ризик того, що глядач не зрозуміє фільм. Після закінчення процесу з'ясування фактів редактор повинен зробити опис найважливішого змісту, який може бути внесений у сюжет.

Джерела пошуку. Для пошуку в розпорядженні редакторів є різні джерела. Часто спочатку можна звернутися до великих *інформаційних агентств*: Німецького агентства преси (dpa), Ройтерз, Агентство Франс Пресс (AFP), Асошіейтед Пресс (AP) та багато інших. Повний і актуалізований огляд агенцій надає, наприклад, безплатна онлайн-енциклопедія «Вікіпедія» за посиланням http://de.wikipedia.org/wiki/Liste_der_Nachrichtenagenturen. Інформаційні агенції діють по всьому світі й розсилають кілька тисяч повідомлень щодня. Наразі багато з них пропонують також аудіо, фото, графіку, відео та мультимедійний контент, яким можуть користуватися абоненти.

Соціальні мережі, блоги або платформи спільного використання — це дуже сучасні та оперативні джерела для проведення досліджень.



Істотного значення у виробництві журналістського продукту набули останніми роками твіттер, фейсбук, ютюб та інші мережі. Навіть телевізійні журнали новин на зразок «heutejournal» (ZDF) або «tagesthemen» (ARD) використовують джерела інформації та відеоматеріали з інтернету. Велика складність для журналістів полягає в локалізації, фільтруванні та, що найголовніше, перевірці контенту, пропонованого в інтернеті. Часто взагалі неможливо перевірити, чи відповідає дійсності такий контент.

Однак соціальні мережі надають незамінне джерело інформації, особливо коли класичні медіа мають обмежений доступ до подій.

Висвітлення громадянської війни в Сирії значною мірою базувалося на інформації від інтернет-активістів, блогерів, режисерів-аматорів і насамперед різних супротивних сторін. Дуже мало іноземних журналістів мають або мали змогу подорожувати до Сирії та безпосередньо розповідати про конфлікт. Однак важливим завданням залишається добір наявної інформації, оцінення її достовірності та представлення наявних кадрів в об'єктивному контексті.



Пошук у соціальних мережах — це насамперед пошук у профілях, пошук користувачів, блогерів або авторів твітів. Інтернет

допомагає. Більшість порталів збирають інформацію у своїх користувачів та узагальнюють опублікований контент із спільноти соціальних медіа. Це полегшує пошук актуального матеріалу.

Параметри пошуку в деяких соціальних мережах

ТВІТТЕР	Пошук за ключовими словами відбувається за допомогою функції хештегу. Хештег — це слово або рядок, якому передують решітка #. Твітер використовує цю інформацію для полегшення пошуку публікацій з теми.
ФЕЙСБУК	Фейсбук використовує чіткий цілеспрямований і конкретний пошук. Пошук за допомогою Social Graph може запропонувати дуже індивідуальні результати за темою чи місцем, які здобуваються з усіх публікацій та посилань у фейсбук-спільноті.
ЮТЮБ	Ютюб пропонує розширену функцію пошуку для обмеження відеовмісту за ключовими словами, періодами публікацій, якістю та релевантністю відео.
БЛОГИ	Блогові пошукові системи та блог-каталоги, такі як Googleblogs (www.google.de/blogsearch) або bloggerei.de (http://www.bloggerei.de), допомагають знайти блоги з відповідним вмістом.
ЛІНКТІН	Лінктін — це приклад інтернет-порталів, які спеціалізуються на мережевих об'єднаннях людей, які зазвичай мають професійний чи діловий інтерес. Онлайн-профілі надають огляд досвіду, знань та здібностей користувачів. Наприклад, експертів, партнерів для інтерв'ю та головних героїв можна знайти за допомогою розширеного пошуку.

Крім пошуку в соціальних мережах, тематичне дослідження охоплює також інформацію з інтернету або баз даних. Різні пошукові системи, такі як Google, lykos, yahoo, metager тощо, пропонують різноманітні способи отримання інформації. Наприклад, вебсайт www.klug-such.de збирає посилання на пошукові системи німецькою мовою.

Джерела з інтернету не завжди надійні. Провайдери пошукових систем не перевіряють інформацію на достовірність.



Це стосується, зокрема, вебсайтів та публікацій компаній. Зазвичай вони працюють зі своїми відділами комунікацій або агенціями, щоб досягти бажаного зовнішнього ефекту. Звісно, в такій самопрезентації компанії уникають критики на свою адресу. Тому до публікацій та статей про якусь компанію, як скажімо, у вільній енциклопедії «Вікіпедія», треба ставитися обережно. Те саме стосується пресрелізів або рекламних анонсів організацій, партій, асоціацій тощо. Рекламні анонси — це короткий та стислий інформаційний лист з інформацією про товар чи компанію. І нарешті, продовжують зберігати своє значення й класичні джерела. Інтернет-портали або друковані видання різних газет, тижневиків і журналів можуть містити інформацію для дослідження. В архівах та бібліотеках журналісти також можуть знайти залаштункову інформацію або щось, що було раніше невідоме. Усі ці джерела можуть дати цінну інформацію. І все ж: завжди важливо ставити її під сумнів. Причина проста — майже вся інформація, яка надходить до редакції чи журналіста, вже підлягала попередньому добору. Поширюється лише те, що автори та відправники хотіли оприлюднити в агентствах, газетних редакціях і соціальних мережах. Однак це не завжди збігається з реальними подіями і тим, що цікаво для телевізійного сюжету. Інформація з перших рук завжди краща, бо репортер має тоді необмежені можливості її добору. Крім того, в ній немає спрощень, неточностей чи спотворення фактів. Ми уникаємо ефекту «зіпсованого телефону», який виникає при переказі. Жодне агентство чи пошукова система не замінять особистої бесіди з інформатором, експертом чи свідком подій. Зустрічна перевірка інформації — обов'язок телевізійного редактора. Зазвичай це не тільки забирає багато часу і стоїть, але також пов'язане із затратами.

Джерела для тематичного дослідження:

- інформаційні агенції;
- соціальні мережі, блоги та платформи для обміну відео;
- інтернет та бази даних;
- бібліотеки та архіви;
- газети, журнали;
- пресслужби та преснабори;
- інформатори, експерти та інсайдери;
- телефон;
- знайомі, друзі та родина.



Важливо підійти до дослідження прагматично, по-діловому та зосередитися на істотних моментах.

Це означає, що редактор також повинен мати сміливість ігнорувати різні аспекти, які не належать до початково вибраної теми. Критерієм має бути те, чи інформація вагома для сюжету. А для того, щоб уже на початковому етапі тематичного дослідження не потонути безпорадно у фактах, варто проводити документування пошукової роботи.



Під час купівлі журналіст натикається на рекламу виробника джинсів, який рекламує особливо екологічні і безпечні способи виробництва. Перші відомості в інтернеті вже викликають перші сумніви. Виробництво джинсів значно забруднює навколишнє середовище. Він знаходить експерта. Вже перший телефонний дзвінок дає більше інформації, а також кілька адрес індійських компаній, які виробляють джинсовий матеріал. Спочатку автор зв'язується з компанією, під етикеткою якої продаються джинси. В інформації відмовлено. Він починає пошук в Індії та отримує прізвища працівників у Німеччині. Без чіткого документування пошуку вже на цьому етапі дослідження можна втратити важливі результати дослідження.

Результати пошуку, знахідки, дані контактних осіб та інформаторів, цікаві локації, наявні дозволи на знімання тощо повинні бути зафіксовані в протоколі пошуку.

Дуже рідко для структурування всієї інформації буде достатньо лише одного аркуша паперу. Часто протоколи пошуку стають документами з багатьма сторінками або текстовими файлами. Залежно від уподобань і передовсім дисципліни редактора, можна створювати окремі розділи, таблиці або малювати оглядові схеми. Серед іншого, протокол може містити такі пункти:

- загальну інформацію або окремі спостереження,
- огляд теми,
- контакти та примітки щодо інформаторів та головних героїв,
- можливі джерела і підказки щодо того, яка достовірність та надійність інформації,
- докази, документи, файли тощо,
- протоколи проведених під час дослідження інтерв'ю,
- місця знімання, дії та кадри, на які треба звернути увагу,
- результати огляду місць знімання,
- основні гіпотези та власний бажаний меседж,
- попередню структуру сюжету,
- примітки щодо особливостей знімальних робіт, наприклад в'їзні обмеження або підводне знімання,
- план знімання.

Протокол пошуку дає впевненість, адже всю інформацію можна переглядати знову і знову, і вже будувати перші гіпотези.

Крім того, часто він становить хороше підґрунтя для того, щоб вести переговори з редакціями і каналами про продакшн. Що переконливіші будуть аргументи у протоколі, то швидше буде знайдений канал, який профінансує і випустить в етер роботу тележурналіста. Протокол дослідження — це «живий документ», дія якого виходить далеко за межі знімальних робіт. Це означає, що нові результати завжди необхідно звіряти зі зробленими раніше нотатками. Тому редакторам, попри розроблену концепцію, важливо працювати неупереджено. Нерідко пошук починається з метою отримати саме ту інформацію, яка пасує до вже розробленої концепції, але реальність часто виявляється інакшою. Тому пошук веде редактора через постійний процес оцінювання, доповнення та добору. Потому окремі «сліди» відстежуються через поглиблений пошук. У його ході автор добирає окремі аспекти і намагається ущільнити наявні інформаційні лінії. Щонайпізніше на цьому етапі варто розповсюдити дослідження і на пошук потенційних *дійових осіб*. При цьому вирішальне питання полягає в тому, чи можуть вони внести щось у здобуття нової інформації? Крім того, виникають і такі питання: чи підходять вони для виступів перед камерою? І чи здатні вони розповісти про свої знання так, як це потрібно для телебачення? Часто потенційні герої сюжету в попередніх телефонних розмовах дуже красномовні та точні. А потім перед камерою все виглядає зовсім по-іншому. Їм ніяк не вдається впоратися з хвилюванням, або вони мимоволі скочуються в роль актора. Дійові особи намагаються зробити все якомога краще і пояснити все якнайточніше. А натомість у них виходять одні закручені речення або непридатна для етеру експертна тарбарщина. Часто під час усіх знімальних робіт вони говорять без утаву. Іноді для фільму важко знайти підхожих головних героїв або експертів. Однак дієві, автентичні та сильні герої насамперед у «довгих» форматах тележурналістики — запорука успіху. В ідеальному разі головний герой — це персонаж з історією, характером та харизмою, за яким глядачі можуть стежити і не залишатися байдужими, незалежно від того, відчувають вони симпатію чи антипатію до нього. Важливо також, чи говорить людина на дуже сильному діалекті, чи вона має неприємний, а отже дефект мовлення, що відволікає від змісту. Якщо проблеми, пов'язані з придатністю головних героїв для виступу на телебаченні, виникають уже на місці знімання, то відреагувати на них буде набагато важче, аніж заздалегідь.

Під час особистих попередніх бесід з головним героєм автор повинен звертати увагу на те, як той виглядатиме на телеекрані і чи підходить він для цієї ролі. Найпростіший спосіб — увімкнути камеру вже на етапі дослідження.

Що цікаво, акцентуїтована екстравертивна поведінка головного героя не обов'язково означає, що він і перед камерами буде поводитися природно. А стриманого, сором'язливого інформатора не потрібно відразу ж відкидати як головного героя. Інколи саме ці люди виявляються природними талантами, бо часто їм взагалі



не цікавий інтерес до них з боку медіа, і вони досить швидко забувають про наявність камери. Але часто буває складно переконали саме таких *інформаторів виступити на камеру*. Міркування захисту особи або просто небажання вийти на публіку не дають змоги відзняти інтерв'ю чи інші кадри. Ви можете послатися на захист інформаторів і повинні бути в цьому впевнені — навіть якщо керівництво редакції чи державні установи наполягатимуть на розкритті особи головного героя. Попри це, тележурналістові завжди потрібні, зокрема, візуальні підтвердження, які можна пред'явити глядачам.



Редактор газети може вже на основі «гарячих» документів написати статтю на тему «Побічна діяльність політиків», не оприлюднюючи при цьому самі підтвердження. Документи він може тримати під замком як докази. Відносно просто можна послатися також і на джерела. Йому не треба пред'являти ні фотографії, ні імені інформатора. На відміну від цього, на телебаченні така інформація потребує візуалізації. Телевізійник може, приміром, відзняти, як приходить факс. Він може показати дату, вхідний штамп та підписи або візуально «зацитувати» окремі уривки з документів, виділяючи їх графічно.

Ці візуальні підтвердження підвищують довіру до сюжету. Але цілком логічно, що заява інформатора перед камерою була б ідеальним змістовним доповненням. Тому автори — якщо немає іншого виходу — повинні завжди пропонувати інформаторові варіант, коли його зроблять у фільмі непізнаваним. Так може бути задоволене бажання залишитися повністю анонімним. Приховування обличчя, подальше «пикселювання» під час монтажу, знімання ззаду або спеціальне освітлення місця інтерв'ю, що зводить постать головного героя до силуету на світлому тлі, може допомогти зняти страх перед інтерв'ю на камеру. Щоб приховати ідентичність, при подальшому опрацюванні можна також спотворити мову. Такі варіанти завжди вимушені. Однак, коли йдеться про «гарячі» теми, вони в будь-якому разі кращі, ніж повний брак візуальних доказів.



У сюжеті захист інформатора можна використати як драматургічний та стилістичний спосіб. Якщо в жодному ракурсі неможливо побачити обличчя головного героя, це може дуже заінтригувати глядача.

Пошук зображень. Робота над змістом ще в жодному разі не вичерпує всього пошуку. Журналіст повинен не тільки знайти залаштункову інформацію та факти до теми сюжету, що часто вже буває досить складним завданням. Під час пошуку його завдання полягає також і в тому, щоб стежити за можливістю реалізації теми відповідно до вимог телебачення. У всіх своїх міркуваннях необхідно завжди враховувати і візуальний рівень. Тобто при пошуку автор повинен завжди ставити собі питання про те, які зображення придатні для етеру.

Звісно, простіше написати статтю про нобелівського лауреата в медицині, ніж перекласти її на рухомі зображення. Наприклад, у статті автор можете дуже детально розповісти про роботи науковця. Набагато складніше, принаймні без складної графіки, показати у фільмі шляхи транспортування нейромедіаторів і гормонів у клітинах людського організму. Тому тележурналіст повинен шукати альтернативи до аудіовізуальної реалізації теми. Можна, наприклад, супроводжувати нобелівського лауреата в подорожі і використовувати окремі її фрагменти, такі як вокзали, аеропорти, автобусні зупинки та безліч інформаційних табло або вказівників як аналогію до процесів в організмі людини.



У будь-якому разі тележурналіст повинен шукати історію, яку можна розповісти візуально. Адже нерідко предмет публічних дискусій — теми, які важко проілюструвати. Тому важливо відповісти на таке питання: Як автор може передати тему засобами кінематографії?

Часто, коли предмет сюжету дуже абстрактний або коли автентичні місця знімання розташовані занадто далеко і до них не можна доїхати через брак часу або коштів, потрібні творчі ідеї. В цьому нерідко криється значний недолік, особливо коли йдеться про довгі сюжети. Адже попередній огляд потенційних місць знімання важливий не тільки для того, щоб встановити контакти з потенційними партнерами в зніманні чи з'ясувати бекграунд, але й пошукати візуальні мотиви.

При пошуку мотивів і при попередніх оглядах знімальних локацій було б доречно, якби автор мав при собі фотоапарат, смартфон чи планшет, а ще краще — відеокамеру для документування результатів пошуку.



Фотографії та відеоматеріали відвідування локації забезпечують одразу кілька переваг. Насамперед вони полегшують збір інформації. Документи можна швидко сфотографувати і вони доповнять власні нотатки. Записані попередні розмови документують точний зміст вимовленого слова. Насамперед вони дозволяють достовірно оцінити, чи підходять потенційні герої для телебачення. Крім того, фотографії чи відеозаписи полегшують орієнтацію на місці проведення знімання та фіксують можливі візуальні особливості.

Аналіз місця знімання. Для пошуку зображень корисно точно «вивчити» вибрані місця. Слід перевірити нижчезазначені аспекти.

1. Місце розташування та оточення

Розмір та візуальна якість місця знімання впливає на його образне оформлення. Чи достатньо місця для розміщення камери? Чи відповідає місце знімання візуальним вимогам бажаного

меседжу? Чи є візуальні аспекти, які будуть важливі для знімальних робіт?



Часто маленький сірий офіс страхового брокера, обклеєний рекламними плакатами «постачальників комісійних», становить більший виклик, ніж знімальні роботи на тваринницькій фермідесь на зелених пагорбах Техасу.

2. Ситуація з освітленням

Ситуація з освітленням логічно залежить від часу доби та від того, коли має відбуватися знімання. Знімання вночі не означає повної темряви. Проте можливо доведеться запланувати додаткове освітлювальне обладнання. Але навіть при денному світлі слід звертати увагу на ситуацію з освітленням. Тіні через прямопадні промені в обідній час, дерева, будинки тощо можуть спричинити проблеми з різкими контрастами в кадрі.

3. Ситуація зі звуком

До звукової ситуації належить оцінення загальної гучності в місці знімання. Але варто звернути увагу і на небажані сторонні шуми. Чи можна їх позбутися на час знімання? Чи може авторіві доведеться навіть прокоментувати їх якомсь у сюжеті?



Знімання в парку в центрі міста постійно перериваються шумом від будівельного майданчика. Якщо робітників не можна переконати зробити перерву на каву, то, можливо, допоможуть кілька кадрів з будівельного майданчика з парком на задньому плані. Якщо є потреба, автор може потім у сюжеті пояснити «звукові перешкоди».

4. Доступність

Для роботи важливо перевірити, як можна дістатися до місця знімання. Чи може знімальна група підїхати туди на автомобілі? Чи доведеться переносити обладнання на руках на далеку відстань? Чи можна буде з камерою постійно супроводжувати головного героя пішки?

Багато аспектів аналізу локації можна заздалегідь легко задокументувати за допомогою камери. І нарешті, матеріал попереднього огляду іноді може бути внесений безпосередньо в готовий сюжет.



Під час дослідження в одному з азійських зоопарків для тигрів автор наштовхується на новонароджених тигренят, яких у жахливих умовах дійсно вигодовували свині. Він знімає на свій фотоапарат декілька сцен і планує повернутися вже зі знімальною групою. Через кілька тижнів, уже під час знімання, автор більше не застає малих тигренят. Тепер кадри, відзняті на фотоапарат, слугують візуальним доказом у його сюжеті.

Архіви. Якщо таких фотографій зовсім немає, тоді можуть допомогти архіви телевізійних каналів та інших приватних пра-

вокористувачів. Редактори, які виробляють відеоматеріал безпосередньо для телевізійних каналів, мають зазвичай вільний доступ до архівів та відео- і кіноматеріалів. На відміну від них, незалежним авторам доведеться піти на значні витрати для отримання ліцензії та надання матеріалу.

Серед іншого, запити можна надіслати в такі архіви:

1. Німецький архів радіо і телебачення (DRA)

<http://www.dra.de>

Німецький архів радіо і телебачення пропонує централізований доступ до архівів об'єднання телекомпаній ARD, які самі архівують свою продукцію. Архівація кіно- та відеоконтенту сягає часів заснування ARD у 1952 році. Крім того, DRA — адміністратор програмних активів телебачення НДР.

2. ZDF enterprises

<http://www.zdf-enterprises.de>

Згідно з власною інформацією, дочірня компанія телеканалу ZDF має близько 2 мільйонів фільмів із понад 300 000 годинами рухомих зображень як на актуальну, так і на історичну тематику.

3. Deutsche Wochenschau (Огляд тижня Німеччини)

<http://www.deutsche-wochenschau.de>

«Deutsche Wochenschau GmbH» пропонує понад 2700 випусків кіножурналів про події новітньої історії в усьому світі з 1949 по 1977 роки .

4. TransitFilm

<http://www.transitfilm.de>

На доручення Федерального архіву «Transit Film GmbH» проводить ексклюзивний аналіз таких тижневих оглядів:

- Welt im Bild (Світ у фотографії);
- Welt im Film (Світ у фільмі);
- Neue Deutsche Wochenschau (Новий німецький тижневий огляд);
- Die Zeit unter der Lupe (Час під мікроскопом);
- Ufa-Wochenschau (Тижневий огляд Ufa);
- ElMundo та
- інші журнали і документальні фільми Федерального відомства преси.

Це історичний знімок Німеччини, починаючи з 1910 р. Основна увага архіву приділяється кінематографічним документам новітньої історії з 1946 року.

5. Progress Footage Service <http://www.progress-film.de>

«Progress» пропонує кіноматеріал на теми та актуальні події з 1945 року в колишній радянській окупаційній зоні, НДР та нових федеральних землях.

6. Chronos Media

<http://www.chronos-media.de>

За власними даними, «Chronos» — найбільший незалежний приватний архів у Німеччині, він реалізовує кіноматеріали про історичні події, починаючи з 1900 року та багато іншого матеріалу.

Ютюб та інші. За останні кілька років платформи відеообміну в інтернеті стали найбільшими кіно- та відеоархівами в світі. Статистичні цифри, які публікує «Гугл», сягають немислимих масштабів. За даними компанії, на сервери «Ютюб» завантажуються сто годин відео на хвилину. Питання про актуальність цієї маси відеоконтенту для роботи тележурналіста фактично зайве. І все ж, такі платформи, як ютюб, вімео або фейсбук — особливо помічні джерела для пошуку візуального матеріалу, бо на них збирається і розповсюджується так званий створений користувачем контент (User Generated Content). Окрім незліченних комерційних, багатьох корпоративних фільмів, рекламних роликів та піар-матеріалів, у цю мережу завантажує власні фільми велика кількість насамперед приватних осіб. Використання цього контенту в журналістських продуктах, безумовно, не повинно стати нормою. Але часто це найперші, а часом і єдині кадри якоїсь події.

Кіно- та відеоматеріали компаній. Тепер багато фірм пропонують медіа та громадськості власні кіноматеріали про нові розробки, технології та продукцію. Використання здебільшого безплатне. Технічна якість матеріалів часто перевищує технічні вимоги телерадіомовників. Фірми часто навіть не очікують називання джерела, тобто посилання на компанію як суб'єкта авторського права. Тут редактор на бажання може коротко ознайомитися з відеоматеріалом або використати окремі уривки для свого сюжету. Але не більше. В жодному разі недостатньо використовувати для свого сюжету лише матеріали, які постачають відділи компаній по роботі з пресою і громадськістю. Такі відео фактично ніколи не відповідають автентичному перебігові подій, які б репортер застав на місці. Тому редактор завжди повинен давати посилання на джерело. А найкраще — це наполягати на можливості зняти власні кадри. Пошук відеоматеріалу в медіатеках компаній стає особливо критичним тоді, коли ті стали об'єктом журналістського розслідування. Фірми, яким є що приховувати, знають, що вони можуть істотно ускладнити роботу тележурналіста, відмовляючи йому в дозволі знімати чи відсилаючи його до пресрелізів або заготовлених відеоматеріалів на прохання взяти інтерв'ю. Навіть коли вже всі факти досліджено та перевірено, бракуватиме відповідних кадрів, щоб реалізувати історію на плівці. Проте такі перешкоди не підстава здаватися. Автор може запланувати альтернативи, наприклад задокументувати на камеру себе і свою пошукову роботу. Так знімальна група зафіксує його марні запити про запис інтерв'ю або відмову сторожа на заводських воротах, що потім увійде до готового сюжету. Але будьте обережні: цей формат вимагає, щоб в основі сюжету лежала правдоподібна гіпотеза. У глядача не повинно скластися враження,

що це чиста постановва, яка служить лише авторові та його бажаному меседжеві.

Інценування. Те ж саме в журналістському фільмі стосується і знятих пізніше інценувань або так званої реконструкції подій. Їх діапазон варіюється від складних сценічних постанов з акторами до простих ефектів, таких як зняті монітори. Часто такі уривки — підходяща альтернатива, якщо нема інших відеодоказів. Але їх треба відповідно позначити, щоб глядач про це знав.

Приховане знімання. При проведенні пошуку зображень можна також подумати про використання прихованих камер. Але тут треба бути обережним: цей спосіб роботи криє в собі багато ризиків. Знімальній групі може загрожувати небезпека. Крім того, з юридичного погляду (див. також підрозділ 9.3) приховану камеру слід використовувати лише за наявності чіткої суспільної зацікавленості інформацією. До пошуку зображень належить також планування графіки та анімації.

Графіка та анімація можуть використовуватися в документалістиці й у висвітленні поточних подій як доповнення до візуалізації.



Існує багато способів внесення графічних елементів у теле-репортажі. Фахівці розрізняють окремі графічні стилі, які слугують візуальному передаванню інформації. Ця інфографіка складається з графічних та текстових елементів, які оформляються так, щоб сприймалися як одне ціле (див. Ratke / Pisani / Wolters 2012). До них належать:

1. Візуалізації, такі як ілюстрація, 2D або 3D-анімація, що роз'яснюють певні явища. Вони також підходять для ілюстрації подій у часі.

Реконструкція авіакатастрофи починається на злітно-посадковій смузі. Анімація вже показує дефекти всередині двигуна. Тоді візуалізується і демонструється в часі відмова двигуна та аварійна посадка літака на воду.



2. Структури, взаємозв'язки або процеси. До них належать мережі в різних конфігураціях, блок-схеми або такі організаційні схеми, як, наприклад, система нью-йоркського метро.

3. Цифрові дані, які візуалізують статистичну інформацію. До них належать стовпчасті та смугові діаграми, криві та лінійні діаграми, кругові діаграми у формі сегментів. Наприклад, така графіка зазвичай використовується в повідомленнях про результати виборів.

4. Таблиці з графічними елементами, такими як піктограми.

5. Карти, що містять обмежену за змістом просторову інформацію. Карти можуть бути строго топографічними і дозволяти глядачеві зорієнтуватись у просторі. Інші карти, навпаки, фокусуються на певній темі, наприклад на погоді.

Загалом за допомогою графіки та анімації можна відтворити і представити на екрані цілі сцени не використовуючи камери. Особливо це стосується реконструкції аварій, терактів чи візуалізації досягнень у галузі науки і техніки. Наприклад, питання про те, як поведуться атоми, можна представити за допомогою графіки або анімації. Ці інструменти зручні також і в галузі медицини. Скажімо, телеглядачам можна продемонструвати, як діють нові медикаменти.

Огляд завдань при пошуку зображень

- Пошук мотивів або попередній огляд місць знімання;
- перевірка головних героїв на «телепридатність»;
- пошук в архівах телебачення та кіно;
- оцінка піар-роликів або корпоративних відео;
- підготування графіки та анімації.

Організаційне дослідження. Зрештою, повинен бути спланований і підготовлений також виробничий процес. Часто знімальні роботи зриваються, бо нема ліцензії на знімання, або головному героєві не призначили зустрічі, або знімальна група забула важливе додаткове обладнання. Інколи, коли йдеться про довші формати, ці завдання беруть на себе адміністратори фільму чи продюсери. Але з міркувань економії телевізійним журналістам часто доводиться обходитися без цієї допомоги. Окрім того, врешті відповідальність за безперешкодний робочий процес завжди лежить на авторові.



Розроблення виробничого плану ще на стадії дослідження гарантує, що перед початком знімання не виникне організаційних проблем.

План не тримається якоїсь фіксованої схеми. Він повинен бути доцільним та адаптованим до конкретного проєкту. Інколи організаційне підготування до знімання якоїсь новини в сюжеті можна узгодити електронним листом, у якому зазначаються час та місце. Триваліші формати вимагають зазвичай інтенсивнішого та конкретнішого планування. Все починається з *дозволу на знімання*. Навіть найкрасивіші локації втрачають сенс, якщо через деякий час після початку роботи доводиться знову запаковувати

камеру. Тому принципово важливо з'ясувати необхідність діставати дозвіл на знімання заздалегідь. Основне правило для Німеччини просте: у громадському просторі — тобто в місцях, які вільно доступні для публіки — зазвичай можна працювати без дозволу на знімання (якщо знімальна група невелика, а обладнання обмежується камерою та штативом). У решті випадків треба дістати дозвіл (див. також підрозділ 9.3). Крім того, авторіві доведеться думати про багато речей, які мають дуже мало спільного з його фактичним журналістським завданням. До них належать планування графіка робіт і дат виїзду, добір обладнання та знімальної групи, перевірка необхідних проїзних документів, підготування готівкової каси та багато іншого.

Чек-лист: організаційне дослідження

- Уточнити дати та час.
- Занотувати місця знімання та маршрути.
- Отримати дозволи на знімання (офіційні та від приватних осіб).
- Підібрати знімальну групу та обладнання.
- Скласти список контактних даних групи, редакції та головних героїв.
- Спланувати виїзду.
- Зібрати проїзні документи та в разі потреби звернутися по візи. У разі потреби передбачити надання медичної допомоги і перевірити документи про вакцинацію.
- Підготувати бланки переуступлення права на користування та публікацію.
- Підготувати готівкову касу на виробничі витрати і бланки квитанцій
- Запротоколювати диспозицію.

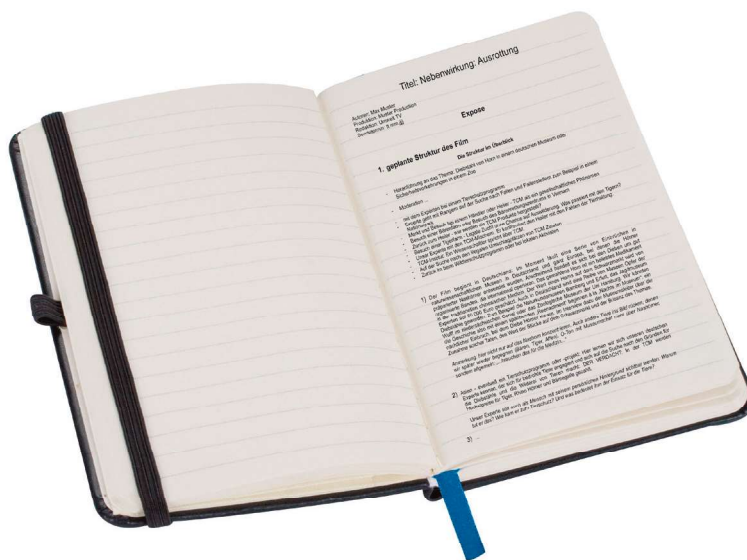
3.3. З червоною ниткою до знімання — заявка на сценарій та розкадрування

У процесі дослідження теми постійно з'являються нові ідеї щодо розвитку сюжету. Що глибше автор занурюється в історію, то важливіше розробити і дотримуватися «червоної нитки». Якщо йдеться про тривалі формати, то доти, поки буде написане перше речення в заявці на сценарій чи в розкадруванні, можуть пройти тижні та місяці. Однак іноді в тележурналіста лише кілька хвилин, щоб викласти на папері свою ідею про поточну тему, яка повинна вийти в етер того ж вечора.



Залежно від обсягу та складності теми, доцільно розробити заявку на сценарій або розкадрування. Це гарантії журналіста редакторів і самому собі. Адже в цих документах описується, який саме фільм буде знятий.

Заявка на сценарій (Exposé). Найпоширеніша форма письмової фіксації кіноідеї — заявка на сценарій (експозиція). Зазвичай щонайбільше на одній-двох сторінках викладається основна ідея сюжету. Важливо чітко опрацювати драматургічну структуру та бажаний меседж. Мета заявки на сценарій полягає в тому, щоб автор у стислій формі сформулював основну ідею фільму, і щоб інші люди могли дістати уявлення про сюжет. Так можна, наприклад, переконати редакторів чи продюсерів у кінематографічній ідеї фільму. Формально є лише кілька вимог.



Заявка на сценарій

Чек-лист: заявка на сценарій

- Робоча назва.
- Автор.
- Тривалість фільму.
- Жанр.
- Ідея сюжету («Історія в одному реченні» — логлайн).
- Сформульована сюжетна лінія.
- Примітки до стилю.

Розкадрування (Storyboard). Для планування і структурування кінорозповіді інколи рекомендується вдаватися до розкадрування, особливо, коли йдеться про такі формати, як документалістика або більші за обсягом сюжети для тележурналів. У ньому можуть міститися малюнки або зображення, які окреслюють весь процес чи навіть окремі плани камери. Крім того, вставляються коментарі щодо довжини планів, змістових аспектів та звуку. Розкадрування зазвичай починається із загального вступу до теми, воно одночасно становить часову вісь фільму. Хороше розкадрування характеризується тим, що воно робить фільм «впізнаваним» і задає червону нитку — не обмежуючи при цьому можливих поворотів під час знімання.

Чек-лист: розкадрування

- Назвати і описати місця знімання.
- Описати зміст окремих «сцен».
- Описати зображення.
- Фотографії попереднього огляду місць знімання
- Ескізи та графіка місць знімання.
- Фотографії та опис головних героїв та розмовників для інтерв'ю.
- Змістовне спрямування висловлювань в інтерв'ю.
- Приблизна тривалість окремих планів.
- Нумерація драматургічних блоків.
- Зауваження щодо вбудовування тієї чи іншої сцени в загальний контекст фільму.

Storyboard

Nebenwirkung: Ausrottung - Der hohe Preis tierischer Wundermittel
- Thailand und Burma -

Sz.	TC	Location	Inhaltliche Beschreibung	Bilder	Drehorte	Aussagen der Protagonisten
T-4	00:03:30	Bangkok / Chinatown	Vielleicht auf den Märkten in Bangkok. Kless sucht in Chinatown nach ersten Indizien. Er streift durch die belebten und engen Gassen und den dichten Verkehr.	stimmungsvolle Bilder von Chinatown: Markttreiben, Verkauf, Handel Gänge von Kless, zwängt sich durch die Massen, schaut sich die Auslagen an. Bangkok, Chinatown		
- 1 -						
T-5	00:05:00	Bangkok / Chinatown: Apotheke	Yutadech Vejpongpa öffnet am Morgen seine „röndane“ Apotheke in Chinatown. Schnell kommen die ersten Kunden und Patienten mit Rezepten und Einkaufslisten. Die Mitarbeiter bereiten Horn von manchen unverdaulichen Substanzen zuzusammern.	Bilder der Apotheke kurz vor der Öffnung. Die Apotheke öffnet. Die ersten Kunden kommen. Die Mitarbeiter beraten, bereiten vor, mischen etc. Der Chef ist aktiv dabei.	 Apotheke von Yutadech Vejpongpa	Interview Yutadech Vejpongpa (englisch): Seit wie vielen Jahren bereitet er diese Apotheke. Er vertreibt ausschließlich TCM Produkte. Seine Kunden sind meisten Chinesen. Manchmal kommen auch Europäer. Und manchmal werden ihm auch illegale Tierprodukte zum Kauf angeboten. Sein Geschäft ist ein Joint Venture mit chinesischem Geschäftspartner.
T-6	00:06:50	Chinatown / TCM Händler	Kiam haben in Chinatown die Läden geöffnet. Ist Kless in kleine Geschäfte, die sich auf den Handel von TCM Produkten spezialisiert haben. Er schaut sich die Vorlage an, lässt sich ein paar Präparate zeigen und fragt immer wieder vorsichtig nach Bären-, Tiger- oder Hornprodukten.	Bilder von der Stimmung und Arbeit in dem Geschäft. Kless schaut sich die Auslagen an. Kless spricht die Händler an. Kless lässt sich alles zeigen, was die Händler bereit sind zu zeigen. Gesprächsnäutonen, ggf. Konflikte durch intensives Nachfragen	 Beispiel: Händler	Interview Kless: Was ist das? Sind es pflanzliche oder tierische Produkte? Gibt es etwas, wie Horn, Tiger oder Bär? Interview Kless: Was hat er geschrien? Was war wirklich illegal oder zumindest aus Gründen der Anreihaltung bedenklich.
- 2 -						

Розкадрування із зображеннями, текстом і позначками часу

Недолік надмірно «фіксованого» розкадрування — те, що на місці знімання речі часто виглядають зовсім інакше, ніж редактор це планував за письмовим столом або домовлявся телефоном. Подібне часто трапляється тоді, коли попередній огляд місця знімання був неможливий, а знімальна група не знайома з локацією. Тоді авторові треба бути готовим сприйняти нову ситуацію на місці і реагувати на неї. Однак він ніколи не повинен втрачати з поля зору бажаний меседж. Деяким журналістам важко розпрощатися з розробленою раніше концепцією. Тоді вони «підганяють» реальність під неї — на шкоду фільмові. Автор повинен гнучко реагувати на ситуацію, особливо в репортажі, де важливу роль грає несподіване, спостережене та автентичне.

Попри розкадрування, автор повинен покладатися на свій інстинкт та своє журналістське чуття. Часто під час знімання виникають важливі змістові та візуальні моменти, які неможливо спланувати.



У загальній практиці тележурналістики таке «розкадрування» використовується рідко, особливо з малюнками або картинками. Воно вважається застарілим. Коли починається знімання, редактори часто просто мають певне уявлення про те, як візуалізувати свою тему. Для висвітлення поточних тем зазвичай цього досить. Але коли йдеться про сюжети для тележурналів, то розроблена заздалегідь і викладена в письмовій формі концепція може бути досить корисною для того, щоб пояснити знімальній групі бажаний меседж сюжету.

Чек-лист: перед початком знімання

- Широке та інтенсивне тематичне дослідження приводить до гіпотез, історій та бажаного меседжу.
- Аналіз джерел значною мірою завершений.
- Визначено головних героїв, розмовників для інтерв'ю, експертів та інформаторів.
- Перевірена «телепридатність» головних героїв.
- Під час знімання будуть відбуватися дії і розвиватися сюжет.
- Локації досліджено та попередньо оглянуто (пошук зображень).
- Був отриманий дозвіл на знімання (організаційний пошук).
- Подана заявка на знімальну групу та додаткове обладнання (диспозиція).
- Замовлені відрядження для проведення знімання та заброньоване розміщення (диспозиція).
- Протокол пошуку структурує потоки інформації.
- Заявка на сценарій / розкадрування окреслюють кіноідею.

4 Робота з форматом — журналістські жанри

Звички телеглядачів, розклад передач телеканалів, вимоги до змісту з боку редакцій та місце всередині передачі змушують тележурналіста узгоджувати свої змістові ідеї з формальними вимогами. Кожен формат мовлення вимагає своєї форми подання. Інформаційна програма, наприклад, «Tagesschau», щоб представити поточні події, зазвичай використовує кореспонденцію і *новину у фільмі*. Такий формат, як «Mittagsmagazin» («Обідній журнал». — Прим. перекл.) на ZDF, може містити строкаті *журнальні сюжети* або короткі репортажі. Отже, перед тележурналістом щоразу постає питання: який сюжет і в якому жанрі пасує до якого формату передачі?



Головно телевізійний журналістський продукт називають телесюжетом. Сюжети можна виробляти в різних жанрах. Найпоширеніші жанри — новина у фільмі, кореспонденція, журнальний сюжет, нарис, репортаж, портрет, документальний фільм, а також інтерв'ю, іронічний коментар (ремарка) та коментар.

Хоча раз по раз ці жанри перетинаються між собою, проте вони різняться власною манерою оповіді чи драматургією, спеціальними вимогами щодо змісту та структури й адаптованим стилем тексту.

4.1. Новини на телебаченні

Новини. Це основна форма подання журналістської інформації. Йдеться про короткі повідомлення, які становлять інтерес для глядачів. Цей інтерес може бути викликаний різними факторами. Одна з передумов полягає в тому, щоб був якийсь факт, новий для глядача — звідси англійський термін «news» для новин. Але самої з себе новизни недостатньо. Вирішальне значення має важливість і релевантність новини. Скажімо, географічна близькість до якоїсь події може стати ключовим фактором, коли вирішується, чи публікувати відповідну новину.

Аварія на автостраді поблизу Мюнхена, безумовно, зацікавить його мешканців. За певних обставин медіа у федеральній землі Баварія також про це повідомлять. А вже для національних новин аварія мала б бути особливо масштабною. Інакше про неї не повідомлять. Якщо б аварія трапилася на кілька кілометрів далі, в Австрії, то в німецьких глядачів інтерес до новини був би обмежений. Аварія в Австрії може стати новиною тоді, коли її масштаб буде дуже серйозний. Таке сталося б, безумовно, тоді, коли б у цьому автобусі були німецькі туристи.



Питання про те, що вважати важливим, залежить звичайно від конкретної людини. У цьому сенсі важко виробити загальне означення важливості новини.

Втім новинами також можуть стати події, які не мають прямого стосунку до глядача, будуть не надто значущі або взагалі неважливі. Натомість будуть істотною мірою незвичайними, особливими, разючими або ж міститимуть значний емоційний заряд. Насамперед емоційність стала для редакторів державних і приватних телеканалів важливим фактором добору новин.

Для новинних медіа грають роль уже не тільки класичні новини та тверді факти. Слід викликати також і емоції. Втім тут треба бути дуже обережним, адже межа з вуаеризмом досить розмита. Цю тенденцію можна спостерігати в усіх жанрах як на приватному, так і на громадському телебаченні.

У журналістських повідомленнях переміщення біженців на тлі криз держав або внаслідок громадянських воєн, таких, що сталися під час потрясінь та конфліктів на Близькому Сході та в Північній Африці, зазнають все більшої медійної експлуатації. Діти, що плачуть, дорослі, що голодують, та співробітники гуманітарних місій, які висловлюють свої нарікання, — всі великим планом — зазвичай не несуть більше інформації, аніж стримані кадри загального плану. Але вони створюють емоційний простір, який покликаний захопити глядача.



Емоції можна чудово передати через рухомі зображення за допомогою телебачення. Але для добору новин існують і інші критерії — це новинні фактори:

Новинні фактори

- Близькість — емоційна і просторова.
- Дивовижність, незвичність, несподіваність.
- Знаменитість.
- Боротьба, конфлікт і драматизм.
- Пригода і ризик.
- Гумор і веселощі.
- Романтика, еротика і кохання.
- Трагедія.
- Симпатія і антипатія.
- Діти і тварини.
- Прогрес і стиль життя.



При доборі новин для показу на телебаченні допомагає оцінення новинної важливості або новинних факторів. Що більшої ваги надається одному чи кільком критеріям, то актуальніша тема для того, щоб стати новиною.

Якщо тема пройшла перевірку на новинну важливість, уся увага зосереджується на формально коректній презентації або підготуванні новини. Насамперед йдеться про те, щоб якомога швидше донести до глядача факти, які містяться в цій новині. З цією метою використовується так званий принцип лід (lead), який себе добре зарекомендував. Згідно з цим принципом новина завжди починається з найважливішого, тобто з головної думки, яка закладена в основу повідомлення. Лід — це найважливіший елемент новини. Принцип завжди починати новини з найважливішого повідомлення походить ще з часів телеграфу. Якщо з технічних причин передання інформації обривалося, то принаймні доходила суть новини. Газети запозичили цей метод. Коли в якийсь день надходило багато новин, повідомлення можна було скорочувати з кінця, щоб отримати більше місця на сторінці. По суті, те ж саме стосується і новин у телевізійних передачах. До того ж телебачення — дуже швидкоплинний медійний засіб. Зазвичай глядач дивиться новину лише раз. Навіть технічні новинки, такі як зміщене в часі телебачення або медіатеки мало що змінюють у такій поведінці. Тому тележурналістові варто ставити на початок новини своє центральне повідомлення, його інформаційне ядро. Це стосується як тексту, що формулює журналіст, так і візуальної реалізації повідомлення. Отже, лід можна порівняти з передовим заголовком чи «headline» газети. Потім впродовж наступних секунд повідомляються подальші подробиці. Далі, у міру зменшення значення, подається додаткова інформація. Майже завжди це детальніші обставини події. Потім ідуть подробиці.

Текст	Зображення
Лісові пожежі вийшли з-під контролю	Вогняний вал, який пожирає австралійський буш
Понад тисячу вогнеборців долають пожежу навколо австралійської столиці Канберри	Пожежники, які борються з вогнем
Пожежі тривають уже тиж-день.	Стомлені пожежники і важка техніка. Гелікоптер скидає воду над осередком пожежі
Влада застосовує водомети і гелікоптери, щоб зупинити вогонь на підступах до міста	Охоплені полум'ям вілли в передмісті
Метеорологи не дають втішних прогнозів. Наступні дні також будуть спекотні та вітряні	Знімки з повітря і рвучкий вітер, який роздмухує полум'я

Цей приклад пояснює принцип ліду. До того ж повідомлення цілком просто можна скоротити з кінця. Але водночас повідомляється найважливіша інформація. Для перевірки, чи дійсно новина виконала свою інформативну функцію, можна скористатися *журналістськими питаннями*. Вони слугують допоміжним орієнтиром щоб упевнитися, що не були забуті важливі складники повідомлення.

Чек-лист питань до новини

- Хто? (особи)
- Що? (справа/дія/вчинок)
- Де? (місце)
- Коли? (час)
- Як? (обставини)
- Опційно: Звідки? (джерело інформації)

Деякі експерти рекомендують також відповісти і на питання «звідки?» Воно має вказати на джерело інформації. Але на практиці часто для цього не залишається часу. Черговість відповіді на ці питання може бути цілком відмінною. Головне правило полягає в тому, що наголошення на тому чи іншому аспекті новини залежить від релевантності інформації. У деяких повідомленнях важливішу роль грає питання «чому?», а в інших швидше «як?». Цілком можливо, що на те чи інше питання і не треба відповідати, або ж на це не буде змоги.

У тележурналістиці існують дві форми новин. Перша — це вербальна новина. Зазвичай, її зачитує ведучий і її не підтверджують рухомі зображення.



Друга — це новина у фільмі (НУФ). Вона містить аудіовізуальне підтвердження тексту новини.

Вербальна новина. Цей жанр становить повідомлення, яке в прямому етері зачитує диктор або ведучий. Вона також підпадає під наведені вище контрольні питання. На задньому плані вербальну новину візуально підтримують статичні зображення, географічні карти або графіка, а також заголовки. Редактор новин повинен стежити за тим, щоб візуальні елементи і зміст вербальної новини доповнювали одне одного. Якщо, наприклад, на задньому плані видно людину, то її треба якомога швидше назвати в тексті новини. Через оптимальну взаємодію двох рівнів повідомлення змістовно підтримується, а інформація завдяки цьому стає доступнішою та зрозумілішою для глядача. У віртуальному просторі студії вербальна новина часто вмонтовується в графічно анімовані «декорації». В такому разі диктор новин використовує, наприклад, великі сенсорні екрани або стає між окремими графічними елементами, що групуються навколо нього.

Новина у фільмі (НУФ). НУФ і по сьогодні залишається складником будь-якої інформаційної програми, а також це популярний жанр у відеоконтенті інтернет-порталів газетних видавництв та інших новинних платформ. Її можна виробити навіть з невеликого обсягу власного відеоматеріалу або з того, що пропонують інформаційні агентства. НУФ має на меті коротко та стисло представити глядачеві найважливіші факти про якусь подію. Це *найкоротша форма передання інформації* за допомогою рухомих зображень. Загалом НУФ триває від 20 до 30 секунд. Відхилення на кілька секунд можливі залежно від характеру та структури інформаційної програми. Зміст відеозображень відповідає інформації, яку потрібно передати. Нерідко з певною іронією говорять навіть про килим з картинок, який несе на собі текст, що часто містить не більше ніж чотири-п'ять речень. При цьому текст повідомлення побудований за принципом лід-речення. Це означає, що найважливіша інформація повідомляється на початку. Потім, по змозі, інформаційна цінність окремих фактів послідовно знижується доти, аж поки не будуть дані відповіді на журналістські запитання: хто що робить, коли, як, де і чому? Зазвичай повідомлення можна скорочувати з кінця. Заяви або пряма мова трапляються в НУФ дуже рідко. Часто текст пишуть ще до монтажу.



Класичні теми для новинного фільму — зустрічі політиків (міністр фінансів Німеччини зустрічається зі своїм грецьким колегою), публічні події (демонстрація за встановлення мінімальної заробітної плати) або повідомлення на тему надзвичайних подій (теракт у Кабулі), погоди (збитки від бурі в Шлезвіг-Гольштайні) та дорожнього руху (аварія на автостраді А 1).

Виробництво новинних фільмів — це робота, яку часто доводиться виконувати під великим тиском часу, не жертвуючи при цьому якістю. І часто журналістам у редакції доводиться поклада-

тися на матеріали агентств, наприклад Німецького агентства преси, Ройтерз, Агентства Франс Пресс тощо. До того ж додаткова інформація часто походить з неперевічених джерел чи з інформаційних агентств. На додаток до такої непевності часто доводиться перекладати тексти і повідомлення інформаційних агентств на «телевізійну» мову. Тексти інформагентств складаються з довгих, перевантажених речень. Вони не підходять для одноразового прослуховування. Якщо не провести редакційної адаптації матеріалів агентства, то в НУФ виникнуть розбіжності між донесенням змісту новини та зображенням на екрані. Але з огляду на брак часу синхронізувати текст і зображення не завжди вдається. І все ж те, що вирізняє хорошу НУФ, — це добра узгодженість тексту і зображення. По змозі, редактори повинні зважати на єдність тексту і зображення навіть у коротких новинних фільмах. Зазвичай не потрібно, наприклад, називати дійових осіб на ім'я, якщо їх не видно в кадрі. Адже це викличе лише роздратування, бо в глядача виникнуть проблеми з ідентифікацією. У таких випадках часто досить назвати роль, в якій виступає відповідний персонаж.

У новинному фільмі про майбутній страйк співробітників концерну не потрібно писати розлогий і повний текст на кшталт: «Після тривалих переговорів голова ради підприємства Гайнер Штеффенс відхилив плани економії, висунуті правлінням компанії». Можна сформулювати простіше, стисліше і зі схожим інформаційним наповненням: «Рада підприємства відхиляє плани економії, висунуті правлінням компанії».



Велику небезпеку становить текстове перевантаження новинного фільму. Тоді кадри просто будуть змінюватися без прив'язки до тексту. Вони більше не зможуть виступати як джерело візуальної інформації. Важливо також, щоб у кінці новинного фільму було достатньо завершальних кадрів. Режисерові завжди потрібно кілька кадрів, щоб дійти до наступного вузлового пункту програми. Якщо цього не буде, то може статися, що сюжет завершиться непривабливим статичним кадром. На професійному жаргоні це називається «заморозка» (*freeze*). У телевізійних інформаційних програмах новинні фільми часто озвучує «наживо» професійний диктор, який перебуває за кадром. Це дає можливість інтегрувати зміни чи доповнення до поточної програми за дуже короткий час. Іноді НУФ веде модератор або диктор у студії. Спочатку він говорить кілька речень в онлайні, а потім під час подальшої модерації фільм виводять на екран, і він продовжує коментувати за кадром.

Подібний спосіб подання новин не підходить для такого продукту, як відео на замовлення. Адже в цьому разі новини повинні бути постійно доступні для користувача. Тому зазвичай їх перед оприлюдненням озвучує диктор. Зі сказаного вище видно, що виробництво новин — одне із складних завдань тележурналіста.

Новина у фільмі (НУФ)

- НУФ становить найкоротшу форму повідомлення інформації в тележурналістиці.
- НУФ зосереджується на тематичних кадрах.
- Головні складники НУФ — це журналістські контрольні питання.
- Інформація обумовлює вибір зображень (журналістські питання).
- Основне повідомлення стоїть на початку (принцип лід-речення).
- Текст скорочений і зосереджений на основному.
- Новину можна скоротити або доповнити з кінця.
- Лише у виняткових випадках використовуються короткі, виразні заяви.
- Написання текстів можливе до монтажу.
- Тривалість: приблизно від 20 до 30 секунд.

4.2. Кореспонденція

Кореспонденція — це щось на кшталт старшого брата новини. В інформаційній програмі вона розповідає про *актуальний факт чи подію*, яка становить загальний інтерес. Її звичайна тривалість у таких програмах, як «Tagesschau» або «RTL aktuell», становить у середньому близько однієї хвилини і 30 секунд. Однак тривалість кореспонденцій може варіюватися залежно від важливості теми та поточної ситуації з новинами. Загалом передачі приватних каналів зазвичай дещо коротші, ніж інформаційні програми публічних мовників. Як результат, тривалість кореспонденцій в інформаційних програмах приватних мовників дещо коротша, ніж на ARD або ZDF. Журналістські кореспонденції, які поширюються через інтернет, мають тенденцію до коротшого та стислішого викладу. Довші формати кореспонденцій часто змушують користувачів переривати стрім на середині кореспонденції та переходити до іншої теми.



Кореспонденція відрізняється від НУФ передовсім тим, що вона виходить за межі простого повідомлення фактів.

Кореспонденція *висвітлює проблему з кількох ракурсів* і надає глядачеві довідкову інформацію. Кореспонденція пояснює, описує, диференціює, уточнює, порівнює факти та думки та пояснює причинові зв'язки.

Крім того, у формі прямої мови або фрагментів висловлювань, для обґрунтування інформації залучаються думки експер-

тів, причетних або потерпілих осіб. Текст кореспонденції стислий та діловий; він містить інформаційні «місточки», які сприяють кращому розумінню зорового ряду та ведуть за собою глядача. Зазвичай кореспонденції створюють як репортери або кореспонденти безпосередньо на місці події, так і їхні колеги в редакціях телецентру.

Кореспонденція репортера vs кореспонденція з редакції. Репортер робить свою кореспонденцію з матеріалу, який він знімає зі своєю командою на місці події. Звичайно він особисто присутній на зніманні, визначає червону нитку та бере інтерв'ю. Отже, кореспондент має прямий доступ до подій, про які він повідомляє, і завдяки цьому гарантує високий ступінь фаховості та автентичності. На відміну від кореспонденції репортера, редактор, який опрацьовує матеріал на каналі, завжди залежить від кадрів, знятих за його відсутності й не за його настановами. Зазвичай ідеться про матеріали новинних агентств, архівів або матеріал, який надсилають незалежні журналісти, продакшн-фірми або взагалі аматори чи ті, хто займається зніманням як хобі. Втім для всіх редакцій новин спільне те, що сюжети виробляються централізовано. Труднощі при опрацюванні чужого матеріалу очевидні, адже нелегко виробити якусь єдину червону нитку, коли наявні фрагменти походять з різних джерел. Окремі пасажі та плани кадрів часто видаються приліпленими одне до одного. Трапляється і так, що немає в наявності якісного візуального матеріалу до важливих змістовних моментів, і доводиться звертатися до інших візуальних джерел, таких як графіка або відео з мобільних телефонів. До того ж той, хто опрацьовує матеріал, завжди залежить від таких джерел, як інтернет, інформаційні агентства чи пресрелізи, і тому зазвичай отримує інформацію з других рук.

Попри це, особистий вибір акцентів та індивідуальний підхід журналіста створюють вільний змістовний простір і можливості для того, щоб розробити різні форми кореспонденцій:

- *Кореспонденція про факти*, в якій узагальнюються факти (наприклад, сюжет про брак житла в Кельні, результати дослідження про дитячу бідність тощо). Вона практично не містить суб'єктивних оцінок.
- *Кореспонденція про дії*, в якій ідеться про перебіг подій (аварії, злочини, катастрофи...). Така форма не обов'язково вимагає хронологічного відтворення подій. Проте в сюжеті необхідно прозоро і чітко показати перебіг і наслідки відповідної події.
- *Кореспонденція про пережите* має сильне суб'єктивне забарвлення, бо автор ставить у центр уваги свій власний досвід у поєднанні з предметом своєї оповіді. Попри це, і в кореспонденції про пережите мають бути наявні та досліджені факти. У будь-якому розі, вона тверезіша, ніж репортаж.
- *Кореспонденція на основі цитат* становить узагальнення виступу або пресконференції. Вона повинна містити

квінтесенцію події. Хронологія перебігу поступається місцем оцінці важливості сказаного.

На відміну від НУФ, кореспонденція не повинна обов'язково починатися з найважливішої інформації. Цілком можливо розпочати її з якогось захопливого другорядного аспекту, який приверне увагу глядачів.



Кореспонденція відходить від строгого принципу ліду та догматичної відповіді на контрольні питання. Вона децю більше, аніж просте відтворення фактів.



Кореспонденцію про відвідання міністром оборони Німеччини польового табору бундесверу не варто починати з показу прибуття броньованих автомобілів з членами делегації чи військового рапорту командира. Це ті кадри, які люди бачили вже досить часто і які нездатні зацікавити глядача. Краще розпочати з показу міністра на вартовій вежі, як він вдивляється в бінокль. Можливо, він буде видаватися впевненим у спілкуванні з солдатами. Можливо, глядач помітить невпевненість, яка опанувала політиком. У будь-якому разі, такий вступ гратиме на користь бажаного меседжу журналіста, адже подібні сцени роблять кореспонденцію природним чином унікальною і захоплюють глядача додивитися її до кінця.

Редактор кореспонденції повинен звертати увагу на цікаві подробиці. Може, сталася якась маленька недоречність чи відбулося щось курйозне і непередбачуване. Це ті речі, які роблять кореспонденцію чимось особливим, завдяки чому вона залишається в пам'яті глядача. Звісно ж, кореспонденція повинна також звертатися до фактів і подій, але це не обов'язково робити на самому початку. Втиснути складний матеріал разом з синхронами та заявами в кілька хвилин — це вже мистецтво само по собі. Тому тележурналіст повинен точно зважувати і оцінювати інформаційний потік. Точний вибір акцентів підтримує бажаний меседж автора. Це також впливає на текст коментаря кореспонденції. Мова кореспонденції зазвичай проста, коротка і стисла. Тексти треба писати так, щоб при першому прослуховуванні не виникало проблем з розумінням. Для довгих речень у кореспонденції немає місця. Найкраща форма — теперішній час. Так вдасться зберегти актуальність подій. Якщо автор перебуває в сильному цейтноті, йому слід гнучко підходити до написання тексту. Часто надзвичайно важко сформулювати саме перше речення. Тоді цілком спокійно можна взятися до середини, а потім і кінця тексту. Часто після цього початок тексту приходить сам собою.



Слід ретельно зважити зміст кореспонденції і потім зробити вибір. Цей вибір підтримується простою, стислою і зрозумілою мовою.

Важливий є напружений або принаймні цікавий фінальний кадр, який завершує кореспонденцію. Варто подумати про це ще під час знімання. Адже інакше можуть виникнути проблеми з пошуком підходящого кадру вже під час монтажу.

Чек-лист: кореспонденція

- Вибір акцентів робить сам автор.
- Кореспонденція виходить за межі простого повідомлення фактів.
- Автор має більше можливостей впливу на зміст, аніж у НУФ.
- Кореспонденція може містити пряму мову.
- У тексті використовується коротка і стисла мова.
- Тривалість — близько 90 секунд.

4.3. Сюжет для журналу

Сюжет для журналу — подальший розвиток кореспонденції. Його тривалість різна. Є сюжети, тривалість яких становить близько трьох хвилин, наприклад у новинних журналах. А інші сюжети, скажімо в розслідувальних політжурналах, можуть інколи сягати й десяти хвилин. Цей журналістський жанр часто вмонтований в передачу і тому зазвичай супроводжується вступом ведучого. У багатьох передачах після показу сюжету лунають кінцеві слова модератора. При цьому ведучий звертається до якоїсь актуальної події або називає подальші вузлові моменти теми. Тому журнальний матеріал ніколи не варто розглядати ізольовано, його завжди треба сприймати в загальному контексті передачі.

Мета журнального сюжету — детальне висвітлення якоїсь теми з різних перспектив чи кутів зору. Журнальні сюжети розповідають про бекграунд!



Тому, на відміну від кореспонденції, в них на першому місці не обов'язково стоять злободенні події. Також складник висвітлення в журналах — латентно актуальні теми, незвичні факти або строкаті історії. Насамперед ідеться про таке: журнал повідомляє фонову інформацію, яка глибша і дозволяє розібратися в процесах та викриває приховане. Формально в розпорядженні автора — всі зображальні засоби. В деяких журнальних публікаціях використовують популярний засіб — музику. Власний почерк автора виступає тут на перший план ще сильніше, аніж у кореспонденції.

Зазвичай при створенні журнального сюжету пошук набагато складніший, аніж коли йдеться про кореспонденцію. Часто він має характер розслідування. Це означає, що автор починає *прискіпливий пошук слідів* на ту чи іншу тему з *відкритим результатом*. Він бажає надати глядачеві інформацію і бекграунд, які той ще не знає. Пошук інформації для журнального сюжету часто стає тяжкою боротьбою заради малого поступу. Доводиться крок за кроком виборювати інформацію про факти. Коли пошуки значною мірою завершені, починається драматургія. Які блоки епізодів можна сформувати? Як структурувати окремі елементи? Як має виглядати внутрішня драматургія окремих блоків? Як зважувати факти та інформацію, яку зібрав автор? При цьому важливо запуснути *кінематографічний процес*. Було б неправильно вже на початку викласти найважливіші факти. Адже тоді змістовна частина фільму доволі швидко «видихалася» б. Навпаки, доцільно розпочати з поставлення проблеми.



Якщо розпочати журнальний сюжет про порятунок дерева з кадрів, на яких видно екскаватори, які його корчують, то це було б передбаченням результату. При цьому втрапився б важливий момент напруженості. Адже головне питання полягає в тому, чи вдасться демонстрантам перешкодити поваленню дерева. Вступ до теми повинен не тільки розбудити цікавість глядача. Важливо, щоб питання про те, як завершиться історія, залишалося відкритим. Так збережеться напруженість. Отже, можна було б розпочати з кадрів світанку над деревом. Збуджені демонстранти очікують прибуття поліції. У дальших блоках сюжету можна показати перші спроби супротивників вчинити опір. З боку драматургії будуть цікаві пов'язані з цим емоційні моменти. Чи зазнають демонстранти невдачі? Як вони дадуть цьому раду? Чи є вже невеличкі успіхи? Чи будуть після цього невдачі? Все це речі, які крок за кроком допомагають розробити захопливу сюжетну лінію. Можливо, паралельно виникне ще одна червона нитка — це дії іншої сторони. Як реагують прихильники? Як діє поліція? Потім можна буде подати оцінки експертів. Можливо, згодом станеться перелом, який повністю поміняє ситуацію. Або ж сторони зрештою досягнуть примирливого компромісу. Це ті елементи, які варто розкривати читачеві лише поступово. Так вибудовуються невеликі осередки напруженості, які підтримують динаміку всієї історії аж до її завершення.



Перед початком знімальних робіт варто звернути увагу на питання драматургії.

Ще один можливий засіб кінематографічної реалізації сюжетів для тележурналу — робота репортера в режимі прямої мови. Автор вирушає на пошук «правди» і залучає до цього глядача завдяки тому, що всі його дії та переживання документує знімальна група. Як репортер, він своїми діями рухає весь сюжет. Він нишпорить, розставляє пріоритети, зіштовхує дійових осіб з ре-

зультатами своїх пошуків. Відмова йому в чомусь також може бути корисною з кінематографічного погляду. Припустімо, що після багаторазових письмових і особистих звернень відповідний орган відмовляється висловитися з приводу сумнівного будівництва. Тоді намагання автора отримати інтерв'ю в представника влади можуть стати складовою частиною сюжету для тележурналу. Камера показує, що на електронні листи постійно приходять негативні відповіді. Інша можливість документування — це показати, як автора розвертають у приймальній установи. Ці сцени можна вмонтувати у фільм як аудіовізуальне підтвердження. Глядач сам побачить, що журналіст намагався з'ясувати всі ці важливі моменти і зрозуміє, чому цього не вдалося зробити. До того ж такий підхід посилює достовірність матеріалу.

У режимі прямої мови репортер може стати рушійним драматургічним елементом журнального сюжету. Власні переживання створюють відчуття близькості й автентичності.



Чек-лист: сюжет для тележурналу

- Розставляє акценти автор.
- Журнальний сюжет детально знайомить з бекграундом певної події.
- Журнальний сюжет розповідає не тільки про нагальні теми.
- Зображення визначають інформаційний складник журнального сюжету.
- Чітко вгадується власний почерк автора.
- Сюжетну лінію можуть рухати кілька паралельних історій. Побічні аспекти можуть стати важливими.
- Цитування корисне для оповіді й дозволяє вставляти «думки експертів».
- Можна використовувати «музичні консерви».
- Журнальний сюжет вирізняється різноманітністю форм.
- Тривалість приблизно 3 — 10 хвилин.

4.4. Репортаж

Репортаж розповідає справжні та унікальні історії з суб'єктивного погляду. Він спостерігає за головними героями в їхніх життєвих світах. Важливе для репортажу те, що певну тему можна розповісти як історію, що ґрунтується на фактах і має потенціал для розвитку. Добре, коли в процесі спостереження головний герой матиме шанс досягти успіху або ж зазнати невдачі. Не обов'язково повинно йтися про життя чи смерть. Часто достатнім буває складання іспиту чи участі в конкурсі. З цієї причини деякі теми здаються, на перший погляд, захопливими. Але їх буває важко реалізувати, наприклад тому, що в них нема дії, яка розвивається. Або ж там немає викликів і конфліктів, які б репортер міг реалізувати засобами кінематографії.



Репортаж оповідає історії про людей у їхніх життєвих світах.

Там, де новина і кореспонденція тримаються на відстані, репортаж підходить ближче і розкриває також емоційний рівень головних героїв. Завдяки цьому глядач має дістати відчуття, що він сам переживає певну ситуацію. Тому для створення і появи репортажу такі важливі емоційні моменти. Він живе протилежностями і уявними суперечностями, але також і подібностями. Йому потрібні ситуації, в яких трапляється щось дивне, цікаве, дивовижне, дратівливе, захопливе або смішне. Неодмінна умова репортажу — зосередження на небагатьох головних героях. Вони становлять червону нитку фільму. Для глядача впізнаваність головних героїв — важливий ефект. Втім у триваліших репортажах самих головних героїв уже стає замало. На знімальному майданчику авторові треба тримати очі розплющеними, щоб знайти другорядних персонажів та побічні сюжетні лінії, які можуть бути цікавими для фільму.



Репортаж про підрозділ американської армії в Іраку може зосередитися на двох-трьох головних героях: командирі підрозділу, який хоче зробити кар'єру, молодому лейтенанті та досвідченому рядовому. Під час знімання постійно виникають нові сюжетні лінії окремих героїв. Кожен проживає свою службу через власні історії. Але вони регулярно перетинаються між собою. Їм доводиться долати конфлікти та виконувати спільні завдання. Можливості видаються майже невичерпними. І все ж, існує небезпека, що аудиторія стомиться, якщо репортаж буде надмірно і винятково зосереджений на трьох головних героях. Тому додаткові локації та другорядні персонажі завжди важливі. Наприклад, перекладач підрозділу — іракець. Одного дня підрозділ проводить облогу в селі, де мешкає його сім'я. Репортаж міг би зосередитися на перекладачеві й показати драматичний погляд на події його очима.

Для репортажу вибір підхожих головних героїв — запорука успіху. В ідеальному разі вони мають перед собою конкретну мету і повинні взаємодіяти з іншими людьми для її досягнення. Вони можуть як досягти своєї мети, так і зазнати невдачі. Для репортажу визначальний лише процес — шлях до мети. Підхожий головний герой не обов'язково повинен викликати симпатію. Важливо, щоб він не залишав глядача байдужим.



Для того щоб підкреслити відчуття співпереживання, у репортажі використовуються довгі плани, рухи і пересування камери (послідовності планів). При цьому в репортажах майже повністю відмовляються від проміжних зображень і врізувань. А що знімальні роботи неможливо спланувати в усіх деталях, то й кадри в кожній знімальній ситуації не досконалі з технічного і художнього погляду. Це не означає, що операторові не потрібно старатися, а швидше йдеться про те, що автентичні переживання в репортажі важливіші, ніж бездоганні плани камери. Ось чому в ньому допускаються розмиті та неспокійні кадри і, навіть більше, часто вони той «перець», який лише підсилює автентичність.

Якщо після карколомного переслідування порушника в поліційному автомобілі оператор вискочить з машини з увімкненою камерою, то зображення буде відповідно стрибати. Але тоді воно показуватиме без монтажу і в одній сцені те, що бачать поліціянти, а саме, що водій автомобіля, який переслідували, здався з піднятими руками. Якби репортер роз'єднав ці два епізоди перебивкою, то напруга і справжність ситуації втрапилися б.



Напруга та справжність у репортажі особливою мірою забезпечує звук. Сильний, виразний звук, характерний для певної події, підсилює переживання.

Щодня ми стикаємося з безліччю різних звуків — під час подорожі залізницею, у дорожньому русі, на будівельному майданчику тощо. Ці звуки підтримують та полегшують класифікацію різних ситуацій. Коли навколишні шуми зникають, це спантеличує наші відчуття. Навіть звуки від головних героїв — розмови, вигуки, лайка, незадоволення, радість тощо — дуже важливі для репортажу. Вони створюють близькість до головних героїв, і тому їх треба час від часу подавати в чистому вигляді, тобто без накладання тексту чи інших шумів. Використання в репортажі фонові музики із зовнішніх джерел, таких як компакт- чи DVD-диски, недоцільне. Знову ж таки, головна мета — схопити момент автентичності. Використання музики матиме тут негативний ефект. На практиці, однак, цим правилом дедалі більше нехтують. Часто перемагає бажання «підрихтувати» ситуацію за допомогою музики.

Звук у репортажі завжди має бути автентичним і подаватися глядачеві відповідно до ситуації. «Звукові консерви» повинні залишатися винятком.



Під час *монтування* репортажу надзвичайно важливо зберегти автентичність знятого матеріалу. Ось чому в репортажі зазвичай не використовуються візуальні трюки або ефекти. У репортажі варто якщо не відмовитися повністю, то звести до мінімуму використання монтажних відеоефектів, уповільненого чи прискореного знімання. Найскладніше завдання полягає в тому, щоб спочатку звести знятий матеріал до найістотніших аспектів. Задля цього доцільно фіксувати на картках можливі пасажі фільму у вигляді ключових слів. Тож ви матимете загальний огляд матеріалу і відносно швидко помітите, яка драматургія була б доречна, яка історія не поміститься, а яку можна поділити на декілька епізодів. При роботі над довгими репортажами спочатку робиться чорновий монтаж, у якому поки не зважають на точну тривалість окремих відрізків. Коли його зроблено, починається «заміщування» епізодів та пропрацювання деталей.



Монтувати репортаж буде легше, якщо автор зможе розпроцюватися з ідеєю розповісти в репортажі про все, що він пережив і записав під час знімання. Важливіше надати достатньо часу вибраним епізодам, щоб ті могли розгорнути свою драматургію.

Тому в репортажі не повинно бути звичних монтажних врізок. Вони уповільнюють автентичні переживання і не дають глядачеві сформувати враження, наче він «спостерігає в реальному часі».



Репортер супроводжує підрозділ поліції під час виконання завдання з розмінування. Під час будівельних робіт була знайдена бомба часів Другої світової війни, яка не розірвалася. Зберігається висока ймовірність вибуху. Монтуючи матеріал, автор вирішує раптово перервати показ обережного наближення спецпідрозділу поліції, повільного просування до місця знахідки, зосереджених рухів поліціантів кадрами зівак, які зібралися на безпечній відстані. В репортажі це помилка: адже глядач виривають зі стану співпереживання.

Тому інколи можна скористатися сміливими переходами, наприклад монтажними з'єднаннями, в яких використовуються рухи. Іноді вони можуть суперечити класичним правилам монтажу, але часто буваєш вражений, які можливості відкривають ці переходи з накладенням рухів. Певна сміливість потрібна також і монтажерові. Він повинен змиритися з тим, що в знятому матеріалі час від часу трапляються технічні недосконалості. Однак він не повинен через це його відкидати — як уже сказано, пріоритет має автентичність, інколи просто неможливо уникнути компромісів щодо якості кадрів. Ці недоліки в зображеннях часто можна приховати вміло вставленим текстом. Але текст у репортажі використовується по-спартанськи економно і часто лише у вигляді фрагмента.

Головна заповідь репортажу — писати мало тексту. Текст орієнтується на зображення, звуки та інтерв'ю, а не навпаки. Навіть без текстових пасажів репортаж має бути для глядача загалом зрозумілим.



І все ж *текст репортажу* відіграє важливу роль. Він позначає просторові та часові переходи, які не можна сприйняти лише з візуального ряду. Він дає упорядкування, яке може бути істотним для драматургії та розуміння репортажу. Важливо, щоб текст завжди супроводжував подію. Автор не повинен змістовно забігати наперед, інакше напруження та структура його фільму можуть бути зруйновані. Сенс репортажу полягає в тому, щоб дати можливість глядачеві співпережити зображені події. Тому і ключові висловлювання не повинні стояти на початку.

«Три години потому. Аеропорт Франкфурта. Передання повинно відбутися в залі відправлення. Податкова інформація з Люксембургу. Інсайдер повідомляє: ...»



А далі йде інтерв'ю. Щоб залишитися у візуальному потоці, такі інтерв'ю майже завжди ведуться в конкретній ситуації.

Бездомного розпитують під час пошуку ночівлі, приватного детектива — під час зовнішнього спостереження, фермера — під час доїння тощо.



У репортажі не місце класичному, відстороненому інтерв'ю, наприклад на фоні полиці з книгами або за письмовим столом. В ідеальному разі розмовникам питання взагалі не заважають і вони просто продовжують працювати, даючи відповіді на питання.

Спонтанне інтерв'ю vs глибинне інтерв'ю. Дві форми інтерв'ю особливо підходять для репортажу: з одного боку, коротке спонтанне інтерв'ю, яке складається лише з одного головного і, можливо, ще одного короткого уточнювального питання. Тут автор опитує розмовника без попередження, в ході якоїсь дії, тому що спираючись на візуальний ряд, неможливо збагнути певний процес. В інтерв'ю ставляться питання, які б, імовірно, поставив глядач.

Головний герой намагається усунути несправність у двигуні літака. Автор лише коротко запитує: «У чому причина?», і після відповіді залишає чоловіка працювати далі.



Особливий виклик для автора та знімальної групи полягає в тому, щоб коротким питанням не зруйнувати плін епізоду. Для цього необхідно налагодити співпрацю і комунікацію всередині команди. Коли автор наближається до камери і повертає всю свою увагу до головного героя, то це часто сигнал для оператора і звукорежисера, що зараз пролунає питання. В ідеальному разі го-

ловний герой під час відповіді на питання не перериватиме свою роботу. Часто коротке запитання спонукає і до короткої відповіді, яка в конкретній ситуації часто менш продумана і більше керується почуттями. Якщо ж головний герой все-таки збирається дати розлогу відповідь, то зазвичай прості жести або міміка автора допоможуть пригальмувати розмовника. Вдячний погляд, зупиняльний порух руки або навіть коли автор розвертається в інший бік сигналізують головному героєві, що автор вдовольнився відповіддю. Якщо головний герой потім повертається безпосередньо до своєї роботи, то спонтанне інтерв'ю пропонує чудову можливість органічно вплестися в плін сюжету.



Спонтанні інтерв'ю також корисні в ситуаціях, коли розмовник перебуває в стані стресу або виснаження. Лікар, якому доводиться працювати 24 години підряд, на питання про умови праці дасть, напевно, чеснішу відповідь після закінчення зміни, а не на її початку.

Друга форма — це глибинне інтерв'ю. Воно пропонує простір для розлогіших міркувань, які інколи можуть дістати особистісне забарвлення. Його ведуть у спокійніші моменти, не випадаючи при цьому з візуального контексту.



Особу, яка займається захопленням заручників з метою викупу, під час чищення зброї розпитують, як його дружина ставиться до такого бізнесу, чи був він уже поранений, чи боїться за своїх дітей.

Через те що головний герой перебуває у спокійнішій обставі, а увага автора особливо велика, його відповіді будуть глибшими та міститимуть інколи задумливі або рефлексивні висловлювання. На відміну від спонтанного інтерв'ю, тут глядач дізнається багато чого про людину та її мотивацію.



Загалом питання повинні бути провокаційнішими, а не надто стриманими, та зосереджуватися на конфліктах розмовника. Зазвичай це приводить до чіткіших відповідей.

Інколи в репортажі питання автора врізаються в інтерв'ю і їх чує глядач. Тому важливо формулювати їх стисло і простою мовою. В інтерв'ю важливе кожне слово. Одне зайве слово може звести нанівець усе інтерв'ю. А що автор хоче отримати максимально достовірні відповіді, то цілком логічно, що він не буде обговорювати задалегідь свої питання з розмовником. Лише тоді автор може розраховувати на оригінальні та спонтанні відповіді.

Чек-лист: репортаж

- Репортаж — це спостереження головних героїв у їхніх життєвих ситуаціях.
- Він оповідає автентичні історії з їх викликами і діями.
- Важливу роль грають другорядні персонажі та додаткові локації.
- Репортаж живе довгими планами, рухами і переміщеннями [камери] (довгими епізодами).
- Майже повністю нема класичних проміжних вставок.
- Терпиме ставлення до технічних недоліків на користь автентичності.
- У репортажі важливі протилежності, конфлікти та емоції.
- Інтерв'ю ведуться в межах конкретної ситуації.
- Репортаж спирається на досить економне використання тексту або його фрагментів.
- Не існує встановлених вимог щодо тривалості. Можливо все — від короткого репортажу тривалістю три хвилини до довгої версії — до 45 хвилин.

4.5. Документалістика

Автори журналістських документальних фільмів загалом вільні у виборі теми. При її реалізації існує відносно мало формальних і стилістичних обмежень. Взагалі може бути використаний будь-який робочий метод та форма оповіді — від автентичності до інсценування, від знятих кадрів до анімації. У кінематографічній документалістиці подія чи факт обговорюються та висвітлюються з різних поглядів. У документальному фільмі на перший план виходить тема. Це означає, що можливий загалом будь-який контент, і його можна спланувати за письмовим столом. Усе можна реалізувати засобами кінематографії. Автор не залежить від того, що ось почнуться певні дії, або перед камерою розгорнеться якийсь невідомий процес. При виборі теми відправним пунктом може бути теза.

Щодо документації можуть застосовуватися такі підходи:

- *Твердження: «Кризю євро не зупинити».*
- *Статистика: «Кожній четвертій дитині в Німеччині загрожує бідність».*



- *Суспільна тенденція: «Міста і територіальні громади дедалі частіше потрапляють у фінансову скруту».*
- *Нагальний привід: «Інцидент на атомній станції».*
- *Абстрактні теми: «Життя в епоху відновлюваних джерел енергії».*



Через те що головний принцип документалістики — «все можливо!», а «червоною ниткою» не обов'язково має бути цілісна історія, автори повинні стежити за тим, щоб стилістичні засоби захоплювали глядача і приковували його до фільму. Не слід нехтувати внутрішньою драматургією та бажаним меседжем автора.

На першому місці стоїть повідомлення інформації. Для цього факти і явища розглядаються в усіх подробицях та вставляються в ширший контекст. При цьому треба стежити за тим, щоб не перевантажити фільм. Існує значний ризик того, що автори занадто сильно захопляться фактами і знехтують при цьому елементами кінематографії. Для успіху також важливі пасажі без тексту, які супроводжуються шумами або музикою. Глядачеві завжди потрібні невеликі «перепочинки». Документальні фільми часто підлягають модним тенденціям. «Репортер в онлайні» — популярний варіант. У ньому автор працює як представник глядача. Він пропонує якусь тему, ставить питання і потім вирушає на пошуки відповідей. Це та тенденція, яка може завести в химерне, абсурдне чи морально сумнівне. Наприклад, часто йдеться про самоексперименти авторів, які переступають межі, коли документують на плівку свою фізичну деградацію через вживання наркотиків, алкоголю або шкідливих продуктів. Документалістика претендує на об'єктивність та фактологічність. Вона працює з усіма наявними джерелами: відео- і звукозаписами, інтерв'ю, архівними кадрами, витяги зі справ, фотографіями, графікою та анімацією. Не випадково поняття документалістики містить слово «документ». Істотна ознака цього жанру — надзвичайно ретельне дослідження. В документалістиці знаходить своє відображення систематичне порівняння тверджень та контртверджень.



Не втрачайте з поля зору головні тези документації!

Візуальний стандарт документації відіграє наразі головну роль. Тому часто в кінематографічне оформлення документального фільму продюсери вкладають величезні зусилля та фінансові ресурси. До того ж використовуються камери, які зазвичай застосовуються лише в кінопродукції. Документи та фотографії зазнають оптичного опрацювання, щоб уникнути враження нерухомих зображень. І насамкінець, часто використовується високоякісна комп'ютерна анімація, покликана вразити глядача. Цей жанр уже не може дозволити собі драматургічну байдужість і нудьгу. Тому наративна форма документації також змінилася з суто пояснювальної на орієнтовану на переживання. Останнім часом на німецькому телевізійному ландшафті вкоренилися як самостій-

ні гібридні жанри документалістики різні варіанти (див. також підрозділ 4.8), наприклад документальне «мило» та документальна драма. Дослідницька робота при виробництві документації — досить складна справа. Спочатку треба чітко визначити тези. Чи правильні основні положення? Чи потрібно скоригувати, чи виправити якісь нюанси? Фільм зароджується значною мірою у свідомості автора. Він міркує про можливі початки та завершення. Автор проєктує окремі епізоди, створює переходи, можливо, навіть малює дошку розкадрувань у ключових сценах, і нарешті пише графік знімання. Якщо в теорії все виглядає просто, то на практиці все по-іншому. Адже концепція документального твору — це завжди суміш з планування, відкидання варіантів, переосмислення та переставляння. Концепція, що з'являється за письмовим столом, на початку відкрита до всього. І саме в цьому криється складність: часто дослідження виводять на незліченну кількість окремих моментів і підходів. У цій ситуації важливо не загубитися в деталях. Інакше досить велика ймовірність того, що фільм буде перевантажений неістотними подробицями. Знову і знову авторові доводиться перевіряти, який саме контент підтримує червону нитку та бажаний меседж. Чи існує достатньо візуальних підтверджень для розвитку тез? Чи враховані і збалансовані всі позиції з обраної теми? І нарешті, йдеться про те, щоб відмежувати змісти, які можна реалізувати, від тих, які реалізувати неможливо. Потрібно знайти головних героїв та розмовників для інтерв'ю і переконати їх розповісти все на камеру. Брак дозволів на знімання може позбавити сюжет важливих візуальних доказів, які документальний фільм потребує для розвитку своєї драматургії.

У документальному фільмі автор збирається розкрити тему «Порожні бюджети в громадах». Після інтенсивних досліджень центральні тези — такі:

- *Багато громад самі винні, бо вони проводили ризиковані фінансові операції.*
- *Своїми рішеннями федеральний центр створює для міст дедалі більше фінансових проблем.*
- *Ситуація муніципалітетів стає катастрофічною.*
- *Усі відчайдушно шукують шляхи виходу з дилеми.*

Берлін, Дюссельдорф та невеличке село в Нижній Саксонії мають стати локаціями для знімання. Кожна з цих громад має різну ситуацію і тому збалансовано відображає різноманітність теми. Берлін має великі борги, бере участь у спекулятивних лізингових операціях, становить осередок одержувачів соціальної допомоги «Hartz IV», а також це культурний центр Німеччини. Дюссельдорф — місто з жорсткою програмою економії. Для того щоб зберегти статус міста без боргів, досягнутий кілька років тому, і не розтратити накопичених заощаджень, місто планує збільшити податкові надходження, скоротити витрати та продати землю. З іншого боку, місто одночасно відновило інвестиції в культуру, мистецтво та освіту. А невеличке село вперше і без



*власної провини змушене було взяти кредит, бо вже не могло впо-
ратися з поточними витратами. Як розмовників планується за-
просити голів Асоціації міст Німеччини, а також представників
федерального уряду та незалежних експертів.*

Сильний початок дуже важливий для будь-якого фільму. Він визначає, чи продовжить глядач його дивитися. При цьому глядач повинен зрозуміти центральну тему. Одночасно слід пообіцяти йому щось захопливе та незвичайне. При цьому не можна перевантажувати початок фільму надлишком інформації або передчасно розкривати важливі деталі.



*Першу сцену про німечні громади можна було б зняти в яко-
мусь розваленому клубі у Берліні. В ньому танцюють і веселять-
ся гіпстери, навіть коли місто збанкрутувало. Записи голосів при
цьому мають відповідати сцені. Другий блок за своїм змістом —
це окреслення проблеми. В ньому глядачі бачать занедбані райо-
ни Берліна з усіма їх гранями.*

*В ідеальному разі початок фільму пробуджує інтерес, ви-
кликає питання та створює емоційне ставлення до теми. По-
тім ідуть центральні тези документації. Щодо Берліна, це може
бути той факт, що місто втратило мільйонні суми через ризико-
вані фінансові операції. Зміна «ігрового майданчика» змінює погляд
на тему. Село в Нижній Саксонії змушене взяти кредит без влас-
ної провини. Через пожежу в школі доводиться робити ремонт.
Але в місцевого голови немає в бюджеті коштів, щоб оплатити
послуги будівельної фірми. На кількох прикладах з'ясовується,
що це передовсім вимоги федерального уряду, які перекрили ки-
сень сільській громаді. Хороший доказ однієї з центральних тез.
А уривок інтерв'ю з представниками Асоціації міст Німеччини
містить підтвердження інших прикладів і тим самим підсилює
проблематику. У подальшому перебігу документального фільму
розповідається про ситуацію в Дюссельдорфі. Місто не має боргів
і водночас зазнає значного фінансового тиску. Податки ростуть,
а міську власність потрібно продавати. Потім автор ще кіль-
ка разів змінює локації. При цьому важливо, щоб у подальшому
перебігу існувала можливість для драматургічного загострення
фільму. Завдяки цьому фільм зберігає свою інтригу.*



*Поєднуйте змістовно між собою блоки, додавайте нові ас-
пекти та рухайте фільм через драматургічні загострення!*

У документації також є місце і для емоційних моментів. Лише тоді, коли до глядача звертаються на емоційному рівні, він готовий сприймати факти та іншу інформацію. Існує багато та-
ких елементів, які можуть зробити фільм привабливішим: несподі-
ванки, контрасти, парадокси, імпульси, що викликають ціка-
вість, хвилювання та гумор.



*Попри напружену ситуацію в Дюссельдорфі, кінець фільму
демонструє зусилля задля пошуку шляхів виходу з дилеми. Дюс-*

сельдорф інвестує в культуру. У селі громадяни організують вечір збору пожертв тощо. В кінці повинно стати зрозуміло, що центральні тези були висвітлені повно і з різнобічно. Глядач не мусять погоджуватися з висновками автора. Але завдяки документальному фільмові він повинен отримати ту кількість додаткової інформації, яка дозволить уявити повнішу картину подій.

Висновок. За належного планування в процесі роботи над документальним фільмом авторові не обов'язково самому бути присутнім під час усього знімання — хоча це і може бути бажаним. Цей спланований у найменших деталях робочий процес становить повну протилежність методам, які застосовуються в зніманні репортажу, коли йдеться про спонтанність та співпереживання. Відповідно, при зніманні документації камера більше міститься на штативі і вишукує «красиві» або «типові» кадри. Однак автор документального фільму вільний робити свій фільм жвавішим, вставляючи в нього репортажі.

Чек-лист: документалістика

- Можна обрати будь-яку тему.
- Тема стоїть на першому місці.
- Тема не обов'язково має бути якоюсь історієюУ документації формально дозволено все.
- Документація може містити елементи з усіх жанрів.
- Стрибки в часі та місці можливі будь-коли.
- Документацію можна спланувати за письмовим столом.
- Тривалість: приблизно від 30 до 90 хвилин.

4.6. Нарис

Нарис — це «химерний» жанр, який послуговується елементами документалістики, журнального сюжету, репортажу тощо. Первісно поняття нарису (feature) походить з американської рекламної індустрії. Ним позначали товари, які були особливо гарно оформлені і виставлені у вітрині магазину. Ідея полягала в тому, щоб зосередити увагу покупця на його основних якостях. Серед безлічі сенсів, характерних для англomовних країн, назву цього жанру телевізійної журналістської можна найближче описати як «виставити напоказ», «презентувати», «висунути на перший план» або «особливо відзначити».

Жанр нарису пропонує тележурналістам інструмент, за допомогою якого складний, абстрактний та незрозумілий предмет можна пояснити розважальним і водночас інформативним способом. У нарисі аналізуються підгрунття, факти та суха інформація про подію. Це означає, що нарис пояснює, інтерпретує, обговорює та оцінює. Різноманітність форм, індивідуальна драматургія, оригінальні візуальні ідеї та підходи, різні паралельні історії, використання музики, анімації та графіки чи інтерв'ю з головними героями та експертами створюють широкі зображувальні можливості, що робить нарис універсальною формою викладу. Нариси можуть перевищувати звичайну тривалість сюжетів і мати тривалість від 30 до 90 хвилин. З боку зображальних засобів вони особливо близькі до документалістики.



Нарис пропонує тележурналістові велику образотворчу свободу. Водночас не слід нехтувати драматургією твору.

Тема розглядається з різних поглядів і повністю підпорядковується індивідуальному почеркові автора. Водночас така свобода часто призводить до непорозумінь у редакціях та безцільних блукань. Заклики щодо сміливішого використання засобів нарису в телевізійних сюжетах часто призводять до безглузвих стилістичних помилок, які обертаються проти первісного меседжу автора. Тож час від часу, коли говорять про журналістський нарис, все ще відчувається певний присмак зневаги. Тому тележурналіст повинен частенько відсторонюватися і перевіряти, чи відповідає його підхід до теми зображальним засобам нарису.



Темою фільму має стати рентабельність та екологічність видобутку солі в Німеччині. Якщо автор вирішить скористатися жанром репортажу, то, можливо, він обере такий вступ: Гігантська фреза врізається в масив на 200-метровій глибині. Розтріскується порода, здіймається курява, і шахтар явно насолоджується своєю роботою.

Якщо автор вирішить зняти нарис, то початок може бути таким:

Анімація розрізає гірський масив і відкриває вид на геологічну формацію, яка містить сіль і схожа на швейцарський сир. Тисячі літрів розсолу течуть по кілометрових трубах до солеварні. Сіль видобувається шляхом випарювання і зрештою опиняється на сніданковому яйці. У цьому незвичайному вступі автор створює враження, ніби видобуток солі складний і дорогий — і все заради того, щоб посолити яйце. Звісно, у подальшому перебігу фільму ця суб'єктивну тезу необхідно перевірити.

Нарис — швидше суб'єктивний жанр. Зазвичай він присвячений особливості теми та висвітлює її: іноді аналітично і тверезо, іноді лірично та невимушено. Часто нариси — це поєднання елементів повідомлення та розповіді. Нерідко в них спочатку висувають загальні тези, а потім знаходять конкретні приклади на їх підтвердження («Гормони в м'ясі спричиняють захворювання — випадки з хлопчиками в пубертатному віці, в яких ростуть жіночі груди»). Часто поодинокий випадок виступає відправним пунктом для розгортання аргументації. Нариси також називають тематичними колажами або візуалізованими есеями. Як і в документалістиці, в нарисах завжди йдеться про підґрунтя, просвіту та орієнтацію глядача.

Чек-лист: нарис

- Нарис повинен висвітлювати суть, особливість, серцевину теми.
- Нарис живиться різноманітністю форм, індивідуальною драматургією, оригінальними зображальними ідеями та підходами.
- Нарис не має формальних меж. Однак нарис орієнтується на документалістику, репортаж та журнальний сюжет.
- Нарис виходить за межі об'єктивності.
- Глядача слід розважати та інформувати.
- Тривалість: приблизно від 30 до 90 хвилин. Короткі форми можуть бути лише три-п'ятихвилинним.

4.7. Документальне «мило» (Docusoap)

Злиття документальної журналістики та вигаданої, інсценізованої серіальної драматургії зробило «докумило» одним із найпоширеніших та найбагатогранніших жанрів телебачення. Воно стало невід'язною частиною програмного планування суспільних і приватних мовників. Документальне мило — результат кількох тенденцій: прагнення до серіального виробництва, пошуку впізнаваних форматів, пробудженого інтересу та зростання вуаеризму за людьми «такими, як ти і я». Хоча документальному милу всього кілька років, воно вже ввело у програми телеканалів незліченну кількість людей і локацій: від новонароджених до зірок естради та топмоделей, від Репербану (*вулиця «червоних ліхтарів» у Гамбурзі. — Прим. перекл.*) до великого аеропорту. Від arte до RTL II відбувається розвиток різних стилів та почерків. Діапазон докумила варіюється від простого спостереження до поставленої за написаним сценарієм «фейк-серії». Зміст та технічна якість іноді опускаються нижче від етерних критеріїв, а інколи досягають рівня премії Греммі. Попри всю різноманітність, журналіст Фрітц Вольф досить давно спробував дати означення «класичного» докумила, яке зберігає свою актуальність і по сьогодні: «Документальне мило — це свідомо запитуване поєднання документальної розповіді та серіальної драматургії, яке було розроблене у звичайних серіалах. Воно зосереджується на кількох дійових особах, а не на одній людині, як це часто буває в класичних документальних фільмах. Їхні історії часто монтуються і розповідаються паралельно — аж до клаптикового стилю оповіді. Окремі сюжетні лінії вбудовуються в драматургійні поля напрути. Застосовуються напружені незавершені кінцівки, щоб зацікавити в перегляді наступної серії. Історії часто йдуть за драматургією подій, за послідовною зміною кульмінацій» (Wolf 2003, 95).



Через документальне мило можна транспортувати журналістський контент. Форма викладу використовує світ переживань головних героїв. Але будьте обережні: межі цілковитого інсценування документального мила плинні.

Межі журналістики — навіть досить широкі — щонайпізніше будуть перейдені тоді, коли докумило буде повністю інсценованим. Відомі формати, такі як «Суддя Барбара Салеш» (SAT1, 1999 по 2012 рр.), «Ленсен і партнери» (SAT1, 2003 по 2009 рр.) чи «Берлін — день і ніч» (RTL II, з 2011 р.) і аж до «Patchwork Family» (Зведена сім'я) (SAT1, з 2013 р.) знімаються за сценаріями та з акторами-аматорами, які пройшли кастинг. При зніманні використовуються такі автентичні на вигляд елементи, як розмиті номерні знаки, хитання камери, довгі плани, навмисні технічні дефекти матеріалу. От тільки діалоги кострубатіші, ніж у реальному житті.

Повністю інсценізоване докемило також називають постановною реальністю (scripted reality), сценічною документалістикою (script-docu) або псевдодokumentальним милом.



Журналістське документальне мило можна розділити на чотири типи (опускаючи формати постановної реальності, див. Witzke and Rothaus 2003, 313):

1. Документальне мило, орієнтоване на типажі. Групу споріднених героїв супроводжують протягом певного часу.

Ще з 1991 року телеканал WDR мав у своїй програмі серіал Ути Діль «Фусбройхи — єдиний справжній сімейний серіал». У центрі уваги була кельнська робітничка родина, разом з подругою сина, золотим ланцюжком, зачіскою «мініплі» та мерседесом «бей-бі-бенц» на вкорочених пружинах. На каналі вийшло дев'яносто епізодів місцевого кельнського колориту, які тепер вважаються найпершим попередником німецького документального мила — навіть якщо тоді такого терміна ще не існувало.



2. Докумило, орієнтоване на певну тему. На основі теми шукають відповідних головних героїв, яких супроводжує знімальна група.

«До побачення Німеччина — емігранти» (VOX, з 2006 р.). Тема документального мила — переживання та досвід людей, які збираються залишити Німеччину або вже виїхали з неї. Для цього продюсери шукають головних героїв, які збираються виїхати з Німеччини, і документують весь процес еміграції.



3. Докумило «на основі місця». Супроводжують кількох головних героїв зі спільною пов'язаністю на основі місця.

Уже пройшло понад півтора десятиліття, і все ж «Франкфуртський аеропорт» (ZDF, 1999 р.) залишається класичним прикладом докумила, прив'язаним до певного місця. В аеропорту в понад 20 епізодах розповідаються різні історії з багатьма головними героями.



4. «Сконструйоване» докумило. Після індивідуального кастингу головні герої поміщаються в інсценувані обставини. Там вони стикаються з різними ситуаціями, в певному сенсі над ними ставлять експеримент.

«Кам'яний вік: експеримент. Життя, як 5000 років тому» (ZDF, 2007). Дві сім'ї живуть два місяці в достовірно реконструйованому маленькому селі з будинками на палях у лісовій місцевості в Баден-Вюртемберзі за найпримітивніших умов кам'яної доби. У чотирисерійному докумилі зображені випробування та конфлікти між людьми.



Звісно, серед представлених типів документа є змішані форми та плавні переходи. Однак безперечно, що залежно від того, який пріоритет вибирає автор та яка модель документального мила використовується, створюються абсолютно різні фільми.



Документальне мило про лікарню може мати такі форми (див. Witzke і Rothaus 2003, 315):

Дотримуючись «орієнтованого на типаж» підходу, у лікарні потрібно знайти групу, що якомога частіше працює в одній зміні, об'єднує різні персонажі та з самого початку обіцяє проявити сильні міжлюдські контрасти. Якщо дотримуватися підходу, орієнтованого на тему, то тоді слід зібрати, скажімо, в кардіологічному відділі лікарні, приклади кількох пацієнтів, серед яких ті, що мають добрі шанси на одужання, і ті, в кого ці шанси погані. Якщо дотримуватися «локального» підходу, то потрібно шукати якомога більше цікавих людей, які виконують різні ролі в лікарні: завгоспа, що хотів би стати лікарем; пацієнта, якого ніхто не відвідує; медсестру, що прагне підвищення; заблукалого відвідувача. Якщо дотримуватися «сконструйованого» підходу, то варто послати на безлюдний тропічний острів, який кишить зміями, весь колектив лікарні, давши їм лише комплект першої допомоги.

Попри різні варіанти документального мила, є спільні риси, які зазвичай характеризують весь виробничий процес:

1. У центрі уваги завжди головні герої. А що основні особи відіграють велику роль, то виробники документа дуже серйозно ставляться до їх добору. Частина майбутніх «героїв» проходить жорсткий кастинг. Головні герої документального мила повинні бути особливими: характерні типажі, виразні, з високим потенціалом ідентифікації. Вони повинні мати справу з іншими людьми, адже це веде до діалогів. Вони повинні обов'язково хотіти щось зробити або чогось досягти, бажано всупереч обставинам. Це створює конфлікти, які можна використати в драматургії.



Можливі головні герої: одинак, який шукає подругу; поліціант, що переслідує вбивцю, тощо.

2. У документалі йдеться про обмежені в часі та просторі події реального життя.
3. Документальне мило іде за хронологічним, лінійним розвитком. Це створює єдиний просторово-часовий континуум.
4. В ідеальному разі необхідна для дії драматургія виникає із самої події.

Згідно з драматургічними канонами, серії документа мають експозицію, зав'язку, кульмінацію і розв'язку. В документалі люблять використовувати так звані відкриті розв'язки (*Cliffhanger*), покли-

кані створювати напружене очікування наступних подій наприкінці серії або перед перервами на рекламу. Для того, хто працює в жанрі документа, потрібно вирішити, що для нього прийнятне. З погляду журналістики фраза «розрізнення справжнього та фальшивого вже не має значення» проблематична. Зрештою, частина самоусвідомлення журналіста — переконання, що не можна обманювати глядача. Для журналіста цікаві, наприклад, щоденні спостереження та поставлення експериментів, які слугують поповненню знань глядачів, і в яких емоції головних героїв не знецінюються до вуаеристичних ефектів.

Чек-лист: документа

- Документальне мило — це злиття документальної журналістики та вигаданої, інсценізованої серіальної драматургії.
- Межа між журналістським документом та інсценізованою постановною реальністю плинна.
- Документа має характер серіалів з впізнаваними головними героями.
- Часто документа — це спостереження за «звичайними» людьми у виняткових обставинах.
- Документа фокусується на чіткому розставленні головних героїв, щоб полегшити глядачеві ідентифікацію персонажів.
- Визначальна риса документа — невелика кількість тексту. Переважають зображення та діалоги.
- Тривалість однієї серії — від 45 до 90 хвилин.

4.8. Екскурс: документальний фільм

Подібно до нарису, такий жанр тележурналістики, як документальний фільм не можна описати однією простою дефініцією. Річ у тому, що під жодною іншою вивіскою не вироблено стільки різних кінопродуктів. Є документальні фільми, які годинами показують сплячого; є документальні фільми, в яких актор читає текст, і більше нічого не відбувається; є документальні фільми, скомпільовані з фрагментів художніх фільмів та зображень камер спостереження; є документальні фільми, дуже схожі на репортажні, і такі, що не сильно відрізняються від класичної документалістики. Документальні фільми доступні в усіх варіаціях: автентичні, постановні, з широким або вузьким тематичним спектром. Від надзвичайно формального самообмеження до майже будь-якої есеїстичної широти — у документальному фільмі все можливе. У

ньому не йдеться ні про жорстку фіксацію на конкретній темі, ні про конкретні методи:

«Термін документальний фільм зазвичай використовується в дискусії для розмежування як судження про якість, а не як родове поняття, що означає єдиний жанр. За самовизначенням режисерів-документалістів їхні твори — це художні спроби розібратися з реальністю, яку не може бути вся на копил, та які значною мірою пручаються категоризації. До цього додається претензія на сприяння глибшому пізнанню (...)» (Witzke і Rothaus 2010, 77).



Поняття «творче ставлення до реальності» (creative treatment of actuality) — вочевидь найменший спільний знаменник, до якого можна звести документальний фільм.

Ця спроба пояснення походить від британця Джона Грісона (1898 — 1972), якого можна віднести до числа піонерів документального фільму. Акцент на художньому як на характеристиці документального фільму неминуче приводить до роздумів про те, яку роль грають автор, його суб'єктивне сприйняття та вплив на основну ідею журналістики — розповідати реалістично, об'єктивно та доказово. Типове для цього питання — те, що режисери документальних фільмів, через свою індивідуальність, не можуть домовитися про загальну лінію, чого вони хочуть досягти своїми творами. Кінопродюсер Томас Шадт визнає цю суперечність і визнає за авторами документальних фільмів право та обов'язок бути почутими, не применшуючи при цьому спостереження:

«Документальний фільм живе з того, що режисер показує себе, утверджується, але не переоцінює себе. Вміти підпорядкувати власну суб'єктивність, тобто стояти разом з людьми, але не біля них, при цьому не тиснути на них, не гнітити або навіть «гвалтувати» — це один з найважливіших аспектів документалістської (а як на мене, то й журналістської) діяльності. Лише той, хто спроможний відступити на задній план, зможе виявити автентичне в іншому і за певних умов зафіксувати його на камеру. Цей подвійний суб'єктивний фактор — ось те, що зазвичай називають особистим почерком режисера. Це те, що робить чи має зробити його неповторним, таким, якого не можна скопіювати» (Schadt 2012, 38 f.).

Тому стає зрозуміло, що документальний фільм також заходить у напружені стосунки з вимогами замовника. Великі телекомпанії оптимізують свої програмні слоти, форматуючи контент. Їм ідеться про впізнавані програми. Матеріал обробляють і презентують за визначеними схемами. В цьому процесі автор як індивідуальність або навіть як митець втрачає значення. Цей конфлікт стає особливо зрозумілим, коли ознайомишся з поясненнями Фріца Вольфа в його дослідженні про значущість документалістської роботи на телебаченні:

«Документальний фільм як опозиційний жанр — політичний та естетичний, зі своїм темпом та емоційним враженням, неформатований, ексклюзивний продукт автора — з такої перспективи часто ведеться дискусія навколо цього жанру. Документальний фільм принаймні для його шанувальників, — це територія просвіти і місце естетичної норавливості» (Wolf 2003, 94).

Чек-лист: документальний фільм

- Документальний фільм не знає меж художнього втілення.
- Документальним фільмом керують художня воля та індивідуальний бажаний меседж автора.
- Документальний фільм вимагає готовності до суб'єктивності автора без придушення суб'єктивності іншої людини (головного героя, сюжету).
- Тенденція до форматування журналістських жанрів зазвичай суперечить характерові документального фільму.
- Документальні фільми — один з найдовших жанрів журналістики. За цим критерієм також можливо все — від 30 хвилин до кількох годин.

4.9. Іронічний коментар

Іронічний коментар — це один з найскладніших і найтворчіших жанрів тележурналістики. Йдеться про гумор — і, як відомо, він не в усіх однаковий. Додайте до цього іронію та сатиру — і тут також можна потрапити на тонкий лід. Іронічний коментар рідко буває довший від двох хвилин. На телебаченні — на відміну від радіо — не тільки текст має бути внутрішньо узгодженим та оригінальним. Тут особливе значення має поєднання тексту, прямої мови та зображення.

Іронічний коментар на телебаченні — надзвичайно суб'єктивний жанр. Тому від автора вимагаються широкі знання з тієї чи іншої теми. Лише тоді він в підкреслено полемічним способом зможе зайняти позицію щодо актуальних чи релевантних подій.

Важливий елемент іронічного коментаря — його «перчинка». Весь сюжет зводиться до цього. Вся конструкція іронічного коментаря повинна слугувати меті здивувати глядача «перчинкою» і ошелешити його різким розворотом того, що було зображене ра-



ніше. З цією метою автор впродовж усього коментаря посилює напругу, приховуючи, наприклад, свою справжню думку і перебільшено аргументуючи контраргументами. Найкраще авторові вдається впевнено влучити в ціль своєю «перчинкою», коли він дуже добре поінформований про тему іронічного коментаря. Цей момент часто недооцінюють. Тільки після ретельного дослідження та за достатніх фахових знань можна створити успішний іронічний коментар.



У журналістському сенсі бюджетні дебати в Бундестазі можуть стати іронічним коментарем. Завдяки «нарізці» з вирваних з контексту клаптиків виступів депутатів сенс сказаного зазнає комічного спотворення. З епізодичними уточнювальними реченнями в тексті це враження можна ще більше посилити. При цьому можна використовувати майже всі способи: атаку, цинізм, відчуження, комізм, гротеск, перебільшення тощо. Цей намір може досягти успіху, лише якщо автор — експерт з цього питання.

Автор іронічного коментаря мусить пам'ятати, що він не може висвітлити всі важливі аспекти. Навпаки, йому варто обмежитися одним, який і зробити своїм «коником». Інакше коментар може швидко заплутати глядача. Автор іронічного коментаря цілком може припустити, що аудиторія вже має певні попередні знання. Проте важливо, щоб журналіст давав змістовні орієнтири для тих глядачів, які мають лише рудиментарні знання з відповідної теми. Так він забезпечує їм необхідне орієнтування.



Бажано, щоб тема коментаря була обмежена одним аспектом. Автор може наблизитися до нього всіма зображальними засобами.

Іронічний коментар може, наприклад, містити анімацію, анімовані малюнки, комікси, графіку, накладення шрифту, уповільнене знімання, нерухомі зображення, музику, звукові ефекти, текстові накладки, твердження та багато іншого. Межі іронічного коментаря закінчуються там, де починається неправда. Особливість іронічного коментаря — його проста мова. Тут місце не для витончених, переповнених сенсами формулювань, а для добре продуманого, простого жартівливого слова. Важливо, щоб автор дотримувався обраного ним усталеного стилю викладу. Якщо він вирішив вдатися до стилю з двозначними натяками і хитринкою, то вже не може мимохіть переходити на діловий стиль. Глядач в іронічному коментарі мусить безперешкодно довіритися позиції автора. Для тележурналів іронічні коментарі можуть бути освіжним елементом. Але той, хто наважиться на формат іронічного коментаря на телебаченні, неодмінно переживе певне розчарування. Не кожен іронічний коментар спрацьовує. Інколи доводиться витримувати шквал критики. Вразливих місць для критики достатньо, адже гумор — це завжди щось суб'єктивне.

Чек-лист: іронічний коментар

- Визначальний для іронічного коментаря є індивідуальний стиль тексту та знімання автора.
- Автор вільний у виборі зображальних інструментів.
- Саме суб'єктивна оцінка автора — визначальна ознака іронічного коментаря.
- Ґрунтовне знання теми — обов'язкова вимога.
- Гра з іронією та сарказмом може посилити іронічний коментар.
- Тривалість: зазвичай до двох-чотирьох хвилин.

Вибір жанру в тележурналістиці залежить не лише від теми. Часто жанр визначають позиціонування телевізійних каналів, стилістичний напрямок форматів мовлення, уподобання редакції або просто місце в програмній лінійці.

Існують різноманітні журналістські жанри, такі як новини у фільмі, кореспонденція, журнальний сюжет, репортаж, документація або нарис на межі з інсценізацією. Тому важливо перед початком роботи мати чітке уявлення щодо жанру.

Чек-лист: жанри

- З'ясувати, для якого формату, якої передачі чи якого типу мовлення треба виготовити сюжет.
- Врахувати вимоги редакції стосовно жанру.
- Перевірити, чи тема не допускає використання певних жанрів.
- Перевірити, чи тема особливо підходить для якого-сь жанру.
- Перевірити, чи достатньо часу на підготування (дослідження, планування, пошук головних героїв, кастинг тощо) для обраного жанру.
- Перевірити, чи «спрацюють» головні герої у вибраному жанрі (репортажі, документації, кореспонденції тощо).
- Перевірити, чи знадобляться крім відзнятого матеріалу додаткові зображальні засоби (графіка, музика, анімація тощо).

5. **Наживо — журналіст перед камерою**

5.1. **Модерування**

Функції. Модератори надають додаткову інформацію та факти. Вони повинні орієнтувати і вести глядача. Проте модератор може час від часу вносити в передачу своє суб'єктивне бачення та думку, не виходячи за межі фактичного. Факти, інтерпретації та додаткову інформацію повинен сформулювати та упорядкувати модератор так, щоб вони привертали увагу багатьох глядачів. Він повинен встановити зв'язок між ними та журналістським контентом. Крім того, модератор бере на себе важливу роль «рупора» як представника аудиторії. Ця функція особливо важлива в інтерв'ю та ток-шоу. Тому модератор повинен керуватися не тільки власними інтересами. Навпаки, він завжди мусить враховувати очікування своєї аудиторії. Так він може задовольнити її цікавість. А ще модератор повинен спробувати викликати напруження: він повинен зацікавити аудиторію, повести її за собою, по-справжньому захопити і зачарувати.



Модерування означає, що за короткий час необхідно чітко сформулювати змісти і завоювати увагу та відданість аудиторії, не дуже забігаючи при цьому наперед.

Успішні модератори ніколи не втрачають ось цей зв'язок з аудиторією і водночас виходять за межі завчених прохідних мовних шаблонів і форм викладу. Вони стають брендом для телеканалу і для передачі, яку ведуть.

Модератор завжди також трохи продавець журналістського продукту. Він прагне залучити публіку до перегляду наступної передачі. Тому йому завжди потрібно більше знати про тему та сюжет, аніж він може показати це у своїх текстах. Тільки тоді він буде в змозі виступати як надійний інформаційний посередник та реагувати на промахи чи на поточні зміни обставин. У цьому сенсі модератори часто звертаються до власного досвіду. Цей спосіб робить модерацію автентичною. Але будьте обережні: якщо такий «досвід» — просто вигаданий текст, то це швидко позбавляє модератора достовірності.

Цілі модерування

- Створити приємну атмосферу.
- Зацікавити аудиторію сюжетами
- Не повідомляти наперед найважливіші меседжі сюжетів.
- Загострювати увагу на суті.
- Показувати суперечливі думки, але результат має бути відкритим.
- В окремих випадках висловлювати свою думку.
- Працювати на уявний інтерес аудиторії.
- Дати телеканалові та передачі «обличчя», тобто бренд.

Модерація виглядатиме переконливіше, якщо в ній буде використовуватися проста мова та поєднуюватимуться журналістський контент і розважальні елементи.



Тому лише правдива інформація виконує одну з найважливіших функцій модерації, а саме формування в аудиторії розуміння та довіри. Це, своєю чергою, створює для модератора основу для того, щоб залучати свою аудиторію та вести її від однієї теми до іншої. Модерація повинна в будь-якому разі забезпечувати нейтральний перехід між окремими сюжетами. Однак часто йдеться також про те, щоб емоційно перемкнути глядача. Наприклад, після сюжету про аварію необхідно забезпечити плавний підвід до сюжету про народне свято (див. також підрозділ 5.4).

Функції модератора

- Вести глядача через передачу.
- Інформувати про взаємопов'язаність (контекст) подій.
- Передавати інформацію.
- Бути «рупором» глядачів під час інтерв'ю та дискусій.
- Сприяти нейтральним та/або емоційним переходам між сюжетами.
- Викликати цікавість.
- Створювати напруженість.
- Забезпечувати розуміння.
- Надавати необхідну пояснювальну інформацію.

5.2. Структура і зміст модерації

Під час підготування до модерації редактори часто стикаються з двома проблемами: по-перше, тексти повинні бути зрозумілими на слух, сприйматись як усні та не зачитуватись у писаному стилі. А по-друге, щільність інформації не повинна бути занадто високою. Часто підводки виглядають перевантаженими, коли модератор намагається вмістити у своєму тексті занадто багато фактів і додаткової інформації. Нагромадження інформації погано сприймається на слух і не залишає місця для того, щоб зробити сюжет «смачним». А ще зростає ризик того, що під час модерації буде заздалегідь перелічено багато фактів, інформації чи змістів. Таке забігання наперед можна як виняток використовувати під час модерації тільки тоді, коли воно забезпечує краще розуміння суті і загострює увагу на дійсно важливому. Якщо модератор уже в першому реченні повідомляє наперед результат, то може статися, що глядачі більше не звертатимуть уваги на подальшу інформацію. Наступна модерація страждає насамперед від високої щільності інформації. Через це багато інформації повідомляється вже наперед. Крім того, в такій модерації робиться недостатньо зусиль, щоб залучити глядача та звернутися, скажімо, до загальновідомих фактів.



«15 кілометрів тягнеться панорамний маршрут, який проходить через регіон Берхтесгаден. І хоча проїзд на висоту понад 1500 метрів дозволений лише після сплати п'яти євро дорожнього збору, Росфельдштрассе страждає. Вона кришиться під натиском туристів. Адже тисячі водіїв «Порше» та автокемперів люблять їздити тут не лише влітку». Але як показує нижченаведений приклад, менше фактів, загальніше звернення до аудиторії та чітке загострення під кінець сюжету набагато краще підходять для модерації: «Водії «Порше», автокемпери та пенсіонери люблять її — вулицю Росбергьоенштрассе в Берхтесгаденських Альпах. Але панорамний маршрут страждає від навали туристів. Попри дорожній збір, йому загрожує інфаркт».



Модерація не повинна керуватися принципом ліду, як це типово для новинної журналістики. Адже тоді найважливіше було б сказане вже на початку. Це може призвести до втрати інтриги та інтересу.

Існують різні моделі побудови модерації. У них є одне спільне правило: модерація має зосередитися на найважливішому — початку сюжету. Слушний спосіб для цього — «метод цільового речення». На відміну від принципу лід-речення (див. розділ 4.1, «Новини»), тут найважливіше не початок, а кінець. Початок модерації досить загальний, щоб, по змозі, звернутися до попередніх знань, життєвого оточення чи досвіду аудиторії. У дальших реченнях модерації тема поступово звужується, аж поки не ви-

кристалізується. Під кінець модерація підходить до суті. Увага загострюється на цільовому реченні.

Ведучі мають зафіксувати у своїй уяві перші слова або перший кадр сюжету і в подальшому загострювати на них свою модерацію.



У підводці слід загострити увагу на початку сюжету. Перші кадри фільму показують серед вагончиків циркову трупу. Артисти оточені кількома собаками і конями. Останні речення модерації можуть звучати так:



«Це життя заради свободи. Це боротьба за виживання. Але артисти цирку нічого не чули про захист тварин».

Це останнє речення модерації, націлене на сюжет, «посадження» на сюжет, має визначати всю модерацію. «Посадження» захоплює глядача і поєднує підвід і сюжет. Отже, не забігаючи наперед, модерація може скористатися якимось аспектом сюжету як вивіскою. Цей принцип називається «риторичним розставленням» або «методом цільового речення».

Входити в модерацію варто з «вивіскою», яка «підхоплює» аудиторію. Після цього йдуть аргументи-підводки, обґрунтування та додаткова інформація, які поступово зосереджуються на суті та підводять глядача до початку сюжету.



Успішний підвід виглядає як ланцюжок, ланки якого пов'язані між собою. У нього немає розривів. Він суцільний. Перше речення з'єднує контент, модератора та глядача. Модерація підводить до конкретної події і в останньому реченні закликає до перегляду сюжету.

«Вивіска». Існують різні варіанти привертання уваги аудиторії. Наприклад, у модерації можна посилатися на щось загальновідоме та визнане. Ось чому часто доречні вступні речення, які підводять до теми якомога більше глядачів, як, наприклад, нижчеказаний підвід до сюжету про ліки.

«У наших сусідів у Нідерландах цей препарат ви можете спокійно придбати в супермаркеті. Якщо запитати про нього в Німеччині, то навіть фармацевти знизують плечима. У Німеччині багато ліків не сертифіковані...»



Звісно, модерація не може охопити всіх. І все ж автор завжди повинен намагатися нікого не вилучати. Для цього цілком придатні загальні фрази. Але вони не повинні бути надто банальними — наприклад, у футболі: «М'яч круглий...», «Ось одинадцять друзів...», «Зрештою виграє той, хто забиває...». Також ведучі повинні уникати «поглинання» глядачів: «Всі ми знаємо...» або «Адже ви точно знаєте...». Це стосується також зауважень, таких як: «Ви ж

знаєте...». Або ще гірше: «Адже ви вчора бачили...!» Такі фрази можуть призвести до того, що глядачі відчують себе вилученими.

Фокусування та заострення. Аргументи модерації повинні бути чіткими, узгодженими та логічними. Вони утворюють місток між вступом та закличним завершенням. Образно аргументацію або фокусування модерації можна описати як лійку. Крок за кроком факт за фактом, речення за реченням модерація звужується до кінцевої суті. Окремими аргументами можуть бути дані або факти. Їх слід сортувати. Занадто багато інформації перевантажують модерацію. Допускається також використання ведучим особистого досвіду. Але він не повинен при цьому нав'язувати себе глядачеві.

Мета і заклик. Завершення повинне впливати з уже сказаного. Кінець модерації — це точка, в якій проявляється результат. Прихована завершальна фраза будь-якої модерації повинна бути такою: «Ви повинні переглянути наступний сюжет!».

Хоча це не говориться прямо, але кінцеві речення можуть містити такий заклик. Останнє речення також можна сформулювати як тезу, якщо вона буде переконливо обґрунтована. Кінцеве речення також може завершувати модерацію у формі питання. Незалежно від того, яку форму обрано, мета завжди одна — переконати аудиторію.



«Будуть війни, заради яких жоден солдат не залишить казарми. За кібервійною спостерігає ...».

«Чи впаде Європа під борговим навантаженням? Матеріал журналіста ...»

Плин плану vs плин мовлення. Часто коштує великих зусиль, щоб чітко вийти на завершення модерації. А що все зводиться до останнього речення, то на нього слід звернути особливу увагу. Тому риторичне планування текстів ведучого — і це стосується не тільки модерації — починається з їх кінця. Якщо модерація планується саме так, ведучий може бути впевненим, що досягне цілі, яку він змістовно обрав для себе. Отже, перебіг плану протилежний до перебігу мовлення (пор. Wachtel, 2009).

Плин плану модерації	Плин мовлення модерації
Транспортний колапс на дорозі Росфельдштрасе	Водії «Порше» і автокемпери її люблять
Збитки від пошкодження дорожнього полотна вже сягають мільйона	Щодня тисячі туристичних автобусів та мотоциклів натужно піднімаються вгору
Хоча користування дорогою коштує щонайменше п'ять євро	І це попри те, що 15 кілометрів панорамного маршруту коштують щонайменше п'ять євро дорожнього збору

Щодня до 10 тис. автобусів, автомобілів і фургонів	Багато грошей — і все ж замало. Дорогу Росфельдштрассе в регіоні Берхтесгаден навряд чи щось врятує
Дуже популярний серед туристів	На найкрасивішому маршруті Німеччини може статися колапс. Матеріал журналіста...

Отже, текст у модерації начитується у зворотному порядку до спланованого перебігу. Це дозволяє модераторам «підхоплювати» аудиторію, створюючи настрій очікування і пробуджуючи цікавість. Потім вони ведуть аудиторію через зібрані аргументи до початкового запитання чи твердження, яке безпосередньо приєднується до початку наступного сюжету. Тому необхідно спочатку, ще до подальшого «сортування» змісту, чітко визначити, яким буде кінець. Через те що модерація будується за законами риторики, вона потребує загострення в кінці сюжету.

5.3. Типи модерації

Навіть якщо структура модерації взагалі завжди відповідає риторичному розставленню або принципіві цільового речення, існують різні моделі, які відкривають глядачеві доступ до теми і роблять сприйняття на слух максимально легким.

Модерація-підвід. Цей тип модерації починається з простого твердження, загального зауваження або нехитрої сентенції. Вони створюють спільну основу між глядачем та модератором: йдеться про щось загальновідоме і визнане — середовище, в якому глядач може легко зорієнтуватися. Після цього, речення за реченням, відбувається окреслення самої теми. Модерація стає дедалі конкретнішою і закінчується цільовим реченням.

«Куріння шкодить здоров'ю. Це написано на кожній пачці. Переконаливо розписується, які жахливі захворювання очікують курців. Проте декого ці попередження залишають абсолютно байдужими. Наприклад, Гельмута Шмідта: у колишнього канцлера була своя філософія поводження з сигаретою».

Ретроспективна модерація. Ця модель підходить, коли є новий розвиток теми, яка весь час повторюється. Вона містить інформацію, потрібну глядачеві для класифікації нових фактів. Модерація відразу переходить до суті. Вона будується на принципі: все, що відбулося досі.



«Сирія ніяк не заспокоїться. На початку тижня терорист-смертник скоїв напад на велелюдній ринковій площі в Дамаску. Тридцять п'ять людей загинуло. Вчора — реакція у відповідь урядових військ. Вони атакували базу повстанців поблизу Алеппо. Знову десятки загинув. І кілька хвилин тому інформаційні агенції повідомляють про нову ескалацію насильства».

Індуктивна модерація. Ця модерація починається з конкретного прикладу, який використовується для того, щоб потім вийти на загальний сюжет. Модерація, яка дотримується цієї моделі, яскрава та виразна.



«Йому лише 19 років — і попри це він мірило всього, що пов'язане з віндсерфінгом: біля острова Зюльт німецька зірка серфінгу Філіп Кестер збирається знову захищати титул чемпіона світу. Його екстремальні стрибки та швидкий темп приваблюють на узбережжя Північного моря тисячі шанувальників. У нього незліченна кількість наслідувачів, особливо серед молодих спортсменів. Вони випробовують і себе, і спорядження, часто за межами можливого».

Дедуктивна модерація. Дедуктивна модерація функціонує протилежно індуктивній. Вона починається із загального або абстрактного. Лише наприкінці вона виходить на конкретну подію, про яку потім повідомляється в сюжеті.



«Це гра справжніх чоловіків. На них добротний захисний одяг, носіння шолома обов'язкове. Іноді вони залюбки збивають одне одного з ніг — такі правила. Американський футбол знає лише одну мету — і заради неї майже всі засоби дозволені. Яйце повинно перетнути лінію на стороні поля супротивника. Якщо це вдається, маси бурхливо радіють. В Америці під час «Суперкубку» ціла нація впадає в екстаз. Учора знову це сталося, на фіналі в Лос-Анджелесі».

Контраверсійна модерація. Якщо навколо якоїсь теми стикаються протилежні думки, або якщо подальший сюжет стосується конфлікту, то доцільно застосувати контраверсійну модерацію. Модератор показує суперечку між різними сторонами, але питання про те, чим завершиться історія, залишає відкритим. Це зробить сам сюжет.



«Кому ж вона дістанеться, найвища посада в державі? Вже декілька місяців, як триває колотнеча за посаду наступника федерального президента. Щойно керівна коаліція витягла з капелюха одного кандидата, опозиція відповіла своєю кандидатурою. То пропонують жінку із заходу, то знову чоловіка зі сходу. Наразі боротьба переходить у новий раунд. Але є один фаворит».

Порівняльна модерація. Ця модель доцільна, якщо тема сюжету не вписується в життєвий досвід аудиторії. Модератор

намагається зацікавити глядачів темою сюжету обхідними шляхами. Наводячи порівняння з тим, що вже відомо глядачам, він переходить до власне теми сюжету.

Десятки тисяч людей заповнили вулиці Лондона, коли леді Ді вирушила до свого останнього місця спочинку. Море квітів супроводжувало принцесу. Горю і відчаю не було меж. Щось подібне сталося сьогодні в Брунеї. Там поховали сестру султана.



Збурлива модерація. Збурлива модерація починається з сильного першого речення. Воно повинно відразу ж потрапити у вухо. Глядач повинен прислухатися. Увагу можна захопити різними способами: цитатою, «перчинкою» або ж якимось спостереженням. На радіо цей метод відомий як «пастка для вуха» (ear catcher). Після такої «пастки для вуха» збурлива модерація поступово розгортається в напрямку власне теми.

«I lose all my evening (Весь вечір був для мене втрачений). Лотар Матеус втратив не тільки вечір. Він втратив також і самовладання. На трансляцію Ліги чемпіонів Матеуса запросили як експерта — чи все ж таки ні? Подробиці від...»



Модерація зі зміною напрямку. Ця модерація починається з несподіванки. Спочатку вона свідомо веде глядача в неправильному напрямку. Лише в останньому абзаці відбувається несподівана зміна напрямку до фактичної теми. Однак така зміна має бути логічно зрозумілою для глядача.

Під час сексу чоловіки зазнають пригнічення. Це чудово довели на рівні біології. На цю тему існують наукові дослідження. Принаймні, коли йдеться про іволгу. Цього пернатого якраз обрали пісенним птахом року.



5.4 Відводи (прикінцеві слова) та переходи

Відводи можна використовувати для поглиблення теми сюжету. Вони підсумовують або заокруглюють тему висновком. Якщо сюжет більше не актуальний або формально невдалий, у відводі можна спробувати внести ясність через додаткову інформацію або систематизацію. Однак ця форма модерації залишається винятком. Зазвичай журналістські сюжети повинні бути сконструйовані так, щоб вони не залишали жодного питання відкритим. Вдалий відвід майже непомітно просуває попередній сюжет на крок вперед. Тому вона має відштовхуватися від останнього кадру або останніх слів і намагатися створити переходи між окремими повідомленнями, інтерв'ю або блоками новин. Це особливо доцільно, коли йдеться про тематично пов'язані блоки.

Хороші переходи надають передачі структуру. Мета модератора має полягати в тому, щоб подати її не як набір окремих елементів, а як єдине ціле.



Структура елементів модерації головної теми «Терор у Мадриді» може виглядати так:

«Дві години тому кілька вибухів струсували столицю Іспанії. Невідомі підірвали три бомби біля центрального вокзалу. Очевидці повідомляють про багатьох загиблих і поранених. Свіжа інформація про терор у Мадриді: ...»

Далі йде сюжет про поточні події. Потім модератор переходить до наступного аспекту, а саме до повідомлення про ймовірних злочинців:

«Поліція проводить розслідування в усіх напрямках. Перші докази вже є. Стільниковий телефон з арабськими номерами лежав у смітнику біля вокзалу. Імовірно, бомби підірвано дистанційно. Про перші успіхи слідчих повідомляє ...»



Модераційні переходи виступають у ролі сполучної ланки між окремими сюжетами. Вони поєднують зміст, структурують передачу і рухають її вперед.

Складніші переходи між різними темами, які взагалі не мають між собою нічого спільного. У цих випадках створити зв'язок між ними через модерацію, який би не виглядав вимученим чи штучним, не завжди вдається.



Для переходу від портрета музиканта, який закінчується співом «І я заплющую свої очі ...» до сюжету про стрибки з трампліна модератор використав таке формулювання:

«Заплющити очі ... Улюблений спосіб зосередитися навіть при стрибках на лижах з трампліна. До старту «Турніру чотирьох трамплінів» репортаж кореспондента ...»



Модерація-відвід чи перехід повинна відштовхуватися як від попереднього сюжету, так і вести до наступної модерації-відводки. Якщо цього тематичного зв'язку між сюжетами не існує, від модераційного переходу слід відмовитися.

Модерації-відводи доцільні, коли, наприклад, тема сюжету зачіпає емоційно. Модератор може відповісти на неї спонтанною людською реакцією, щоб дати глядачеві деякий час, а потім обережно налаштувати його на наступну тему передачі. Щоразу трапляються теми, які, на перший погляд, видаються неправдоподібними. Тоді завдання модерації-відводи може полягати у тому, щоб зайвий раз підтвердити автентичність сюжету. Відповідно до гасла: «Те, що ви щойно бачили, дійсно так і було. Нічого награного». А ще відводи часто використовуються для того, щоб звернути увагу на сервіс, який глядачам надає редакція. Це може бути заклик зробити пожертвування або просто підказка, що додаткову інформацію можна знайти на інтернет-сторінці передачі. Те, як

модератор використовує відвід або перехід, безумовно, залежить від його особистості. Але і в цьому разі слід бути дуже обережним із розкутими виразами. Часто вони видаються вимученими або штучними. Такі фрази рідко пропонують глядачеві більше інформації чи розваги.

Чек-лист: структура модерації

Загальні поради

- уникайте порожніх фраз або стереотипів;
- вплітайте власну думку обережно;
- використовуйте власний досвід, якщо він автентичний.

Вступ

- продумайте аргументи модерації, починаючи з кінця;
- початок має бути доволі широким: «підхопіть» глядачів;
- спирайтеся на попередні знання аудиторії;
- враховуйте перші слова і перший кадр подальшого сюжету.

Аргументація

- фокусуйтеся на темі (відштовхуйтеся від відомого, загальне зауваження, твердження, мудрість, приказка);
- не вносьте занадто багато аспектів (фактів, цифр, даних);
- використовуйте аналогії (при абстрактних темах за допомогою порівнянь; створюйте близькість до життєвого середовища та досвіду глядачів);
- не висловлюйте думки, далекі від теми.

Завершення

- у завершальному реченні проведіть паралель з початком сюжету;
- не повідомляйте наперед інформацію, яка міститься в самому сюжеті;
- на завершення в цільовому реченні загостріть увагу на суті.

5.5. Стендап

Стендап — це виступ репортера або кореспондента перед камерою, вмонтований в сюжет або репортаж. Зазвичай він не довший за тридцять секунд. Для стендапу також підходить метод цільового речення, як і в модерації. Вступ повинен «підхопити» глядача та викликати його інтерес. Часто робиться короткий аналіз або узагальнення подій та фактів. А на завершення буде добре, якщо репортер загострить увагу на цільовому реченні. Часто це речення — принаймні попередній висновок щодо представленої теми сюжету. *Стендапи* мають сенс насамперед з чотирьох основних причин:

- 1. Оцінка ситуації.** Кореспондент упорядковує події та інформацію про обставу чи ситуацію та аналізує факти. Однак річ не в тому, щоб давати особисті оцінки, а в тому, щоб узагальнювати спостережувані події та робити з них висновки. В ідеальному разі сам автор був їх очевидцем.
- 2. Факти неможливо довести за допомогою зображень.** Кореспондент пояснює якісь важливі обставини, щодо яких нема аудіовізуальних підтверджень, наприклад, через те, що місця для знімання не були доступні журналістам або через те, що в інтерв'ю йому відмовили.
- 3. Передати настрій.** Кореспондент передає настрої та емоції під час певної події. При цьому він ділиться своїми власними спостереженнями.
- 4. Присутність на місці події.** Кореспондент використовує стендап, щоб довести, що канал з власними журналістами присутній на місці події. Для глядача це створює прив'язку до добре знайомих облич, і завдяки цьому підвищується достовірність повідомлення.

Зазвичай репортерський стендап завершує сюжет. Однак інколи стендап використовуються і в середині. Це доцільно робити в тому разі, коли репортер, говорячи на камеру, хоче зробити перехід до нового змістовного аспекту або до іншого місця дії. У такому разі, крім транспортування змістовних аспектів, стендап виступає також модераційним переходом у межах одного сюжету. Стендап завжди знімають на місці події. Йдеться про документування присутності телеканалу. Але бути «в гущі» не означає, що репортер так занурюється в дію, що глядач уже перестає розпізнавати і сприймати його як об'єктивного кореспондента.



Протести проти пенсійної реформи. У цій ситуації репортер не повинен іти в групі демонстрантів і робити свій стендап. Цим він візуально стане частиною протестів. У такому разі краще місце для стендапу буде десь збоку. А на задньому плані буде видно, як проходять демонстранти.

5.6. Пряме включення

Прямі включення, відеоконференції або просто «включення» становлять для телеканалів та інформаційних порталів швидкий і автентичний спосіб вести мовлення безпосередньо з місця події. Кореспондента підключають прямо до студії і він розмовляє з модератором про поточні події. Така розмова часто ведеться наживо, тобто в прямому етері, і глядачі можуть спостерігати за нею без затримки в часі. Вона створює в глядачів відчуття максимально оперативного інформування. Завдяки технологіям мобільного передавання даних, таким як з'єднання через супутник або інтернет, такі включення стали можливими практично з будь-якого місця світу і стали, отже, важливим елементом інформаційних програм. Адже прямі включення відіграють важливу роль у боротьбі телеканалів за те, щоб першими показати новину на телеекранах, та в суперництві за лідерство у формуванні думок з інтернет-медіа, блогерами чи соціальними мережами. Жодний сюжет не знімеш і не змонтуєш так швидко, як кореспондент вийде в прямий етер, якщо в нього є для цього технічні можливості.

Дедалі частіше телевізійні канали використовують також безплатні сервіси відеотелефонії та систем відеоконференцій, таких як скайп, фейстайм від «Еппла», відеодзвінки з фейсбуку або гугл ганаутс (hangouts). Якість часто нижча, ніж зв'язок через супутник. Але невисока вартість та незначні технічні затрати, а також легкий доступ — причини, чому інформаційні редакції віддають перевагу цим технологіям.



Прямі включення практикують для того, щоб підтвердити оперативність і присутність. Однак прагнення редакцій новин створити в глядача відчуття присутності на місці події може стати і самоціллю, скажімо тоді, коли по суті не відбувається нічого нового.

Під час новин відбувається пряме включення кореспондента, який у відомстві федерального канцлера стежить за коаліційними переговорами про формування нового уряду. Проте на момент включення результатів ще немає. Нерідко в такій ситуації між модератором і кореспондентом відбувається обмін порожніми фразами і припущеннями: «Здається, справа рухається ..., з добре обізнаних кіл стало відомо ..., все вказує на те, що ...».



Звісно ж, треба робити прямі включення на певні теми, які мають інформаційний пріоритет, навіть коли поки що нема чого сказати про результат. Якщо мова йде про таку тему, як формування уряду, то для глядача вона достатньо важлива, щоб просто мати відчуття присутності. Але навіть в цьому разі не повинно йтися лише про те, щоб довести глядачеві, що телеканал цілодобово перебуває на місці подій. Навпаки, модератор і репортер му-

сять потурбуватися про те, щоб під час прямого включення глядач отримав більше інформації. Це завдання для обох. Модератор повинен так сформулювати свої питання, щоб кореспондент зміг відповідати, не ховаючись за порожні фрази, припущення чи спекуляції.

Підготування до прямого включення. Дуже важливо, особливо в «підвішених» ситуаціях, перед прямим включенням узгодити дії між редакцією та ведучим.



Що краще змістовне підготування, то конкретніше модератор зможе запитати, а репортер відповісти. Це дозволить максимально уникнути спекуляцій, гіпотез чи пророцтв.

Тому модератор і кореспондент незадовго до передачі зазвичай узгоджують між собою питання для прямого включення. Не завжди питання формулюються слово в слово, але вдається окреслити змістовні пріоритети теми. Тоді репортер на місці може підготуватися до відповідей, найкраще уклавши короткий список ключових слів. Це захистить його від неприємних сюрпризів під час прямого етеру. Однак буває, що модератори отримують нову інформацію від новинних агенцій безпосередньо перед прямим включенням. Тоді часто без підготування актуальні події вносяться в розмову з кореспондентом. Чітко відповідати в прямому етері на питання, яких ти заздалегідь не знав, уже само по собі досить складно. Ще складніше, коли ти підготувався до певних питань і вже склав собі в голові готові відповіді, і тут тебе ошелешують абсолютно іншим питанням. У цій ситуації необхідно виявити професіоналізм і самовладання. Зрештою, не можна показати, що тебе заскочили зненацька. Адже глядач помітить навіть побіжний, дещо збентежений погляд.



Якщо кореспондентові бракує інформації про нові події, він повинен максимально коротко їх згадати, а потім перейти до питань, які сам підготував. Спроби спонтанно розповісти щось про події, про які ти ще мало знаєш, майже завжди закінчуються невдачею.

Окрім змістовного підготування до прямого включення важливо також при виборі положення камери звертати увагу на задній план. Якщо він занадто домінуючий, є ризик того, що аудиторія більше зосередиться на подіях на задньому плані. Як результат, за певних обставин глядачі частково або повністю не зможуть стежити за тим, що розкажує кореспондент. Однак у глядача не повинно скластися враження, що кореспондент занадто далеко від епіцентру подій. Змістовне наповнення прямого включення повинно бути вмонтоване у візуальний ряд. При цьому, безумовно, слід враховувати обставу і передовсім аспекти безпеки. Адже щонайпізніше тоді, коли зі студії повідомлять, що через кілька хвилин почнеться пряма трансляція, репортер мусить зосере-

дитися на прямому включенні. В цей момент небезпеки, ризику чи інші завади відступають на задній план.

Зображення та звук під час прямого включення. Хороше підготування означає також, що кореспондент за кілька хвилин до початку трансляції вже стоїть перед камерою, щоб у режисера було достатньо часу дати операторові інструкції і знайти оптимальний формат кадру. Адже прямі включення в інформаційних програмах часто починаються зі «здвоєного формату», де модератор і кореспондент «дивляться» один на одного. Зображення з камери показує репортера та ведучого в так званому «розділеному екрані» (splitscreen). У цьому форматі особливо важливо правильно налаштувати кадрове вікно, щоб, приміром, голова репортера не виглядала більшою, ніж голова модератора. Через те що кореспондент спілкується безпосередньо з модератором, він повинен постійно підтримувати зоровий контакт із камерою, як до, так і після прямого включення. Адже він не знає, коли глядачі зможуть побачити його на своїх екранах. Часто режисер показує кореспондента на задньому плані на моніторі або піксельному екрані в студії, а модератор у цей час робить підвід до прямого ввімкнення. Зазвичай кореспондент чує поточний звук і команди режисера через невеличкі навушники (In-Ear Headset). Так званий звук «n мінус один» — це суміш програмного звуку, тобто переданого звуку, та командного звуку для зв'язку між режисером і кореспондентом. Мікрофони кореспондента приглушені. Тож він може чути вказівки режисера та запитання модератора. Проте його власні відповіді не транслюються. Адже це заважало б особливо тоді, коли звук надходив би в навушник із затримкою в часі, як це буває, наприклад, при трансляції через супутник. Затримка передавання аудіо- та відеосигналів залежить від різних факторів. Наприклад, тип опрацювання сигналу та шляхи його передавання можуть впливати на зсув у часі, який може становити дві-три секунди — як при переданні (кореспондент), так і при прийнятті сигналу (студія).

Затримка сигналу в прямих включеннях інколи призводить до неприємних павз між питанням модератора і відповіддю репортера. Тому досвідчені журналісти інколи починають відповідати ще до того, як модератор завершив питання.



5.7. Коментар

На телебаченні коментар використовують лише щодо особливо важливих або гострих тем. На відміну від інших жанрів журналістики, журналіст може висловити на камеру свою суб'єктивну думку, особисті оцінки та аналіз певної теми.



Коментар цілком свідомо повинен мати оцінний характер. Тут не треба «крутитися, як кішка навколо гарячої каші», а займати чітку позицію.

Зазвичай коментар на телебаченні не довший від однієї хвилини і тридцяти секунд. На кадрі видно лише коментатора. Візуальні доповнення на задньому плані, як це прийнято у вербальних повідомленнях, у коментарях не поширені. Коментар може бути частиною інформаційної передачі, журналу новин або навіть повідомлення про вибори. На телебаченні в ролі коментаторів виступають майже винятково головні редактори або керівники відділів, інколи — керівники редакцій або кореспонденти зі стажем. В інтернет-медіа жанр коментаря використовується або ж інтерпретується в різних модифікаціях. Так, наприклад, є відеоблоги журналістів, експертів, споживачів та багатьох інших акторів суспільного дискурсу з різною змістовною і технічною якістю.

Побудова коментаря. Існують різні способи побудови коментаря. Неодмінна умова — чітка і проста мова. Зокрема, у вирішальних питаннях, таких як висновки, твердження чи заклики, потрібне не майстерне формулювання, а чіткість твердження. Коментатор не повинен намагатися вразити своїми фаховими знаннями, а натомість максимально чітко звернутися до своєї аудиторії.



У коментарі варто орієнтуватися на класичну побудову виступу або модерації. Після вступу йдуть аргументи, обґрунтування та додаткова інформація, які потім закінчуються висновком або «перчинкою».

Глядач повинен чітко розуміти червону нитку коментатора впродовж усього коментаря. Тому журналістові слід зважувати і добирати свої міркування щодо обраної теми, уникати розгалуженої аргументації, а також відмовитися від незрозумілих метафор чи порожніх фраз, які можуть увести в оману. Важливо також, щоб вихідне становище і фактаж були чітко окреслені ще на початку коментаря. Лише тоді глядач зрозуміє, чого хоче коментатор. Наводяться аргументи, які висвітлюють тему з різних боків. При цьому вже стають зрозумілими позиція та особиста думка коментатора. В кінці коментаря іде висновок, який повинен спиратися на ланцюжок аргументації. Коментар можна побудувати і так. Якійсь тезі протиставляють протилежну. З цих двох різних

тез коментатор робить свій особистий висновок, до якого зводиться весь коментар. Останнє речення — квінтесенція. Воно повинне бути переконливим.

5.8. Телесуфлер або ключові слова

Багато журналістів та ведучих, коли стоять перед камерою, вважають за краще говорити добре сформовані тексти. Тексти для модерації завантажуються в телесуфлер безпосередньо перед виходом в етер. Після цього їх завжди можна вивести на екран, і в разі потреби модератор може побачити їх у камері. Можна навіть оперативно змінити текст. Переваги цього методу очевидні. Тексти можна чітко «хронометрувати», що важливо для планування програми. Зберігається зоровий контакт з глядачем. Модератор може почуватися впевнено. І все ж можуть виникнути проблеми. Телесуфлер — це техніка, а вона може вийти з ладу. Тоді за лічені секунди модератор мусить перелаштуватися на вільне мовлення. Нерідко саме в таких ситуаціях модератори, які покладаються на телесуфлера, починають затинатися. До того ж письмово сформульовані модерації, стендапи чи коментарі погано сприймаються на слух. Занадто довгі формулювання, надмір фактів та інформації перевантажують текст. Навіть якщо речення сформульовані граматично правильно, глядачеві буде важко зрозуміти їх з першого разу.

Альтернатива до зчитування — підготування текстів до вільного мовлення. Тут допоможе список ключових слів (скрипт), який забезпечить кращу орієнтацію і впевненість.



Робота з телесуфлером. Технічний принцип роботи телесуфлера загалом досить простий. Напівпрозоре дзеркало міститься перед об'єктивом камери. З боку камери дзеркало прозоре і має нейтральний колір. Натомість модератор дивиться на дзеркальну поверхню. Під дзеркалом встановлено монітор, який через комп'ютер з'єднаний з програмою опрацювання текстів та проєціює тексти. Однак монітор зазвичай недостатньо великий для відображення всього тексту модерації, який можна б було прочитати з кількох метрів відстані.



Телесуфлер.

Літери на дзеркалі зазвичай дуже великі, часто нема правильних розривів рядків та розділення слів. Тому іноді важко визначити павзи, поставити наголос і знайти кінці речення.

Чек-лист: використання телесуфлерів

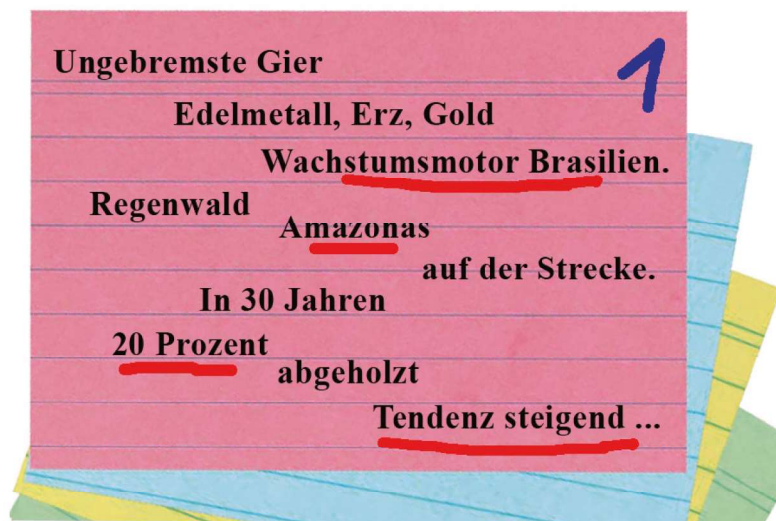
- Заздалегідь опрацюйте текст і схопіть його зміст. Обов'язково уникайте орфографічних помилок!
- Текст повинен також легко читатися здалеку.
- Відрегулюйте зображення тексту на дисплеї так, щоб уникнути несприятливих розривів рядків. У місцях змістових павз вставте порожні рядки.
- На зображенні в телесуфлері відмітьте паузи і наголоси.
- Уникайте «читального» стилю під час модерування.
- Тримайте під рукою надрукований текст.

Виступ зі скриптом. Модерувати, робити стендап чи коментар без допоміжних засобів та технічної підтримки — складне завдання. У вільному мовленні людина схильна відволікатися або втрачати нитку. Адже одночасне планування аргументів та оповідальне мовлення вимагає багато уваги. Під час виступу інколи це призводить до забування істотних моментів та до зміни заздалегідь спланованої послідовності.

Зазвичай вільне мовлення добре вдається тоді, коли під час говоріння ви подумки складаєте текст. Йдеться про одночасність мислення та мовлення.



Ведучі, які в момент говоріння думають, що вони говорять, посилюють свою автентичність та зрозумілість. Особливо це помітно в наголосах у тексті. Коли людина говорить вільно, вона розставляє наголоси адекватно — вже тому, що вона наголошує саме те слово, яке в процесі внутрішнього мислення було визначене як ключовий сенс речення.



Тезовий скрипт модераторії

Це визначає і павзи: змістові відрізки навколо наголосу вимовляються зазвичай «на одному диханні», з павзою до і після відрізка. У вільному мовленні ці змістові відрізки практично ніколи не перериваються. Ті, що утворюються таким способом, легко сприймаються на слух. І все ж спроби говорити «повністю вільно» здебільшого погано закінчуються. Без ключових тез існує небезпека того, що модератор завчить свій текст напам'ять. А це може призвести до втрати природності та автентичності. Тому, хто прагне правдоподібно донести якийсь контент, варто потренуватися думати під час говоріння в конкретній ситуації, і насамперед приготувати собі «шпаргалку». Список ключових слів дозволяє модераторові зберегти чітку лінію і логічну структуру, не зійшовши при цьому на манівці. Епізодичний погляд на скрипт певною мірою позбавляє студійну атмосферу її удаваної досконалості. Втім він і додає певної автентики — якщо цим не зловживати. Глядач відчуває себе залученим. Дихання і мовлення збігаються, а звучання мови стає природним. Тому помилкові наголоси трапляються рідко. Хронометраж списку ключових слів можна міняти. Можна легко вплести додаткові коментарі. Скорочення також можливі. Картки з ключовими словами дозволяють будувати граматично повноцінні речення. Полегшується добір слів. Можна уникнути таких прикростей вільного мовлення, як зати-

нань та звуків-заповнювачів («е-е-е»), бо наявні всі необхідні для планування речення слова.



У своїх ток-шоу ведучий Штефан Рааб віддавав перевагу карткам-підказкам з картону розміром приблизно 80 на 50 сантиметрів, які за камерою на витягнутих руках тримала його помічниця. Він досить сміливо поведився з цими картками-нагадуваннями. Якщо не вдавалося розібрати слова на картці, Рааб безпосередньо звертався до своєї «карткової» помічниці, якій не раз доводилося мимоволі виходити на публіку. Рааб заходив так далеко, що навіть свої помилки подавав у передачах як гегі.

Чек-лист: картки з ключовими словами

- Завжди нумеруйте модераційні картки;
- пишіть лише з одного боку;
- кожна наступна модерація починається з нової картки;
- кожне речення починається з нового рядка;
- не забувайте про поля
- інтервал не менше ніж півтора рядка;
- уникайте орфографічних помилок — вони стають помилками при читанні; у реченнях без вирівнювання по краях не розбивайте слова на склади;
- чітко позначайте цитати, щоб виділяти їх інтонацією; круглі числа пишіть так: 70 тисяч тощо;
- групуйте номери, наприклад 40 65 7 тричі 9;
- позначайте на картках перше і останнє речення сюжету.

Цей приклад показує, що «шпаргалки» використовують і відомі модератори. Взагалі модераційні тексти можна писати за допомогою простої програми для опрацювання текстів або навіть від руки. Доцільно безпосередньо форматовувати тексти так, щоб вони вміщувалися на «модераційних картках». Хороший скрипт ключових слів завжди містить так мало слів, як це тільки можливо, і так багато, як це необхідно. Важливо, щоб графічне виконання дозволило модераторові добре охопити текст. Кинувши один погляд на картку, він повинен одразу все зрозуміти.



«Нестримна жадібність промислових країн до цінних порід деревини, руд і насамперед золота розганяє локомотив економічного зростання Бразилії до шаленої швидкості. Від цього страждають гігантські тропічні ліси Амазонії. Згідно з оцінками, за останні 30 років їх вирубано 20 відсотків. Тенденція зростає».

Тезовий скрипт повинен мати лише одну головну думку на речення чи змістовий відрізок, так зване змістове ядро. Дієслова

та сполучні слова на кшталт «але», «тому що», «попри це» структурують модерацію і підтримують плинність мови. На картку не пишуть цілі мовні звороти. Виняток становлять цитати, дефініції тощо. Часто буває доцільно підкреслити змістові ядра або позначити їх кружечками. Це слугує кращій орієнтації в тексті, так само як і «ступінчастий» запис ключових слів. Зручно використовувати паперові чи картонні картки в альбомному форматі.

Готуючи картки з тезами, зважайте на таке:

- занотовуйте лише ключові слова, а не цілі вислови;
- вносьте в скрипт дієслова;
- не починайте зі змістового ядра;
- нотуйте сполучні слова («але», «також», «попри це»);
- як виняток, повністю записуйте цитати, дефініції та юридично значущі речі;
- підкреслюйте або беріть у коло змістове ядро;
- трансформуйте слова, щоб їх було легше читати;
- не завжди треба записувати слова в остаточній послідовності;
- графічно виділяйте окремі частини виступу;
- використовуйте позначення для відсилання до попереднього чи майбутнього матеріалу.



6. Полювання на зображення і звук — знімальні роботи

Зазвичай знімання телевізійного сюжету — це командна робота. Навіть якщо в наш час уже багато журналістів самі знімають авторські матеріали і досягли в цьому видатних успіхів — робота з оператором та помічником зі звуку полегшує роботу і знижує ймовірність помилок. Передумова для хорошого фільму — хороша сумісність («хімія») між журналістом та знімальною командою. Звичайно автори телесюжетів кожного разу працюють з різними колективами. Часто колеги вперше зустрічаються між собою безпосередньо перед початком знімання.



Телевізійна та відеопродукція — це завжди творчий, часом навіть мистецький процес. Тому інтеграція фахових знань, досвіду та компетенції всіх членів команди підвищує не тільки технічну, але й змістовну якість продукту.

Детальний інструктаж з колегами або інтенсивне обговорення кінопроєкту майже завжди допомагають зняти запланований фільм.

6.1. Робота зі знімальними групами

Злі язики твердять: фільм зняв не автор, а оператор. Це, звісно, велике перебільшення. Адже змістовне наповнення, реалізація бажаного меседжу, формулювання тез, інтерв'ю та багато іншого — все це відповідальність автора. Але відповідає дійсності й інше: оператор втілює в життя ідеї автора. Він бачить зображення, які потрібні для авдіовізуального підтвердження ідеї автора. Оператор — не лише технічний експерт зі складних систем запису; насамперед він креативний дизайнер рухомих зображень. А для виконання цього завдання він, як правило, має помічників.

Оператора, як водиться, супроводжує звукорежисер. Фінансовий тиск, який відчувають багато телевізійних і продюсерських компаній, призвів у минулому до того, що оператор виїздить знімати без асистента. Навіть якщо це виправдано з фінансового боку, подібна тенденція заслуговує на критичну оцінку. Відсут-

ність звукорежисера значно обмежує творчі рамки виробництва продукту. Вже той факт, що звукорежисер забезпечує постійне розміщення мікрофонів біля джерела звуку (наприклад, через вловлювання звуку за допомогою спрямованого мікрофона), демонструє це обмеження. Коли оператор віддаляється від джерела звуку, звукорежисер все ще може забезпечити високоякісний та правильно виставлений звук. Звісно, можна все зробити і самому. Найкращий доказ цього — широко відомі та часто якісні роботи відеожурналістів. Маючи ґрунтовну освіту та багатий досвід, відеожурналіст з камерою та звуковим обладнанням може реалізувати свій бажаний меседж та аудіовізуальні ідеї. Він знає сильні та слабкі сторони цього ремесла і знає, що робити, коли досягаються межі можливостей техніки. Але треба мати на увазі: відеожурналіст — це передусім саме журналіст. Тому для нього історія та головні герої завжди на першому місці.

Плануючи знімальні роботи, автор повинен дібрати собі знімальну групу відповідно до очікуваних виробничих витрат, наявного часу на виробництво продукту, необхідного для цього технічного обладнання та наявного бюджету.



Підхід тут такий: що складніші та затратніші будуть знімальні роботи, і що більше буде використовуватися технічного обладнання, то більшою буде команда — зокрема і при зніманні журналістських фільмів. Окрім *оператора та звукорежисера*, за особливих вимог до виробництва фільму, знімальна група може доповнюватися представниками багатьох інших професій:

1. Асистентом оператора з різкості, наприклад при роботі з великою сенсорною камерою.
2. Освітлювачем / світлотехніком для освітлення місця знімання або знімального майданчика.
3. Помостом для камери / кріплення (Best Boy Grip), наприклад для пересування камери на візку, джипармом або краном.
4. Оператором стедикам для спеціальних пересувань камери.
5. Продюсером / стрингером / фіксером, зокрема для організації та супроводу фільмування, місць для знімання, головних героїв, дозволів на знімання, узгодження зустрічей тощо.
6. Художником-гримером для гримування головних героїв.
7. Водієм для перевезень і виїздів до місць знімання.
8. Перекладачем при зніманні за кордоном тощо.

6.2. Інструктаж (briefing) знімальної групи

Виробничий процес фільмування значно скоротився. Лише коли знімають довший фільм, інколи є можливість попередньо оглянути місце знімання або поговорити з людьми. Тому операторам складніше встановити контакти з головними героями. Часто знімання проходить під гаслом «hit and run» (англ. *удар і біжи*. — Прим. перекл.). Це означає, що на практиці при зніманні коротших сюжетів відмовляються від певних композиційних критеріїв, які б оптимізували кадр. Оператор намагається якнайкраще використати ті умови, з якими він стикається на місці знімання. Наприклад, часто не вистачає часу, щоб виставити світло або, витративши багато часу, облаштувати знімальний майданчик, щоб підкреслити певні аспекти кадру.

І все ж, а може саме тому, журналістові варто скористатися часом щонайпізніше під час спільного зі знімальною групою переїзду до місця знімання, щоб активно і конкретно підготувати свою команду до знімальних робіт. Це означає, що автор впродовж кількох хвилин має донести команді суть свого тривалого дослідження та драматургічного планування. І буде добре, коли для цього він може скористатися добре підготовленою експозицією або розкадруванням.



Що чіткіше знімальній групі будуть роз'яснені бажаний меседж та стиль сюжету, то легше відбуватиметься знімання і то краще виглядатимуть результати.

Якщо операторам не розповісти про бажаний меседж, то вони зніматимуть такі кадри, які під час монтажу виявляться непотрібними. Їх навчали того, як у фільмі можна реалізувати певні події. Це завжди певною мірою справа удачі, чи буде історія, яку оператор передає знятими ним кадрами, відповідати історії, яку мав на увазі редактор. Зрозуміло, що оператори під час знімання шукають естетично найцікавіші або візуально привабливі зображення. Однак вони часто не тотожні бажаному меседжеві автора. Кадри можуть бути хоч і красивими, але довірливими. Автор також повинен досить конкретно обговорити зі знімальною групою окремі драматургічні блоки, які будуть висвітлені в сюжеті. Таке обговорення особливо важливе тоді, коли знімальні роботи тривають досить довго. Основу для них, знову ж таки, становить драматургічне планування. Спочатку автор має детально обговорити зі своєю командою ідею свого сюжету та загальну сюжетну лінію. Отримана інформація допоможе досвідченому операторові працювати самостійніше та цілеспрямованіше і вносити власні ідеї. Важливо також поговорити про окремі блоки епізодів, які уявляє собі журналіст. З одного боку, завдяки цьому колектив дістає уявлення про структуру знімального дня. З іншого боку, стане ясно, скільки матеріалу треба відзняти з кожного блоку, щоб уже під час монтажу мати достатньо аудіовізуальних підтвер-

джені і одночасно не потонути в горах матеріалу. Інструктаж служить ефективності знімальних робіт. Але він також служить творчій реалізації фільму. Тому, крім опису окремих блоків епізодів, слід також обговорити можливості переходів між блоками, на які оператор повинен звернути увагу. Автор повинен також представити головних героїв, з якими зіткнеться знімальна група. Щоб швидко встановити відносини довіри між знімальною групою і головним героєм, важливо знати, з ким ви маєте справу. Адже це дві різні речі: чи зустрічається команда з учасниками вечірки, організованої для своїх співробітників компанією «Таппервер», чи з засудженими, які відбувають покарання у в'язниці для неповнолітніх. Знімальна група та автор повинні спільно узгодити, як візуалізувати окремі інтерв'ю та синхрони. Це також передбачає, що автор має визначити, які інтерв'ю проводити — чи спонтанні, виходячи із ситуації, чи підготовлені, з відповідним оформленням і поставою. І зрештою, під час попереднього обговорення та інструктажу автор розповідає про своє ідеальне уявлення першого і останнього кадру. Це дає можливість операторові підготуватися і запропонувати візуальні варіанти цікавого вступу та завершення фільму. І нарешті, авторові та знімальній групі слід погодити умовні знаки і команди, щоб знімання проходило швидко і без перешкод. Досвідчені оператори знімають дуже швидко та непомітно. Часто автор навіть не помічає, що камера на штативі чи на плечі оператора вже ввімкнена. Такі вигуки, як «ось там це ... нам це потрібно ... притримай», не тільки руйнують щойно зняті кадри, але й переривають плинність знімання. Тому корисно виробити спільний набір умовних знаків для вербального та невербального спілкування з командою.

Буде корисним домовитися, наприклад, про те, що легкий дотик до плеча оператора — це сигнал про негайне припинення знімання, або ж навпаки — є час завершити роботу.



Не потребує пояснень, що узгодження зі знімальною групою слід розуміти як роботу на спільний результат. Журналіст повинен шукати розмови з колегами та пояснювати свої побажання та ідеї. А якщо знімальна група побачить, що автор добре підготувався, то колеги-професіонали радо відгукнуться на його ідеї та спільно будуть над ними працювати.

Чек-лист: інструктаж знімальної групи

- Пояснити бажаний меседж;
- назвати жанр і тривалість;
- пояснити ідею і стиль сюжету;
- змалювати картину розвитку дії;
- обговорити блоки епізодів;
- обговорити переходи;
- задати стиль інтерв'ю;
- описати головних героїв;
- домовитися про способи комунікації;
- поговорити про тривалість знімання і перерв.

6.3. Автор і зміст

Знімання — це гармонійне поєднання різних площин втілення телесюжету. Хоча фільмування — це командна робота, але все ж кожен член команди має своє коло обов'язків, які не можна передати іншому.



Під час знімання необхідно об'єднати три рівні реалізації: зміст, зображення та звук.

За змістовний рівень відповідає тележурналіст. Він бере на себе керівництво зніманням та контроль. Це стосується як внутрішньої комунікації зі знімальною групою, так і зовнішньої комунікації з головними героями. До цієї функції репортер має ставитися відповідально. Байдужість автора, який, наприклад, під час дощу сидить у машині, може зашкодити робочому процесові. Нав'язливий контроль над кожною робочою операцією знімальної групи чи надмірне навантаження на головних героїв, яких, наприклад, змушують десять разів повторювати одну й ту саму сцену, спричиняє конфлікти, які можуть призвести до зриву фільмування. Усвідомлюючи це поле напруги, авторові належить взяти на себе багато важливих функцій. Це починається ще під час перемовин з головними героями та відповідальними особами на місці знімання. Часто автор уже заздалегідь заходить у контакт з головними героями безпосередньо або телефоном. Потім, перед тим як буде знятий перший кадр, необхідно встановити з ними довірливі стосунки. Автор мусить створити обставу, за якої дія перед об'єктивом камери виглядатиме невимушено і з'явиться можливість взяти інтерв'ю. Крім того, треба ще раз обговорити план знімання. Чи можна буде реалізувати знімальні роботи так, як заплановано? Під час знімання автор бере на себе роль контактної особи та куратора головного героя. При цьому його мета полягає

в тому, щоб той більше не помічав камери і можна було вільно знімати. Тележурналістові треба також підтримувати регулярний контакт з оператором. Наприклад, для того щоб, обмінявшись з ним кількома словами, переконатись, які кадри вже зняті. У разі потреби він може описати нові точки знімання та ідеї кадрів, які видаються йому важливими. Часто сучасні камери мають невеликий дисплей або монітор. Погляд через плече оператора — це прекрасний спосіб бути в курсі поточного знімання. Якщо цього не досить, тоді оператор може запропонувати авторові подивитися в зовнішній монітор. На жаль, такий монітор зазвичай підмикається до камери лише через кабель SDI. Це може значно обмежити свободу пересування оператора. Тому деякі новіші моделі камер мають модуль WLAN, або ж їх можна ним дооснастити. Завдяки цьому автор може, наприклад, стежити за зніманням безпосередньо на планшетному ПК або айпаді, й обмінюючись з оператором, прийти до спільної «візуальної мови». Втім часто доцільно безпосередньо сказати операторові, які кадри потрібні авторові. Чи знімати лише ноги людини, чи заразом і калюжу, по якій вона в цей момент іде? Отже, йдеться також і про те, щоб дати зрозуміти операторові, що не повинно потрапити в кадр. Але лише тоді, коли це важливо для змісту. Інакше творча свобода оператора буде надмірно обмежена. Крім того, автор завжди стежить за загальним перебігом знімання. Йому доводиться шукати другорядні історії та другорядних персонажів, стежити за розкладом та тривалістю знімання. Зрештою, автор також бере на себе й інтерв'ю. У тісній співпраці з оператором та звукотехніком автор ініціює та проводить ситуативні та підготовлені інтерв'ю.

Інтерв'ю в телесюжетах. Інтерв'ю вважається окремим випадком, бо воно може бути як самостійним журналістським жанром, так і використовуватися як складова частина майже в усіх інших жанрах журналістики. Інтерв'ю завжди спрямоване на суть справи. Це не невимушена бесіда, і не розмова. Мета інтерв'ю в телесюжетах — отримати конкретні висловлювання. Це можуть бути заяви про конкретні факти, але також думки чи особиста інформація. Важливо, що особа, яка їх виголошує, значно збільшує достовірність та значення висловлювань. Інтерв'юер від імені аудиторії ставить короткі та точні питання. Справжній адресат відповідей — це аудиторія. Важливо, щоб репортер підготувався до інтерв'ю з відповідною ретельністю. Що більше він знає про фактичні обставини, щодо яких проводить інтерв'ю, то краще і цілеспрямованіше він може ставити свої запитання. Тільки тоді журналіст зможе відреагувати на ухильні чи недостовірні відповіді.

Попередні зустрічі корисні з огляду на те, що розмовники можуть «принюхатися» одне до одного і тим самим розрядити атмосферу. Однак не слід занадто заглиблюватися у зміст та предмет інтерв'ю. Важливо звернути увагу розмовника на тривалість інтерв'ю чи синхрону, який увійде до сюжету. Недосвідчені розмовники часто не знають, що іноді потрібне лише якесь одне ви-

словлювання, а все інтерв'ю не піде в етер. В жодному разі перед записом не можна проговорювати слово в слово все інтерв'ю і погоджувати його, навіть якщо цього вимагає розмовник чи пресекретар. Інакше обидві сторони намагатимуться зосередитися на формулюваннях, які були попередньо узгоджені. Часто це призводить до втрати спонтанності та природного мовлення. Цілком природно, що ви не можете вдруге говорити про якісь події з тією ж експресією, як ви це робили перший раз. Адже окремі речення в процесі одночасного мислення і говоріння вже не будуть формулюватися вільно. Це буде видно і помітно з поведінки розмовника. В таких умовах навряд чи вдасться зробити невимушене автентичне інтерв'ю.



Існують два основні види інтерв'ю — підготовлені та спонтанні

Підготовлене інтерв'ю — це класика жанру. Головний герой до такого інтерв'ю готується. Він знає, що його питатимуть, і він зазвичай знає основні питання або ж спрямування інтерв'ю. *Ситуативне інтерв'ю* спрямоване на ефект несподіванки. Репортер розпитує свого візаві, виходячи із ситуації. Тут важливий фактор самого моменту. Під час монтажу інтерв'ю зазвичай скорочують до коротких висловлювань — так званих синхронів. Тобто автор використовує лише окремі уривки довгого інтерв'ю. При цьому тривалість синхронів дедалі скорочується. Ще кілька років тому синхрони цілком могли тривати від тридцяти секунд і довше. Однак багато тележурналістів вважають, що зорові звички глядачів пристосувалися до швидшого ритму перегляду, так що двадцятисекундні та коротші синхрони стали наразі звичайною справою. Триваліші синхрони часто сприймаються як «гальмо» чи «нудота», незалежно від їх інформативності та цікавості. Синхрони мають різні функції. Вони хороший спосіб передати особисту думку людини. Їх функція — показати оцінні судження і суб'єктивне ставлення. Такі синхрони можуть бути також інтерпретацією фактів і подій, представлених у фільмі. Однак завдання як синхрону, так і розлогого інтерв'ю полягає в тому, щоб почути висловлювання головного героя, які звучать переконливо і зрозуміло, а крім того, ще й характеризували б його. Те ж саме стосується й опитувань. Опитують випадково дібраних людей. На телевізійному жаргоні такі опитування називаються «vox pops» (скорочення від «vox populi» — голос народу). Головне для успіху опитування — це коли респондент швидко і легко розуміє питання. Воно повинне бути коротким і прицілним. Опитування зазвичай проводять на тему, яка перебуває в центрі уваги громадськості й безпосередньо стосується людей. Майже завжди в центрі уваги — головне питання. Йдеться про те, щоб отримати загальну картину настроїв. Іноді питання можуть бути просто веселими та розважальними. Опитування не мусить бути збалансованим. У кожному разі воно не буде репрезентативним через невелику кількість опитаних людей. Незалежно від форми інтерв'ю, його змістовне спрямування — найважливіший критерій. Воно визначає ставлення журналіста до свого розмовника.

Способи інтерв'ю

Спонтанне інтерв'ю. У спонтанному інтерв'ю репортер реагує на те, що робить головний герой, скажімо, таким питанням: «Чому ви робите це саме зараз?». Відповідаючи на питання розмовник продовжує займатися своєю справою. Оператор знімає інтерв'ю загально-середнім планом, так що для глядача загальна атмосфера сцени зберігається. Нагода поставити повторні питання трапляється не так часто. Відповідь часто буває не довше за одне речення. Особливо велике значення спонтанне інтерв'ю має для репортажів.

Поглиблене інтерв'ю. Протилежність спонтанного інтерв'ю — поглиблене. У ньому є час поставити кілька питань, які проливають світло на якісь приховані обставини, дозволяють дізнатися щось особисте. Розмовник не поспішає і не зайнятий чимось іншим. Він погоджується відповісти на запитання репортера. Камера знімає зблизька. Відповіді зазвичай довші, ніж у спонтанному інтерв'ю. Автор фільмів Георг Штефан Троллер завжди дуже сумлінно готувався до поглиблених інтерв'ю. Для цього він збирав запитання за різними категоріями: загальне, родина, робота і, зрештою, також особисте. Тож він завжди мав відчуття, що був у курсі всіх питань.

Истотна відмінність між спонтанним і глибинним інтерв'ю полягає в тому, що спонтанне шукає емоційні відповіді та ситуаційні реакції. Поглиблене намагається з'ясувати факти та приховані причини.



Наступальне інтерв'ю. В сюжетах про актуальні події часто використовують наступальне інтерв'ю. Тут важливо реагувати швидко і поставити питання відповідній особі, як тільки з'явиться така нагода. У будь-якому разі оператор повинен спробувати зловити цей момент. Другого шансу зазвичай не буває.

Знімальна група годинами чекає біля приватного помешкання політика. Його підозрюють у причетності до скандалу з жертвами. Щойно він виходить з будинку, в журналіста і його команди часто залишаються лише лічені секунди, щоб поставити єдине питання: «Що ви скажете на звинувачення?».



Предметне інтерв'ю стосується лише фактів. Можливий емоційний зв'язок між опитуваним і темою виноситься за дужки. Йдеться про орієнтування та / або автентичну інформацію. Опитуваний — очевидець, експерт чи відповідальна особа. Автор відступає на об'єктивну та неемоційну позицію.

У **переплетеному інтерв'ю** йдеться про факти, що враховують взаємозв'язок між опитуваними та темою. Необхідно показати зв'язок між дією, позицією та фактами. Наприклад, до-

слідника генів запитують про його ставлення до терапевтичного клонування. Автор свідомо займає протилежну позицію. Своїми питаннями він провокує і викликає на суперечку.

Особисте інтерв'ю зосереджується на переживаннях, досвіді та особливостях характеру опитуваного. Його запитують про особисте оточення та погляди. Скажімо, попзірка розповідає про свою прихильність до блондинок.

Автор навіює емоційну прихильність до свого головного героя і так сприяє відкритій та довірливій атмосфері розмови.

Роль репортера в інтерв'ю. Пряма мова важлива, коли потрібна думка експерта. Так підвищується достовірність сюжету. Такі інтерв'ю на основі фактів проводяться з широкого кола тем: політики, культури, спорту, економіки або науки. Складність цих інтерв'ю полягає в тому, що експерти часто розмовляють властивою їм професійною мовою, яку не розуміють сторонні люди. При цьому вони використовують, наприклад, іноземні слова або професійні терміни, які їм повністю відомі, що логічно. З іншого боку, для глядача це часто «китайська грамота».



Під час інтерв'ю репортер повинен стежити за тим, чи формулювання експертів будуть зрозумілі для публіки.

Тому часто для репортера важливо звернути увагу свого розмовника на складну термінологію та попросити його повторити сказане в простішій формі. Практика засвідчує, що багатьом експертам дуже важко говорити загальнозрозумілою мовою. Тоді репортер має перепитувати розмовника. Крім того, синхронні доречні при описі подій чи процесів, які не були зняті на камеру. В цьому разі розмовник виступає очевидцем, наприклад, коли йдеться про аварії, кризи чи землетруси. Мета репортера полягає в тому, щоб якомога достовірніше розповісти про подію. Інтерв'юер також може виступати адвокатом аудиторії. Тоді ведення інтерв'ю висуває до репортера особливі вимоги, бо він висловлюватиме розмовникові критику, звинувачення або контраргументи. В таких розмовних ситуаціях опитувані часто почуваються загнонаними в кут і підозрюють, що за питаннями стоять злі наміри. В цій ситуації інтерв'юер повинен пояснити, що він діє лише від імені іншої сторони і не подає своєї особистої думки.

Під час **розслідувальних інтерв'ю** треба на камеру виявити певні факти або розкрити якісь порушення. Тут ґрунтовне дослідження так само важливо, як і дуже добре знання контекстуального змісту теми, про яку йдеться. Лише той, хто добре орієнтується в питанні і спроможний відреагувати на ухильні відповіді, зуміє дізнатися щось нове. Звісно, у розмовника лише одна мета — з найменшими втратами викрутитись із ситуації. Тому важливо, щоб інтерв'юер залишався наполегливим і невтомним. Він не повинен заходити в емоційне протистояння і дозволити інтерв'ю

скотитися на особистісний рівень. Бажано залишатися об'єктивним і розсудливим.

У суперечливих інтерв'ю бажано ставити розмовника в цейтнот і цим спонукати його до спонтанних або емоційних відповідей. Журналіст намагається дати менше часу на обдумування відповіді.



При цьому вирішальний є спосіб формулювання питання.

«Чому про смертельний випадок у Бундесвері не повідомлено відразу?» Тут розмовник може досить довго готуватися до питання. Краще було б таке формулювання: «Про смертельний випадок у Бундесвері не повідомлено відразу. Чому?» Тут тиск значно вищий. Інформаційна частина питання стоїть на початку. Після цього іде коротке і чітке питання.



Способи поставлення питань. Успіх інтерв'ю дуже залежить від типу питання. Закриті питання можуть виявитися бумерангом. Опитуваний може залишити репортера ні з чим, відповівши лише «так» або «ні». Корисного синхрону тоді не варто очікувати. Закриті питання мають сенс лише в тому разі, коли важливий елемент інтерв'ю — підтвердження, заперечення або оцінення з боку розмовника. Вони змушують розмовника ухвалювати рішення, наприклад: «Чи визнаєте ви звинувачення в корупції?». Ненавмисних закритих питань можна легко уникнути, наприклад, варіюючи формулювання. Закрите запитання: «Чи подобається вам виставка?» можна легко переформулювати у відкрите: «Як вам подобається виставка?».

Відкриті питання. Відкриті запитання залишають розмовникові більше простору для відповіді. Він не обмежений характером питання. Воно спрямоване на висловлення думок, тлумачень, виправдовувань чи описів. Воно також дозволяє розмовникові вдаватися у своїй відповіді до прикладів. Відкрите питання дає набагато більший шанс дістати підхожий синхрон. Проблема, однак, полягає в тому, що тривалість відповіді не можна передбачити. Вона може бути як стислою, так і занадто розлогою.

Альтернативні питання. Деякі автори схильні ставити альтернативні запитання: «Ви любите їздити в гори чи на море?» Відповідь уже обмежена характером питання. Отже, вона буде коротка. Альтернативні запитання рідко дають путні синхрони. Також проблематичні є питання, в яких інтерв'юер уже наперед частково передбачає відповіді через власні припущення чи твердження.

Навідні питання. Навідне питання — це спеціальний вид питань. Інтерв'юер свідомо чи несвідомо намагається направити розмовника в певному напрямку. Формулюючи своє запитання, він припускає, що той має певне ставлення до якоїсь теми. На-

відні питання можуть спровокувати роздратовану реакцію. Особливо якщо їх ставити кілька разів поспіль, а розмовник не поділяє хибного припущення щодо своїх поглядів. Втім провокування розмовника може викликати його й на відверту розмову.

«Питання без запитання» (Non-question questions). Цілком правомірно відповідати на несподівані відповіді просто здивованим кивком голови або коротким вигуком на кшталт «так, справді?». Це змушує опитуваного говорити далі, а потім, можливо, більше сказати, ніж він насправді збирався. Аль Томпкінс називає цей метод «питанням без запитання»:

«Коли ви ставите своєму розмовникові питання, він дасть вам відповідь, яку, як він вважає, ви хотіли б почути. Потім він дивиться на вас, а ви не промовляєте ні слова. Після цього він дає вам глибшу, відвертішу відповідь. Іншими словами, люди ненавидять тишу; дайте їм її заповнити» (Tompkins 2011, 84).

Подвійні питання. Подвійних питань завжди слід уникати. Вони часто виникають через те, що інтерв'юєр під час формулювання питання все ще збирає думки і не знає напевне, що він хоче запитати. Вправний розмовник відповість лише на те запитання, яке йому найзручніше. При цьому він просто обійде якісь неприємні аспекти. Довгі запитання — також ознака недостатнього підготування. Вони можуть швидко втомити розмовника та глядачів, бо не зрозуміло, до чого хилить інтерв'юєр. Під час інтерв'ю репортер не повинен забувати, які свідчення для нього особливо важливі. Вони повинні бути метою його запитань. Тільки тоді, коли відповіді за тривалістю, формулюваннями та змістом будуть задовільні, він може перейти до наступного тематичного блоку. Якщо репортер невдоволений відповіддю, він повинен ще раз схожим чином поставити своє питання. У разі потреби — кілька разів поспіль. Тому репортер повинен дуже уважно слухати відповіді свого розмовника. В будь-якому разі доцільно зосередитися на небагатьох моментах і розпитувати про них, аж поки респондент не скаже щось задовільне. Нерідко в інтерв'ю репортер ставить багато питань на різні теми, хоча вже перші відповіді були незадовільні. Це може вилізти боком під час монтажу, бо бракуватиме підхожих синхронів.

Крім цих принципів, до тележурналіста є також ще й дуже специфічні вимоги. В інтерв'ю репортер повинен наполегливо питати, але водночас також постійно стримувати себе вербально. Це звучить як суперечність. Але найкращі відповіді нічого не варті, коли репортер, якого не бачить глядач, підтверджує їх постійним «еге ж» або «так, так». Такі «синхрони» не потрібні. Реакція інтерв'юєра завжди повинна виражатися через жести та міміку, а не вербально.

Також не варто постійно перебивати розмовника, перепитуючи його. З одного боку, це ускладнює монтаж. З іншого — у

стисненому форматі синхрону це видаватиметься неввічливим. А головне, що надто швидке перепитування не дає розмовникові зміркуватися і доповнити свою першу відповідь. Як показує досвід, ці доповнення менш контрольовані. Вони емоційніші. Часто розмовник розкриває абсолютно новий аспект, якого інакше він ніколи б не висловив. Якщо інтерв'ю проводиться за допомогою портативного мікрофона, важливо почекати одну секунду, коли відповідь закінчиться. Якщо ви відразу приберете мікрофона, щоб поставити наступне запитання, можливо, звук «загубиться». Почекати хвилинку, перш ніж подякувати за бесіду — це теж варіант. Адже інакше звук останнього речення відповіді може змазатися. Про інтерв'ю також йдеться в розділі 6.4. Там здебільшого розглянуто технічні особливості при зніманні інтерв'ю.

Чек-лист: завдання під час знімальних робіт

- Інструкції щодо змісту та керування процесом знімання;
- керування знімальною групою;
- домовленості з головними героями;
- ведення інтерв'ю;
- моніторинг знімальних робіт;
- контроль за дотриманням графіка запланованого знімання.

6.4. Знімальні роботи

Без кіно- чи відеоматеріалів тележурналісти не можуть розповідати історій. Тому знімання — це стандартна функція репортера. Разом з операторами він відповідає за рівень візуального втілення. Вони перші бачать зображення через видошукач, на дисплеї камер або на моніторах. Насамперед авторові доведеться попрощатися з уявленням, що оператор надає в розпорядження тележурналіста оригінальний відбиток реальності. Щонайпізніше під час монтажу з'ясується, що оператор схопив на камеру лише уривки та окремі моменти події. А ці моменти ще й обмежені певним розміром кадру. Це має ту перевагу, що глядач за певних умов може бути дуже близько до того, що відбувається. Але це може бути і недоліком у разі, якщо камера сфокусується на чомусь іншому, тоді як важлива подія відбувається деінде.

Коваль своїм важким молотом б'є по залізу на ковадлі. Камера так близько, що ви бачите і буквально відчуваєте вібрацію



ковадла та те, як розлітаються іскри. Дуже хороший кадр. Але камера не зможе показати глядачеві того моменту, коли іскра потрапляє на обличчя коваля і обпікає його. Пізніше можна зняти тільки результат — опік.

Знімати не означає відтворювати реальність. Камера фіксує лише візуальні уривки та обмежені в часі моменти дійсності.



Щось інше було б не дуже добрим. Набагато важливіше для фільму те, що моменти реальності знімаються з різних перспектив та за різних планів (див. розділ 6.4). Досвідчені оператори знають, як правильно зняти сцену. Але без керівництва журналіста може статися так, що оператор постійно пропрацьовуватиме сцени, які не грають ані драматургічної ролі, ані сприяють розкриттю бажаного меседжу автора. Тому тележурналісти повинні знати основні правила та поняття композиції, щоб під час монтажу телесюжету мати необхідні для цього кадри.



Під час знімання в шахті мета автора — зобразити шахтарів як «героїв буднів». Тому оператор знімає, як шахтарі спускаються в забій, як величезна фреза вривається в породу та як шахтарі збираються на перекуску. Це все хороші авдіовізуальні підтвердження бажаного меседжу. І тут оператор бачить дуже красиві гірські кристали, що лежать на землі, і починає знімати кілька планів. Безперечно, ці кадри вийдуть дуже красивими. Але для самого бажаного меседжу вони не мають цінності.

Тому доцільно, щоб автор щоразу обговорював такі сцени з оператором. Щодо самої розкладки сцен, не існує якогось твердого правила. Виходячи з ідеї розділення місця знімання на окремі сцени (див. підрозділ 2.1.), пропонується концепція, яка гарантує повне виокремлення фрагментів пазла.

IDEAS — п'ять планів для одного кадру. Ідея досить проста: IDEAS пропонує надійне правило, як розкласти одне зображення на рівно п'ять планів. Це дозволяє мати при монтажі необхідний вибір планів, а також забезпечити динамічну зміну епізодів.



Для кращого розуміння ідеї IDEAS, треба уявити, що одне зображення розкладається на п'ять різних планів. Кожне зображення можна розглядати як окремий фрагмент пазла в епізоді. Кожне місце знімання чи майданчик пропонує різну кількість способів зняти фрагменти пазла. Що більше і складніше місце знімання, то більше елементів пазла можна або потрібно зняти.

Тому принцип IDEAS керується підходом, відповідно до якого для розбиття ситуації при монтажі потрібно кілька планів. При цьому, згідно з цим принципом, важливий не точний розмір плану, а насамперед функція, яку він має виконати.

Принцип IDEAS

1. Ідентифікація

Функція ідентифікації — візуальне представлення головного героя. Він повинен виділятися з «маси» візуальної інформації (інших людей, оточення тощо). Він повинен стати впізнаваним.



2. Деталь

Деталь уможливає сприйняття зображення, яке спроможна вловити лише камера. Так можна відтворити виняткову близькість та своєрідні особливості. Деталі пропонують важливі варіанти монтажу та створюють особливу близькість до головного героя.



3. Позицювання (Etablierung)

Завдяки інтеграції головного героя в загальну знімальну площину позицювання відіграє важливу роль в орієнтуванні глядача. Стає видимим навколишній простір. Головний герой відступає на задній план.



4. Акція (Aktion)

Акція, дії та рухи — це рушійні елементи фільму. Тому цей план бере на себе функцію документування дій головного героя. Підходящими зображеннями можуть бути руки, напрямок погляду чи ноги.



5. Спеціальний план (Spezial)

Цей план вимагає від оператора творчого підходу. Особливі та несподівані «погляди» камери створюють унікальну візуальність.



Якщо дотримуватися принципів IDEAS, то обов'язкова програма буде виконана. Для кожної сцени існує кілька візуальних пазлів з п'ятьма різними планами. В цьому разі автор має все необхідне для роботи за монтажним столом. Тепер він може попросити оператора виконати довільну програму і, залежно від бажаного меседжу, створити додаткові зображення, виходячи за межі знятих планів.

Керування камерою, пересування, зуми та панорами. На дальшому етапі для журналіста постає фундаментальне питання: проводити знімання переважно зі *штатива* чи віддати перевагу *плечовій* або *ручній камері*? Це питання слід обговорити спільно з оператором. Відповідь майже завжди залежить від бажаного жанру, бажаного меседжу, міркувань драматургії і не в останню чергу від здібностей та уподобань оператора. Обидва способи можна поєднати в одному сюжеті. Однак це рішення важливе, бо і штатив, і плечова камера мають свої переваги та недоліки. Робота зі штатива стабілізує камеру та дозволяє отримати спокійні та стабільні зображення. Глядач може повністю зосередитися на подіях перед камерою і не відволікатися на завадні мимовільні рухи оператора.



Зазвичай для панорам та зумів використовують штатив оператора.

При *панорамуванні* зі штатива камера може повертатись у всіх напрямках: горизонтальному, вертикальному чи діагональному. Камера не змінює положення в просторі. Змінюється лише «кут зору». Важливо, щоб камера не рухалася достатній час до і після панорамування. Для панорамування потрібні нерухомий початок і нерухомий кінець. З причин оптики врізатися в панорамування часто буває складно. Тому панорами не повинні бути занадто довгими. Панорами мають різні функції: вони дають глядачеві огляд, який виходить за межі загального плану. Але насамперед панорами спрямовують увагу глядача. Крім того, можна протягом певного часу відстежувати рухомі об'єкти.



Панорами не повинні бути невмотивованими. Просто повертати камеру без мети — це марудно. У панораму варто спробувати внести нову візуальну інформацію, яку належить пов'язати з первісним планом.

Через швидкість панорамування оператор може створювати різні візуальні ефекти чи образні контенти. Він повинен їх знати. Тільки тоді він може ним користуватися:

- Повільні панорами часто використовуються для передавання певних настроїв.
- Якщо камера стежить за певним об'єктом, то ми говоримо про ковзальну панораму або намацування. Така панорама спрямовує погляд глядача в певний бік, до того ж швидкість руху камери залежить від швидко-

сті переслідуваного об'єкта. Часто ковзальні панорами описують певні ситуації.

- Щоб показати несподівані події або спонтанні реакції, використовується швидке панорамування. Оператор реагує на неочікувані дії.
- Особлива форма швидкого панорамування — горизонтальний панорамний ривок. Рух від одного об'єкта до іншого такий різкий і раптовий і з такою великою швидкістю, що деталі картини більше не сприймає глядач. Панорамні ривки можна використовувати для стрибків у просторі або часі. Потім вони можуть бути використані в монтажі як перехід від однієї сцени до іншої.

Через масштабування оператор може також зобразити рух і зі штатива, тобто використовуючи зум. При цьому він залишається на місці, але плавно змінює фокусну відстань об'єктива, щоб наблизитися до об'єкта чи віддалитися від нього. При позитивному масштабуванні, яке також називають «наїздом», кут огляду звужується. На відміну від обрізки кадру, скажімо від загального до середньо-загального плану, просторові пропорції для глядача залишаються зрозумілими. Негативне масштабування, яке також називають відїздом, розкриває кадр. Формат кадру збільшується та вводиться нова візуальна інформація.

Використання зуму має бути вмотивованим. Через те що зміна формату кадру за допомогою масштабування суперечить візуальному досвідові людини, тобто завжди виглядає штучно, його слід використовувати лише в тому разі, якщо автор хоче передати чітке повідомлення: головний герой має загубитися в людській масі на стадіоні (відїзд) або його треба виокремити (наїзд).



Великий недолік знімання зі штатива — це насамперед брак гнучкості та рухливості камери. Зміна положення складна, бо штатив громіздкий і досить важкий. Тому для швидкої та активної роботи з камерою пропонується використовувати плечову або ручну камеру.

Знімання з плеча чи руки дозволяють режисерам рухомою камерою гнучко реагувати на раптові зміни дії та збирати інтенсивні візуальні враження.



Велика перевага полягає в тому, що камера може «вільно плавати в просторі». Однак, щоб дійсно зробити це візуальне враження реальністю, оператори повинні розвинути дуже тонке відчуття руху та стабільності зображення. Адже навіть при знімання з плеча діє принцип: уникайте зайвих хвилювань і коливань.

Що інтенсивніша дія перед камерою, то менше помітні чи викликають дискомфорт рухи та струси камери. Але справед-



ливе також і протилежне: хиткі зображення і мало дії в кадрі справляють особливо неприємне враження.

Щоб цьому зарадити, багато операторів використовують фокусну відстань об'єктива. Вони намагаються працювати з якомога коротшою фокусною відстанню. При цьому зображення виходить дуже ширококутне і його знімають без застосування зуму. До того ж невелика фокусна відстань також збільшує враження різкості — так звану *глибину різкості* зображення. Одним словом, що більший кут при зніманні, то спокійніші зображення, а різкість зазвичай починається прямо перед об'єктивом і сягає горизонту. Недолік: для того щоб зняти великі плани об'єкта, операторові доводиться наближатися до нього на мінімальну відстань. Це може погіршити ситуацію і навіть збентежити головного героя. У будь-якому разі, наближення камери за малої фокусної відстані дуже часто призводить до оптичного спотворення (ефект жаб'ячих очей).



Пересування камери відрізняється від панорамування тим, що камера «плаває» в просторі. Вона змінює напрямок візування, позицію та відстань до об'єкта.

При зніманні з невеликою фокусною відстанню можна отримати дуже стабільні кадри, а камеру можна використовувати в русі.

Знімання з руху дозволяє слідувати за рухами головного героя, з'єднувати між собою різні плани і розпочати монтаж телесюжету ще на місці знімання.



Якщо оператори дотримуватимуться двох принципів: «стоп — рух — стоп» та «нейтральна сцена — дія — нейтральна сцена», то можна знімати з руху матеріал, який буде дуже зручний в монтажі.

Знімання з руху має дотримуватися принципу «стоп — рух — стоп». Це означає, що оператор цілком свідомо починає пересування з нерухомого плану, який бажано затримати на кілька секунд. Після цього йде чіткий і компактний рух. Після завершення руху оператор повинен спробувати закінчити знімання знову на нерухомому плані.



Під час знімання на бійні оператор спочатку показує зосереджене обличчя різника. Він кілька секунд знімає обличчя. Потім починається пересування камери і оператор децю віддаляється від обличчя, вправним поворотом камери відкриваючи план. Тепер ми бачимо підвішену тушу свині, яку різник розбирає спеціальним ножем. Після зміни положення камери оператор ще раз на кілька секунд завмирає на цьому плані.

Передумова для зміни позиції камери полягає в тому, щоб ця зміна мала чітку мотивацію. Репортер має пильнувати за тим, щоб візуальна інформація була пов'язана між собою. Важливо також, щоб швидкість та інтенсивність рухів камери відповідали бажаному меседжеві автора. Зміною позиції камери оператор може створювати різні візуальні ефекти або образні контенти:

- *Повільні пересування* передають спокій і допомагають зорієнтуватися. Часто глядач їх навіть не помічає.
- *Швидкі пересування* створюють особливу динаміку. Їх можна використовувати як стилістичний засіб, скажімо, для візуалізації нервових ситуацій.
- *Супровід* — це вид пересування камери, який насамперед використовується в репортажі. Він дає можливість супроводжувати головного героя впродовж тривалішого часу і за допомогою камери документувати його дії без перебивок.
- Особливий випадок рухомої камери — це *суб'єктивна*. Суб'єктивність передається так, що нібито камера перебуває в голові, певною мірою замість очей. Коли людина зупиняється, камера також зупиняється. Коли вона починає рухатися, камера також пришвидшується. Для суб'єктивної камери спокійні зображення не конче потрібні. Навпаки, легкі коливання підсилюють автентичність знятих сцен.

Другий принцип «нейтральна сцена — дія — нейтральна сцена» підтримує і описує поведження з *рухами перед камерою*. Для того щоб відзняти придатний для монтажу матеріал, авторам слід якомога частіше турбуватися про те, щоб плани розпочиналися з нейтральної ситуації. Мається на увазі, що на початку знімання в кадрі ще не видно чи не помітно дійової особи або значущого об'єкта. В ідеальному разі через кілька секунд після початку запису нейтральна сцена розчиняється, тому що головний герой або об'єкт починають рухатися в центр плану. Оператор продовжує знімати, аж поки головний герой чи об'єкт не полишать кадр. Сцена знову нейтральна.

Оператор фокусує камеру на клавіатурі ноутбука. Він починає запис ще до того, як головний герой сяде за стіл і почне писати електронного листа. План втрачає нейтральність у той момент, коли в кадрі з'являються пальці. Через кілька секунд головний герой прибирає руки з клавіатури, щоб спокійно прочитати перше речення. На цьому для оператора цей план знову стає нейтральним. Або ж оператор стоїть на залізничному переїзді. Він починає запис у той момент, коли шлагбаум опускається. План залишається нейтральним, аж поки в кадр не вривається потяг. Щойно потяг промчався через переїзд, план знову стає нейтральним.



Цей метод вимагає часу і терпіння. Часто не вдається зняти нейтральні вступи або завершення. Однак цей спосіб дуже ефективний, бо за один раз можна зняти до трьох різних планів. Якщо план починається з нейтральної сцени, тоді говорять про «камеру в режимі очікування». Оператор передбачає хід дії і готує свою камеру до фіксації результату дії. Дії, які закінчуються нейтральною сценою, під час монтажу оптимально підходять для того, щоб підготувати стрибки в часі. Коли головний герой виходить зі свого кабінету і за ним зачиняються двері, то він без проблем знову може з'явитися вже на лєтовищі — бажано також після нейтрального плану. Незалежно від нейтральності сцени на початку або в кінці плану, для монтажу завжди бажана зупинка дії перед камерою. Тобто камера не повинна рухатися, поки триває дія. Особливий випадок цього принципу — перенесення точки наведення на різкість. Зі зміщенням площини фокусування можна пов'язати між собою два об'єкти, які глядач раніше не помічав.



На тлі розмитого фону турист випиває з долоні ковток води. Наступного моменту оператор зміщує площину фокусування на задній план і глядач бачить водоспад.

Взаємодія двох принципів: «стоп — рух — стоп» та «нейтральна сцена — дія — нейтральна сцена», обумовлює практично всі пересування та рухи камери. Взагалі завжди йдеться про поєднання різних планів та перспектив.

Точки знімання (плани)

Загальне правило: не можна знімати те, що не сприйматиме глядач як певне судження. Завжди варто шукати *промовисті кадри* та особливі враження. Мета повинна полягати в тому, щоб у фільмах показувати кадри, які глядач не може побачити в повсякденному житті. Ніхто не підходить до потяга, що рушає, так близько, що буде видно лише колеса локомотива. Це можливо в сюжеті, якщо оператор обере відповідну точку знімання.

Для цього можна обирати різні *точки знімання*, які вже зарекомендували себе в кінематографічному жанрі.

Загальний план.



Середньо-загальний план.



Загальний план. Загальний план дає глядачеві огляд. Він надає орієнтацію щодо місця та контексту дії чи події. Загальний план — «спостерігач з дистанції». Дійові особи відходять на другий план. У ньому немає детальних подробиць. Часто автори використовують загальний план в пейзажному зніманні, щоб через зображення передати настрій. Загальний план потребує більше часу, бо пропонує велику кількість інформації, яку око глядача може сприймати лише поступово.

Середньо-загальний план. У середньо-загальному плані камера присувається ближче до об'єкта, який завдяки цьому набирає для глядача чіткіших обрисів. Середньо-загальний план уже дещо обмежує поле зору, але все ще забезпечує розширений огляд. Він показує одну або кількох людей так, що вони цілком заповнюють площину кадру. Вже можна чітко розпізнати жестикуляцію. Середньо-загальний план — це перехідний етап, щоб швидко підійти безпосередньо до подій.



Американський план.

Американський план. Основне правило американського плану: люди зображуються приблизно на дві третини від їхнього загального зросту. При цьому слід стежити за тим, щоб не обрізати кадр по суглобах головних героїв. Тому нижній край кадру має проходити трохи вище від колін. В американському плані зберігається загальний огляд і водночас створюється близькість, яка дає глядачеві відчуття присутності на місці події. Термін «американський план» походить від американського жанру вестернів. У них режисери дбають про те, щоб у кадрі були видні кобура та кольт.



Середній план.

Середній план. У ньому камера виходить за позиції нейтрального спостерігача. Середній план показує людину приблизно на третину її зросту. Він свідомо показує певні фрагменти й, отже, емоційніший і суб'єктивніший, аніж загальніші плани. Проте глядач усе ще може бачити навколишній простір.



Ближній план.

Ближній план. Він зводиться лише до показу об'єкта чи головного героя. Нижній край кадру проходить трохи нижче від плечей головного героя. Навколишнього простору майже повністю нема. Автори використовують цей план для максимального зосередження на головному герої та спрямуванні на нього всієї уваги. Тому ближній план дуже часто використовується для знімання інтерв'ю та виступів.



Великий план.

Великий план. Цей план показує лише невеликий фрагмент цілого. Він становить стрижень того, що хоче сказати автор. Багато журналістів в особливо напружених чи емоційних інтерв'ю часто працюють з великим планом. Голова людини заповнює майже весь екран. Цей план також ще називають «великою головою». На великому плані видно лише основний мотив. Глядач майже не бачить навколишнього простору.



Деталь.

Деталь. Тут ідеться про подальше збільшення великого плану. На детальних планах видно лише окремі елементи зображення, такі як око або рот. Ефект детальних планів заснований на тому, що глядач не звик до такого величезного збільшення і тим самим дістає особливе враження від зображення.

Ракурси

Крім того, до інструментів композиції належить також вибір ракурсу. Здебільшого ракурс — це не що інше, як візуальний результат обраного при зніманні положення камери в просторі. Ракурс має великий вплив на бажаний меседж автора. «Кут зору» камери на головного героя часто сприймає аудиторія як суб'єктивну оцінку. Загалом виділяють такі ракурси.



Фронтальний ракурс.

Фронтальний ракурс. Фронтальний ракурс найпоширеніший. Англійською мовою його ще називають «eye angle». Камера

дивиться на головного героя спереду і на рівні очей. Це дозволяє уникнути будь-якої оцінки та систематизації головного героя.



Фронтальний ракурс на три чверті.

Фронтальний ракурс на три чверті. Бічний погляд на головного героя все ще дозволяє інтенсивно спостерігати за ним. Однак відстань стає більшою. Здається, що камера міститься дещо далі від головного героя. Цей ракурс годиться для того, щоб розрядити ситуацію при розмові. При такому ракурсі слід подбати про те, щоб, по змозі, було видно обидва ока головного героя.



Профіль.

Ракурс у профіль. Профіль — це відносно рідко використовуваний ракурс. Ми не бачимо ні обох очей головного героя, ні не можемо стежити за напрямком його погляду. Кадр виходить не надто виразний. Втім часто оператор не має можливості обрати інший ракурс, наприклад, якщо він через шттовханину не може зайняти кращу позицію. Однак ракурс у профіль годиться тоді, коли треба посилити візуальне враження від замкненої в собі людини або ж обрати особливий візуальний стиль.



Ракурс позаду на три чверті.

Ракурс позаду на три чверті. Ракурс, який англійською називають « $\frac{3}{4}$ -rear», показує головного героя по діагоналі ззаду. Цей ракурс відкриває глядачеві погляд головного героя. Він — у модифікації — також часто використовується як план «через плече».



Погляд через плече (over the shoulder) дає журналістові змогу створити візуальний зв'язок між головним героєм та його діями. Камера трохи піднята. В кадрі видно плече і половину обличчя, а також можна розпізнати дію (зазвичай це рухи руками).



Вид ззаду.

Вид ззаду. Камера спрямована на спину чи на потилицю головного героя. Завдяки цьому — особливо в репортажі — виникає враження, ніби камеру веде головний герой або ж вона іде за ним. Цей ракурс дозволяє швидко наростити напругу, коли потім перед камерою відкривається перспектива і глядач буде ошелешений тим, що чекає на головного героя.



Вид зверху.

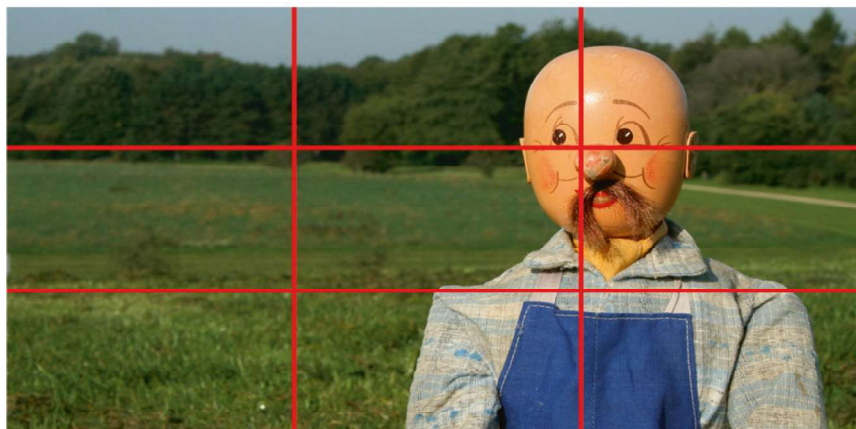
Вид зверху. Вид зверху дає автору можливість охарактеризувати свого головного героя. Вид зверху під назвою «high angle» робить наших героїв маленькими і покірними. Цей ракурс слід використовувати дуже обережно. Однак для загального огляду він підходить дуже добре. В цьому випадку вид згори називають ще «вид з висоти пташиного польоту».



Вид знизу.

Вид знизу. Вид знизу також характеризує головного героя. «Low angle» використовується переважно тоді, коли ми хочемо підкреслити величність або зарозумілість головного героя. Цей ракурс також дуже корисний, коли ми хочемо показати світ з перспективи дитини чи маленької тварини. Тоді часто говорять про «жаб'ячу перспективу».

І насамкінець, важливий інструмент знімання — *кадрування або обрамлення кадру (framing)*. У композиційному оформленні окремого кадру оператори люблять застосовувати правила «золотого перетину». Цей термін походить з мистецтва. Його також використовують у фотографії, скульптурі або живопису. «Золотий перетин» спрямований на досягнення гармонії та пропорційного розподілу всередині зображення.



Золотий перетин.

Важливі для правильного кадрювання зображення — горизонтальні та вертикальні лінії, які оператори інколи навіть виводять на екран свого видошукача. Ці лінії ділять зображення, відповідно, на три частини. При цьому виникають точки перетину. Верхню лінію називають також лінією очей або лінією горизонту. Нижню лінію часто називають лінією колін. Вона також може слугувати орієнтиром на горизонт.

Досвід показує, що центр картини — оптично найслабша точка. Тому оператори переміщують важливу частину зображення в один з перетинів горизонтальної та вертикальної лінії.



Свідоме руйнування «золотого перетину» може використовуватися як стилістичний засіб.

Наприклад, автори завдяки планам при зніманні інтерв'ю, які не відповідають правилам «золотого перетину», можуть візуально посилити свій бажаний меседж. Великий план зі злегка обрізаною краєм кадру головою героя справляє дуже сильний ефект. Скомпоновані так кадри можуть посилити увагу глядачів.

Світло і кріплення. «Магазин іграшок» для операторів має величезний асортимент. Репортери та редактори не мусять знати все, але базове знання багатьох технічних «фішок» цілком корисне, адже тоді автор зможе повніше реалізувати свою історію засобами кінематографії. Найпростіший спосіб — це поділити все на дві категорії: освітлення та кріплення (grip). Всі вони мають безпосередній вплив на роботу тележурналіста. Адже мова йде про створення аудіовізуальних підтверджень, без яких автор був би безпорадним.



Мета використання світла і кріплень завжди полягає в поліпшенні технічної і художньої якості плану.

Під кріпленням (grip) маються на увазі допоміжні технічні засоби, за допомогою яких можна закріпити камери, акустичне та освітлювальне обладнання для отримання особливих планів, рухів та переміщень. До них належать крани, міні-крани, операторські тележки, повзунки, штативи, мости, хомути, кронштейни та подібне технічне обладнання. Ефект цих систем можна звести до основної ідеї: вони мають уможливити «плавання» камери у просторі. Операторські тележки та крани дозволяють працювати камері без вібрацій та створюють неповторне візуальне враження. На кіномайданчику «пливуча» камера — частина базового обладнання. Втім ці технології набувають дедалі більшого застосування і в роботі тележурналістів. Частково це пояснюється тим, що використання сценічного обладнання для знімання за останні роки стало значно дешевшим. З іншого боку, звички глядачів просто змінилися. Вони стали вимогливішими. Якісні документальні фільми майже не відрізняються візуальною якістю від вартісних художніх фільмів. Але будьте обережні: монтаж крану забирає дорогоцінний час. Нерідко задля бездоганного пересування камери команда працює годину та більше. У монтажі цей кадр може бути використаним лише один раз. Тому використання сценічного обладнання має бути добре продуманим і спланованим. Нове явище в цій галузі — використання *дронів з камерою*, таких як квадро-або октокоптери. Ці літальні системи з дистанційним керуванням оснащені невеликими, але часто дуже якісними камерами і передають зображення з повітря та відстані до кількох сотень метрів. Втім, попри те, що за їх допомогою можна зняти захопливі ракурси, використання дронів слід завжди ретельно обдумувати. Адже і по сьогодні законодавча база для знімання з дронів залишається до кінця не з'ясованою. Федеральний уряд, федеральні землі, громади, служби безпеки польотів та власники приватних ділянок вимагають отримання різноманітних дозволів. Крім того, використання літальних систем не цілком безпечно. Інша ситуація з використанням *освітлювальної техніки*. Професійна знімальна група в базовому оснащенні завжди повинна мати під рукою різні джерела світла. Світло, крім тієї очевидної переваги, що додаткові прожектори дозволяють підсвітити занадто темне місце знімання, слугує для автора насамперед художнім засобом. Світло створює настрій, підкреслює певні візуальні змісти, створює глибину зображення і структурує місце знімання. У тележурналістиці для роботи з камерою обов'язкова наявність так званого лобового прожектора (headlight). Лобовий прожектор зазвичай встановлюється на камеру і забезпечує елементарне освітлення біля неї. Перевага: коли камера рухається, джерело світла рухається разом з нею. Тож при поворотах камери світло також спрямовується у відповідному напрямку. Втім світлова точка чи світловий конус часто мають і негативний ефект. Особливо на близькій відстані, коли головні герої або об'єкти дуже швидко виявляються «засвіченими». Тоді допомагає лише освітлення місця окремими прожекторами. Часто двох-трьох ламп вистачає, щоб висвітлити сцену. Крім того, за допомогою невеличких точкових світильників можна створити світлові ефекти.



Місце знімання не мусить бути завжди рівномірно освітленим. Невеликі затемнені місця часто створюють дуже хороші композиційні можливості для гри зі світлом і тінню.

Тому іноді достатньо контрольованого використання наявного світла (available light). Але можна просто зсунути штору на вікні, або розсунути, щоб була шпаринка, або увімкнути нічний світильник, або вимкнути верхнє освітлення — це невеличкі зміни в умовах освітлення, які можуть дати значний ефект. Зокрема, при проведенні постановних інтерв'ю особливо важлива наявність у знімальної групи «освітлювальної скриньки». Стандартний варіант — так зване триточкове підсвічування. Фронтальне підсвічування по вісі камери освітлює головного героя і зменшує типові тіні на обличчі під носом та в очних впадинах. Бічне світло надає структури обличчю головного героя. На одну половину обличчя потрапляє більше світла, ніж на другу. Нарешті, за допомогою яскравого світла, яке розміщується позаду героя і легенько світить згори на його плече і голову, можна створити цікавий контрастний контур. Лише проти сонячних променів прожектори зазвичай безсилі. Тут допомагає сонячний рефлектор. Зазвичай ці відбивачі сонця (sun bouncer) покриваються різними матеріалами, які відбивають денне світло з різною інтенсивністю. За їх допомогою можна підсвітити обличчя головного героя або розмовника в інтерв'ю за кілька секунд. Ще простіше це зробити за допомогою пластин з полістиролу, які, наприклад, можна встановити на штативі. Білі поверхні «пінопласту» відбивають сонячне світло або світло прожектора. Відбите від екрана світло виходить дуже м'яким і плоским, і підсвічує об'єкт чи головного героя, не утворюючи тіні.

Знімання інтерв'ю. Окрім освітлення, є й інші творчі рішення, які повинен ухвалювати журналіст при створенні «картинки» інтерв'ю. Загалом розрізняють інтерв'ю з інтегрованим тлом та інтерв'ю з відокремленим тлом.



Інтерв'ю з інтегрованим тлом.



Інтерв'ю з відокремленим тлом.

Інтегроване тло завжди доречне тоді, коли розмовник тісно пов'язаний з фоном.

Наприклад, якщо автор фільму хоче взяти інтерв'ю в політика на партійному з'їзді, то на задньому плані може бути видна зала з делегатами. Тоді тло буде посилювати його відповіді. Але якщо політик може дати інтерв'ю лише по завершенні з'їзду у своєму кабінеті, то тоді письмовий стіл і полиці з книжками на задньому плані будуть виглядати як вимушений компроміс. В жодному разі тло не повинне транспортувати візуальну інформацію, яка не пасує до вашого розмовника. Скажімо, інтерв'ю з політиком від ХДС на тлі виборчого плакату соціал-демократів тільки спантеличить глядачів. На задньому плані не повинно бути мотивів, що відвертають увагу. Наприклад, монітор на задньому плані, на якому щось рухається, або автомобілі, що проїжджають повз, відволікають глядача від того, що говорить розмовник.



Якщо не можна знайти відповідного місця для інтерв'ю, допоможе нейтральний фон. Однак, перш ніж ставити головного героя перед білою стіною, варто подумати про проведення інтерв'ю на візуально привабливішому відокремленому фоні. У технічному плані цей тип інтерв'ю дещо більше затратний — адже оператор мусить потурбуватися про те, щоб задній план був розмитий до непізнаваності. Проте візуальний ефект буде хорошою нагородою за докладені зусилля.

Автор сам визначає, яке тло вибрати. Насамперед він мусить вирішити, чи доцільно скористатися інтегрованим тлом, чи краще обрати відокремлений фон.



Крім того, при компонуванні зображення треба неодмінно стежити за тим, щоб головний герой завжди дивився в кадр, а не безпосередньо в камеру.



Погляд в кадр.



Погляд повз край кадру.

При порівнянні обох знімків стає зрозуміло, що погляд повз край кадру дещо спантеличує і виглядає не дуже привабливо. Будьте обережні, якщо ви збираєтеся в сюжеті використати кілька синхронів чи навіть vox pops. Якщо всі опитувані особи дивитимуться в одному напрямку, то пізніше при монтажі кадр почне «стрибати». Хоча при монтажі теоретично можна дзеркально розвернути кадр, але на практиці можуть бути проблеми, коли, скажімо, на задньому плані буде видно якийсь надпис. В такому разі він також був би перевернутий, що, звісно, не годиться. Тому при зніманні інтерв'ю журналістові можна порекомендувати по чергово ставати то на лівий, то на правий бік від камери.

Чек-лист: Знімальні роботи

- Візуально реалізуйте змістовні та художні ідеї автора;
- розгорніть окремі частини пазла в різних планах;
- стежте за особливими кутами знімання та кадрами;
- пропонуйте різні плани, ракурси та епізоди;
- зберігайте контроль за якістю та кількістю візуального матеріалу;
- плануйте використання світлової і сценічної техніки;
- освітлюйте і візуально компонуйте інтерв'ю відповідно до креативних настанов редактора.

6.5. Роль звуку

Запис звуку під час знімання має особливе значення. Глядачі свідомо майже не помічають акустичного рівня. Проте технічно брудний звук може звести весь фільм нанівець. Звук — важливий елемент оформлення телевізійного сюжету. Поряд із зображенням звук — другий рівень сприйняття. Звуки можуть посилити ефект візуальних переходів. Вони здатні увиразнити зміни місця знімання чи стрибки в часі. Іноді звуки можуть відволікати від невдалих візуальних переходів. Вони завжди гарантують високий ступінь автентичності. Шуми можуть спрямовувати увагу глядача на певні об'єкти в кадрі. Деякі речі ми бачимо лише тоді, коли їх чуємо. Крім того, вони можуть розбудити цікавість глядача і повідомити про події, яких ще немає в кадрі. Вміло скомпоновані звуки — це як композиція, що створює певний настрій. Тому тележурналісти повинні знати функції та потреби звукотехніків чи асистентів оператора. Адже ті відповідають за *рівень звукового оформлення*. Оснащений мікрофонами, аудіомікшерами та навушниками, асистент зі звуку може істотно вплинути на технічну та змістову якість знімання.

Під час запису інтерв'ю звукотехнік використовує численне мікрофонне обладнання для створення «чистого та сухого» звуку та для запису навколишніх шумів. Ці атмосферні звуки — коротко «атмо» — підсилюють автентичність сюжетів.

Тому, коли йдеться про те, щоб записати максимально якісний звук, автори також повинні зробити свій внесок. Вони мають



обговорити зі звукотехніком чи асистентом оператора майбутнє знімання та обставу на місці:

- Знімання відбуватиметься надворі чи в приміщенні?
- Яким шумним чи лунким буде місце знімання?
- Скількох осіб треба супроводжувати?
- Що робитиме супроводжувана особа?
- Чи треба записувати також і питання репортера?

Від відповідей на ці питання залежить те, яку звукотехніку та додаткові матеріали повинні захопити з собою звукотехнік чи асистент оператора, та з якими проблемами вони можуть зіткнутися.

Мікрофони

В «тіні» оператора звукотехнік зазвичай використовує мікрофонну штангу, щоб спрямовувати направлений мікрофон у напрямку камери, або — коли камера з міркувань автора дивиться в інший бік — залишити його біля головного героя. Отже, камеру можна переміщувати і в ситуації розмови, а в цей час звук можна приймати, тобто записувати, біля його джерела.

Направлений мікрофон. Залежно від характеристик, направлений мікрофон вловлює звук переважно попереду себе. Шуми, що потрапляють з інших напрямків, придушуються. Завдяки цьому можна досить чітко записувати звуки з певної відстані, і вони не будуть надто сильно перекриватися фоновим шумом з інших напрямків.

Нагрудний мікрофон. Звукотехнік може також використовувати нагрудні мікрофони. Мікрофон передавача непомітно прикріплюється на піджаку чи сорочці головного героя. У будь-якому разі мініатюрний мікрофон повинен бути близько до джерела звуку — рота головного героя. Такі мікрофони існують у дротовому або бездротовому варіанті. Дротовий мікрофон означає, що він за допомогою кабелю підмикається до камери або до звукового мікшера асистента оператора. У бездротовій версії це з'єднання відбувається через невелику радіосистему. Передавач поміщається в кишеню піджака чи штанів, адже він не більший за сигаретну пачку. Асистент зі звуку підмикає приймач до мікшера. Нагрудні мікрофони використовуються здебільшого при записі інтерв'ю, виступі репортера з місця події, модерації та при зніманні репортажів та документальних фільмів. Бездротові мікрофони завжди забезпечують звук від головного героя, навіть якщо він перебуває на певній відстані від камери.

Ручний мікрофон. Ручні мікрофони (репортерські мікрофони) також належать до стандартного обладнання. Існують класичні мікрофони з кабелем, а також радіомікрофони, які забезпечу-

ють мобільність репортера та оператора. Зазвичай ці мікрофони захищені пінистим матеріалом і часто мають логотип телеканалу. Не в останню чергу це робиться для того, щоб продемонструвати глядачеві фізичну присутність репортера на місці події. Журналісти використовують ручний мікрофон насамперед при висвітленні поточних подій, наприклад, на прес-конференціях, для коротких інтерв'ю або під час знімання «vox pops». Ці мікрофони близького діапазону дозволяють записувати «сухий» звук навіть у дуже галасливих умовах, наприклад на ярмарках, лєтовищах або дискотеках. Тому гасло репортера — «якомога ближче». Мікрофон повинен бути максимально наближений до джерела звуку, тобто до вуст головного героя. З цієї причини може статися так, що автор ще на останніх словах відповіді поверне мікрофон у свій бік, щоб поставити наступне питання. В цей час мікрофон зникає з кадру. З одного — це шкодить візуальному сприйняттю і відволікає від змісту відповіді. З іншого боку, коли репортер забирає мікрофон, погіршується якість звуку. Тому в інтерв'ю з ручним мікрофоном рекомендується після кожної відповіді робити невеличку паузу, перед тим як забрати мікрофон і поставити наступне запитання. Якщо заздалегідь вирішено, що в сюжеті питання не будуть чути, то репортер може протягом усього інтерв'ю тримати мікрофон недалеко від підборіддя головного героя. Тоді запис звуку буде оптимальний, а зображення не надто постраждає.

Мікрофон на камері. Часто про всяк випадок паралельно працює ще й мікрофон на камері. Він або входить у комплектацію, або монтується окремо. На професійному жаргоні сигнал від цього мікрофона ще називають «брудною доріжкою». Вже сама ця назва говорить про те, що звук від камери рідко буває якісним і записується швидше для «підстрахування». На кінцевому етапі важливого значення набуває мікшування звуку. За різних варіантів запису звуку доцільно робити запис з різних мікрофонів на різних звукових доріжках камери. Сучасні камери одночасно записують на диски або інші жорсткі носії до чотирьох доріжок. Пізніше під час монтажу їх можна розділити і використовувати окремо.

Чек-лист: знімальні роботи

- Інструктаж знімальної групи щодо бажаного меседжу, ідеї та стилю сюжету;
- змістовне підготування інтерв'ю;
- знання структури інтерв'ю;
- підготування і супровід головних героїв;
- проведення попередніх переговорів;
- визначення візуального стилю для керування камерою;
- планування необхідного виробничого обладнання (знімальна техніка, світло та кріплення);
- контроль за розбиттям сцен;
- контроль за візуальним стилем інтерв'ю;
- узгодження зі звукотехніком чи асистентом;
- підготування записувального пристрою та носіїв пам'яті.

7. ФІЛЬМИ СТВОРЮЮТЬСЯ НА ВІДЕОМОНТАЖНІЙ СИСТЕМІ — КОМПУВАННЯ ТЕЛЕПРОГРАМ

При монтажі фільмів видно, чи зняті зображення та інтерв'ю, зібраний архівний матеріал, музика, графіка або підготовлені анімації та тексти достатні для реалізації драматургічної концепції сюжету (див. також підрозділ 2.2).

Робота в монтажній кімнаті вимагає терпіння. Монтаж означає: пробувати, переглядати, обговорювати та знову відкидати. Наявний звуковий та відеоматеріал вибирають, скорочують, ущільнюють і багаторазово переставляють. Компонування телепрограм може швидко стати трудомістким, а іноді й неефективним процесом. Це відбувається, наприклад, коли наявний матеріал занадто обмежений за змістом або обсягом, щоб ініціювати драматургічний розвиток, розробити аудіовізуальні матеріали або зібрати окремі блоки епізодів.

Монтаж передбачає, що зображення можуть комбінуватися в різних планах кадрів та перспективах з безліччю джерел звуку. При цьому мета — виробити послідовності, які розвивають у глядача певний ефект і значення.

У повсякденній роботі телередакторів і телевізійних продюсерів термін монтаж вживається рідко. Здебільшого говорять про нарізання, нарізку¹. В англійських країнах для опрацювання фільмів і відеозображень використовується термін «editing» (редагування). Словом «editor» в англійській мові називають відповідальних редакторів, авторів та редакторів — ознака того, що редагування фільмів виходить за межі чисто ручної роботи, і центральне значення має творче завдання.

Найкорисніші при редагуванні та водночас найнебезпечніші такі цифрові системи відеомонтажу, як, наприклад, Avid, Final Cut від Apple або Adobe Premiere від Adobe. Вони використовуються майже всюди у виробництві та на телевізійних каналах для опрацювання знятого матеріалу. Програмне забезпечення для редагування уможливає цифрове опрацювання знятих зображень і дозволяє швидко вносити корективи й зміни в кіноепізоди. Циф-

¹ В оригіналі вжито німецькі професійні терміни «Schneiden», «Schnitt», «Cutten». — *Прим. перекл.*



рові системи відеомонтажу можуть технічно покращувати зображення, наприклад, підгоном кадрів або колірною корекцією. Ефекти на кшталт жалюзі або змін швидкості пропонують безліч можливостей для візуального оформлення. І звук можна редагувати незалежно від джерела зображення. А що робота над сучасними системами відеомонтажу заохочує тестування, відтворення та експериментування, то це вимагає часу, якого часто немає.

Для постпродукції характерне: підготування, планування та чітка драматургічна концепція допомагають журналістові ефективно реалізувати свої кінематографічні ідеї.

Це, зокрема, стосується редагування висвітлення подій. Сюжети для випусків новин часто з'являються незадовго до початку передачі. В екстремальних випадках автори ще тільки роблять монтаж, коли ведучий вже вітає глядачів. Без ретельного підготування журналіста і мережевих цифрових виробничих систем таке навряд чи було б можливим. Сюжет — після остаточного оформлення — надсилається безпосередньо через мережу режисерів для «відтворення». Від монтажною до студії зазвичай це займає всього кілька секунд.

Довші формати, такі як репортажі або документальні передачі, також виробляються на цифрових системах відеомонтажу. При цьому журналіст часто стикається з двома проблемами:

По-перше, важливо контролювати масу матеріалу та керувати ним. Тому рекомендується, щоб журналіст ознайомився з відповідною системою класифікації програмного забезпечення для редагування. Нерідко трапляється так, що для півгодинного репортажу доводиться знімати на багато годин кіноматеріалу з численними зображеннями. Система відеомонтажу розглядає кожен план як окремий файл.

І, по-друге, ці файли потребують обсягів на жорстких дисках або серверах. Залежно від формату, роздільної здатності та частоти кадрів на одну хвилину незмонтованого матеріалу може бути потрібно до гігабайта або й більше пам'яті. Зберігання даних і планування потреб у пам'яті не одне з основних завдань журналіста. Але саме стосовно довших форм доцільно вже перед редагуванням врахувати ці аспекти.

Журналістові в цьому зазвичай допомагає монтажер. Монтажер — перший глядач, драматургічний консультант і технічний експерт. Іноді монтажери такі спритні на своїх системах відеомонтажу, що, здається, роблять це легко й невимушено. Вони монтують зображення і накладають звук. І те, що, на перший погляд, не сполучається, з'являється у змонтованій версії як ідеальний перехід. Монтаж часто сповнений сюрпризів. Й іноді лише мінімальні виправлення або зміни складають «потік» кінематографічних епізодів.

7.1. Ритм монтажу

Ритм монтажу фільму визначає потік і темп послідовних планів та інтенсивність сприйняття глядачами. Він важливий за-сіб драматургічного оформлення. Загалом монтаж може змінюватися від спокійного ритму аж до швидкої частоти зміни кадрів. При цьому тривалі позиції зазвичай створюють враження, що плин фільму повільний і спокійний. Глядачеві дають час, щоб зосередитися на зображеннях та інтерпретації контенту. З другого боку, короткі почергові монтажні плани зазвичай впливають на послідовність відеокадрів так, що глядачеві передається неспо-кій. Отже, напруга в межах сюжету може бути збільшена. Напри-клад, за допомогою швидкого ритму монтажу можна прискорити розвиток подій у фільмі.

Зміна ритму монтажу в межах сюжету збільшує динаміку і створює різноманітність.



Але успішна зміна залежить не тільки від того, як швидко і як часто змінюється ритм монтажу. Вона також істотно залежить від змісту та виразності доступних кадрів. Відкриті плани, як-от загальний або середньо-загальний, часто краще пасують до спокійного плинну, ніж великі плани. І навпаки, великі кадруван-ня пасують до підвищення темпу. Це пов'язано, зокрема, з тим, що відеоінформація, наприклад деталі великим планом, набагато швидше розшифровує глядач, ніж інформаційне багатство за-гального плану.

У системі відеомонтажу є матеріал патруля, що вирушив на пошуки браконьєрів. У спокійному ритмі монтажу показується наближення до табору браконьєрів. Повільна монтажна послі-довність підтримує бажаний меседж автора про те, що мислив-ські інспектори підкрадаються дуже тихо і повільно. У момент, коли патруль розпочинає атаку і вривається до табору, щоб за-тримати браконьєрів, змінюється ритм монтажу. Швидкі кадри насакають один на одного. Картина весь час змінюється разом з рухом камери. Тим самим через монтаж глядачеві передається драматичність операції.



Зміна ритму монтажу має, однак, бути помітною для гляда-ча. Тому зазвичай недостатньо перервати спокійний перебіг од-ним-двома короткими швидко змонтованими кадрами, а потім повернутися до звичайного ритму. Ця послідовність кадрів, імо-вірно, заплує глядача.

Зміна ритму в монтажі має бути закладена таким чином, щоб вона гармонізувалася з зображеннями та сприяла плавності епізодів. Часто розпізнавати слабкості в ритмі допомагає «шосте чуття».



Особливо складно розробити належний ритм у повідомленні для коротших форм подання. Це головне тому, що розмір сюжету короткий, і тому творчий простір часто замалий, щоб змонтувати точну зміну темпу. Іноді це просто тому, що не вистачає належного відеоматеріалу. Тоді рекомендується не форсувати зміну ритму. Скорше незначні зсуви в темпі можуть виставити акценти, які також можуть голосовим супроводом надати повідомленню особливої естетики й динаміки. Тоді автор розраховує на напруженість дії й уникає руйнівних утрочань у послідовність кадрів.



У повідомленні має йтися про перший політ транспортно-го целеліна. Місце запуску рано-вранці накрит густий, вологий туман. Дощ барабанить по зовнішній оболонці целеліна. Цей настрій посилюється дуже повільним і спокійним ритмом монтажу. Після першої заяви керівника польоту далі в повідомленні йдеться про спробу екіпажу, попри дощ, запустити целелін. Хоча камера схопила неспокій та метушню техніків і керівника польоту, темп у монтажі підвищується лише дуже обережно. Погана погода і велике честолюбство екіпажу забезпечують напругу навіть при майже незмінному ритмі.

Ритм монтажу має багато спільного з естетичним чуттям і відчуттям ситуації. Корисно при цьому кожного разу перевіряти змонтовані епізоди щодо візуального потоку. Чи динамічне зображення? Чи не монотонна послідовність епізодів? Довгий план (longshot), знятий рухомою камерою, за певних обставин також може бути захопливим понад хвилину і більше. План без достатніх сюжетних елементів перед камерою, як, наприклад, зображення будівлі заводу, часто вже через кілька секунд робить необхідним перемонтаж. Зображувальні можливості ритму монтажу дозволяють авторові:

- варіювати темп окремих пасажів (блоків) сюжету,
- змінити довжину послідовних планів,
- створювати напруження через швидкі послідовності кадрів,
- підтримувати бажаний меседж.

7.2. Безперервність

Безперервність відеорозповіді можна коротко описати так: це безперервна єдність дії, часу і місця. Тому будь-який монтаж означає втручання в безперервність фільму. Бо на стику створюється перехід, що зв'язує і з'єднує два різні плани.

Безперервність виникає, коли на стику між двома планами може бути встановлений плавний зв'язок принаймні на одному з трьох рівнів — дії, часу, місця.



Враження безперервності підтримує сприйняття та розуміння глядачів. Вони можуть легше стежити за перебігом дії, часовою послідовністю або просторовою орієнтацією. Але й свідомо застосований розрив безперервності — важливий стилістичний засіб монтажу. Порушення безперервності виникає, коли на стику між двома планами не створюється зв'язок на рівні дії, часу або місця. Переривчастий монтаж дозволяє змінювати місце, скорочує час та ущільнює дії дійових осіб.

Часто сприйняття і відчуття автора або монтажера визначають, чи «працює» зміна між двома планами і чи виникає враження безперервності. Відчуття, що монтаж «не працює», зазвичай вказує на уривчастий перехід.



При монтажі епізодів завжди доцільно зважати на безперервність. Коротко кажучи, послідовні зображення не повинні показувати ніяких стрибків. А стрибки відбуваються, коли не витримується часова послідовність, не враховуються просторові узгодження або ігнорується логічний перебіг дій.

Часова безперервність наявна, якщо змонтований сюжет містить логічно зрозумілу послідовність. Перебіг дій, що має бути представленим різними планами, відбувається безперервно в часі, якщо під час руху акторів спостерігається узгодженість зображень.

Загальний план показує воротаря, який стрибає й летить у напрямку м'яча. Наступна картина з близької відстані показує воротаря вже в польоті — перед тим, як він ловить м'яч. Часова безперервність дотримана.



Просторова безперервність уникає стрибків зображень, які дезорієнтують глядача. Зокрема, якщо зміна місця розташування має відбутися з тією ж самою дійовою особою, то слід зважати на просторову узгодженість.

Банкір сидить за стійкою й консультує клієнта. У наступному кадрі він стоїть з клієнтом у кімнаті-сейфі. Просторова безперервність тут порушена. Але якщо камера починається



кадром з кодовим замком, а потім повертається на банкіра з клієнтом перед сейфом, то вставка, що дає економію часу, дозволяє уникнути порушення просторової безперервності.

Логічна безперервність дій забезпечує найбільші можливості для монтажу. При побудові епізодів слід зважати на те, щоб послідовність зображень йшла за внутрішньою логікою. Це робить перебіг дій прозорим і зрозумілим.



Послідовність кадрів «загальний план лікаря, великий план чергового лікаря, що очікує, середньо-загальний план карети швидкої допомоги, що наближається, детальне зображення синіх блимавок» впливає з внутрішньої логіки. Якщо вставити кадр з якоюсь випадковою перехоною, то внутрішню логіку можна втратити.

7.3. Критерії безперервності

Іноді цілком достатньо, щоб монтажер змістив плани на стику лише на кілька кадрів (окремі кадри, що записуються за секунду, зазвичай 25 або 50 кадрів на секунду), щоб перетворити уривчастий перехід у плавну послідовність.



Монтажні переходи також можуть видаватися безперервними, хоча не поєднуються ані дія, ані час чи простір. Вирішальне для кінематографічної розповіді те, як сприймається або відчувається монтаж.

Разом з тим такі критерії забезпечують орієнтацію при створенні послідовностей монтажу, що виглядає як безперервний:

- центр уваги, напрямок погляду та вісь дії,
- узгодження стильових і зображальних елементів,
- орієнтація в просторі,
- плавні та безперебійні звукові переходи,
- врахування ритму монтажу.

Центр уваги, ведення погляду та вісь дії

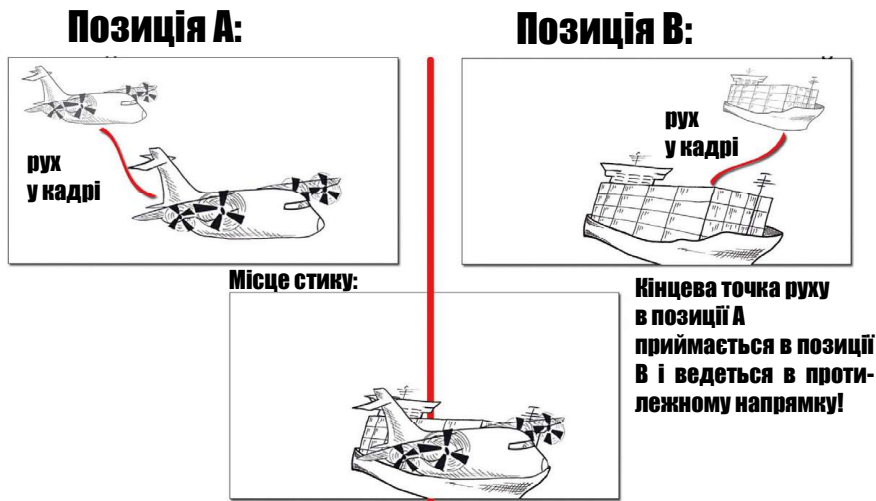
Через композиційну побудову можна керувати увагою глядача. Око зазвичай слідує за найсильнішими візуальними імпульсами в межах плану й чіпляється за виразні елементи зображення. Тому на стику між двома планами доцільно враховувати погляд або ведення погляду глядача. Якщо новий план передає візуально привабливий образ, який глядач може прийняти без зміни свого погляду, то враження від кінематографічної безперервності зростає. Якщо погляд має перестрибувати на іншу деталь зображення, перш ніж глядач може далі стежити за дією, то перехід зазви-

чай сприймається як менш плавний. Може виникнути враження, що монтаж спричиняє стрибок у зображенні.

На погляд і ведення погляду в монтажі можуть впливати різні зображувальні елементи.

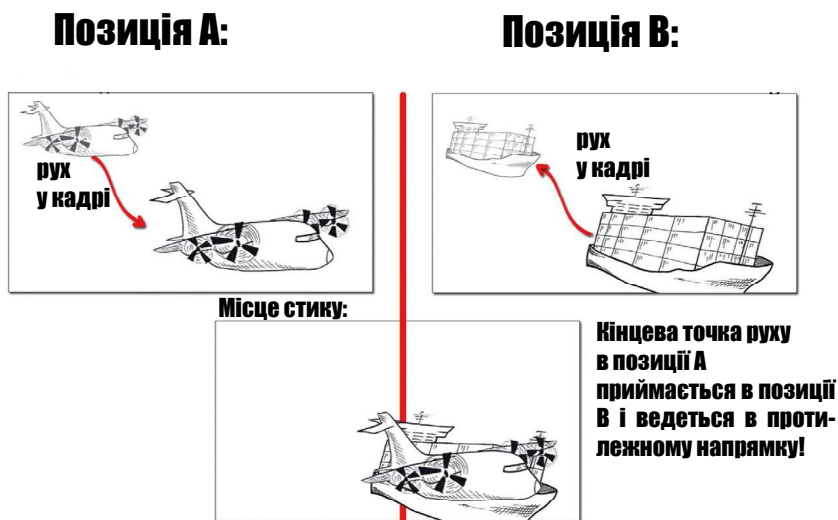
Імпульси руху. Прив'язка до імпульсів руху камери значно збільшує в глядача відчуття безперервності.

Початок руху в плані В орієнтується на завершення імпульсу руху в плані А. Глядач може легко переходити до плану В.



Імпульс руху з рухом в одному напрямку

Напрямки погляду. Врахування напрямків погляду дійових осіб може збільшити враження безперервного перебігу дій.



Імпульс руху з рухом у протилежному напрямку



При переході через стик монтаж орієнтується на «кінцеву точку» напрямку перегляду в плані А. План В приймає це ведення погляду і пропонує візуальний імпульс як нову відправну точку з протилежним напрямком перегляду. Центр уваги глядача зберігається, коли його захоплюють і ведуть назад.

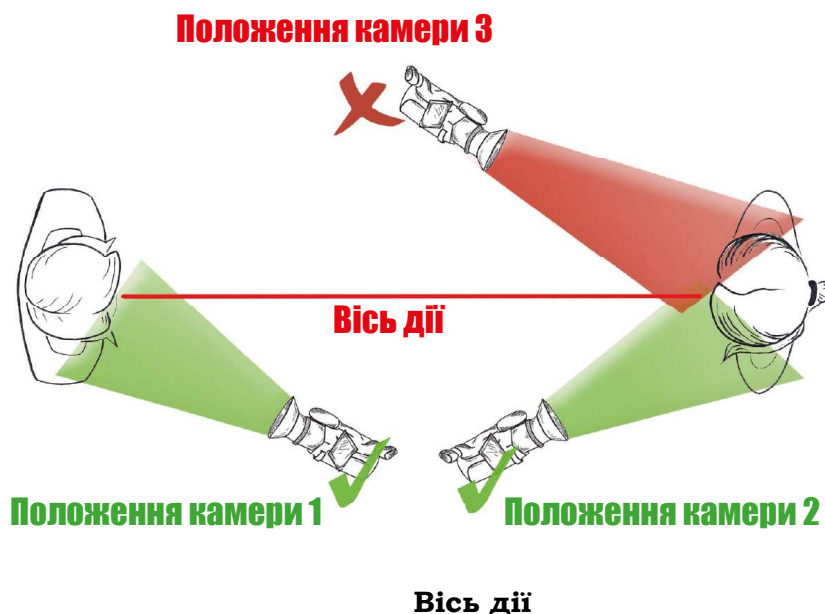
Ця форма монтажу часто використовується для розгортання діалогу між двома дійовими особами. Вона також називається послідовністю монтажу «план/ зворотний план знімання» і має особливо позитивний вплив на сприйняття глядачами безперервності, якщо вісь дії була врахована в діалозі.

Осі дії. Вісь дії описує фіктивну лінію, що починається від дійової особи в напрямку відповідної дії або акції. Так само й тварини та у виняткових випадках об'єкти мають вісь дії, яка може впливати на просторову орієнтацію глядача. Спростуючи, про вісь дії завжди говорять тоді, коли «сюжет кадру» щось робить.



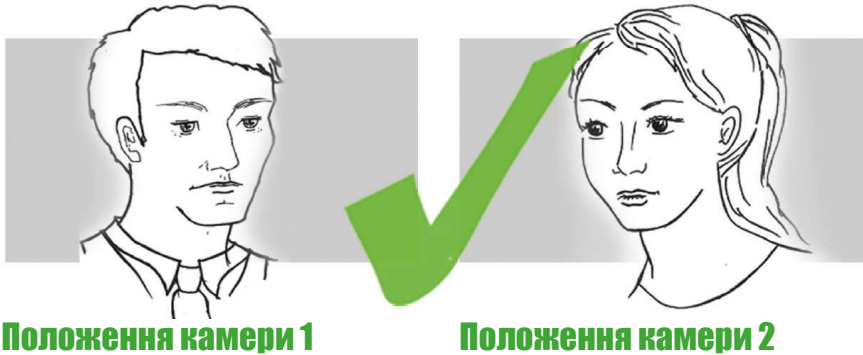
В автопричепі кінь їсть свіже сіно. Вісь дії проходить від голови коня до підлоги. Попереду в машині сидить вершник і керує нею. Його вісь дії орієнтується на зв'язок між головою та кермом. Вона спрямована вперед у напрямку руху. Машина з причепом рухається дорогою. Вісь дії об'єкта визначається відповідним напрямком руху.

Насамперед у монтажі діалогів і перемовин вісь дій впливає на просторове сприйняття безперервності. Положення осі дії визначає можливі напрямки погляду. Тому здебільшого вже при зніманні слід зважати на таке: якщо дія знімається в різних планах кадрів, які поєднуються в монтажі, положення камери мають бути по один бік осі.



У типовій діалоговій дії вісь дії (товста лінія) проходить між двома дійовими особами.

Якщо вісь дії під час запису та монтажу враховується, то камера 2 може поєднати тільки план чоловіка з планом жінки.

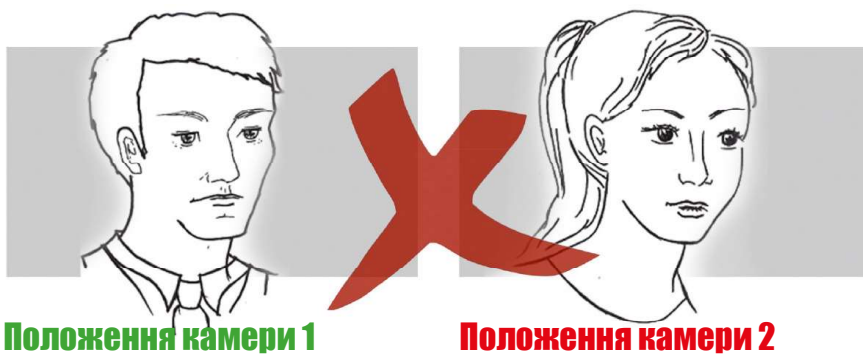


Сприйняття зображення з урахуванням осі дії.

Принцип врахування осей дії також називається правилом 180 градусів. Можливі положення камери обмежені півколом на одному боці осі дії.



Якщо це правило ігнорується, то наслідком буде так званий стрибок осі. Просторова орієнтація втрачається, бо в глядача складається враження, що дві дійові особи більше не дивляться одне на одного. Навпаки, здається, що вони стоять поруч і дивляться в одному напрямку.

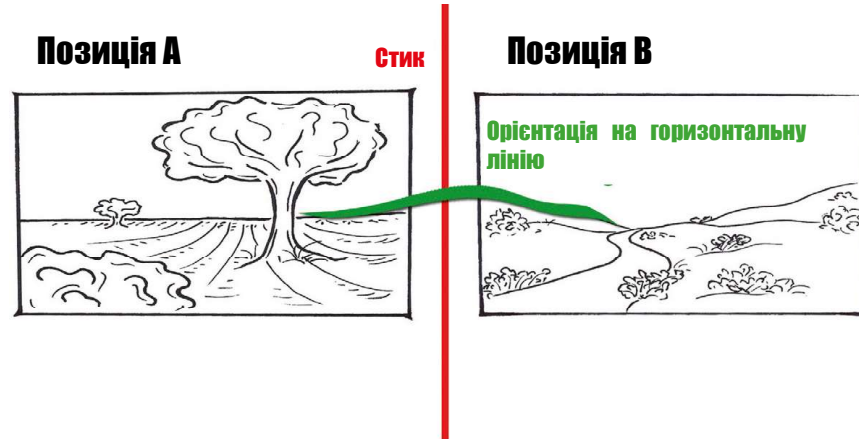


Сприйняття зображення при ігноруванні осі дії.

Лінії зображення. На додаток до напрямків погляду та імпульсів руху, лінії зображення або контури також підтримують враження безперервності при монтажних переходах.



Орієнтація на лінійну композицію зображень на стику планів А та В підвищує враження безперервності, бо глядач сприймає візуальну зміну менш сильно. При монтажі ландшафтних планів пропонується цей метод. Завдяки рівній горизонтальній лінії стрибок здається плавнішим.



Орієнтація на горизонтальну лінію.

Адаптація стильових і зображувальних елементів

Глядачеве сприйняття безперервності зазвичай можна дуже добре підвищити, якщо під час постпродукції зважати на рівномірний стиль зображення в межах послідовності епізодів.

Форма і стиль. Враження часової та просторової безперервності можна збільшити за допомогою однорідної візуальної естетики та повторюваних зображувальних елементів.



У повідомленні йдеться про спеціальну оперативну групу поліції. Відчуттю безперервності щодо послідовності епізодів стосовно чіткого та концентрованого підготування працівників поліції можна сприяти спокійними кадрами та великими планами знімання. Тоді операція спецпризначенців монтується переважно відкритими і рухомими планами, які надають послідовності епізодів власне вираження безперервності.

Колір, яскравість і контрастність. Рівномірний колірний простір, по змозі, постійне освітлення і зменшення контрастних стрибків допомагають глядачеві сприймати фільм як цілісний.



При підготованні сюжету про повсякдення в лікарні метушня у відділі невідкладної медичної допомоги монтується кадрами, які виглядають холодно, малокоонтрастно і світло. Народження дитини в пологовій палаті монтується досить контрастними і теплими кадрами. Обидва візуальні підходи підтримують враження безперервності в межах відповідних епізодів.

Орієнтація в просторі

Сприйняття безперервності часто пов'язане з чіткою просторовою орієнтацією через послідовність монтажу. Автор і монтажер повинні ставити собі за мету забезпечення правдивості розподілу сцени, позицій дійових осіб і напрямків дій. Так глядач дістає уявлення про місце, яке він більше не втрачає в межах усєї території знімання.

Безперервність руху. Дії учасників, які починаються в кінцевому плані, повинні тривати в наступному плані. Монтажний перехід в ідеальному разі створює враження, що ситуація знімалася одночасно двома камерами.

Працівник спочатку показаний в середньому плані під час роботи за письмовим столом. Він заповнює на комп'ютері формуляр. У монтажі кадр змінюється на показ рук великим планом. Працівник і далі друкує на клавіатурі.



Що точніше на монтажному переході дотримуватися максимальної тотожності положення рук і пальців працівника, то сильніше буде враження безперервності в часі .

Інша можливість посилити почуття безперервності за допомогою рухів дійових осіб — нейтральні входження в кадр або виходи з нього. Це означає, що дія в кадрі спочатку не видима, та потім у кадрі розвивається. Після завершення дії картина знову нейтральна.

У кадрі спочатку зображається тільки клавіатура перед екраном комп'ютера. Відтак руки працівника рухаються в напрямку клавіатури. Він щось натискає і знову забирає руки.



Тепер у монтажі може відбутися, наприклад, перехід до загального плану — після того як працівник забрав руки з кадру. Короткого моменту без руху достатньо, щоб створити нову сцену з дійовою особою, наприклад, під час телефонної розмови. І хоча часова та просторова безперервність порушується, але послідовність дій залишається правдоподібною або логічною.

Узгоджене сполучення кадрів. Помилки стикування — англійською мовою їх також називають «goofs» (англ. goof — помилка, хиба, похибка. — Прим. перекл.) — можуть погіршувати просторову орієнтацію. У стикуванні кадрів між двома планами слід дбати про те, щоб приміщення та дійові особи не змінювалися візуально. Групи бесідників, які раптом стають меншими чи більшими, або перевдягання дійових осіб заплутують глядача, принаймні на мить.

Репортаж супроводжує дослідника в подорожі до тропічного лісу. Мандрівка триває багато днів. Щодня дослідник одягає свіжу сорочку. Пізніше в монтажній кімнаті може бути дуже важко



«уцілнити» знятий матеріал, бо у фільмі треба буде змонтувати багатоденну подорож, не дбаючи про правильний перебіг часу або зміну дня і ночі. У найгіршому разі дійова особа в одному блоці послідовності міняє сорочку кілька разів.



Щоб уникнути помилок при сполученні кадрів, бажано попросити головних героїв, скільки можливо, не міняти одяг. Якщо в одному місці ви хочете продовжувати знімати в інший час, то в пригоді стануть фотографії або ескізи, щоб знову максимально ідентично налаштувати сцену.

Плавні та безперебійні звукові переходи

Звук у послідовності зображень має значний вплив на сприйняття глядачем безперервності. Суцільний звук без перерв, стрибків або неприродних змін гучності створює враження, що простір/приміщення, в якому розігрується сцена, не змінюється. Незмінні джерела звуку, такі як мовлення, музика або шуми, постійний об'ємний звук або стійка атмосфера, роблять монтажні переходи в сприйнятті глядача майже непомітними.



В одному сюжеті треба змонтувати сцену про музичний оркестр на святі стрільців. Через те що кадри знімалися один за одним, а запис періодично зупинявся, то звук стрибає на кожному монтажному переході. Навіть якщо монтажні переходи один в одного були б повністю плавні: звук перешкоджав би будь-якому враженню безперервності. Тільки коли довший музичний пасаж оркестру ставлять під монтаж, виникає враження просторової і часової безперервності. Те, що музиканти в процесі можуть виконувати зовсім інші музичні твори, зазвичай помічає дуже мало хто з глядачів.

Зсув зображення та звуку. Зміщення зображення та звуку на монтажних переходах відокремлює візуальний рівень від акустичного. Переходи так «вирівнюються» акустично. Враження безперервності зростає.

Є дві можливості: або звук наступного плану вставляється перед монтажем кадру, або ж звук плану, що закінчується, може бути продовженим за монтажним переходом.

Ритм монтажу

Ритм монтажу сюжету може вплинути на сприйняття безперервності глядачами (див. параграф «Ритм» у цьому розділі).

Належний темп і скоординована динаміка стабілізують плін послідовності кадрів. Швидкі зміни порушують це враження. Це може зашкодити безперервності.

7.4. Монтаж зображення

Робота на відеомонтажній системі дає авторові можливість внести в історію пережите, його досвід, зібрану ним інформацію та заяви його експертів і дійових осіб. Немає панацеї щодо монтажу фільму та зображення. Журналістський монтаж орієнтується на тенденції з художнього фільму та нові звички перегляду.

Монтаж означає стиснення та ущільнення. Незалежно від довжини сюжету: реальність потребує дедалі більше часу. Але фільм може бути захопливішим.

Автори, які сидять у монтажній кімнаті, завжди повинні прагнути не викликати нудьгу в глядача. Коли відеоінформація плану розшифрована, а нові імпульси не надходять, то це сигнал для перемонтажу. А що стосується послідовних зображень, то це також слід враховувати в блоках послідовності. Якщо пасаж перейшов драматургічну кульмінацію, а фінальна фаза діє обтяжливо, то далі має йти стрибок у наступний блок.

Монтаж керується бажаним меседжем автора. Дійові особи, місця знімання, світло і кольори, швидкість знятого матеріалу — все впливає на стиль і ритм монтажу.

Монтажні форми та зразки монтажу. Попри значну свободу авторів і монтажерів, деякі форми та зразки монтажу виявилися ефективними в забезпеченні плинності історії. Вони не непохитні догми, а скорше пропозиція, на яку можуть орієнтуватися автори та монтажери. На багато форм монтажу впливає розвиток міжнародного художнього ігрового кіно. Тому англійські терміни часто поширеніші, ніж німецькі. Вибірково далі називаються обидві форми.

Наративний монтаж. Ця форма монтажу (continuity editing — англ. плавний монтаж. — *Прим. перекл.*) сполучує один з одним кадри та блоки послідовності, і при цьому окремі монтажні способи залишаються непомітними. Попри втручання в просторову і часову безперервність, глядачеві здається, що хід дій відбувається без перерв і стрибків. Багато критеріїв безперервності базуються на концепціях наративного монтажу, таких, наприклад, як уникання стрибків у монтажі або порушень осі дії.

У майстерні працює механік. Він міняє шини на автомобілі. Робота зазвичай займає від 20 до 30 хвилин. У змонтованому епізоді чотири шини замінені менш ніж за хвилину. Проте глядач може стежити за перебігом дії. Стиснення часу та просторова зміна з одного колеса на інше не заплутує глядачів. Монтаж від одного плану до іншого встановлюється так, що він ледь помітний.



Лейтмотивний монтаж. Лейтмотивний монтаж (master shot principle — англ. принцип загального плану або майстер-плану. — *Прим. перекл.*) впливає з ідеї, що вихідна позиція (трейлер або establishing shot — англ. установний план — *Прим. перекл.*)

відкриває сцени та записує всю сюжетну лінію в здебільшого відкритому плані (загальний або середньо-загальний план).

У монтажі безперервно записаний лейтмотив доповнюється додатково знятими кадрами різної величини (наприклад, великим планом і деталями). Отже, з одного боку, може вироблятися динамічний процес монтажу. З другого — принцип загального плану раз по раз пропонує можливість ілюструвати глядачеві конфігурацію приміщення і положення дійових осіб. Отже, лейтмотивний монтаж дотримується правил нарративного монтажу.

Він часто годиться для вступу та проміжної орієнтації в діалогах, а також при записі музичних груп, ансамблів або оркестрів.



Виступ музичного ансамблю: щоб зберегти в монтажі безперервність, середньо-загальний план сцени створюється як майстер-план. Подальші деталі, плани для знімання з близької відстані та великим планом інструментів і музикантів служать як перемонтажі в інших кадрах.

Асоціативний та контрастний монтаж. На відміну від концепції плавного монтажу, асоціативний та контрастний монтаж (intellectual and contrast montage) роблять наголос на ефекті монтажного переходу. Зміна плану повинна сприйматися, заставати зненацька і вимагати глядача. Асоціативний монтаж дозволяє різні інтерпретації змонтованої зміни кадрів. Глядач самостійно вирішує, який саме змістовий зв'язок він робить між послідовними планами.

Інші монтажні переходи мають нести дуже конкретний меседж. При контрастному монтажі, отже, монтуються кадри, які глядач може поставити в певний змістовий зв'язок тільки в цій монтажній послідовності. Часто план сполучує не дію, простір або час, а якесь характерне твердження.



У портреті бізнесмен показаний у прекрасному костюмі. Після зміни картини він у сюжеті прикурює сигару. Інтерпретація глядачів була б, напевно, інакша, якби бізнесмен після перемонтажу кадру брав ланч-бокс та їв яблуко.

Ці контрасти можна ще більше посилити. План бізнесмена із сигарою змінює нещасний випадок робітника в заводському цеху.

Паралельний монтаж. Паралельний монтаж (англ. cross cutting) описує альтернативний стиль монтажу, який раз по раз змінюється між двома або більше сюжетними лініями. Окремі процеси зазвичай розділені просторово. Але монтаж робить їх наче одночасними. Перехід від однієї сюжетної лінії до наступної годиться насамперед для створення напруги. Поступово просторовий поділ усувається, аж поки процеси не об'єднуються в єдину драматургічну кульмінаційну точку.



Репортаж про футбольний вікенд починається з агресивних фанатів, які йдуть на гру в гостях. Зміна сюжетної лінії: на

місці проведення матчу поліційні сотні готуються гарантувати безпеку навколо стадіону. Зміна: ультрас місцевої команди намагаються пронести піротехніку на стадіон. На вході доходять до сутичок з охоронцями. Зміна: фанати на стадіоні. Їх уже супроводжує поліція в їхній блок. Зміна: фанатам місцевої команди вдалося пронести на стадіон ракети, петарди та фаери. Вони негайно починають бавитися з вогнем, спалювати прапори суперника. Кульмінація: ситуація загострюється. Огорожі ламаються, фанати й ультрас розпочинають бійку між собою...

Паралелізований монтаж. Інша змінна форма — паралелізований стиль монтажу (cross cutting). На відміну від паралельного монтажу, сюжетні лінії не об'єднуються в одну спільну кульмінаційну точку. Тому вони не мусять виглядати так, ніби відбуваються одночасно. Проте слід подбати про те, щоб різні дії мали достатній простір для розвитку. Тоді глядачеві легше увійти в нову історію або знову долучитися до вже наведеного оповідання.

Заплутаний монтаж. При заплутаному монтажі (англ. involuted montage) розповідь поділяється на різні часові рівні. Звичай є головна історія, яка, наприклад, порушується трейлерами і ретроспекцією (флешбеками). Таким способом можна перестрибувати на інші часові рівні. Спогади, прогнози на майбутнє або порівняння можуть бути драматургічним змістом. Заплутаний монтаж особливо придатний для авторів тоді, коли нема потреби розповідати хронологічну історію. Місце і час втрачають своє значення. Допустимі навіть повторення процесів, наприклад, з різних поглядів кількох дійових осіб.

У документальному сюжеті розглядається місіонерська діяльність католицької церкви в Африці. Основна лінія базується на поточній роботі одного монаха. Різні переплетення дозволяють озирнутися на часи навчання монаха, ставлення Ватикану до місіонерської роботи та проблеми молоді зміни в майбутньому.



Довгий план. Довгий план (англ. sequence shot) — це єдина, незмонтована, іноді досить довга сцена, в якій дія переривається. Напруження послідовності планів тримається «обіцянкою» глядачам, що вони можуть стежити за дією в реальному часі. Монтаж відбувається не в процесі монтування, а вже під час знімання. При цьому рекомендується, щоб зміна планів та перспектив відбувалася за допомогою рухів або, у виняткових випадках, «наїзду-відїзду» камери (zoom, «зум»). Дії головних героїв перед камерою також контролюють увагу глядачів.

У телевізійній журналістиці послідовності планів слід монтувати лише на повну довжину, якщо камера може протягом тривалого часу стежити за дією, а глядачеві можна періодично давати нові візуальні імпульси. Інакше існує ризик того, що глядач втрапить як орієнтацію, так і інтерес.



У репортажі про співачку камера супроводжує останні секунди перед виступом у послідовності планів. Перший кадр показує зосереджене і водночас нервове обличчя артистки. Потім камера повертає вбік і фіксує помічника, який подає своїй керівниці склянку води. Шум перед сценою наростає. Тепер співачка рухається до виходу на сцену. Камера зупиняється на мить, показуючи напружені обличчя команди за сценою. Потім камера повертається — під впливом імпульсу руху стилістки, яка біжить за співачкою — і слідує за ними обома. Стилiстка, ідучи, ще раз поправляє зачіску. Камера слідує коридором аж до підняття завіси і виходу артистки на сцену. Яскраве світло потрапляє в об'єктив, відокремлює телеглядача від співачки і завершає послідовність планів.

План — зворотний план. За допомогою цього монтажного шаблону (shot — reverse shot) насамперед розгортаються діалоги. Враховуючи правило 180 градусів або вісь дії, можна створити зв'язок між двома розмовниками. Дійові особи поперемінно монтуються в епізод. При цьому можна показати як висловлювання одного розмовника, так і висловлювання його візаві, а також те, як партнери слухають одне одного.

Різка зміна кадру. Різка зміна кадру (jump cut) описує монтажний шаблон, в якому з безперервної суцільної сцени, знятої здебільшого з фіксованої точки знімання, вирізані короткі пасажі. Це створює враження стрибка кадру. Різка зміна кадру може збільшити динаміку змонтованого епізоду.



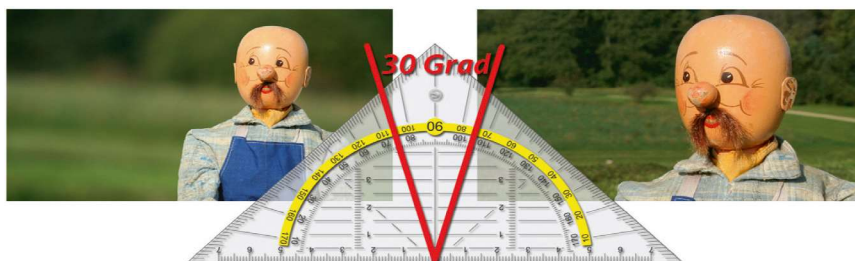
Сюжет повідомляє про довгий день лікарів у відділі невідкладної допомоги. Після 24-годинної зміни головний герой іде довгим, порожнім, холодним на вигляд коридором, віддаляючись від камери. Різкі зміни кадрів стрибками віддаляють його чимраз далі. Послідовність штучно скорочується, і глядач оптично відокремлюється від головного героя.

Врізання-вирізання. Ці монтажні шаблони (cut in — cut out) також називають градуїтованим «зумом». Примітна особливість врізання-вирізання — те, що кадр на перемонтажі помітно змінюється тільки стосовно регулювання плану. Однак кут охоплення або вісь охоплення камерою об'єкта, що підлягає зніманню, залишається ідентичним.

Ця техніка особливо чутлива, коли мова йде про сприйняття глядачами безперервності. Найменші зміни в кадрі, наприклад у позі дійової особи або зміни заднього плану зображення, можуть сприйматися як перешкода.

Правило 30 градусів. За допомогою цього простого трюку (30 degree rule) можна обійти проблему порушень безперервності у врізанні-вирізанні. Для цього перемонтаж проводиться не тільки шляхом зміни величини плану, але й супроводжується зміною перспективи. Ця зміна кута охоплення має становити не менше

ніж 30 градусів і в будь-якому разі бути такою великою, щоб стрибок міг сприйматися як досить виразний. Тоді враження безперервності можна зберегти, хоча візуальні відмінності можуть бути дуже помітними.



Правило 30 градусів для врізання.

Візуальна збіжність. Цей монтажний шаблон (match cut) сполучає між собою просторово або часово відокремлені дії, коли при перемонтажі ідуть одне за одним однакові або схожі сприйняття або сюжети кадру. Через візуальну збіжність можна реалізувати плавні переходи, змінювати місця, стирати часові стрибки або сполучувати дії, що чергуються. Якщо вдасться змонтувати візуальну збіжність так, щоб його майже не сприймав глядач, то враження безперервності залишається.

Кадр завершується детальним фокусуванням на футболці польового гравця. Перемонтаж: кадр знову відкривається і показує футболку вболівальника на трибуні.



Крім того термін «візуальна збіжність» позначає переходи, які видимо пов'язують між собою два об'єкти або дві дії, бо вони у формі або функції мисляться як порівняння.

Із загального плану в переповерхньому міському парку влітку, де люди бігають туди-сюди, перемонтаж на мурашник, що розташований в лісистій місцевості на краю парку, міг би бути належною візуальною збіжністю.



Монтаж руху. Монтаж руху (cutting on action) рекомендується, коли рух об'єкта або дійової особи порушує зображення. Навіть невеликий імпульс може служити мотивацією для перемонтажу. Наступний кадр має прийняти і продовжити рух. Передумова цього — те, що вже при зніманні зважають на такі імпульси руху і записують «з перекриттям». Тоді при переході від одного плану до іншого руху можуть бути сполученими як «склоочисники», що зв'язує простір і час, не руйнуючи враження безперервності.

Дійова особа віддаляється, і камера знімає доти, поки зображення не стане нейтральним — тобто дійова особа залишить план. Наступний план починається нейтрально, і дійова особа входить у кадр. Якщо напрямки руху узгоджуються, то можна



робити монтаж у відтяжному імпульсі. Це має відбуватися саме в той момент, коли дійова особа залишає кадр або входить у наступний кадр. Дійова особа змінює місце і час без істотного впливу на плин кадру.

Перебивання. Перебивання (cut away) — це простий спосіб продовжувати монтаж в блоці послідовності, навіть якщо немає більше відповідних сполучених кадрів. Утім перебивання порушує поточну дію або принаймні відводить від неї на мить. Тому що кадр часто має лише незначний стосунок до реальної ситуації, дії або простору, в якому відбувається головна дія. Тому перебивання слід використовувати лише тоді, коли немає інших можливостей. Вона часто лише вимушений захід. У журналістському фільмі, однак, перебивання — іноді єдиний спосіб «приховати» від глядачів жорстке, відчутне порушення безперервності.



Інформаційні випуски часто містять підсумкові звіти з пресконференцій. Скорочення заяви преси або перехід від одного промовця до іншого часто починається з проміжного зображення фотографа.

7.5. Журналіст за монтажним столом

Незалежно від того, новинний це фільм чи документальний, автор і під час монтажу не повинен спускати з ока режисуру та контроль за сюжетом. Адже поствиробництво починається задовго до того, як почнеться робота з монтажером за монтажним столом.

Перегляд незмонтованого матеріалу

Залежно від форми викладу, тривалості знімання або кількості знімальних місць може дуже швидко набратися незмонтованого матеріалу на кілька годин. Як показник часто називається знімальний коефіцієнт. Знімальний коефіцієнт — співвідношення хвилин змонтованого фільму до знятого незмонтованого матеріалу. Для актуальних форматів це співвідношення має бути близько 1:5. Для довших форм подання не можна назвати чіткого правила. Але навіть знімальний коефіцієнт 1:10 означає, що для виробництва 30-хвилинного фільму знято 300 хвилин, тобто п'ять годин незмонтованого матеріалу.

Тому перше завдання тележурналіста полягає в тому, щоб незмонтований матеріал переглянути, упорядкувати, відсортувати технічно непридатне й за змістом неважливе. До того ж автори також повинні думати про використання музики. Крім того, вже на цій ранній стадії важливо планувати можливу графіку або анімацію.

Створення монтажного плану. Формальних вимог до монтажного плану не існує. Вирішальний критерій — доцільність. Для актуального повідомлення часто достатньо кількох ключових пунктів, які окреслюють окремі блоки послідовності, показують переходи і занотовують пасажі інтерв'ю. Зусилля на створення монтажного плану для документального сюжету значно більші. Якщо сценарний план був розроблений заздалегідь, тепер можна перевірити, чи були знайдені та зняті аудіовізуальні документи. Часто накреслюють наочні послідовності, занотовують пасажі інтерв'ю.

Оглядіві графіки або картотечні картки полегшують загальне враження від запланованого монтажу й до того ж дозволяють періодично перерозподіляти окремі блоки послідовності або пасажі інтерв'ю.



Важливо, щоб наявний незмонтований матеріал був чітко закріплений за планової послідовності кадрів. Досі журналісти в своїх монтажних планах могли посилатися на номер касети й відповідне місце на стрічці — так званий тайм-код. Тайм-код залишився. Проте сьогодні використовують майже винятково безстрічкові форми запису, такі як карти пам'яті або диски. А що ці носії запису дуже дорогі й насамперед їх можна використовувати багаторазово, то незмонтований матеріал часто «припарковують» на жорстких дисках або інших центральних носіях. Тому автор повинен уже під час знімання зважати на структуру призначення свого матеріалу. Теки або кошики в системах монтажу пасують до цієї структури й можуть бути структурованими відповідно до змісту, дня знімання, дійової особи та інших критеріїв. За допомогою монтажного плану та доступного в цифровому вигляді незмонтованого матеріалу автор може тепер добре підготовленим йти в монтажну кімнату до монтажера.

Супровід робіт з монтажу. Поглянувши на монтажну, у непрофесіонала може скластися враження, що монтажера монтують фільм, а автор нетерпляче чекає на результат. Це враження оманливе, бо заперечує той факт, що монтаж — дуже творча фаза виробництва фільмів. У монтажній кімнаті вирішується, чи працює запланована драматургія. Тому є сенс, щоб автор і монтажера разом обговорювали концепцію. Вони повинні знайти належний ритм монтажу, узгодити основні його форми, а потім періодично обмінюватися послідовностями або змінювати окремі зняті кадри, які ще називають «frames». Кожен окремий кадр у монтажі можна редагувати. Ця маленька деталь приводить до того, що час у монтажній зазвичай минає дуже швидко.

Окремі робочі етапи постпродукції часто проходять паралельно. Однак зазвичай автори дотримуються такої процедури:

Монтаж зображення. Загальна сюжетна лінія в системі монтажу за частинами монтується в епізод. При цьому монтажера монтують окремі блоки і формує інтерв'ю. До того ж переходи між блоками послідовностей відображаються наочно. Монтаж

зображення має виходити далеко за межі чорнового монтажу або простого складання матеріалу — ще називається «raw cut». Рекомендується, щоб довжина, перебіг та історія сюжету вже були значною мірою впізнаваними.

Остаточний монтаж. Коли історія готова, то можна розпочинати остаточний монтаж. Якщо досі кадри з незмонтованого матеріалу здебільшого вмонтовували в епізод, то тепер опрацюють сам епізод. Окремі блоки та кадри можна ще раз перемістити. Переходи кадрів і монтаж руху можна збалансувати, тобто точно підігнати під «frame». Оригінальні звукові доріжки, інтерв'ю та висловлювання можуть бути висунуті наперед (audio-leads) або розміщені під іншими кадрами. І монтажер зазвичай вставляє ефекти, музику та графіку в послідовність монтажу.

Редагування звуку. Зазвичай аудіодоріжки готують уже в монтажній для подальшого складного змішування в студії звукозапису. І якщо для сюжету не передбачено тексту, то за певних обставин монтажер може повністю взяти на себе опрацювання звуку і створити готовий до трансляції та акустично збалансований сюжет.

Звук кожного джерела мікрофона виділяють. Потім підганяють так звану «rapping» (прокрутка, панорамування) окремих звукових доріжок. Як результат, глядач також чує монофонічний трек на обох гучномовцях свого телевізора. Після цього монтажер вирівнює індивідуальні звукові доріжки — інтенсивність тонів регулюється — і принагідно регулює індивідуальні окремі звукові пасажі за допомогою інтенсивного остаточного монтажу. Наприкінці більшість звукомонтажів витирають дуже короткими мікшерами. Принагідно так уникають появи легкого потріскування на стиках.

Складання тексту. Загалом рекомендується розробляти текст лише після того, як сюжет буде максимально змонтований. Потім автор знає довжину окремих блоків послідовності, знає, які використано пасажі інтерв'ю, і має відчуття ритму фільму. Часто тільки тепер можна зрозуміти, яка інформація потрібна, які переходи потребують текстової підтримки, скільки часу є і які пасажі мають залишатися відкритими. (Докладніше про це в розділі 8).

Озвучення та мікшування. Усі великі телевізійні канали зважають на те, щоб робити озвучення та мікшування в дублюванні або перезаписі звуку. Інженери звукозапису та звукотехніки забезпечують збалансовану координацію голосу, інтерв'ю, музики та атмосфери.

У коротших формах подання озвучують сюжет зазвичай автори. Поки сюжет іде на моніторі, вони наговорюють свій текст у дикторській кабіні. Триваліші форми подання та складніші продукції часто озвучують професійні диктори. Зазвичай при цьому акустичне значення сюжету істотно зростає. (Докладніше про це в розділі 8).

7.6. Відеоефекти

Усі поширені системи монтажу сьогодні мають широкий спектр ефектів, за допомогою яких можна змінювати або поліпшувати площину зображення. Відеоефекти можуть допомогти тележурналістові посилити свій бажаний меседж у постпродукції. Але використання ефектів займає багато часу на монтажному місці. Їх має «побудувати» монтажер, а потім обчислити (rendering) комп'ютер — процес, який рідко завершується після початкових коригувань. Часто ефекти підлаштовуються і коригуються по кілька разів. Тому загалом можна стверджувати, що «штучні» елементи зображення слід ретельно планувати і свідомо використовувати.

Відеоефекти не повинні бути самоціллю. Вони скорше можуть бути повністю ефективними, якщо «функціонуватимуть оптично» і вписуватимуться у візуальний плин сюжету.



Ефекти або діють безпосередньо на місці стику — тобто на переході між двома планами — або впливають на кадр чи на весь епізодичний ряд.

Ефектами, які безпосередньо впливають на місце стику, можуть, зокрема, бути:

- монтажні переходи і «перекидання» камери, які створюють «м'які» переходи;
- кадрові рамки, які, наприклад, пересувають наступний кадр згори донизу;
- переходи тонів, як, наприклад, затемнення.

Ефекти, які впливають на кадр або послідовність кадрів, можуть, зокрема, стосуватися:

- коригування кадрування зображення шляхом збільшення, обертання та переміщення зображення;
- налаштування кольорів зображення за допомогою коригування кольору;
- зміни швидкості зображення (прискорення, уповільнення або швидкісне знімання); «кадру в кадрі», коли один на інший накладаються два або більше кадрів різних розмірів (довжини кантів);
- тональності або комутації спецефектів, наприклад, шляхом видалення певних компонентів кольору в кадрі.

До того ж здатність ефектів до сприйняття — критерієм для використання в монтажі. Багато ефектів розпізнає глядач. Їх можна використовувати, наприклад, для оптичного розділення між різними сюжетними лініями. Інші відеоефекти часто важко ідентифікувати. Зазвичай вони непомітно для публіки підтримують візуальну або покращують технічну якість кадрів. Тому ефек-

ти в журналістському фільмі слід використовувати дуже зважено. Не все, що працює технічно, годиться також для телевізійного сюжету. Натомість бажано завчасно запровадити видимі переходи та коригування й з багаторазовим надлишком пропонувати їх глядачеві. Тоді зазвичай складається враження, що автор свідомо використовував цей ефект як драматургічний елемент для свого фільму. Для багатьох ефектів на професійному жаргоні переважно використовують англійські терміни. Тому надалі вибірково названо обидві форми.

Наплив. Відеоефекти з напливом (dissolve) відбиваються на переході кадрів. Вони можуть поєднувати два послідовні плани, наприклад через перехресне загасання. При перехресному загасанні в монтажі завершення кінцевого кадру і початок наступного накладаються одне на одного. Через зміну затіненості обидва кадри напливають один на одного. Жорсткий стик розмивається. Використання цього «м'якого» напливу спірне. Багато редакторів новин просять авторів відмовитися від цього ефекту і віддати перевагу «жорсткому» монтажу, бо від цього може постраждати автентичність.

«Перекидання» камери та переміщення кадру (повзунк). «Перекидання» камери (wipe) замінює зміст кадру, що завершується, змістом кадру наступного плану. Цей ефект передбачає, щоб кадри в монтажі накладалися один на одного. Тоді перехід діє як нитка, що тягнеться через кадр.

За допомогою повзунка план, що закінчується, «зміщується» наступним кадром. Тому перехід стає особливо очевидним.

Картинка в картинці. Цей ефект (picture in picture) можна використовувати для внесення різних коригувань і змін у змонтовану послідовність відеокadrів. Ефект «картинка в картинці» головно дозволяє одночасно відобразити кілька планів. Для цього один на одного накладаються два або більше кадрів. Налаштовуючи розміри кадрів, обрізання країв, зменшуючи затіненість або зміщення, можна розташувати позиції так, щоб глядач міг бачити всі картинки.



Цей ефект годиться, зокрема, коли автор хоче подати одночасність різних дій на поліекрані (splitscreen). Інша можливість полягає в тому, що зміст зображення монітора змінюється за допомогою ефекту «картинка в картинці». Або якщо план показує першу сторінку газети, тоді ефект може створити враження, що титульне фото газети — це не стоп-кадр, а відео, тобто рухоме зображення.

Тональність. Загалом тональність (key) також можна розглядати як форму ефекту «картинка в картинці». Однак технічні вимоги до планів зображення набагато вищі. Бо кейнг (англ. keying — маніпулювання, перемикування. — Прим. перекл.) не впливає на канти або розмір зображення, а скорше вибрані ділянки видаляються або стають прозорими. Наприклад, певні ком-

поненти яскравості зображення можуть бути вітоновані. Цей метод називається яскравісна тональність (Luma key). Найчастіше використовують метод, в якому колірний простір стає прозорим. Так званий хромакей, зокрема, використовується у виробництві в Green- або Bluebox (зелена або синя коробка). Багато ведучих новинних програм сидять, наприклад, у студії з зеленою підлогою і зеленими стінами. Тло у таких випадках встановлює відеорежисер після того, як зелений колір буде «затонований».

Відповідно, при кеїнгу також діє принцип, коли один або більше кадрів накладаються один на одного. Тоді прозорі області дозволяють глядачеві бачити як зображення на передньому плані, так і тло.

Маска. Використання маски (matte) також відбувається за принципом ефекту «картинка в картинці». Відмінність полягає в тому, що зазвичай графічну маску накладають на фоновий план. Цей ефект важливий для авторів, тому що таким способом можна зробити нерозпізнаваними, наприклад, дійових осіб або номерні знаки. Для цього ділянка зображення, покрита маскою, визначається як нерізка або пікселізована і насувається на обличчя головного героя або на номерний знак. Можливо навіть, щоб маска точно слідувала за рухами голови або напрямом руху транспортного засобу.

Кадрування. У метушні знімання, попри ретельну роботу, може статися так, що зображення записане трохи криво. Тоді всі системи монтажу пропонують стандартні ефекти, щоб налаштувати межі кадру або повернути зображення. Принцип цього кадрування (framing) простий: зазвичай монтажер трохи збільшує кадр так, щоб краї зображення виходили поза «межі монітора». Тепер план можна обертати або переміщати непомітно для глядача.

Корекція кольору. Зокрема, для довгих форм, таких як документальні програми або репортажі, бажано зробити корекцію кольору (color correction) протягом усього фільму. При цьому налаштовують контрасти і кольори, рівні чорного, білизну і загальну насиченість. Цей трудомісткий процес приводить до однорідного вигляду послідовних планів і збільшує візуальну цінність фільму. Але навіть у коротких формах і поточних сюжетах, прості корекції кольору можуть усунути або принаймні зменшити технічні помилки у відзнятому матеріалі. Тому, коли це можливо, автор повинен для цього процесу завжди запланувати собі деякий час.

7.7. Монтаж звуку

Звук грає дуже особливу роль у постпродукції. З одного боку, акустичний рівень пропонує журналістові різноманітні творчі можливості. Звук формує емоційні простори і може створювати настрій у глядача — незалежно від зорових вражень. Музика, атмосферні звуки або звукові ефекти підтримують драматургію і структурують фільми. З іншого боку, технічно високоякісний звук допомагає глядачеві спокійно стежити за сюжетом. Тоді він може краще осягнути зміст. Це забезпечується правильною модуляцією рівня звуку, чистими аудіопереходами, малими напливами тощо.



Опрацювання звуку доцільно врахувати вже під час планування монтажних робіт. Якісне акустичне підготування сюжету може приховати деяку неминучу слабкість монтажу зображення.

Зазвичай тележурналіст може використовувати в монтажі різні джерела звуку. Під час знімання звукорежисер, асистент оператора або принаймні встановлені на камері мікрофони записали оригінальний звук. Крім того, автор може вдатися до так званих «звукових консервів». У монтажі доступні такі джерела звуку:

- *голоси* (оригінальні звуки) інтерв'ю, заяв або діалогів,
- *атмосферні звуки* (фоновий шум) знімання, як-от будівельний шум, спів хору, пташиний спів тощо,
- *музика з «консервів»*, наприклад з компакт-дисків, музичних архівів або інтернет-порталів,
- *звукові ефекти* (sound effects), що були зібрані як привабливі звуки під час знімання або розшукані в звуковому архіві, наприклад посвист, гудки, дзвінки тощо.

Зазвичай телевізійні сюжети розрізняють за моно- і стереохарактеристиками. Стереозвук посилює акустичне відчуття простору, бо той самий звук записують принаймні двома мікрофонами на двох різних каналах. Музика з «консервів» часто наявна як стереозвук. Іноді атмосферний звук записували як стерео також під час знімання. У цих випадках є сенс досягти стереоефекту, навіть якщо всі інші джерела звуку монофонічні.

Для цього монтажери монтують звук для сюжету на різні звукові доріжки. Окремі джерела звуку накладають одне на одного, зміщують одне в одне і добирають одне до одного.



Автори можуть зважати на те, що в монтажі якомога частіше звуковий стик «відокремлюється» від переходу від кадру до кадру. Це підвищує сприйняття безперервності в глядача, бо, наприклад, завчасний звук сповіщає наступний одразу за ним монтаж зображення.

Для «відокремлення» можна, наприклад, вмонтувати фоновий шум кадру між кількома послідовними планами. За умови, що епізод стосується єдиної сюжетної лінії, переходи зображення можуть бути приховані наскрізним звуком. Цей метод також підходить для змін дії та місця або коли потрібно змонтувати оригінальний звук. Так звані аудіопровідники (audio-leads) описують техніку монтажу, в якій джерело звуку відтворюється перед монтажем зображення. Таким способом майбутня зміна вже може бути введена через акустичний рівень.

Можливо також, що звук після монтажу зображення ще якусь мить триватиме. Тоді покинута сюжетна нитка акустично ще залишається в свідомості глядачів.

Голос підприємця починає лунаати вже при загальному плані з видом на виробничі цехи. Зображення головного героя з'являється лише за мить.

Або все ще лунає шум потяга, що проїздить, хоча перемонтаж зображення вже привів глядача до наступної сцени — можливо, в план у тихій бібліотеці.



7.8. Графіка та анімація

Графіку та анімацію використовують як у документальній сфері, так і в поточному висвітленні подій. Прості вставки або складні анімації в тривимірному просторі — креативність художників-графіків і журналістів практично безмежна. Продуктивність комп'ютера, програмне забезпечення та дедалі простіше обслуговування систем створюють віртуальні світи та доповнюють зняті камерою зображення. Межі між графічною вставкою в сюжеті або в анімації тепер не чіткі. Лише дуже рідко, та й тоді здебільшого в поточному монтажі новин, написи в рамці відтворюються як прості нерухомі кадри. Більшість графічних зображень — це анімовані послідовності зображень, які створюються або зникають у плавних рухах або змінюються під час показу.

У тележурналістиці графіка та анімація набувають функції візуалізації інформації та фактів, які важко або неможливо документувати кінематографічно. Це, зокрема, можуть бути:

- числа та кількість,
- структури, зв'язки та процеси,
- географічна орієнтація,
- часовий перебіг,
- пояснення та тлумачення.

Для створення надлишків експорту, реконструкції аварій, візуалізації місць злочину, функції пенсії з догляду, перебігу історичної битви або процесу ядерного синтезу — насамперед для



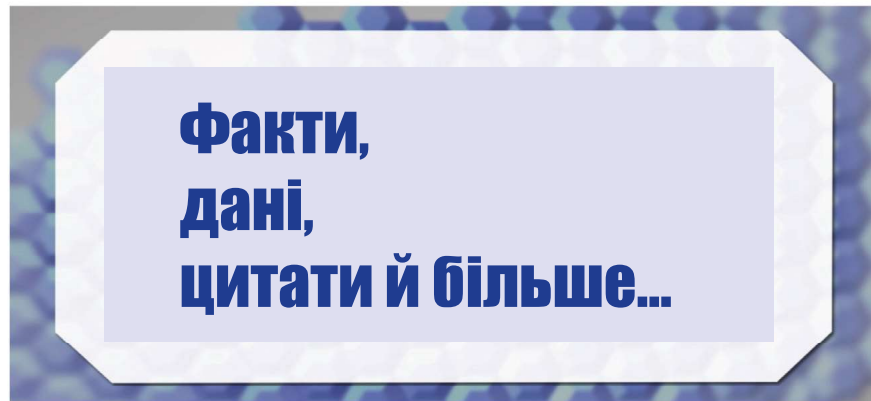
складних і абстрактних тем стають у пригоді графіка та анімація.



У всіх графіків та анімацій є одна спільна риса: вони орієнтуються на факти. Важливо бути точним і конкретним у візуалізації.

Використання графіки або анімації вимагає, щоб факти були зрозумілі. Тільки тоді, коли автор знає історію бездоганно, зібрав усю інформацію і може визначити функцію графіки, він має братися до дизайну графіки. Загалом графіки та анімації можна розділити на нижченаведені категорії.

Нерухома графіка. Ця проста форма придатна, наприклад, для текстових або інформаційних таблиць. Часто використовують стандартизоване тло, на якому відтворюються різні тексти, ескізи, фотографії або інші елементи.



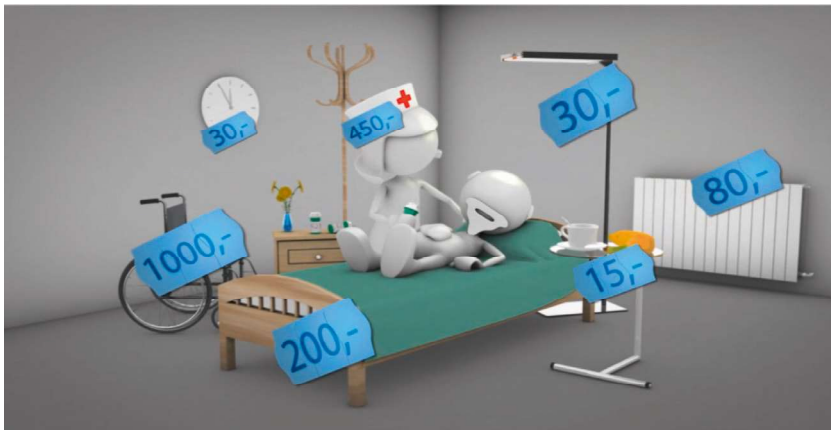
Приклад нерухомої графіки.

2D графіка або анімація. Анімації, що залишаються в двовимірному просторі, придатні для пояснення складних ситуацій або візуалізації числових співвідношень. Малюнки, «кліпарт»-графіки або діаграми часто подано в 2D-зображеннях.



Приклад 2D-графіки.

3D-графіка або анімація. Анімації в тривимірному просторі — безперечно, найскладніші форми. Зате можливості дизайну практично необмежені. Від коротких вставок, таких як спортивні трансляції наживо, аж до повних пояснювальних фільмів: 3D-світ придатний для особливої візуальної привабливості та передання абстрактних тем.



Приклад 3D-графіки.

Графіка для дизайну прямого етеру / On Air Design. Чи то ідентифікатор передачі, чи монтажна вставка дійових осіб — зовнішні ознаки каналу, програми або сюжету впливають на візуальну значущість. Наприклад, для дійових осіб під час виступу зазвичай пускають титри або роблять вставку. Здебільшого там наводять ім'я та звання або діяльність бесідника в інтерв'ю.

Графічні зовнішні ознаки передачі або цілого каналу майже завжди визначають телевізійні канали або редакція. Автори іноді можуть впливати на графічне оформлення своїх сюжетів лише в онлайн-медіа.



Приклад титрів (вставки).

Графіка в сюжеті. Щоб не заплутати глядача, усне мовлення і графіка повинні утворювати єдність. Розходження між текстом і зображенням особливо шкодять графіці. При цьому цілком достатньо, якщо графік показує абсолютну кількість мільйонерів у Німеччині, а в тексті йдеться про відсоток. Текстове перевантаження також часто становить проблему. Графіка та анімація повинні мати можливість діяти й без тексту. Якщо текст розширено до останнього кадру (frame), то глядач не має можливості зрозуміти й опрацювати візуально поданий матеріал. Тоді інформаційний зиск незначний.



Отже, для глядача створюються впізнавані наочні зв'язки, які забезпечують сприйняття всього сюжету як єдиного цілого.



Як можна наочно інтегрувати в сюжет графіку про кількість населення? Один зі способів полягає в тому, щоб перефарбувати реальний кадр з пішохідної зони, потім уповільнити сцену, розмити її за допомогою ефекту, а потім побудувати графіку на отриманому так фоновому зображенні.

7.9. Правила монтажу

Щоб привабливі послідовності для журналістського сюжету були змонтовані, мають узгоджуватися ритм, безперервність і монтаж. Для цього є багато різних способів. Отже, нижченаведені правила не догми, а рекомендації. Разом з тим вони можуть створити фундамент, для якого, однак, характерно: будь-яке правило можна порушити!

1. Кадр триває щонайменше 2,5 секунди.

Залежно від складності змісту зображення та щільності інформації глядачеві потрібно близько двох-трьох секунд для опрацювання інформації про зображення. Тривалість плану в монтажі залежить від багатьох різних факторів. Загальний план може залежно від обставин надати стільки візуальних вражень, що глядачеві потрібно більше часу, щоб сприйняти всі імпульси. Великий план уже за хвилю може здатися нудним. Бажаний ритм сюжету також впливає на «життєздатність» кадру. Але що коротшим монтується план, то менше глядач згадуватиме про деталі зображення.

2. Зважайте на узгодженість — цілісність.

Розрив цілісності глядач може сприймати або як втручання, що дратує, або як привабливий монтаж. Чого не повинно бути: не можна втрачати узгодженість із подальшим ходом сюжету. Тому насамперед рекомендується забезпечити високий ступінь сприйняття послідовності. Тоді аудиторія може простіше стежити за свідомо застосованими обривами.

3. Стрибок щонайменше через один план.

Загалом різні плани, по змозі, завжди повинні бути змонтовані один з одним, щоб уникнути оптичних «стрибків». При цьому доцільно перестрибнути хоча б через один план. Це означає, що монтаж із загального плану до середньо-загального пасує менше, ніж стрибок до середнього плану.

4. Монтуйте різні перспективи.

Якщо плани з різними кутами охоплення монтуються один з одним, то динаміка епізоду зростає. Зокрема, якщо після перемонтажу необхідно показати той самий об'єкт або того ж самого головного героя, зміна перспективи допомагає глядачеві не заплутатися. Перерви в просторовій безперервності діють не так чітко. Зокрема, поєднання зміни перспективи і плану полегшує монтаж.

5. Зважайте на осі дії.

Кожен крок протагоніста зорієнтований на певну вісь дії. Зокрема, при розкладці діалогів слід зважати на те, щоб камера завжди залишалася на одному боці уявної лінії між двома бесідниками. Порушення цього правила 180 градусів створює враження,

що обидві дійові особи не розмовляють один з одним, а дивляться в одному напрямку й при цьому говорять.

6. Нейтральні кадри допомагають.

Нейтральна картинка описує стан плану, на яку на початку або в кінці не впливає дія протагоніста або рух об'єкта. Про візуальну нейтральність у монтажі слід подбати вже під час знімання.



Дійова особа входить у план тільки тоді, коли камера вже записує. Отже, на початку картинка нейтральна. Цей метод також відомий як «очікувана камера». Якщо протагоніст залишає кадр до того, як оператор завершить запис, то план в кінці стає нейтральним.

Візуальна нейтральність також може бути досягнута за допомогою цільового руху камери. Тоді оператор переводить камеру, наприклад, від головного героя на ландшафт. Нейтральні кадри добре пасують.



Дійова особа залишає нараду. Камера залишається в залі засідань, поки за тою не зачиняються двері. Зараз картинка нейтральна. Тоді монтаж переходить до наступного плану, що показує протагоніста під час реєстрації в аеропорту.

7. Уникайте монтажу в рухах камери.

Жорсткий монтаж у супровідних рухах камери часто має негативний ефект. Глядач оптично прив'язується до руху камери. Він дивиться з очікуванням, що автор в кінці руху запропонує нову візуальну інформацію. Жорсткий монтаж може перервати плин епізоду. Виняток становлять так звані монтажні рухи, які цілеспрямовано використовують імпульси руху для зміни малюнка. Здебільшого рух камери тоді триває й у наступному плані.

8. Будьте уважні при монтажі односпрямованих рухів.

Якщо за поворотом камери зліва направо йде ще один поворот в тому ж напрямку руху, то це «продовження» нерідко має негативний ефект. Часто візуально приємніше на рух зліва направо відповісти рухом справа наліво.

9. Дайте рухові на картинці «добігти до кінця».

Якщо в монтажі немає наступного кадру, що зберігає враження безперервності під час руху в картинці, то часто краще дати рухові в кадрі «добігти до кінця». Тільки коли завершується імпульс руху, має іти перемонтаж.



Картинка подає середньо-загальний план, у якому головний герой сідає за стіл у ресторані. Наступний план має виглядати як погляд через плече, коли відвідувач розгортає меню. Якщо рух імпульсу сидання не може бути зафіксованим і завершеним у режимі «over the shoulder» (через плече), то може бути доцільним завершити сидання досі ще в середньо-загальному плані.

10. Звертайте увагу на якість звукомонтажу та згладжуйте звукові переходи.

Вибір звукових сигналів, коректний рівень звуку, технічно «чисті» звукові переходи, і легке приглушення в місцях звукових переходів на аудіотреках підтримують на акустичному рівні відчуття безперервності у глядача.

11. Зберігайте трейлер інтерв'ю² нейтральним або перескажуйте через план.

Трейлерами інтерв'ю в тележурналістиці називаються позиції, які передують висловлюванням головного героя. Щоб і перед оригінальними звуками (голосами) мати можливість підтримувати безперервність, часто зображення, що в кінці нейтральні, монтують перед оригінальним звуком. Це означає, що протагоніста більше не видно на картинці. Знову й знову використовуються монтажні врізання, які не мають нічого спільного з дійовою особою. Обидві можливості відволікають від фактичної дії та часто справляють враження інсценованих.

Перед голосом міністра транспорту монтується трейлер інтерв'ю, в якому політик іде коридором, а потім повз камеру виходить з кадру.

Ще простіше таке монтажне врізання: як трейлер інтерв'ю вибирають план, що не показує міністра. Фотограф, журналісти в очікуванні або навіть зображення міністерства — ось саме такі монтажні врізання.



12. Вмотивовано використовуйте музику, графіку, фотографії та ефекти.

Для штучного втручання в сюжет завжди має бути вагома причина. Музика створює емоційний простір, що впливає на меседж сюжету. Графіка і фотографії сповільнюють плін зображень. А ефекти — навіть такі прості, як монтажний перехід зображення або уповільнене знімання — часто здаються штучними.

Загалом слід враховувати: ефекти та інші елементи зображення слід вибирати свідомо. Якщо ухвалено таке рішення, то ці елементи теж слід використовувати послідовно і неодноразово.

² Йдеться про noddy — англ. короткий «перебивний» план кореспондента при зніманні інтерв'ю. (Прим. перекл.)

Контрольний список: монтаж та монтажне з'єднання

Перед монтажем

- прогляньте знятий відеоматеріал;
- виберіть виступи та звукові фрагменти;
- підготуйте архівний матеріал, музичні та аудіозаписи;
- сплануйте графіки та анімації;
- складіть монтажний план.

Під час монтажу

- знайдіть ритм монтажу;
- визначте стиль та форми монтажу;
- дотримуйтеся критеріїв безперервності;
- зважайте на правила монтажу;
- супроводжуйте монтаж зображення та опрацювання звуку.

8. Тексти та запис мовлення

8.1. Писати для прослуховування

Складання текстів — властиве завдання тележурналіста. У виробництві зображень і звуку йому зазвичай допомагають оператори, асистенти або звукорежисери. У монтажі допомагають монтажери. Але при написанні текстів потрібен тільки сам автор, і він же відповідає за це. Тут він має всю свободу дій. Коротко, зрозуміло і по суті. А до того ж ще й гостро та оригінально: текст — складний виклик для журналіста й водночас важке завдання. Бо існує небезпека, що автор так зосередиться на тексті, що виразний ефект зображень буде втрачений.

Складати тексти для телебачення означає «писати для прослуховування»! І автори мають дбати про те, щоб їхні тексти відповідали зображенню.



Функції тексту. Взаємодія тексту і зображення важлива для того, щоб глядачі могли зрозуміти фільм. Якщо телевізійні сюжети не зрозумілі для глядача, то це часто пов'язано з текстом, який непридатний до такого медіа, як телебачення. Текстові та графічні змісти розходяться, картини «додаються до тексту» або використовуються речення, які походять з письмової мови і не скеровані на усний спосіб вираження. А що тривалість багатьох телесюжетів ледь перевищує кілька хвилин, тим важливіше, щоб текст був простий, конкретний і виконував такі функції: Він повинен підтримувати зображення, а не перекривати.

- Текст має показувати аспекти, які неможливо пояснити самими картинками. Він має надавати додаткову інформацію для глядачів.
- Текст може наводити точні факти, цифри та дані. Він має допомагати орієнтуватися в місці та часі.
- Пояснення обставин може впливати з тексту.
- Іноді саме текстові випадки пояснювати походження або джерело показаних кадрів.

Результати пошуку, досвід знімання та інформація від партнерів в інтерв'ю — джерела, з яких можна підготувати тексти. Однак вони стають чутними лише тоді, коли автор звільняється

від письмових документів і занотовує найважливіші думки з голови. Це має дві переваги:

З одного боку, мозок відфільтровує речі, найважливіші для відповідної теми й меседжа журналіста. З другого боку, він змушений знаходити власні формулювання за допомогою нотатків. Іншими словами, текст для телевізійного сюжету відходить від письмової мови та зосереджується на істотному. Щоб при цьому не забути ту чи іншу важливу деталь, рекомендується на завершення знову перевірити джерела. Але тільки після написання тексту.



Інформація з пресрелізу могла б звучати так:

«У середу на Німецькій залізниці трапилася ще одна аварія: у вагонах регіонального експреса Дюссельдорф — Мінден протягом кількох годин не відчинялися двері».

Сприйняття на слух можна покращити, якщо текст переписати так:

«Знову аварія на Німецькій залізниці. Двері не відчинялися. Протягом кількох годин пасажири були заблоковані в своїх вагонах. Постраждали подорожні на відрімку Дюссельдорф — Мінден».

Усність через вичитування вголос. Щоб перевірити, чи текст усний, є простий рецепт: читайте вголос! Це найкращий спосіб визначити, чи легко текст злітає з язика. Цей метод найліпше працює, коли автор уявляє перед собою віртуальну аудиторію і робить текст предметом мови. Він помітить дуже швидко, коли щось не надається до плавного викладу. Кострубаті тексти відразу помітні. Крім того, стиль викладу зазвичай безпосередньо передбачає правильний темп мовлення, який також буде відчутний перед мікрофоном. Те ж саме стосується і чистого наголосу. Майже всі редактори при вичитуванні схильні говорити занадто швидко, внаслідок чого забагато тексту душить сюжет. Журналіст або речник повинен потім перед мікрофоном спробувати на великій швидкості втиснути текст у завузьке часове вікно послідовності зображень. Зміст тексту, важлива інформація або впорядкування тоді більше не доходять до глядача.



Вичитування вголос допомагає авторам перевіряти довжину мовлення, кількість, темп та усність тексту!

Інший позитивний побічний ефект — що при вичитуванні вголос можна виявити слова або вислови, що важко вимовляються. Здебільшого цю проблему можна розв'язати за допомогою переставлення окремих слів.

Дублювання тексту і зображення. Писання для прослуховування та фокус на усному — важливі передумови для зрозумілих телесюжетів. Не менш важливий фактор — успішна взаємодія тексту і зображення. Поширена помилка — точний опис того, що глядач бачить у кадрі: дублювання тексту і зображення. Тут марнується цінний етерний час.

У сюжеті в кадрі показано кілометрові затори на автомагістралі. Тоді зазвичай зайве просто згадувати в тексті, що автомобілі застрягли в заторі. Цю інформацію показує картинка. І глядач її зрозуміє — навіть без текстової інформації.



Авторам слід уникати опису зображень або їх змісту. Текст насамперед призначений для надання додаткової інформації.



Особливо стають у пригоді текстові модулі, які допомагають глядачеві подальшими фактами упорядковувати зображення. Вони дають глядачеві інформаційну вигоду, якої від самих лише зображень він не отримає. Отже, при складанні текстів для телесюжетів часто йдеться про додаткові деталі до зображення.

Для сюжету про транспортний затор залежно від ситуації можуть бути цікавими відповіді на такі питання:



Чи причина у великій кількості вантажівок? Чи це саме той відрізок автомагістралі, що час від часу спричиняє проблеми? Чи там щось будують? Чи це пов'язано зі збільшенням руху в період відпусток? І так далі.

Щоб уникнути дублювання тексту і зображення, доцільно формулювати подумки питання і перевіряти, чи містяться вже відповіді в зображенні. Якщо ні, то автор може в тексті передати забракту інформацію.



Але є й винятки. Текстові модулі, які описують зміст картини й, отже, власне, дублюють текст і зображення, можуть бути необхідними, якщо автор хоче або мусить привернути увагу глядача до певних речей у тексті. Наприклад, на вантажівці з незакріпленим брезентом. Навіть якщо в кадрі показано вільні мотузки, може статися так, що глядач інформацію про зображення не сприймає досить чітко. Якщо брезент відіграє в сюжеті особливу роль, на це слід уміло вказати в тексті.

У кадрі показано висячі мотузки брезенту. Щоб максимально уникнути дублювання тексту та зображення, слід відмовитися від такого ось формулювання:



«Перед виїздом вантажівки на ній забули закріпити брезент».

Вдаліше можна було б звернути увагу глядача на небезпеку так:

«Сорокатонна вантажівка виїжджає з двору броварні. У кузові — тисячі незакріплених пляшок пива».

Вилка «текст-зображення». Така ж проблематична як і дублювання тексту і зображення, є так звана вилка «текст-зображення». Символ роздвоєної вилки має унаочнювати, що текст і зображення розходяться і не мають точок дотику одне з одним. По одній інформаційній рейці рухаються зображення, візуальне. По другій — текст, акустичне.



Щодо кадрів затору автор пояснює економічні проблеми автомобільної промисловості. І хоч те й інше мають стосунок до автомобілів, але зображення та текст не пасують одне до одного.

У разі вилки «текст-зображення» глядач повинен зробити вибір і вирішити, на якому рівні отримувати інформацію. Разом обидва він не отримає через суперечність тексту й зображення. При цьому страждає легкість сприйняття, а увага глядача зменшується.



Часто бажання автора вмістити всю досліджувану інформацію у своєму сюжеті призводить до вилки «текст-зображення». Тому бажано спочатку використовувати лише факти, для яких існує також візуальне підтвердження.

Але іноді в журналістів виникає потреба передати важливий контент, який не можна упіймати камерою. Тому вилку «текст-зображення» не слід сприймати надто догматично. Саме в актуальних повідомленнях новинних програм іноді бракує відповідних зображень для передання важливої інформації та фактів. Коли не допомагає архів або графічна візуалізація, тоді доцільно вибрати загальні плани знімання нейтральніших зображень. Вони дають не таку детальну відеоінформацію як знімання зблизька або великим планом. Іноколи в таких випадках можна як виняток у загальному плані текстуально віддалятися від зображення. Глядача це ще не введе відразу в оману; коли ж потім швидко повертається взаємодія між текстом і зображенням, «неправильний» фрагмент тексту вже менш помітний.

Бувають також випадки вилки «текст-зображення», які при цьому не становлять проблеми для розуміння загального контексту. Наприклад, коли люди символізують певні ідеї або нові плани. Візуалізація майбутньої ситуації або стану часто дуже маломожлива. Залежно від обставин авторові залишаються лише зображення людей і підготовчі дії, щоб звернутися до теми. Потім текст повинен залишити образний рівень і трохи розширити вилку «текст-зображення».



У сюжеті має йтися про заплановане спорудження будинку нового вокзалу. Журналіст має у своєму розпорядженні лише такі кадри: Архітектор зустрічається зі скарбником міста. Вони на основі кількох креслень і макета обговорюють проект нового вокзалу. Проте автор вже описує в своєму тексті подробиці та деталі проекту будівництва.

Якщо нема зображень, які б візуалізували стан речей, то цілком годиться, щоб автор створив собі проєкційні поверхні, на яких він може написати свою інформацію і факти про стан речей. У наведеному прикладі архітектор і скарбник міста, а також ескізи й насамперед макет слугують проєкційними поверхнями для текстового змісту. Вони символізують собою майбутній

проект будівництва. І хоча глядачам не можна показати готовий залізничний вокзал або його напівготову будівлю, але кадри підготування дають можливість уявити собі запланований проєкт і забезпечують простір для текстових посилань щодо майбутнього. Тут також справедливе правило: що ближчим залишається текст до зображення, то менше це заплутує глядача.

Підтримуйте зображувальний зміст, знайдіть усно-розмовний стиль, уникайте описів зображень і поєднуйте текст і зображення: писати тексти для телесюжетів — це процес. Його, власне, ніколи не закінчиш. Постійно з'являються дрібниці, які можна покращити. Є сенс періодично вивіряти формулювання, замінити слова або переписувати пасажі. Це матиме успіх насамперед тоді, коли журналіст почне писати в потрібний час.

8.2. Правильний момент для написання текстів

У повсякденні тележурналіста час — зазвичай обмежений ресурс. У поточному висвітленні подій часто лише кілька годин минають від ухвалення рішення подати тему в новинах до часу трансляції. Але й кропіткє розслідування та виробництво для довших форм утискуються в дедалі вужчі часові вікна. З цього розвилася тенденція, яка чимраз більше ущільнює окремі етапи роботи журналіста: обертати зображення, переглядати матеріал і створювати текст — все відбувається найкраще на місці або на зворотному шляху до каналу. Але саме текст — непросте завдання для журналіста. Тому важливо не тільки запланувати достатньо часу для оформлення тексту, а й насамперед знайти потрібний момент:

Написання тексту перед зніманням. Саме з актуальних тем, на які, можливо, навіть постійно передаватимуться повідомлення, автор здебільшого знає підґрунтя і також знайомий з останніми процесами. На перший погляд, немає нічого поганого в написанні тексту вже перед зніманням. Але реальність завжди виглядає трохи інакше, ніж уявлення автора за письмовим столом.

Дорога до місця знімання з готовим текстом у сумці приховує ту небезпеку, що творчий діапазон може дуже звужитися, а журналістська неупередженість і допитливість — зникнути.

Це має бути сюжет про спірний проєкт будівництва рейкових колій. Протягом кількох місяців медіа повідомляють про корупцію, затримки та халтуру. Наразі голова правління залізничної компанії запросив на пресконференцію. Він збирається піти у відставку. Усі факти відомі. Залишається лише дозняти важливий оригінальний звук. Тому автор пише свій текст, перш ніж поїхати з командою на знімання.



Але, можливо, перед місцем проведення пресконференції чекають протестувальники, яким недосить простої відставки. А їхніх аргументів автор не знав, коли готував свій текст.

Сюжетам, до яких перед зніманням готують тексти, завжди загрожує журналістська небездоганність, бо не враховуються непередбачувані події.



Готувати тексти перед зніманням зазвичай не годиться. Хіба що всі обставини та факти переважно відомі, а нові події малоймовірні. Тоді цей метод може допомогти виграти час. І все ж автори завжди мають бути готовими до непередбачуваного.

Ще одна проблема: журналісти, які вже написали текст, шукають аудіовізуальних матеріалів, на які б спирався їхній сценарій. При цьому вони іноді несвідомо ігнорують нові процеси й непередбачувані мотиви, які спонтанно виникають на місці знімання. Якщо керуватися девізом: «Чого немає в тексті, те не знімають», то в сюжеті можна втратити оригінальні вихідні моменти.

До того ж автор не може бути впевненим, що текст і зображення будуть узгоджені, якщо він підготував текст, не знаючи зображення заздалегідь.

Написання тексту під час знімання. Мобільні ноутбуки, планшети або смартфони чудово підходять для написання тексту для сюжету вже під час виробництва. Автор може не тільки стежити за подіями на місцях, але й мати доступ до своїх журналів пошуку, зібраних документів або інтернету. Але це може зашкодити увазі до знімання, відповідних мотивів, несподіваних подій, ідентифікації протагоністів і ведення інтерв'ю. Точнісінький текст до зображення вимагає прецизійності та концентрації, а того й іншого часто в метушні бракує.



Під час знімання та в перервах авторіві майже постійно доводиться вдосконалювати зміст сюжету. Тому для написання тексту під час знімання часу рідко буде достатньо. Але доцільно занотовувати важливі моменти.

Тому журналістам варто дбати про те, щоб збирати якомога більше інформації. Іноді це невеликі додаткові аспекти, які можуть допомогти в підготуванні тексту. Це може бути що завгодно: несподіване, нове розуміння, інформація про цікаві мотиви, особливості знімання, додаткова інформація з певних питань тощо. Інформацію про бесідників інтерв'ю також необхідно занотовувати. Щоб більше цільової інформації вдається отримати під час знімання, то легше буде готувати текст. Адже тоді можна навести істотні факти. Якщо цих нотаток та приміток нема, то в текст можуть потрапити загальні та порожні фрази.

Підготування тексту перед монтажем. По завершенні знімання відомі всі відзняті сцени та дійові особи. Основні ви-

словлювання з інтерв'ю та зібрана інформація також ще свіжі та є в розпорядженні автора. Власне, тепер можна складати текст і з готовим сценарієм йти у відеомонтажну. Але, попри уважне супроводження знімання автори часто ще точно не знають, як виглядають окремі позиції, які мотиви зображень вибрав оператор, і який точний текст вибирали партнери в інтерв'ю. Навіть відеожурналіст, який сам знімав, не може запам'ятати всі позиції.

А що готування тексту для відеосюжетів — це іноді прецизійне юстування, то рекомендується, щоб автор спочатку проглянув знятий матеріал і ще раз ретельно перевірів розплановану структуру сюжету.

Майже завжди варто послухати інтерв'ю під час перегляду. Іноді саме в складних і розгалужених відповідях «прихована» інформація протагоністів, яка придатна для компактного і зрозумілого формулювання певних аспектів у тексті.



Коли знятий матеріал та інтерв'ю переглянуто, а блоки послідовності визначено, текст може бути написаний перед монтажем. Тепер можливий належний взаємозв'язок текстових модулів, зображень та оригінальної звукової доріжки. Перевага в тому, що автор може розпочинати монтаж з чітким уявленням про структуру і текст сюжету. Відповідні картинки, оригінальний звук, музику і атмосферні тони можна цілеспрямовано шукати і додавати. Монтажер тепер може детально точно монтувати сюжет. Підготовлені текстові пасажі визначають час і довжину окремих блоків послідовності.

Але є й вада: існує ризик, що автор неухильно дотримуватиметься свого сценарію і тим самим обмежуватиме творчі можливості монтажу. Від цього може постраждати привабливість сюжету.

Якщо часу в монтажі або до початку трансляції мало, то доцільно скласти текст перед монтажем. Утім журналіст має бути готовим до змін у тексті, щоб кадри мали ефект.



Підготування тексту під час монтажу. Цей спосіб дії рекомендується, якщо доводиться працювати авральними темпами. За умови, що змістовна структура сюжету зафіксована, автор може під час монтажу періодично складати окремі пасажі.

Здебільшого для цього підходить такий порядок дій:

Автор пояснює монтажерові структуру та зміст оригінальної звукової доріжки свого сюжету. Тоді фільм можна монтувати частинами — один блок послідовності за іншим. Паралельно автор пише текст і періодично порівнює його зі змонтованими зображеннями. Якщо прецизійне юстування ще не правильне, то, можливо, треба замінити або подовжити зображення. Або ж необхідно переставити чи скоротити окремі речення.



Готуючи текст під час монтажу, доцільно проходити блок за блоком і періодично вичитувати складене.

Підготування тексту під час монтажу дозволяє авторові зважати на відповідні сполучення його формулювань з картинками та наступним оригінальним звуком. Це дозволяє уникнути дублювання або вишки «текст-зображення». Текст може підготувати оригінальний звук, не упереджаючи меседж. Повторювані слова, які з'являються як в тексті перед висловом, так і в самому оригінальному звукові, можна швидше виявити та їх уникати.

Підготування тексту після монтажу. Загалом це найпевніший варіант. Крок за кроком текст може детально описати ряд кадрів та оригінальні звуки. Саме щодо репортажів або документальних програм важливі правильний план кадрів і композиція в монтажі. Насамперед можуть діяти і розвиватися зображення, звуки, шуми, музика та оригінальні звуки. Але будьте обережні: без основної ідеї про кількість інформації, яку повинен надати текст, може статися так, що автор приділить забагато місця деяким блокам послідовностей. Це може призвести до того, що яскраві послідовності без текстового упорядкування втратять свою дієвість. Якщо відповідної інформації нема, це часто призводить до порожніх речень-наповнювачів у тексті. З другого боку, може трапитися так, що блок має замало місця, і тепер завелику кількість інформації треба втиснути в надто короткий епізод.

8.3. Написання

Мова пропонує багато можливостей для формулювання обставин справи, передання інформації та насамперед для розвитку стилів. І важливо писати телевізійні тексти у своєму власному стилі. У метушні повсякденних справ — саме щодо новинних текстів — охоче запозичують формулювання агенцій або з пресрелізів. Тексти, що вже існують, спокушають до копіювання. Разом з тим вони переважно складені письмовою мовою і тому не підходять для усного вживання. Тому тексти завжди мають бути перекладені на усну версію або, в ідеальному разі, переписані наново.



При написанні тексту важливо не перестрибувати за змістом з аспекту на аспект, а діяти послідовно. Глядача слід інформувати крок за кроком.

Принцип тема-рема. Для лінійної структури окремих текстових пасажів пропонується так званий «принцип тема-рема». Під «темою» розуміється відоме для глядача, доступне з контексту. «Рема» — це нове і невідоме, про яке щось говорить.

«Федеральний канцлер вчора звільнив свого міністра економіки». Відоме, доступне з контексту — федеральний канцлер. Отже, цей пасаж — тема. Нове й, отже, рема — інформація, що міністра економіки звільнено. Він не був міністром транспорту, і він не був підвищений на посаді.



При написанні тексту для телесюжету принцип «тема-рема» підходить для досягнення чіткого перебігу та послідовної структури. Зазвичай при цьому рема першого речення стає темою другого.

За першим реченням: «Федеральний канцлер вчора звільнив свого міністра економіки», йде друге речення: «Він уже давно мав проблеми з топменеджерами німецької економіки». «Він» стосується міністра економіки і, отже, це тема. Нове тут те, що він мав проблеми з топменеджерами. Тому це рема. І принцип можна продовжити: «Боси постійно скаржилися, що міністр не виконує своєї домашньої роботи». Бізнес-боси стають темою, невиконане домашнє завдання — ремою.



Цей принцип сприяє тому, що лінійність не втрачається. Тема-рема гарантує плин тексту, який при одноразовому прослуховуванні логічний і легкозрозумілий. Можна добре стежити за змістом частин, бо вони йдуть одна за одною, ґрунтуються одна на одній, і тому зрозумілі для глядача.

Принцип тема-рема годиться для структурованого звернення до глядача. Однак завжди має використовуватися лише для окремих пасажів тексту. Оформлення повного телевізійного тексту лише за такою схемою робило б його достатньо одноманітним. Тоді структура тексту була б однорідна і монотонна.



Короткі речення зі змістовим ядром. Отже, конструкції тема-рема також дуже підходять для складання текстів до телесюжетів, бо окремі речення зазвичай містять лише одне змістове ядро. Воно завжди головний меседж речення. Згідно з німецькими правилами акцентуації, він у головному реченні здебільшого міститься в кінцевій частині. Доцільно для кожної думки встановлювати власний темп. Майже автоматично виникають такі короткі, прості речення, які легко зрозуміти при одноразовому прослуховуванні. Вони пишуться навколо змістового ядра й тому можуть бути відразу зрозумілими. Щодо змістового ядра, мається на увазі основна інформація текстового модуля. Забагато змістових ядер в одному реченні призводить до довгих ланцюжків слів і нерозуміння в глядача.

Основне правило таке: речення, що містять понад десять слів, при одноразовому прослуховуванні важко зрозуміти.



Довгі складні речення мають кілька змістових ядер. Правильно їх розташувати в загальному змісті, не загубивши червоної

нитки сюжету, при одноразовому прослуховуванні тексту часто буває важко. Загалом можна припустити, що кожна інформація в тексті для глядача однаково важлива. Якщо в речення втиснуто забагато інформації, воно перевантажене. І хоча тоді кожен зміст названо, проте вони все одно не досягають глядача бажаним способом. Тому автор повинен допомогти оцінити цю інформацію. З довгих речень зазвичай можна досить просто сформулювати кілька коротких. Це коригує викривлення змістових ядер. Речення тоді більше не ущільнюються змістами. А глядачі можуть стежити за сюжетом меншими змістовими кроками.

Однак це не означає, що автор повинен утворювати лише прості головні речення. Підрядні речення також належать до усного способу вираження. Однак вони не повинні бути занадто довгими. І вони не повинні великою кількістю іти одне за одним.

Тексту нема. Також іноді доцільно залишати кадри без тексту. Варіант, який особливо рекомендований у довших фільмах. Особливо текст може заважати, коли треба генерувати або передати настрої. У пасажах фільму без тексту картина розвивається. Візуальна інформація діє інтенсивніше і емоційніше.

8.4. Поради щодо написання тексту

Написання телевізійного тексту часто відбувається в зоні конфлікту. Автор хоче розмістити всю знайдену інформацію, його сюжет занадто короткий для довгих пасажів тексту, а час до виходу в етер тисне. Орієнтуватися на легку та просту мову в цій ситуації часто буває дуже важко. Проте за допомогою кількох принципових підказок і порад майже всі складні факти можуть бути перетворені в зрозумілі для сприйняття на слух тексти.

Активно вживайте дієслова в текстах. Текст стає конкретним і образним, коли він орієнтується на дієслова. Дієслова роблять текст живим. Тому що вони «слова дії» і часто одним поняттям описують цілу дію. Це допомагає поліпшити усність телевізійних текстів. Однак важливо також використовувати дієслова, які є цілком конкретними, а не тільки загального характеру. Пасивні дієслова описують не дії, а лише стан. Семантично сильні активні дієслова генерують у глядача конкретні картини. Вони часто навіть викликають емоційні моменти. Що сильніші дієслова, то життєвіші тексти.



Семантично скорше слабкі, зокрема, такі дієслова: ставати, бути повинним, могли, відбуватися тощо.

Сильні дієслова, які викликають чітку асоціацію у глядача, наприклад: мчати, потіти, боротися, передчувати, тікати тощо.

Зокрема, використання пасивних конструкцій з «werden-стати» уповільнює текст. Пасивний спосіб завжди безособовий. Тому що в активному способі називається дієва особа («Поліціант забезпечує»). Це завжди динамічніше й точніше, ніж безособовий пасивний спосіб («Було забезпечено»).

Пасивний і відсутній:

«Боксерів тренують у спортивному залі. Курс відбувається три рази на тиждень. Особливу увагу приділяють техніці та кондиції».

Активний і живий:

«Боксери потіють у спортивному залі. Три рази на тиждень вони лупцюють мішки з піском і тренують свої техніку та кондицію».

Проте цього правила не слід дотримуватися догматично в будь-якій конструкції речення. Завжди є ситуації, коли не можна уникнути пасивного способу, щоб текст не звучав вимушено і штучно.

Уникайте ущільнення. Короткі речення краще підходять для одноразового прослуховування, ніж довгі. Але слід бути обережним при ущільненні речень. За допомогою дієприкметників (слів-посередників), наприклад, ви можете умістити багато інформації в одному реченні. Усно таке неможливо.

Фраза «Прибулий в обід до табору автобус забрав відпочилих за тиждень дітей». Заміна дієприкметникових конструкцій приводить до зрозумілих на слух речень, кожне з яких має лише одне ядро: «До табору в обід прибув автобус. Він забрав дітей. Вони тиждень тут відпочивали».

Ощадливе складання тексту також допомагає авторові не тримати глядача в постійному напруженні.

Бажання «втиснути всю інформацію» в телевізійні тексти здійснити неможливо. Краще обмежити текст лише кількома центральними меседжами та фактами, ніж втискати якомога більше думок.

Складання граматично неповних текстів. Ефект усності часто можна посилити граматично неповними — не помилковими! — реченнями. Формулювання, в яких автор, наприклад, відмовляється від дієслова, придатні для телесюжетів, бо, з одного боку, глядачеві легше стежити за простим лаконічним текстом. З другого — візуальний рівень передає інформацію, яка компенсує граматичні прогалини в тексті.

Текстовий модуль «Жінка з Нижнього Рейну працює по всьому світі і вона є визнаний експерт» може бути сформульований

без дієслова: «Жінка з Нижнього Рейну, визнана в усьому світі як експерт».

У цьому прикладі дієслова нема. При складанні усного тексту можна також пропускати артиклі, іменники або додатки.

У професійній термінології граматична неповнота називається еліптичним складанням тексту. Тут маються на увазі речення, в яких пропускаються окремі модульні блоки. Такі речення добре підходять для подання у взаємодії з зображенням обмеженої, короткої інформації.



Нижчевказане речення містить у сформульованому вигляді багато змістових ядер і не звучить в усному стилі: «Він марно намагався протиснутися на демонстрацію через поліційну огорожу». Еліптична версія могла б бути такою: «Він намагався протиснутися на демонстрацію. Марно. Поліційна огорожа». Тут змістові ядра розтягнуті, їх легше сприймає глядач на слух.

Уникайте номінального стилю. Іноді автори люблять використовувати дієслова як іменники. Тоді часто виникають слова, що закінчуються «-ння». Цей номінальний стиль досить громіздкий і створює проблеми, якщо він часто трапляється в тексті. Тоді втрачається усна форма.



Читати — читання, готувати — підготування, маркувати — маркування.

Прикметників стосується те ж саме, що й дієслів: більш усному стилеві притаманніше використання їх в їхній первісній формі, а не перетворення в номінальний стиль. Прикметники, що стають іменниками, зазвичай закінчуються на «-ість».



Чуйний — чуйність, нахабний — нахабність, нерозсудливий — нерозсудливість.

Окреме використання субстантивованих прикметників не є проблематичне. Однак якщо їх вживати часто, вони роблять текст незграбним і громіздким.

Свідоме обходження з прикметниками. Деякі прикметники, наприклад, «гарний», «барвистий», «цінний» тощо в журналістському тексті для телесюжету слід використовувати обережно. Бо прикметники виконують різні функції в одному тексті: вони описують, оцінюють або доповнюють.

Описові прикметники часто становлять проблему, бо вони стосуються речей, які й так уже зображені в кадрі. Як наслідок, тоді часто виникає непотрібне дублювання тексту та зображення. Тому при написанні текстів слід звертати увагу на те, чи дійсно завжди потрібні описові прикметники.

Ще складнішим стає вживання прикметників, якщо вони мають оцінний характер. Вважається, що за винятком кількох

журналістських форм викладу автори у своїх сюжетах мають бути дуже стриманими в оцінках. Однак вони часто проникають у текст разом з прикметниками.

Речення: «Мужній поліціант швидко кинувся на вулицю і вихопив барвистий дитячий візок з-під великої вантажівки» описує і оцінює прикметниками «мужній», «барвистий» і «великий». Але кожен глядач під оцінкою, наприклад, «великий» уявлятиме собі щось інше. Без цих прикметників речення було б сильнішим, вільним від судження і простішим: «Поліціант кинувся на вулицю і вихопив дитячий візок з-під вантажівки».



Обережно із запозиченнями, скороченнями та термінами. Зазвичай у зрозумілих на слух текстах слід уникати складних запозичень, а натомість використовувати поширені синоніми. Скорочення також часто треба пояснювати. Це насамперед стосується тих випадків, коли глядачеві не знайомі запозичення або скорочення. Їх вживання часто залежить від того, в якому зв'язку їх використовують. Часто є сенс пояснити аббревіатуру на початку сюжету. Тоді можна припустити, що вона надалі буде зрозуміла. Іноді запозичення та скорочення вже увійшли у звичайний слововжиток. Тоді пояснення не потрібні.

Хаос, колізія, дискусія або проект — вживані запозичення. Але не кожен глядач зможе дати собі раду з такими термінами, як наратив, анахронізм, контекст або твіт.



До того ж існує багато аббревіатур, які увійшли в повсякденний вжиток: ХДС, СДПН, НАТО, ПАСЄ, pdf, sms тощо.

Разом з тим зазвичай доцільно один раз повністю пояснити в тексті також відомі скорочення. Синоніми тут, власне, добре підходять. Вони також допомагають уникати постійного повторення слів у тексті, що призводить до певної монотонності та нудності. Однак автори повинні бути обережними, щоб використані синоніми не відволікали або не вводили в оману глядачів.

Обережно вживайте синоніми. Вони добре підходять для урізноманітнення тексту. Однак використання синонімів не повинно бути надмірним. Забагато варіантів можуть заплутати глядача і поставити під загрозу розуміння фільму. Усний текст потребує повторюваних елементів, навіть якщо він підтримується відеоінформацією. Тому синоніми повинні залишатися близькими до початкового поняття або назви і бути інформативними.

Автор пише текст для портрета легкоатлетки, що біжить марафонську дистанцію. Щоб не називати постійно ім'я героїні свого сюжету, автор шукає синоніми. Якщо терміни на кшталт спортсменка-екстремалка або легкоатлетка, допомагають підтримувати розуміння, інші синоніми призводять до того, що глядач втрачає зв'язок з темою: «мати трьох дітей», «політологиня»



або «некорінна берлінка». Ці синоніми надто далекі від фактичної теми.

Числа округлюйте або робіть наочними через порівняння. Багато телевізійних текстів перенасичені числами: дата, час, метри, розміри, довжина, вага, відвідувачі тощо. Звісно, журналістський текст не обходиться без чисел, але їх слід використовувати економно. У тексті є місце тільки для найважливіших чисел. У разі сумнівів авторові слід краще пропустити число, але залишатися зрозумілим.

І якщо вже наводити числа, то лише прості. Завжди доцільно перевіряти, чи є точна кількість вирішальною, чи ж її можна подати заокругленим значенням.



«Уже 12 ігор команда господарів непереможна. Сьогодні ця серія не повинна перерватися перед понад 46 тисячами глядачів». Якщо кількість переможних ігор слід називати точно, то кількість відвідувачів стадіону доцільно заокруглити. Точне число, наприклад, 46583 вболівальники, перевантажить текст для телесюжету.

Часто абстрактні числа також можна унаочнити через порівняння. Цей метод, зокрема, підходить для зазначення розмірів. Навряд чи хтось може уявити собі щось під точною величиною території острова. Порівняння з якоюсь відомою площею полегшить глядачам розуміння.



У реченні «Площа острова Рюген становить 926 квадратних кілометрів» використовується величина площі, яку важко уявити. При цьому заокруглене число мало допомагає: «Площа острова Рюген — майже 1000 квадратних кілометрів». Простіше сприймалося б таке порівняння: «Острів Рюген такий само великий, як Берлін». Цей опис менш точний, ніж правильна величина, але краще запам'ятовується.

Обережно використовуйте метафори. Мовні образи — це добра річ. Вони унаочнюють абстрактні значення. Мовні звороти та метафори можуть зробити текст живішим. Але будьте обережні: поширені мовні образи часто затаскані та плоскі. Тільки тоді, коли автор шукає власні мовні звороти та образи, можуть вийти оригінальні тексти. Звісно, це складніше, ніж використання давно відомих варіантів.




Багато метафор втомлюють і навіюють нудьгу: «стіна мовчання», «на хвилі успіху», «не надається до порівняння» тощо. Але з незвичайних комбінацій слів також можна створити цікаві мовні образи: «Ніхто не витримував її лазерного погляду», «Люди ринули на сцену» тощо.

Економно використовуйте суперлативи. Суперлативи здебільшого мають у тексті оцінювальний ефект. Найвищий сту-


пінь порівняння створює враження, що значення або властивість не можуть бути перевершеними. Однак здебільшого доказів бракує. Суперлатив залишається твердженням. Його не можна більше посилити, що час від часу призводить до дивних словоформ, яких, власне, і не мало б бути.

Німецька аббревіатура GAU (Größter Anzunehmender Unfall) позначає найнебезпечнішу можливу аварію. Більше, ніж найбільший, мовно неможливе. Однак для того, щоб створити посилення, перед ним часто ставиться ще «супер». У якийсь момент цього також, мабуть, не буде досить, і «Super-GAU» може тоді стати «Hyper-Super-GAU»³.




Уникайте склад(е)них і порожніх слів. Композити — це складні та складені слова. В німецькій мові їх безліч. Існує багато способів створити так слова-монстри. Композити в стисненій формі забезпечують розташовані послідовно змісти, що не орієнтують слухача⁴. Складені слова незрозумілі на слух, і їх у тексті легко розкласти.

Rasierapparatladegerät — це Ladegerät für den Rasierer⁵. Nichtraucherflug (політ для некурців) забороняє Rauchen während des Fluges (куріння під час польоту).



Порожні слова також непридатні для текстів, що сприймаються на слух. Нашпиговане порожніми словами речення зазвичай не називає фактів. Якщо текстовий елемент не надає інформації, нічого не впорядковує або не будує мовних мостів, то він не виконує ніякої функції. Він не потрібен, й тому його не слід використовувати.

«Колективні зусилля спільноти приводять до успіху. Успіху, який час від часу ставлять під сумнів невідомі угруповання». Цей текстовий пасаж з порожніх слів можна було б продовжувати майже нескінченно, не надаючи ніякої інформації або фактів.



Зображення можуть бути й без тексту. Зображення, звуки та музика мають ефект мовлення. Вони можуть його розвивати лише тоді, коли не перенасичені постійно текстом. Саме сильні проникливі кадри не потребують ніякого тексту, наприклад бурхливій радощі переможця. Зображення говорить саме за себе. До

³ Як український поширений вжиток можна навести ступенювання прикметника «оптимальний» (буквально «найкращий»)– оптимальніший, найоптимальніший. (Прим. перекл.).

⁴ В українській скорше постає проблема нелогічності побудови деяких складених слів: сонцезахисний — порівн. берегозахисний, правозахисний; бомбосховище — порівн. овочесховище, зерносховище. (Прим. перекл.).

⁵ І перше, і друге перекладається українською як «зарядний пристрій для бритви». (Прим. перекл.)

того ж пасажі без тексту дають глядачеві можливість дати відсто-
ятися інформації з тексту й зображення та опрацювати її.

Тексти для телесюжетів повинні бути усними та зрозумі-
лими. Не завжди вдасться послідовно й постійно застосовувати
підказки та поради. Та це й не страшно. Бо немає догматичних
правил. Іноді не можна уникнути пасиву, іноді номінальний стиль
допомагає заповнити короткий пасаж фільм, а іноді речення має
занадто багато змістових ядер. Однак важливо, щоб це не від-
бувалося занадто часто. Бо тоді страждатиме зрозумілість. Крім
того, такі складні тексти важко озвучувати.



8.5. Озвучування сюжетів

Озвучення телесюжетів у багатьох редакціях беруть на себе
автори чи редактори. Дикторів зазвичай залучають лише для дов-
ших форм, таких як репортажі або документальні програми. Іноді
тележурнали використовують один або кілька голосів для озвучен-
ня всіх сюжетів. Це має надати передачі неповторного характеру,
бо наговорювати тексти — це їх оформлення перед мікрофоном.



*Голос може передавати чуттєві сприйняття. Він накрес-
лює картини, робить емоції відчутними і наділяє слова живим
значенням.*

Оформлення починається з правильної — але не надмірної
— артикуляції слів і гучності голосу. Швидкістю читання можна
підсилювати покvapливі або напружені моменти. І до темпу на-
лежать також павзи. При абзацах, після підрядних речень, при
вставках: павзи структурують текст і полегшують його розумін-
ня. І павзи дають можливість дихати. Тому що, тільки коли пові-
тря достатньо, можна вимовляти відповідні акцентуації. І, отже,
можливий правильний наголос на окремих реченнях і групах
слів. Тепер виділяється, якщо речення мають тільки одне змістове
ядро. Основний наголос — тобто місце, де наголос підвищується
— лежить на змістовому ядрі речення. Останнє зазвичай коротка
група слів і дуже рідко окреме слово. Отже, наголос дуже силь-
но впливає на мелодику мови. Мелодія і тембр голосу, зрештою,
дають мовцеві можливість передавати емоції. Сюжет про круїз
на судні потребує іншої мелодики, ніж фільм про рок-концерт.
Радість може передаватися вищим тембром голосу, а небезпечна
ситуація може бути посилена глибшим.



*Говорити перед мікрофоном — означає використовувати
різну гучність, змінювати темп, встановлювати павзи, знахо-
дити належні наголоси, регулювати мелодику і грати тембром
голосу.*

Артикуляція. Вимова речника має бути якомога точнішою і правильною, щоб стосовно тексту не виникало непорозумінь. Часто орієнтиром для озвучення телесюжетів називають німецьку стандартну вимову. Але насправді йдеться про передання інформації, яка б не відволікала від зображення та не заважала сприйняттю. І це здебільшого відбувається тоді, коли артикуляція мовця не дотримується сліпо поширених «норм» розмовної мови.

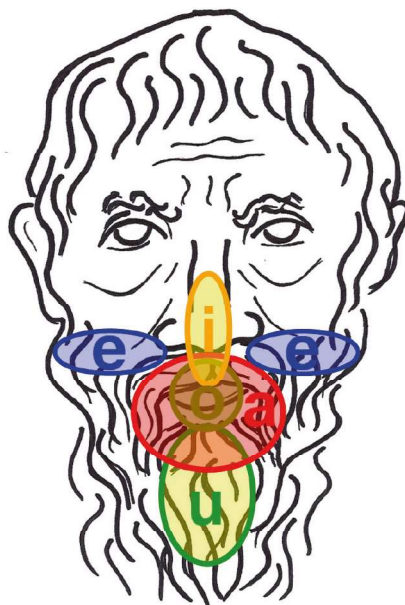
Наприклад, нерідко виникають проблеми з голосними. Їх часто вимовляють нечітко або перекручено. Цьому ефектові можна протидіяти, як зрештою і стосовно всіх приголосних.

Голосні та приголосні виникають «на обличчі». Тому що вимова — насамперед робота для м'язів обличчя.



Ілюстрація на наступній сторінці показує, що окремі літери виникають на обличчі:

- а** Голосний а знаходить свій резонанс у передній порожнині горлянки. Широко розтулений рот забезпечує чисту артикуляцію літери.
- е** е лежить у широких вилицюватих кістках. Обличчя трохи розтягується. Губи вузько розтулені і широко розтягнені.
- і** Голосний і виникає в зморщеному носі. Губи трохи розтулені, і ніс формально витягує і.
- о** о близьке до а. Губи, однак, описують невелике коло, що витягується вперед. у, у, навпаки, виникає в підборідді. Голосний з трохи розтулених губ витискається до підборіддя.



Голосні звуки на обличчі



Крім того, в німецькій мові є деякі правила вимови, які в різних регіональних варіантах часто перекручуються. Класичні випадки — вимова «ch» та «ig». Мовці часто артикують слово *China* з твердим *K* на початку і вимовляють «*Kina*». Проте цю адаптацію слід залишити тільки для власних імен, які вже давно увійшли в загальне використання. Наприклад, «*Chiemsee*» вимовляється як «*Kiemsee*». Так само баварський «*König Ludwig*» (король Людвіг) зазвичай читається як «*Könik Ludwig*».

Спосіб вживання «ig» також відповідає деяким правилам німецької мови. Часто мовці плутають правильну м'яку форму «ich» з неправильною вимовою «ik».



Комбінація слів «*Heilig Abend*» іноді вимовляється як «*Heilik Abend*».

У додатку наведені інші часто вживані варіанти використання «ch» та «ig»⁶.

Гучність. Гучність мовця допомагає глядачеві краще зрозуміти фази напруги та розслаблення в телесюжеті. Тихо мовлені пасажі сприймаються як стримані, ненав'язливі, але разом з тим і важливі. Якщо мова стає гучнішою, то слова набувають більшої ваги. Текст може здатися провокаційнішим і важливішим.



Гучність — це інструмент формування, який може підтримати драматургію сюжету.

⁶ Часте порушення в українській — оглушують дзвінки приголосні в кінці складу чи слова. (Прим. перекл.).

Темпи і павзи. Темп мовлення і свідомо розставлені павзи структурують текст. Насамперед темп читання перед мікрофоном не має бути занадто швидким — помилка, яку часто роблять недосвідчені мовці. Загальне правило тут таке: якщо при читанні відчуваєте, що говорите аж надто повільно, то ви зазвичай вибрали належний середній темп. Ґрунтуючись на цьому, далі деякі пасажі можна вимовляти швидше, а інші повільніше.

Належний темп і правильні павзи зазвичай можуть бути знайдені, коли мовець уявляє собі змістовний контекст і меседж сюжету.



Разом з тим є деякі підказки, які можуть допомогти з використанням павз:

Між двома думками павза логічна. Отже, павзи можуть, зокрема, позначати розділення змістових ядер.

«Німецькі авіадиспетчери борються за підвищення заробітної плати / і починають уже завтра вранці».



Навіть якщо речення можна вимовити без павзи, воно все ж набуває драматичності, коли павза ставиться перед «і».

Перед підрядними реченнями павзи роблять лише у виняткових випадках. Павза перед підрядним реченням часто так поділяє пов'язані думки, що слухач не може ідентифікувати змісто-ве ядро.

«Всі сторони очікують жорсткого судового слухання, яке триватиме до ночі».



Павза після коми віддалила б підрядне речення від головного.

Після підрядних речень або вставок павзи — це спосіб структурування тексту.

«Міністр, який ще минулого тижня говорив про відставку, / сьогодні знову пішов у наступ».



Тут павза після «говорив» уможливорює мислений зворотний зв'язок з початком речення.

Вставки, крім того, також вводяться павзою. Часто тут досить майже непомітної цезури, яку мовець робить певною мірою подумки.

«Перед невеличким сільським готелем, відомим своїми смаженими, вареними або тушкованими стравами з баранини, чекають десятки автобусів з туристами».



У цитаті з прямою мовою вставка робиться зазвичай без павз.



«Після невдачі на К2 екстремальний альпініст заявив: «Це не остання спроба».

Мовлення «без павз» пов'язує пряму мову з джерелом.

Павзи до й після лапок робляться, лише якщо цього вимагає контекст. Наприклад, якщо ви хочете висловити коротку замітку, то павза може бути корисною. Назви або власні імена в лапках не потребують павзи.



«Профспілкового лідера «трохи розвеселила» пропозиція працедавців».

Тут павза корисна. І навпаки, у такому реченні від павзи можна відмовитися:

«Табличка на дверях «Вхід тільки з 18 років» тут нікого не турбує».

Павзи також роблять для зміни темпу в способі мовлення. Але будьте обережні: драматургічна гра зі швидкістю мовлення не повинна заплутувати через поспіх і метушіння.

Дихання. На імпульси, звучання, резонанс і модуляційну здатність голосу впливає дихання. При вдиханні діафрагма стискається, і в ідеальному разі розкривається не тільки грудна клітка (високе дихання), але й розширюються живіт і весь тулуб. Ця комбінація також називається повним диханням. Усе тіло повнюється повітрям, яке потім під час видиху доступне для мовлення. Отже, дихання можна дозувати відповідно до змісту. Брак повітря виникає лише тоді, коли окремі змістові блоки або речення занадто довгі. Голос здається спокійним і розслабленим.



Тексти слід не читати, а вимовляти вголос відповідно до змісту. Тоді дихання автоматично іде за природним ритмом.

Наголос. При читанні текстів наголос — найважливіший виразний засіб фонетики. При правильному акцентуванні змістові ядра написаних речень дістають необхідну динаміку, щоб глядач сприймав їх як основну інформацію.

Часто бажаний меседж автора визначає наголос. Тому загалом наголошується слово або скорше група слів, яка з'являється в реченні як важлива, ще не відома або несподівана. Або по-іншому: часто-густо ремі надають більшого значення, ніж темі. Уже відоме дістає лише другорядний наголос, якщо взагалі якийсь.



Належний наголос можна виробити набагато простіше, якщо текст написано сприйнятливим на слух. Часто акцентуація через чіткі змістові блоки з'являється майже автоматично.

Разом з тим є деякі зауваження щодо наголосу, які слід враховувати при вимовлянні текстів:

Наголос змістового ядра. Завжди має бути лише один *основний наголос* на кожен змістовий блок. Основний наголос падає на поняття або групу слів, які «домінують», тобто найкраще описують. Часто це нове і зазвичай стоїть у кінці речення.

«Човен посеред озера — **це готель**».



Другорядні наголоси. Другорядні наголоси вторинні за змістом. Часто на останній член першого блоку слів падає вторинний наголос.

«**Готовність німців робити пожертвування** зростає з кожним роком».



Наголос у граматичних конструкціях. У прислівникових зворотах зазвичай наголошується дієслово: міцно *спати*, зручно *сидіти*. Тільки якщо інформація, яку потрібно перенести, тісно пов'язана з прислівником, тоді тут також можливий сумарний наголос: *глибоко спати*, *зручно сидіти*.

В іменникових групах зазвичай наголошується іменник блоку слів: «Виступає речник *Міністерства фінансів*». Дієслово в іменникових групах може мати другорядний наголос, *якщо цей блок слів* довший і названа діяльність має змістову вагу. Дієслово може навіть нести основний наголос, якщо це змістове ядро речення: «Речник заявив, що міністр подав у відставку».

Наголос на дієслові в кінці речення має бути винятком і вживатися лише тоді, якщо це змістове ядро. Інакше повторна акцентуація останнього слова речення приводить до ланцюгового читання.

З'єднувальні слова. Не слід підкреслювати так звані слова і сформульовані слова, які не можуть бути акцентовані.

Так звані неакцентовані слова та з'єднувальні слова, наприклад, *тому що, тому, через те, що, то, це, а, але, бо* не слід наголошувати. Їх наголошення має сенс тільки тоді, коли треба виділити протилежність.

«Голова правління визначає напрямок, **але ніхто її не слухає**».



Переліки. При ступенях порівняння та переліках наголошується останній член: *швидко, швидше, **якнайшвидше!***

Протилежності. При протилежностях наголошуються обидва члени, останній — сильніше.

«Демонстрації були **спочатку мирними**, але завершилися **кривавим побійцем**».



Заперечення. Заперечення зазвичай не наголошуються: «Ніхто не слухає, і співпраця не очікується». Заперечення наго-

лошується лише в тому разі, якщо можна припустити, що глядач заперечуваний аспект знає або може його передбачити.



«Парламентаріїв не слухають». У сенсі «зовсім не слухають» заперечення можна наголосити.

Мелодика. Мелодика речення передає глядачам, як слід розуміти змістові блоки та ключові фрази: як меседжі або запитання; іронію або сумніви; фактично або неправдоподібно — все відтворюється в мелодиці речення.



Адаптована мелодика голосу дозволяє мовцеві ділитися з глядачами відчуттями та емоційним станом. Вона підтримує бажаний меседж автора та посилює сюжет.

Крім того, мелодика визначає, як речення сприймає слухач. Кінець речення визначає, які йому передаються настрої та напруга. Загалом можна виділити три «каденції»:

Низхідна ↓. Низхідна каденція показує завершення думки або ділить довгі речення на коротші блоки в думці.



«Після десяти років слідчої роботи комісар передає справу в архів.» ↓

Голос мовця опускається з останнім складом слова.

Зависла →. Зависла мелодика вказує на те, що думка продовжуватиметься негайно або залишатиметься відкритою. Отже, окрім змістові блоки можуть бути інтегровані в більші контексти.



«Десять років роботи і ніякого результату.» → Комісар продовжуватиме розслідування».

Голос мовця залишається на постійному рівні. Кінець речення залишається відкритим. Наступний блок приєднується без переходу.

Висхідна ↑. Висхідна каденція в мелодиці речення залишає думку відкритою. Типовий випадок застосування — запитання. Висхідна каденція — це, так би мовити, знак питання в кінці речення.



«Комісар закрие справу після десяти років розслідування?» ↑»

Тон відчутно зростає. Знак питання певною мірою також вимовляється.

Тембр голосу. Індивідуальний нормальний рівень тону — відправний пункт для промовляння текстів. Його можна розвинути, але не можна скопіювати. Бо оптимальний тембр голосу

залежить від власної «постави голосу», що допускає максимальну модуляцію та резонанс.

Простими вокальними вправами, наприклад мугиканням легких, низьких тонів, що змінюються за висотою при трохи стулених губах, голосові органи можна розслабляти й стимулювати одночасно. Поставлення голосу можна відчутти як вібрацію, наприклад, на губах. Цей ефект ідентифікує ідеальний, особистий тембр голосу — його ще називають станом спокою.



Якщо неможливо або дуже важко знайти й утримати стан спокою, то часті причини цього — звичні та неприродні тембри голосу. Більшість проблем стосується таких голосових картин:

Голос, що сидить позаду. Цей тембр голосу утворюється безпосередньо перед гортанню. Він сидить у задній частині горла і, отже, використовує лише дуже маленький резонансний простір. Голос звучить твердо й металево.

Намагайтеся зняти напруження та послабити судоми. Тоді голос, що сидить позаду, втрачає свій здавлений характер, і все тіло може стати резонансною камерою.



Придиховий голос. Тембр голосу здається придиховим, коли мовець намагається використовувати забагато повітря для модуляції й говорити з високим натиском. Мовець намагається силоміць використати весь тулуб як резонансні камери. Результат — часто неартикульований і невизначений голос. Вдихуване повітря швидко витрачається. Це призводить до високої частоти дихання, що не допускає ні наголосу, ні структури.

Спокійні, глибокі дихальні вправи в ділянці живота і тулуба допомагають природно збільшити об'єм резонансу голосу.



Носовий голос. Коли артикуляція прощтовхується через ніс, то голоси дуже швидко набувають носового ефекту. Цей голосовий тембр використовує майже винятково голову як резонансну камеру. Ознака носового голосу — надмірна вібрація черепної кришки при говорінні.

Часто допомагає, коли артикуляція поліпшується, і при говорінні використовуються всі м'язи обличчя. Тоді рот розтуляється ширше, а язик залишається вільним й у напруженій мовній ситуації.



8.6. Мовні сигнали допомагають

Для того щоб мати можливість контролювано використовувати тембр голосу, гучність, наголос, темп і павзи, а також мелодію, доцільно підготувати текст для телесюжету з відповідними знаками пунктуації. Загалом для цього немає формальних вимог. Можна використовувати все, що допомагає краще структурувати текст і легко інтерпретувати його.

Нижче вказані графічні приготування — приклади того, як підготувати текст для читання перед мікрофоном.

Знак	Позиція	Значення
/	між словами	коротка павза
//	між словами	тримальна павза
-	між словами	павза в думці
я наголошую	грубо і під словом	головний наголос
<i>я наголошую</i>	під словом	другорядний наголос
↓	у кінці речення та в це- зурах	низхідна каденція
↑	у кінці питального речен- ня	висхідна каденція
→	між двома змістовими блоками	зависла каденція
U	між двома змістовими блоками або на почат- ку та в кінці підрядного речення	говорити узагаль- нено — також без павзи
@	у кінці речення, між змістовими блоками, при підрядних реченнях	дихати

9. Можливості та межі для тележурналістів

9.1. У дорозі як «самотній вояк» — відеожурналістика

Створення телевізійних журналістських сюжетів самостійно без команди — складне завдання. Іноді це може довести автора до межі перенапруження. І все ж за останні роки склався профіль професії, який поєднує всі етапи телевиробництва в одній особі: відеожурналіст.

У змаганнях за сучасні картини, захопиви історії, ексклюзивність та ефективність у висвітленні подій відеожурналістика набула важливого значення. Оснащені цифровими відеокамерами, штативами, звуковим обладнанням та мобільною станцією монтажу, відеожурналісти виробляють сюжети самостійно і часто незалежно від складної логістики великих каналів. Від новин через повідомлення і до репортажу вони надають телевізійним редакціям інакший погляд на події, ніж класичні репортери. Зручними, непримітними камерами вони знімають у тісноті БТР у зоні бойових дій, супроводжують хворого на рак під час останнього перебування в клініці або швидко знімають кілька кадрів на пресконференції команди третьої ліги.

Відеожурналіст може ліквідувати фізичну відстань між іноді громіздкою знімальною групою та дійовими особами. Ця близькість часто дозволяє відеожурналістові створювати особливу емоційність у своїх кадрах.



Мультифункціональність

Відеожурналіст — це репортер або автор, який не тільки несе відповідальність за зміст подібно до журналіста або кінематографіста, але й виконує такі завдання:

- знімати й оформлювати кадри,
- записувати звуки,
- монтувати фільми,

- озвучувати тексти сюжетів,
- планувати та збувати продукцію.



Відеожурналісти — універсали телевізійної продукції. Бажано не тільки опанувати журналістське ремесло, але й внести технічну схильність, щоб мати змогу за допомогою камери та монтажу досягти результатів, які б відповідали вимогам телевізійних каналів і звичкам глядачів.

З появою відеожурналіста в медіакомпаніях і фірмах, що виробляють кінофільми, склалися дві здебільшого дуже суперечливі моделі. Якщо одні вважають, що нетрадиційна й вільна робота — це творче збагачення телевізійної пропозиції, та замовляють відеожурналістам також довгі й складні форми, то інші бачать потенціал відеожурналіста насамперед у тому, щоб з невеликими затратами задовольняти дедалі більший попит на рухоме зображення. Відеожурналісти можуть зробити те й інше. Вони можуть швидко та ефективно надавати новини, аналітично-інформаційні матеріали та репортажі, що за якістю нічим не поступаються «класичному» виробництву телевізійних програм.

Аргументи на користь відеожурналістики

Близькість, автентичність і гнучкість — це зазвичай перші слова, що згадуються, коли йдеться про переваги відеожурналістики. Безсумнівно, цим критеріям можуть також відповідати класичні знімальні групи з трьома або більше колегами. І все ж відеожурналіст може саме тут виявити свої сильні сторони.

Близькість. Автори завжди повинні намагатися розвивати відносини з дійовими особами. Незалежно від симпатії чи антипатії, йдеться про те, щоб налагодити контакт і не дати себе використати. Тому відеожурналіст як єдиний бесідник протагоніста іноді має невелику перевагу. Велика команда зазвичай виглядає набагато показнішою і значущішою, ніж окремих журналістів зі своєю камерою. Швидше можуть встановитися відносини довіри, і автор скоріше може глибше проникнути в історію та інтимніші висловлювання протагоністів.



Конвой допомоги Німецького Червоного Хреста (НЧХ) відправляється в зону лиха. Його супроводжують кілька журналістів і знімальних груп. Але постійно спостерігати за водієм конвою в його вантажівці буде дуже важко. У кабіні водія не може їхати вся команда. Для відеожурналіста це набагато простіше. Він може також знімати моменти, коли почет медійників перебуває далеко, і таким способом створити особливу близькість до головного героя.

Автентичність. Зі зростанням довіри між дійовою особою та автором зазвичай зростає автентичність журналістського спостереження з камерою. Часто вже після кількох годин роботи протагоніст практично не сприймає відеожурналіста як сторонній, завадний «елемент». Якщо автор, який знімає сам, значною мірою утримується від втручань і постанов, він часто може безперешкодно спостерігати і говорити з героями. Камера працює практично непомітно.

Гнучкість. Той факт, що відеожурналісти дійсно можуть діяти гнучкіше, ніж знімальні групи, — теза, яка в загальному підсумку залежить від багатьох індивідуальних факторів і зрештою може бути ані підтвердженою, ані спростованою. Але попри розмір команди питання про те, чи варто знімати ще дві години, чи схід сонця абсолютно необхідний або чи ще один день знімання допоможе висвітленню історії, відеожурналіст може вирішити, безумовно, «консensusніше», ніж команда.

До того ж існує технічна гнучкість, яка насамперед проявляється завдяки компактному і легкому обладнанню.

Візуальне враження та оформлення. Не завжди буде перевагою, якщо візуально сюжет відеожурналіста помітно відхиляється від традиційних стандартів кінопродукції. Технічні вади, невідповідна композиція кадру або сильно змазаний рух камери не повинні бути критеріями особливого «стилю відеожурналіста». Але відеожурналіст може надати своєму знятому матеріалові дуже індивідуального стилю. Наприклад, експерименти з кадруванням зображень, гра світла й тіні або сміливий рух камери простіші, бо нема потреби в координації між автором і оператором. Невдалі спроби можна негайно повторити й виправити.

Дієвість та економічна ефективність. Те, що виробництво, яке зазвичай реалізують автор, оператор, асистент, монтажер, диктор, обіцяє зокрема економічну ефективність, якщо над ним працює тільки одна людина, на перший погляд, зрозумілий аргумент. Зі збільшенням кількості шляхів публікації, які виходять за межі телевізійного каналу телекомпанії — через медіатеки, онлайн-сервіси, відеоплатформи або соціальні мережі — попит на журналістський відеоконтент зростає. Для відеожурналістики відкрилися різноманітні сфери діяльності. Але дієвість та економічна ефективність мають свої межі. Якщо взаємодія в команді робить можливим виробництво на базі розподілу праці та паралельних процесів, то відеожурналіст може діяти лише поступово. Складати текст під час монтажу можливо — але не одночасно. Цей лінійний принцип роботи потребує часу і принаймні частково нівелює ефект економічної ефективності.

Свобода. Відеожурналістика вкорінилася в робочих процесах телеканалів і виробничих компаній. Інтеграція в структури і тиск форматування зростає. І все ж ця форма виробництва й надалі забезпечує значну свободу для журналіста. Поза жорсткими

диспозиціями, бюджетними дискусіями та стилістичними приписами можна розповідати індивідуально розроблені історії, які дуже важко реалізувати в рамках традиційних виробничих процесів.

Журналістські вимоги

Крім фізичної витривалості, технічних знань та організаційного таланту важливі передумови для роботи відеожурналіста — насамперед журналістські знання та досвід.

Дослідження, оцінення й представлення інформації та історій залишаються й надалі центральним завданням. Відеожурналіст повинен мати можливість знімати, монтувати, складати текст та озвучувати свій матеріал у форматі, що відповідає потребам глядача, редакції або замовника. Сюди також слід додати надійне відчуття розмірів позиції, перспектив, композиції та монтажу зображення. Відеожурналіст має розвивати такі журналістські та образотворчі навички:

Розслідування та розроблення тематики. Поряд з викладеними в розділі 3 завданнями стосовно винахідливості, розслідування й готування начерків та сценарних планів відеожурналістам слід також розвивати чуття щодо особливо слушних тем.

До них належать, наприклад, довгострокові спостереження, які при класичній знімальній групі були б громіздкими й насамперед дуже дорогими. Можливі місця знімання також часто означають продукцію відеожурналістів. Тісні приміщення, як, наприклад, у репортажі з підводного човна, або обмежений доступ, як, можливо, при супроводі відомої особи в її літаку, можуть бути аргументами для залучення відеожурналістів.

Ідентифікація належних форм зображення. Загалом відеожурналістика не має обмежень і не має улюблених тележурналістських форм. Межі можливого кожен автор визначає для себе сам. Але тиск часу, конкуренція за кадри і боротьба за інтерв'ю та протагоністів роблять поточне висвітлення подій особливим викликом для відеожурналіста. Довші форми зазвичай придатніші. У документальних програмах, насамперед у репортажі, відеожурналіст може використовувати свої сильні сторони: автентичну розповідь, близькість до дійових осіб і гнучкість стеження за перебігом історії.

Реалізація ідеї сюжету. Робота як відеожурналіста відкриває нові можливості у виробництві телевізійних сюжетів, тому що не потрібно узгоджувати з групою. Ідея сюжету може адаптуватися під час роботи над фільмом. І відеожурналіст не мусить турбуватися, що його бажаний меседж залишиться непоміченим. Разом з тим значно зростає робоче навантаження. Крім розроблення змісту, супроводу головних героїв або ведення інтерв'ю,

відеожурналіст має також контролювати візуальну реалізацію, розгортання сцен і запис звуку. Отже, це комплексний виклик — тим більше, що всі робочі етапи відбуваються одночасно.

Способи інтерв'ю. Принципи телевізійної журналістської роботи також стосуються ведення відеожурналістом інтерв'ю (див. підрозділ 6.3). Автор, який знімає сам, іноді обмежений лише в образному виконанні інтерв'ю. Це стосується, наприклад, «vox pops» або вуличних опитувань, які зазвичай знімають з руки й дуже спонтанно. Зображення, звук і запитання мають бути узгодженими протягом кількох секунд: важко, коли працюєш самостійно. Але навіть інтерв'ю, що треба зняти з великою фокусною відстанню, можуть стати проблемою для відеожурналіста. Для правильного встановлення кадру камера зазвичай має стояти за кілька метрів від дійової особи. Якщо відеожурналіст хоче контролювати зображення під час запису, то інтерв'ю часто доводиться проводити на неприродній відстані між співрозмовниками. Тому багато відеожурналістів тепер використовують цифрові фотоапарати з функцією відео. Великі датчики зображення забезпечують невелику глибину різкості, навіть якщо об'єкт перебуває поблизу камери.

Складання тексту для прослуховування. Для написання текстів (див. також розділ 8) єдине обмеження становить те, що відеожурналіст лише у виняткових випадках може скласти текст вже під час знімання. Часто навіть нотатки практично неможливі. Тому рекомендується, щоб усі числа, факти, враження та деталі записувалися безпосередньо камерою. Пізніше цією інформацією можна буде користуватися як аудіовізуальною пам'яткою для складання тексту: план, перспективи та композиція кадру. Відеожурналісти також мають розвивати відчуття щодо естетичних образів, захопливих перспектив, належного кадрування й розгортання сцен (див. підрозділ 6.4).

Підготування та організація знімання. У знімальній групі адміністративні завдання часто розподіляються повністю автоматично. Відеожурналіст — особливо позаштатний — зазвичай має сам дбати про план знімання, планування виїздів або домовлятися про зустрічі з протагоністами.

Технічні навички

Щоб мати можливість знімати «готовий до показу» матеріал, відеожурналіст мусить опанувати взаємодію фокуса, діафрагми, витримки, регулювання балансу білого та багато іншого. Він не повинен покладатися лише на автоматичні налаштування камер. Додайте до цього складний аудіозапис. Важливі передумови — глибокі технічні знання про мікрофони, заглушення та рівні. До частини цієї професії також належить добре володіння нелінійни-

ми, цифровими системами монтажу (наприклад, Avid, Apple Final Cut, Adobe Premiere тощо). Крім того, відеожурналіст повинен мати можливість передавати свій матеріал у редакції, наприклад, за допомогою системи Inmarsat, системи супутникового мовлення або послуг передавання файлів через інтернет.

Ось огляд виробничо-технічних завдань відеожурналіста.

Знімання за допомогою відеокамери або фотоапарата з функцією відео. Незалежно від того, яку камеру використовують для знімання, рекомендується записувати щонайменше з роздільністю HD (high definition). Автоматичні функції камер мають надаватися до вимикання. Це дозволяє відеожурналістові вручну контролювати діафрагму, різкість, кольори (баланс білого), чутливість (ISO), електронне підсилення (GAIN), витримку затвора (shutter) та тривалість експозиції.

До того ж відеожурналіст має використовувати штатив-триніг і монопод для стабілізації камери під час знімання.

Запис звуку за допомогою мікрофонів і рекордерів. Існують різні рішення для запису звуку залежно від моделі камери. Загалом камера повинна мати можливість регулювати і записувати принаймні дві окремі звукові доріжки. Фотоапарати з відеофункціями часто пропонують лиш обмежені можливості для запису звуку. У цих випадках можна під'єднати зовнішні рекордери, які зберігають у пам'яті звук.

Як основне обладнання також пропонується спрямований мікрофон для запису атмосферних тонів. За допомогою портативного мікрофона можна проводити інтерв'ю. Доцільно також використовувати бездротовий набір мікрофонів. Маленьку капсулу мікрофона можна прикріпити протагоністові на сорочку або піджак. Камера записує отриманий аудіосигнал без необхідності кабельного з'єднання між передавачем у протагоніста та приймачем на камері.

Виставляння світла. Часто відеожурналіст не має часу повністю освітити місце знімання. І все ж доцільно не покладатися лише на доступне світло. За допомогою невеликого лобового ліхтарика, невеликого освітлювального приладу, світлодіодної панелі або рефлектора можна значно поліпшити композицію кадру та візуальну якість.

Кінематографічна розповідь і журналістське ремесло. Як і будь-який інший тележурналіст, відеожурналіст повинен мати відчуття розвитку історій (див. розділ 2). Знання про форми подання (див. розділ 4) та підготування сюжетів (див. розділ 3) також важливі.

Монтаж зображень за допомогою системи цифрового монтажу. Відеожурналіст має опанувати роботу з системою монтажу значно ширше від своїх журналістських навичок щодо драматургії, монтажу та безперервності. Система монтажу має

пропонувати редагування відео- та аудіоматеріалів на окремих та різноманітних треках. Просте обслуговування, хороша організаційна структура для монтажного матеріалу та широкий спектр ефектів також служать критеріями якості системи монтажу.

Відтворення, експортування та перезапис. Змонтовані матеріали часто треба експортувати у вигляді відеофайлів з системи монтажу та закодувати для використання на телеканалах, у медiateках або для публікації в інтернеті. До того ж відеожурналісти мають вивчити основи різних методів перезапису або передавання даних. І останнє, але не менш важливе, — відеожурналіст має виділити більше часу на виробництво. Тому що він одночасно репортер і продюсер. Він часто турбується про подорожі та проживання, організовує транспортні засоби, наймає перекладачів або акредитується.

Дня практично не вистачає для задоволення всіх вимог. Звідси випливає критика, що «супервідеожурналіст» не може одночасно взяти на себе роботу трьох чи чотирьох колег і щоб при цьому не постраждала журналістська якість. Критика дійсно стає дедалі сильнішою, бо камерами озброюються найчастіше молоді й недосвідчені початківці, або ж виробничі компанії та редакції, так би мовити, посвячують їх у відеожурналісти. Технічні та змістовні результати можуть тоді лише як виняток відповідати стандартам телевізійної продукції. Багато продюсерів і телевізійних компаній відповідають на це солідним фаховим підготуванням досвідчених журналістів, які вивчають цю професію з технічним ухилом і здоровим ентузіазмом щодо нових форм виробництва.

Бурхливий технічний розвиток (безстрічкові відеокамери з високою роздільною здатністю, ширококугові системи передавання даних, маленькі цифрові фотоапарати, зручні в користуванні вебдодатки) сприятимуть подальшому розвитку завдань відеожурналіста. Тенденція йде далі до журналістів, які в мультимедіа більше не проводять меж між рухомими зображеннями та фото або телебаченням і онлайн.



Особливості у практиці виробництва

Крім загальних завдань тележурналіста і технічних навичок, це передусім виклики практичної роботи, які роблять відеожурналістику вимогливою професією. Часто роботу недооцінюють самі автори, але насамперед відповідальні виробники телепрограм. Багато труднощів, які б не проявилися в команді, відеожурналіст має долати сам за допомогою невеликих хитрощів, трюків та обхідних шляхів. Деякі речі зі зростанням досвіду стають простішими. Інші, ймовірно, завжди будуть складні.

Не претендуючи на вичерпність, розглянемо та опишемо нижче деякі ситуації з практики цього ремесла. За допомогою по-

рад і способів з виробничого повсякдення пояснимо підходи та ідеї щодо того, як відеожурналіст може долати виклики.

Виробниче обладнання, транспорт і охорона. Камера, штатив, світло, звук, зарядні пристрої, акумулятори, ноутбук та, у разі триваліших подорожей на знімання, також власна зубна щітка і декілька футболок — все це, залежно від обладнання, може швидко стати великим, громіздким і насамперед важким. Перелік типового обладнання відеожурналіста наведено в додатку.

Загалом рекомендується завжди возити з собою камеру в ручному багажі. Решту обладнання найкраще тримати в протиударних і водонепроникних коробках або ящиках. Щоб нічого не губилося під час подорожі, матеріал слід упакувати в якомога меншу кількість ящиків. Крім того, деякі авіакомпанії обраховують плату за багаж не тільки за вагою, а й за кількістю одиниць.



Для захисту обладнання необхідно застрахувати від крадіжок. Індивідуальні контейнери для транспортування мають бути замканими. До того ж доцільно мати трос із замком або щось подібне, щоб з'єднати транспортні ящики під час їзди, але також і на місцях знімання.

Багато страхових компаній у Німеччині не виплачують страхування в разі крадіжки або втрати обладнання, якщо обладнання не охороняється чи залишене без нагляду або якщо воно лежить на видноті в автомобілі. Також, якщо крадіжка з автомобіля відбувається після 22:00, деякі страховики звільняються від зобов'язання виплачувати страхування.

Знімання. Перед тим як почати знімання відеожурналіст повинен зібрати обладнання так, щоб було можливе мобільне та гнучке виробництво. Носії даних, батареї, акумулятори, серветки для протирання та інші дрібні речі можна, наприклад, переносити в рюкзаку або у виробничому жилеті. Камера повинна бути обладнана спрямованим мікрофоном, радіоприймачем (мікрофоном) і лобовим ліхтариком та бути готовою до використання перед зніманням. Валіза/сумка для камери може тоді залишитися в автомобілі або готелі.

Рішення возити з собою штатив (триногу) або відмовитися від цього залежить від форми викладу та бажаного меседжу відеожурналіста. Часто це важливий інструмент для знімання, попри його вагу і громіздкість. Але саме при тривалішому супроводі дійових осіб (наприклад, у репортажах) іноді немає можливості постійно носити штатив. У такому разі рекомендується використання набагато зручнішого і легшого одноногого штатива (монопода). Він підтримує і стабілізує камеру. Але тоді горизонтальні панорами та напливи можливі лише обмежено.

Іноді відеожурналісти мають бажання почати працювати відразу після прибуття на місце розташування. Вони хочуть нічого не пропустити або турбуються про час, що залишається. Метушня, що тоді виникає, може швидко призвести до помилок. Часто

наслідком стає те, що відеожурналіст виробляє безліч відеоматеріалу, випускаючи з уваги фактичну історію і зміст. Тому відеожурналістам перед початком виробництва необхідно, скільки це дозволяє час, провести аналіз місця знімання. Зокрема оцінити місце дії, умови освітлення, температуру світла та акустичні ситуації. Після цього, вже знімаючи, часто легше встановити вісь дії або налаштувати на камері правильний баланс білого. І звукові перешкоди, наприклад кондиціонер, можна за певних обставин вимкнути до початку виробництва.

Робота з камерою вимагає концентрації та часу. Іноді відеожурналіст може при цьому втратити нитку журналістської історії. Щоб цього уникнути, автор повинен після завершення ситуації знімання щоразу перериватися, щоб перевірити, чи записані позиції допомагають історії, і які сцени та картини ще потрібні.

Робить перерви, щоб кожного разу перевіряти технологію виробництва. Чи вистачить часу автономної роботи батареї? Чи треба замінити носії даних? Чи все ще правильні всі технічні параметри камери?



Запис звуку. У знімальній групі аудіозаписом опікується зазвичай асистент оператора або навіть інколи технік запису. Відеожурналісти ж мають самі дбати про якість звуку. І це проблема, бо автори повинні зосереджуватися насамперед на своїй історії. У них у голові наступна сцена або ж вони шукають придатних позицій та картин. Звуку в цьому разі іноді приділяють замало уваги. Однак технічно «чистий» звук дуже важливий для компонування телепрограми.

Для відеожурналіста діє таке засадниче правило: під час знімання завжди надягати навушники і звертати увагу на рівень звуку підімкнених мікрофонів, який зазвичай можна показувати на дисплеї.



Звичайно відеожурналісти мають знімати камерами, які, крім вбудованих внутрішніх мікрофонів (built in microphone), мають також гнізда для принаймні двох зовнішніх джерел звуку. При цьому слід зважати на те, щоб зовнішні гнізда відповідали професійному стандарту XLR. Це дозволяє адаптувати високоякісні мікрофони, щоб коротке замикання або замикання на корпус не створювали перешкод для звукового сигналу.

Спрямований мікрофон (directional microphone) для встановлення на камеру завдяки своїм особливим характеристикам забезпечує дуже чіткий запис звукових сигналів перед об'єктивом. Водночас він значною мірою приглушує шум біля камери та за нею. Зазвичай для такого застосування придатні мікрофони з кардіоїдними або суперкардіоїдними характеристиками.

За допомогою спрямованого мікрофона відеожурналісти можуть записувати діалоги або групові розмови. Важливо, щоб камера залишалася, по змозі, спрямованою на відповідне джерело



звуку, тобто на дійову особу, яка саме говорить. Якщо ж камера передчасно відводиться вбік, то записаний рівень звуку може сильно знизитися.

Щоб усе ж залишатися з камерою мобільним, відеожурналіст має забезпечити свого головного героя бездротовим радіомікрофоном. Приймач встановлюється на камері та за допомогою кабелю XLR під'єднується до другого зовнішнього аудіовходу. Тепер відеожурналіст може записувати розмови та інтерв'ю, навіть якщо головний герой перебуває за кілька метрів.



Більшість петличних мікрофонів на радіопередавачах мають сферичну характеристику спрямованості. Це означає, що вони сприймають звук однаково з усіх боків. Тому вони мають бути розміщені якомога ближче до джерела аудіосигналу, тобто до вуст протагоніста.

Технічно правильний запис звуку зазвичай залежить від належного рівня звуку. Більшість камер дозволяють відеожурналістові регулювати рівень безпосередньо. Ручне керування вимагає досвіду і часто змінюється залежно від моделі камери. Тому автоматичний контроль рівня звуку може бути корисним. Але автоматика сильно піднімає звук у тихих пасажах і значно знижує його в шумних ситуаціях. Результат цього — коливання «звукового впливу», що часто створює перешкоди. До того ж існує обмежувач (limiter), який автоматично знижує особливо гучні звуки. Хоча це й дозволяє уникнути перемодуляції звуку, але він часто «обрізається» (clipping).



Два зовнішні мікрофони треба контролювати вручну. Багато моделей камер також пропонують можливість паралельного запису вбудованих (built in) мікрофонів на двох додаткових звукових доріжках.

Світло та технічні пристрої. Контроль світла означає свободу в композиційному вирішенні. Але в рідкісних випадках відеожурналісти можуть вдатися до додаткових джерел світла, таких як прожектори денного або штучного світла.

Зазвичай вони мусять впоратися з наявним станом освітлення. Особливо при зніманні в приміщенні це може швидко призвести до проблем. Різні барви штучних джерел світла в приміщенні або змішані світлові ситуації при денному світлі, що падає через вікно, ускладнюють знімання. Але насамперед різке світло зі стелі часто викликає непривабливі тіні на обличчях дійових осіб.

Тому лобовий ліхтарик (headlight) — частина типового обладнання відеожурналіста. Встановлений на камері він вирівнює тіні обличчя, зменшує контрасти або освітлює всю знімальну ситуацію.

При зніманні поза приміщенням невеликий лобовий ліхтарик допомагає лише трохи. Сонячне або денне світло навіть при хмарному небі перебиває штучне джерело. Для таких ситуацій

придатні прості рефлектори (light bouncer). Поверхні з різним ступенем відбиття дозволяють контролювати світлову композицію та інтенсивність світла. Дуже приємне м'яке світло відбивають, наприклад, плити з пінополістиролу, які можна придбати в багатьох магазинах будматеріалів. Проблема полягає в тому, що рефлектори сприйнятливі щодо вітру, залежно від площі. Вони зазвичай потребують стабілізації, або їх має тримати помічник.

Для загального освітлення знімальної ситуації або декоративного досить невеликого світлодіодного прожектора на акумуляторі з легким штативом. Найкраще, якщо світло випромінюється рівно, колір його регулюється — між денним і штучним — і можна контролювати інтенсивність (dimmer).



Крім світла, особливі позиції та сприйняття зображення забезпечують насамперед невеликі допоміжні засоби для стабілізації камери. Технічні пристрої (grip) допомагають, наприклад, забезпечувати рівномірні, плавні рухи камери. Для руху по рейках можна використовувати слайдер. При цьому камера монтується на каретку, яка рухається по рейковій системі. Як альтернатива до забезпечення спокійного та ефектного руху з камерою іноді також годяться скейтборд, візок для покупок або інвалідний візок.

Прості допоміжні засоби також можна використовувати як альтернативу до штатива. Наприклад, м'які торбинки (steadybags) стабілізують камеру на землі або на столах. Зазвичай вони заповнені пластиковими кульками абощо і доступні різними розмірів.



Крім того, існують системи стабілізації, діють за принципом карданної підвіски (gimbals, система стабілізації знімальної камери, steadycams), щоб рухати камеру максимально спокійно і плавно.

Історія та протагоністи. За всієї концентрації на зображенні, звуку, світлі та технічних пристроях авторів, що знімає сам, не слід випускати з поля зору одного: історію та дійових осіб. Дійових осіб треба інформувати та вести. Їм зазвичай потрібне відчуття, що вони в центрі уваги. Відеожурналіст повинен, з одного боку, розподілити сцени і зняти достатньо позицій. З другого — він також повинен постійно шукати контакту зі своїми протагоністами.

Тут є дві можливості. По-перше, відеожурналіст може спробувати залучити своїх протагоністів до виробничого процесу. Прохання потримати рефлектор або піднести штатив до автомобіля не тільки може бути дуже корисним, але й сприяти виникненню довіри. Але часто буває також досить пояснити свої наміри. Здебільшого дійові особи демонструють більше розуміння і терпіння, коли знають, чому треба зняти ландшафт або підсюжет. Однак такий підхід несе ризик того, що необхідна дистанція між дійо-

вою особою та журналістом зникне. Особливо, коли контroversійні теми, може постраждати правдивість та об'єктивність.

Тому другий варіант полягає в тому, що відеожурналіст просить своїх протагоністів не звертати увагу на знімання і просто ігнорувати камеру. Цим автор підвищує автентичність історії. Для відеожурналіста, однак, зростає ризик того, що важливі моменти для камери втрачатимуться, і їх не можна буде повторити. Часто підсюжети можуть бути тільки накресленими, а інтерв'ю здебільшого можливі, лише виходячи із ситуації.



Перед зніманням головному героєві слід пояснити конкретну ситуацію та специфіку відеожурналістики. Тоді зазвичай можливі невеликі перерви без необхідності постійно втручатися у природний хід знімальної ситуації.

Постпродукція. Постпродукція для відеожурналіста починається вже на місці знімання. Після довгого знімального дня відеоматеріал треба закріпити та структурувати. Тому рекомендується, щоб відеожурналіст мав із собою на ноутбучі власну систему монтажу. Через програмне забезпечення для монтажу матеріал може бути збережений на жорсткому диску і структурований безпосередньо в майбутньому проєкті монтажу. При цьому автор не повинен нехтувати безпекою даних. Зазвичай повторити знімання можливості немає. Втрата відеоматеріалу здебільшого безповоротна. Отже, носії даних камери слід видаляти лише в тому разі, якщо знятий матеріал продубльовано принаймні один раз і збережено на різних жорстких дисках.



Насамперед у тривалих виїздах на знімання або виробництвах весь знятий матеріал має зберігатися принаймні на двох окремих жорстких дисках. Жорсткий диск можна потім, наприклад, сховати в готельному сейфі. Дублікат відеожурналіст зберігає в сумці камери. Це захищає дані від крадіжки, а також технічної відмови жорсткого диска.

Монтажні роботи відеожурналіст також здебільшого виконує сам. Він не може покладатися на взаємодію монтажера та автора. Бракує першого глядача і критика. До того ж відеожурналіст зазвичай має набагато сильніший зв'язок із знятими ним самим картинками, ніж автор, який часто знятий матеріал вперше бачить на монтажному столі. Тому в роботі над сюжетом відеожурналістові доцільно на ранній стадії попросити колег переглянути монтаж та історію. Кожне зауваження, кожна підказка та кожне запитання можуть допомогти зробити сюжет зрозумілим і цікавим для глядача.



Девіз «Убий своїх улюбленців» («Kill your darlings») означає для відеожурналіста, що він іноді повинен відмовитися від своїх найкращих підходів і не використовувати їх у сюжеті. Ця відмова може допомогти поліпшити драматургію і чіткість історії.

9.2. Між світами — онлайн-журналістика з рухомими зображеннями

Інтернет, мобільні пристрої та майже повний доступ до онлайн-сервісів змінюють спосіб користування медіа. Глядач, який досі споживав лінійне телебачення у фіксований час, перетворюється на активного користувача журналістського контенту. Він вибирає контент і ухвалює рішення про «час передачі». Часто він сам стає актором через власні публікації або коментарі. Водночас для тележурналістів існує багато нових можливостей, щоб розповсюджувати власну роботу і робити її доступною для аудиторії, яка все рідше бере в руки пульт дистанційного керування.

Онлайн-журналістика. Висвітлення подій в інтернеті подолало межі класичної галузі журналістики. Пропозиції зорієнтовані повністю мультимедійно. Залежно від теми та наявних джерел онлайн-журналісти обирають форми зображення та пропонують текстові, відео-, кіно- або аудіосюжети. Просторових або часових обмежень значною мірою нема. Навіть місткості зберігання та передавання лише у виняткових випадках становлять обмеження для онлайн-журналістів. Форми публікації також стали різноманітнішими. Вебсайти, блоги, подкасти, соціальні мережі, медіатеки або відеоплатформи: онлайн-журналісти можуть охопити своїх глядачів, читачів і користувачів багатьма способами. А онлайн-медіа не мають терміну завершення редакційного підготування. Контент можна оновлювати постійно. Навіть виправлення або доповнення вже опублікованих сюжетів можливі без проблем.

Але все ж: підготування контенту в мережі, по суті, дотримується традиційних журналістських способів роботи. Редактори та автори визначають теми, досліджують, вибирають і оцінюють факти та інформацію, створюють сюжети або коментують факти.

Відео в онлайн-журналістиці. Доказом служить рейтинг найважливіших пошукових систем (www.google.de), таких платформ, як ютюб (www.youtube.de) або вімео (www.vimeo.de): відеоконтент домінує в мережі. За статистикою, понад 100 годин відеоконтенту завантажується на ютюб за хвилину (джерело: публікація «Ютюбу» на www.statista.com). Немає домашньої сторінки без фільмів. Немає жодної інтернет-пропозиції приватного видавництва без відео, і телекомпанії також використовують власну продукцію в онлайн-медіатеках або виробляють додатковий контент суто для вебсайтів. Отже, журналісти конкурують з неосяжною масою відеоконтенту в мережі, який не має жодної журналістської мети, а часто служить тільки для розваг.

Не порушуючи журналістських принципів, автори можуть надихатися оформленням і презентацією відео — вірусних досяг-



нень в інтернеті. Це відео, що дуже швидко розповсюджуються після публікації в інтернеті, — як вірус.

Хоча до онлайн-журналістики з рухомими картинами застосовуються ті ж самі принципи, що й для традиційного телевиробника, попитом в інтернеті користується саме сміливість спробувати щось нове. Змінені стосунки між автором і глядачем — це шанс. Обмін з аудиторією стає можливим. Зворотний зв'язок — негайний. Відмінності, переваги та вади стосуються не тільки підготування контенту. Онлайн-журналісти також мають враховувати технічні вимоги: форми та організацію. Більшість журналістських відеопрпозицій в інтернеті орієнтується на форми подання на телебаченні (див. розділ 4). Від новин у фільмі через повідомлення, журнальну статтю, репортаж, документальну програму, нарис або інтерв'ю аж до документального серіалу: всі ці види також працюють у мережі.

Це не означає, що автори можуть один до одного копіювати засвоєні форми. Комп'ютерна миша ще швидша, ніж пульт дистанційного керування телевізора. Тому журналістські вебсюжети мають приділяти особливу увагу драматургічним моментам. Сильний вступ, що прив'язує користувача. Час від часу нові аудіовізуальні імпульси і приваби, щоб не стало нудно. Звукові та відеоефекти, яким не місце в телепрограмах, можуть посилити вебвідео. І насамперед автори не повинні без потреби розтягувати сюжети. Якщо історія розказана, то сюжет слід завершити, навіть якщо для онлайн-журналістів зазвичай немає приписів щодо того, яким довгим має бути відео.

Оформлення вебвідео також вимагає, щоб пропозиції описувалися якомога точніше за допомогою ключових слів (тегів). Ключові слова — індикатори для пошукових систем. Якщо вони відповідають пошуковим термінам користувачів, тоді відео будуть помітно відображені у списку результатів. Тим часом пошукові системи навіть оцінюють тексти відеосюжетів і використовують їх безпосередньо в алгоритмах пошуку.

Використовуйте інтерактивність та зворотний зв'язок.

На відміну від лінійного телебачення, користувачі журналістського вебконтенту самі вирішують для себе, як довго і чи взагалі вони дивитимуться сюжет. Тому бажано безпосередньо на початку відео дати обіцянку щодо доданої вартості для користувача. Часто це завдання бере на себе супровідний текст до фільму на домашній сторінці. І все ж рання відповідь на питання: «Чому я маю подивитися фільм?» може бути мотивацією для користувача, щоб прокрутити відео до кінця.

Крім того, відеоплеєри (вікна на вебсайті, де відтворюються відео) зазвичай дають можливість перестрибувати всередині сюжету. Користувач може пропустити пасажі або повторити вже відтворене місце. Тому автори повинні без кінця думати про те, як уможливити для глядача входження у фільм, навіть якщо він пропустив окремі частини.

І зрештою, онлайн-журналісти мають використовувати можливість коментування та функцію поширення відеопропозицій в інтернеті. Автори, які реагують на коментарі та беруть участь у критичних дискусіях, надовго прив'язують користувачів. І тому зростає можливість того, що відео в соціальних мережах, таких як фейсбук або твітер, поширюватимуться або інтегруватимуться в інші блоги та вебсайти. Зону досяжності контенту так можна значно збільшити.

Поширення та зона досяжності. Онлайн-журналістика може використовувати безліч видів розповсюдження для контенту рухомого зображення. Часто вибір залежить від організаційної структури виробника, економічної мети та групи користувачів, якої має досягнути контент.

Телекомпанія скорше обере медіатеку, в якій сфокусовано поширюються всі контенти. Користувачі повинні активно заходити на медіатеку і можуть вибирати з ексклюзивного контенту каналу (www.zdf.de/ZDFmediathek).

Видавець газети може вирішити помістити відеоконтент як додаткову інформацію на домашню сторінку. З одного боку, це збільшує актуальність пошукових систем. З другого — рекламні ролики можуть бути сполучені з відео (до, під час і після перегляду або рекламні банери оголошення та ватерпаси), щоб уможливити рефінансування виробничих витрат.

Позаштатні журналісти розповсюджуватимуть — принаймні фрагменти своєї продукції — на власних вебсайтах, у блогах або соціальних мережах. Комерційною метою — якщо вона взагалі існує — може тоді бути лише збільшення власної пізнаваності як онлайн-журналіста.

Для розповсюдження контентів рухомого зображення існують, зокрема, такі опції.

Домашня сторінка. Відео та анімацію можна інтегрувати безпосередньо на вебсайт за допомогою відеоплеєра. Технічна робота залежить від системи керування контентом. Туро3 або Reddot вимагають певного досвіду. З WordPress усе простіше, бо воно розвинулося з програмного забезпечення для блогингу. Блогер служби гуглу також дозволяє легко інтегрувати відео.

Існують різні можливості інтегрування відео. Найпростіший спосіб — відеоплатформи, наприклад, ЮТЮБ або ВІМЕО. Відео завантажуються та публікуються в безпечній зоні. За допомогою посилання плеєр можна вставити у власну домашню сторінку. Альтернативи — власний сервер або орендований вебпростір. Тоді відео можна контролювано розміщувати (зберігати та ними керувати). Однак існує ризик, що потужності сервера та пропускна здатність передачі не витримуватимуть багато одночасних звернень.





<http://www.bundeskanzlerin.de>

Відеоблог. Технічно відмінності між інтеграцією в домашню сторінку або в інтернет-блог не дуже великі. Але якщо вебсайт зазвичай використовує відео як доповнення, у відеоблогах — або скорочено влоги — фокус на рухомих зображеннях.



<http://www.elektrischer-reporter.de>

Відеоподкаст. Відеоподкаст — або водкаст — зазвичай періодичне видання, і він пропонує серію відеосюжетів (епізодів). Через клієнта подкасту (наприклад, iTunes, Nimiq або jpodder) користувачі можуть абонувати водкаст. Клієнт дбає про те, щоб поточний вміст автоматично завантажився на пристрій користувача. Епізоди відео можна переглядати як онлайн, так і офлайн.



www.zdf.de/ZDFmediathek

Медіатека. Відеомедіатеки насамперед пропонують телеканали. Після трансляції на телебаченні контент стає доступним користувачам ніби у своєрідному інтернет-архіві. Часто сервіс обмежений у часі з причин авторських прав і ліцензійних обмежень або звужений до власної продукції каналів.



www.youtube.de, www.vimeo.com

Відеоплатформа. Відеоплатформи дозволяють постачальникам відеоконтенту створювати власну індивідуально сформовану присутність. Контент може бути організованим за каналами і списками відтворення (playlist) або його легко та ефективно можна знайти за допомогою функцій пошуку. Переваги: платформи забезпечують пропускну здатність, потужності сервера та правильне відтворення на всіх кінцевих пристроях. Недолік: деякі оператори платформи вимагають прав на використання або ліцензування завантаженого контенту.

Соціальні мережі. Крім відеоплатформ для розповсюдження відео, можна використовувати й інші соціальні мережі. Відповідних цільових груп можна досягти ефективно та без втрат при розсіянні. Насамперед можливості для поширення контенту або надання зворотного зв'язку за допомогою коментування та опції «подобається» роблять фейсбук та інші служби належними інструментами для онлайн-журналістів. Контент часто поширюється далеко за межі власних контактів у мережі.



www.facebook.com, www.twitter.com, www.plus.google.com,
www.linkedin.com, www.xing.de

Прямі інтернет-трансляції. Представлені досі канали розповсюдження рухомого вмісту зображень — це так звані пропозиції відео-на-запит. Тобто користувач запитує відеострим шляхом

завантаження або принаймні активного вибору. Альтернативний вид розповсюдження — трансляція в прямому етері. При цьому події передаються в інтернет у режимі реального часу.

Контент, створений користувачем. Контент, створений користувачами і зазвичай доступний для оператора онлайнної пропозиції, називається UserGeneratedContent (UGC). Маса вебвідео — здебільшого UGC, бо вони були створені та опубліковані за межами звичних професійних або комерційних процедур. Теле- та онлайн-журналісти використовують контент, створений користувачами, як канал зворотного зв'язку, для лояльності глядачів і часто також як джерело для власного висвітлення подій. Іноді ці відео — єдиний матеріал з кризових зон або районів воєнних дій.

9.3. Медіаправо для (теле)журналістів

*Йоакім Поль**

Журналісти «оточені» законом. Уміння та ідейне багатство стають макулатурою, якщо не знати або ігнорувати правову ситуацію. Це справедливо як перед зніманням, так і після. Кожен автор сам несе відповідальність. У разі сумнівів слід звернутися по юридичну допомогу.

Тележурналістика це висвітлення подій в образі та звуці. Одне й друге — це частина свободи преси та інформації відповідно до статті 5 Основного закону (ОЗ). Як і кожне фундаментальне право, свобода преси обмежена іншими правами. Одне з найважливіших — загальне право особистості, яке випливає з Основного закону (Стаття 2 ОЗ. Вільний розвиток особистості та Стаття 1 ОЗ. Захист людської гідності). Вона захищає індивіда в його особистому житті.

Істотна частина права особистості — право на власне зображення, а також на мовлене та писане слово. Щодо цього існують різні градації. Вони залежать від того, як людина взаємодіє зі своїм оточенням:

- Інтимна область людини — табу. Таким способом загалом захищені найособистіші думки й почуття та сексуальна сфера.
- Приватна сфера доторканна лише у виняткових випадках. Приватна сфера — це непублічна сфера, в якій людина може розвиватися безперешкодно й вільно від зовнішніх впливів.
- У соціальному середовищі (повсякденному житті) захист стає меншим. Але не можна нікого робити надмірно публічним.
- Ті, хто свідомо стають публічними, мають найменший захист.



По суті, кожен індивідуум сам має визначати, що можна повідомляти про нього і чи можна взагалі. Найкраще, коли протагоніст добровільно дає згоду на повідомлення про себе. Що важливіша інформація для громадськості, то більше права тих, кого вона стосується, мусять відступати на задній план.

Право на власне зображення

Кожен має право на цей захист. Якщо людина не дає згоди, то її взагалі не можна показувати на знімку. Цей захист поширюється також на імена. Вони — частина особистості. Якщо немає згоди, вони мають бути анонімізовані. Зазвичай достатньо скорочень або «ім'я змінила редакція». Законодавець регулює право на власне зображення так:

§ 22 Закону про авторське право на твори мистецтва (KunstUrhG, KUG)

Портрети можуть бути розповсюджені або публічно виставлені лише за згодою зображеної особи. У разі сумнівів згода вважається наданою, якщо зображена особа отримала винагороду за зображення. Після смерті зображеної особи протягом десяти років необхідна згода родичів зображуваної особи ...

§ 23 Закону про авторське право на твори мистецтва (винятки)

(1) Без згоди, яку вимагає § 22, можуть розповсюджуватися та бути публічно виставленими:

- портрети, що стосуються новітньої історії;
- зображення, в яких особи з'являються лише як додаток поряд з пейзажем або іншою місцевістю;
- фотографії зборів, ходи та подібних заходів, у яких брали участь зображені особи;
- портрети, які не зроблені на замовлення, за умови, що розповсюдження або демонстрація служать вищим інтересам мистецтва.

Однак право не поширюється на розповсюдження та демонстрацію, що порушують законні інтереси зображеної особи або, якщо вона померла, членів її сім'ї.

Автори повинні, перед тим як знімати, попросити дійових осіб про письмовий дозвіл і згоду на трансляцію. Якщо немає згоди, відповідну особу слід зробити невпізнанною. Це робиться шляхом зміни рис обличчя, так званої «пiкселiзацiї», а також поширюється на типові ознаки, такі як татування.



У разі неповнолітніх слід завжди бути обережними. Вони, власне, можуть погодитися лише за згодою своїх законних представників. Щодо безневинних тем, то зрілі на вигляд підлітки можуть також ухвалювати рішення самі, наприклад у вуличних опитуваннях.

Згода може бути усною. Але при цьому залишається ризик. У разі виникнення суперечки автор має довести, що згода була. Той, хто хоче робити все правильно, отримує підтвердження згоди в письмовій формі. Свідки також можуть бути корисними. Гонорар вже вважається згодою.

Перед зніманням у школах або дитячих садках доцільно звернутися до керівництва якомога раніше, щоб дістати необхідну згоду від відповідальних за виховання.



На практиці чітка згода часто не потрібна. Вона, власне, стає потрібною залежно від обставин. Той, хто бачить камеру на місці і явно не протриває записові, здебільшого мовчазно погоджується (конклюдентна згода). Але автор повинен бути впевненим у тому, що особа, про яку йде мова, також володіла собою.

У масових сценах особи на зображенні стають «другорядним питанням». При зніманні перехожих у пішохідній зоні, туристів у горах, відвідувачів пивного садка, учасників мітингів і демонстрацій, глядачів під час спортивних змагань згода зазвичай не потрібна. Тут не йдеться про індивідів. Говорять про «доповнення» зображення. Тоді люди грають у сценічному оформленні другорядну роль. Учасники публічного заходу повинні усвідомлювати, що вони з'являються в повідомленнях, цілком можливо навіть у детальному зображенні. Тому можна, по суті, виходити з наявності мовчазної згоди. Проте не можна окремих осіб компрометувати або ставити їх у неправильний контекст. При доступі до архіву також слід перевірити, чи погоджені зображення осіб. При цьому слід зважати на оригінальний контекст. Цілком можливо, що особа, про яку йдеться, була колись готова брати участь у документальній програмі. Але це не означає, що згода також поширюється на інші сюжети — наприклад, у новинній мозаїці або в бульварному виданні.

Тому журналіст повинен шукати обмеження в архіві. Або ж звернутися до колишнього автора чи самої особи, про яку йдеться. Ні за ніяких обставин люди не можуть вводитися в інші контексти тільки тому, що зображення підходять. Тут несе відповідальність кожен за себе.



Увага! Відшкодування збитків! Умисне порушення права особи може на клопотання потерпілого переслідуватися за законом (§ 33 KUG). Значущіші на практиці вимоги про відшкодування збитків і компенсація фізичних і моральних страждань, які ґрунтуються на окремому випадку. Дивіться щодо цього широкий перелік у Wanckel und Nitschke, «Foto- und Bildrecht» (2004, S. 126 ff.).

Захист особистості створює межі для роботи журналістів. Вони, своєю чергою, закріплюються свободою преси. У цьому конфлікті між свободою медіа та правом на власне зображення періодично виникають правові спори, що впливають на журналістське повсякдення. Особливо слід відзначити «Ухвалу щодо Кароліни»⁷ Європейського суду з прав людини (ЄСПЛ) у Страсбурзі (знаменитості) від 24 червня 2004 року та набрання чинності статті 201а у Кримінальному кодексі (будь-хто).

В «Ухвалі щодо Кароліни» зазначається, що широка громадськість не має законного інтересу до інформації про приватне життя знаменитостей, навіть якщо це нешкідливо і відбувається публічно. Суд обґрунтував це рішення правом на повагу до приватного та сімейного життя. Згідно з цим, зображення з приватної сфери порушують статтю 8 Європейської конвенції з прав людини. Для висвітлення подій мусить існувати реальна потреба в інформації з боку громадськості. Універсальних рецептів для цього немає, кожен випадок має свої особливості.

Проте захист знаменитостей не застосовується, якщо вони з'являються публічно при виконанні своїх обов'язків або професії, як-от на пресконференціях, урочистих відкриттях, прийняттях. Особливо захищені діти знаменитостей. Без згоди батьків вони табу. Це може призвести до того, що в одному плані знімання вільно показувати тільки дорослих. А дітей поруч з ним слід зробити невпізнаними.

Незалежно від знаменитостей у «нормальних» людей також є права особистості, якщо, наприклад, вони тимчасово перебувають у фокусі інтересів суспільства або стають цікавими у зв'язку з конкретною подією. Тоді вони мають тимчасово сприймати висвітлення подій також у зображенні. Якщо інтерес знижується, то на передній план знову виходить захист прав особистості.



Наприклад, арбітр, причетний до скандалу навколо футбольних ставок, буде знову «будь-хто», коли хвилювання затишне. Пожежник, який героїчно врятував життя людей, так само, як і ті, хто пережив нещастя катастрофи, повертає увагу громадськості і зазвичай може бути зафільмованим.

Злочини — це теж частина поточних подій. Тому злочинці також потрапляють у центр уваги громадськості. Це особливо

⁷ Йдеться про Кароліну, принцесу Монакську та Ганноверську (нар. 1957 р.). (Прим. перекл.)

складно, коли ще немає вироку, який набрав законної сили. Бо так довго діє презумпція невинуватості. Обвинувачених осіб не можна передчасно ставити до «ганебного стовпа». Необачне висвітлення може через необережність скалічити людські долі. Тому до ухвалення вироку говорять про «підозрюваного» вбивцю або про те, що людина «нібито» скоїла шахрайство. Звичайні також такі фрази, як «прокуратура або звинувачення стверджує, що ...». Правопорушники рівня середньої чи дрібної злочинності мають право не виставлятися на суд громадськості. Принаймні не за межами місцевого висвітлення подій. Горезвісний велосипедний злодій з маленького містечка не може без своєї згоди стати частиною поточних подій тільки тому, що якийсь репортер саме працює над загальнонаціональним репортажем про вкрадені велосипеди.

Офіційні фотографії розшукуваних осіб можуть бути опубліковані на підтримку поліції. Після того як розшукуваного злочинця затримано, це право негайно втрачається, бо мета публікації фото досягнута. Те ж саме стосується зниклих осіб.



Коли тяжкі злочини особливо хвилюють громадськість, інтерес до повної інформації може переважати. Обґрунтування Федерального конституційного суду: кожен, хто протягом тривалого часу порушує громадський порядок, мусить приймати не тільки наслідки кримінального права, але й викликаний ним самим суспільний інтерес до повідомлень про нього у словах і зображеннях. Тільки молоді люди користуються особливим захистом. Стосовно них завжди превалює право особистості. Тобто зображення та ім'я мають бути невпізнаваними.

Якщо злочин більше не актуальний, і злочинець ресоціалізується, то захист особистості знову стає сильнішим. Фото навіть таких кримінально-історичних особистостей, як колишні терористи РАФ Клар і Монгаупт, з їхньою сучасною зовнішністю після звільнення з понад 20-річного ув'язнення не можна публікувати проти їхньої волі. Але це не означає, що про старі злочини ніколи більше не можна повідомляти. Вирішальний фактор — те, щоб злочинців не можна було ідентифікувати. Проблема з правом на забуття: зберігання в доступних онлайн-медіархівих.

Федеральний Верховний суд (ФВС) ухвалив 2009 року VI ZR 227/08 та VI ZR 228/08:

Повідомлення, в яких засуджені особи називаються на ім'я, можуть залишатися доступними в онлайн-архівах, якщо їх можна побачити тільки цілеспрямовано. Громадськість зацікавлена в дослідженні подій сучасної історії. Зокрема, мова йшла про імена засуджених 1993 року вбивць баварського актора Вальтера Зедльмайра, що вимагали видалення.

Зі смертю втрачається право особистості, яке може належати тільки живим людям. Однак надалі зберігається загальне право на повагу — так положення речей описують Принц і Петерс (Prinz und Peters, «Medienrecht», 1999, S. 117). Стосовно осіб сучасної історії згода від родичів не потрібна, коли мова йде про звичайне висвітлення подій. Однак щодо померлих осіб протягом десяти років після їхньої смерті вимагається згода родичів, зазначених у п. 22 Закону про авторське право на твори мистецтва (див. Wanckel / Nitschke, Foto- und Bildrecht, 2004, S. 111 f).

Дозволи на знімання

Знімки будинків, садів, домів, транспортних засобів загалом не порушують право власності або право особи. За умови, що ви знімете картинку так, як будь-хто може бачити зовні («Friesenhausentscheidung» в: Neue Juristische Wochenschrift 89, 2251). Тобто це має бути офіційний вигляд без допоміжних засобів. Якщо брати драбину, щоб зняти мур-огорожу або живопліт, то робити цього не можна. Знімання з повітря за допомогою дронів або гелікоптерів дозволяються загалом і часто після сповіщення офіційної установи, якщо вони не загрожують інтересам безпеки державних органів або установ.

Стосовно залізничних вокзалів, супермаркетів, зоопарків, установ, судів, шкіл, церков, стадіонів, концертних залів, територій компаній тощо. завжди слід попередньо отримати дозвіл на знімання. Хто фільмує без цього, той діє незаконно.

І спеціальні обмеження поширюються на райони, позначені як закриті військові зони. Без дозволу їх не можна відвідувати або знімати. Кожен, хто таким способом ставить під загрозу безпеку Федеративної Республіки Німеччина, той порушує закон відповідно до § 109g (1) Кримінального кодексу.

Прихована журналістика і кримінальне право

Удаючи з себе перед камерою по телефону або на місці за когось іншого і таким способом отримуючи інформацію, можна порушувати особисті права або недоторканність житла. З другого боку, медіа навряд чи зможуть виконувати своє інформаційне завдання та контрольну функцію, якщо їх у кожній публікації позбавити незаконно отриманої інформації. Тому знімання потайки, наприклад у будинках для людей похилого віку або лабораторіях для випробувань на тваринах, опісля можуть бути виправданими, якщо тут цілеспрямовано йдеться про розкриття зловживань, якщо до них громадськість виявляє жвавий інтерес, якщо вони викликають дискусії і здатні привести до припинення скандалів.

Погоджено Федеральним конституційним судом: журналіст-викривач Гюнтер Вальраф періодично проникає в компанії та організації. Найвідоміші випадки: його діяльність як репортера газети «Більд», як «Турка Алі» при спілкуванні з іноземцями або як працівника про ситуацію в колективах.

Жодного прихованого знімання без юридичного радника. Перед запланованим зніманням, а також після, коли матеріал знято і починається монтаж.

Заборона запису зображень — істотне обмеження свободи преси: § 201a в Кримінальному кодексі (КК, нім. StGB) має заповіти підгляданню за допомогою прихованих камер за людьми в готельних номерах, фітнес-залах, роздягальнях тощо. Воно спрямоване на будь-кого, тому це також стосується журналістів і фотографів, які хочуть приховано знімати в правомірних інтересах громадськості.

§ 201a КК

- (1): Хто без дозволу створює або передає зображення іншої особи, що перебуває в житлі або спеціально охоронюваному приміщенні, так порушуючи її особисту сферу життя, той карається позбавленням волі на строк до одного року або штрафом.
- (2): Так само карається особа, яка використовує або робить доступним для третьої сторони знімання зображення, зроблене внаслідок учинку згідно з пунктом 1.

Увага: тут недосить пізнішого забезпечення невпізнаваності. Особа, незалежно від того, чи вона знаменита, чи ні, не може бути знята в себе вдома та в суто приватних справах.

Хто з фотокамерою проникає в інтимну сферу людей, той порушує закон і повинен також рахуватися з вимогами відшкодування збитків.

Ще раз вимоги § 201а КК:

1. Знята особа перебуває в спеціально захищеному приміщенні. Тобто квартири, гостьові кімнати та готельні номери, щільно закриті сади і подвір'я, туалети, кабінки для перевдягання, лікувальні кабінети. Однак до них не належать службові приміщення, офіси тощо.
2. Крім того, порушник своїм зніманням зображень втручається в суто особисту сферу життя потерпілого. До неї належать хвороба, смерть, сексуальність, щоденники, стан здоров'я, фото в оголеному вигляді, туалети, сауни, солярії, кабінки для перевдягання, чутливі факти з сімейного життя тощо. Але не речі з трудового та професійного життя.
3. Знімання зображення проводиться без дозволу. Тобто без згоди потерпілої особи.

При цьому можливі незначні відмінності. Оглядовий кабінет лікаря може потрапити під заборону знімання через інтимну сферу, а сусідня кімната чекання — ні. Кримінальне право залишається послідовним також стосовно мовленого слова.

§ 201 абз. 1 Кримінального кодексу

Позбавлення волі на строк до трьох років або штраф призначається тому, хто без дозволу:

- 1) записує на носії звуку непублічно мовлене слово іншого чи
- 2) використовує зроблений таким способом запис або робить його доступними для третьої сторони.

Забороняється вже навіть запис, якщо він відбувається по-тайки від мовця. Недосить технічно викривити оригінальний голос, так щоб не можна було визначити, хто говорить. Голос мовця і титри «Текст начитано» також провокують запитання, звідки автор має точний зміст тексту. Значно надійніший варіант: «Текст передано за протоколом пам'яті». Ще краще, якщо його можна пред'явити.

Тут закон також допускає один виняток: навіть якщо інформація фактично була отримана незаконно, її передавання може бути допустимим, якщо вона служить особливим громадським інтересам.

Але, крім правового аспекту, журналістська робота — завжди також питання етики та відповідальності. Орієнтир тут дає

Кодекс преси Німецької ради преси, найважливіший орган самоконтролю медіа (www.presserat.de).

Пресова робота та авторські права

Крім власного знятого матеріалу, тележурналістові часто доводиться вдаватися до чужих матеріалів. Тоді знімання, архівний матеріал, фотографії або тексти — інтелектуальна власність інших осіб відповідно до статті 14 Основного закону. Правовласник зазвичай надає свій матеріал у разі досягнення домовленості. Для когось достатньо бути показаним як джерело. Інші вимагають плати. Ще хтось хоче того й того. При цьому можливі багато способів: матеріал може мати дозвіл на одноразове використання, на один день і кілька передач або тільки для конкретної програми каналу. Увага! Для використання в інтернеті можуть бути додаткові вимоги.

Не використовуйте будь-які чужих або архівних матеріалів без перевірки прав та витрат. Завжди перевіряйте, хто реальний власник прав. Якщо це неможливо виявити або використання не схвалено, то матеріал використовувати не слід. Це може коштувати дорого.

Інша ситуація, якщо використовуваний матеріал — «цитата», наприклад, як підтвердження відгуків у пресі. Отже, знімається сторінка газети, наприклад, для того щоб задокументувати заголовок: на медсестру, яка вбивала пацієнтів, преса навіщує ярлик «ангела смерті». Як цитату ви можете публікувати це без вагань. І тоді, якщо на всій цій сторінці можна буде побачити серед іншого також фото цієї пані, то проблем скорше не буде. Але якщо ви виберете цю фотографію або іншим чином зробите її знаменитою, це може викликати претензії на гонорар.

Щодо музики, яка використовується в сюжеті, також необхідно враховувати авторське право. За цим пильно стежить Товариство з реалізації — GEMA. Виняток: якщо при зніманні музика грає у фоновому режимі як частина звукової завіси (наприклад, ярмарок, паб, супермаркет тощо).

Той, хто використовує музику на телебаченні, повинен повідомити GEMA точні дані про джерело, призначення і тривалість трансляції. Стосовно авторів, які не підпадають під дію GEMA, необхідно звернутися безпосередньо до власників прав.

9.4 Підготування та підвищення кваліфікації

До тележурналістики веде багато шляхів. Школи журналістів пропонують навчальні курси та можливості підвищення кваліфікації. Фірми з виробництва фільмів та телекомпанії готують молодих журналістів у волонтеріатах. Багато журналістів спочатку здобувають вищу освіту або спеціальне підготування. Інші — приходять зі сторони без структурованого журналістського підготування. Наведений нижче детальний перелік дає загальне уявлення (без претензій на вичерпність) про школи, університети та навчальні заклади, які сприяють підвищенню журналістської кваліфікації

Академії, вищі навчальні заклади, школи журналістики

Академія ім. Адольфа Грімме
Adolf-Grimme-Akademie
Eduard-Weitsch-Weg 25
45768 Marl
Тел.: 02365/91 89 45
Електронна пошта: info@grimme-institut.de
Інтернет: www.grimme-institut.de

Координаційний центр підготування з професій у медійній галузі

AIM –KoordinationsCentrum Ausbildung in Medienberufen
sk Фонд молоді та медіа/sk stiftung jugend und medien
Im Mediapark 7
50670 Köln
Тел.: 0221/57 43 360
Електронна пошта: postfach@aim-mia.de
Інтернет: www.aim-mia.de

Академія медіа
Akademie der media
Tübinger Straße 12–16
70178 Stuttgart
Тел.: 0711 92543-0
Електронна пошта: info@media-gmbh.de
Інтернет: www.media-gmbh.de

Академія журналістики
Akademie für Publizistik
Warburgstr. 8–10
20354 Hamburg,
Тел.: 040/414796 0
Електронна пошта: info@akademie-fuer-publizistik.de
Інтернет: www.akademie-fuer-publizistik.de

Академія медіа ARD.ZDF
ARD.ZDF medienakademie
Wallensteinstr. 121
90431 Nürnberg
Тел.: 0911 / 96 19 — 0

Auf dem Emmerberge 23
30169 Hannover
Тел.: 0511 / 988 20 — 41
Електронна пошта: info@ard-zdf-medienakademie.de
Інтернет: www.ard-zdf-medienakademie.de

Академія ім. Акселя Шпрінгера
Axel Springer Akademie
Axel-Springer-Straße 65
10888 Berlin
Тел.: 030 / 2591-78800
Електронна пошта: info@axel-springer-akademie.de
Інтернет: www.axel-springer-akademie.de

Баварська академія телебачення
BAF — Bayerische Akademie für Fernsehen
Betastraße 5
85774 Unterföhring
Тел.: 089/42 74 32 10
Електронна пошта: irmi.freier@fernsehakademie.de
Інтернет: www.fernsehakademie.de

Центр нових медіа Федеральної землі Баварія
Bayerische Landeszentrale für neue Medien (BLM)
Heinrich-Lübke-Str. 27
81737 München,
Тел.: 089/63 808 0
Електронна пошта: info@blm.de
Інтернет: www.blm.de

Школа журналістики ім. Бурди
Burda Journalistenschule
Hubert-Burda-Platz 1
77652 Offenburg
Тел.: 0781/ 84-35 77
Електронна пошта: info@burda-journalistenschule.de
Інтернет: <http://www.hubert-burda-media.de/karriere>

Християнська медіаакадемія
Christliche Medienakademie
Steinbühlstraße 3
35578 Wetzlar
Тел.: 06441/915 166
Електронна пошта: info@christliche-medienakademie.de
Інтернет: www.cma-medienakademie.de

Німецька академія кіно і телебачення, Берлін
Deutsche Film- und Fernsehakademie Berlin (dffb)
Potsdamer Straße 2
10785 BerlinТел.: 030/25759-0
Електронна пошта: info@dffb.de
Інтернет: www.dffb.de

Німецька школа журналістики
Deutsche Journalistenschule e. V.
Hultschiner Straße 8, 4. OG
81677 MünchenТел.: 089/2355740
Електронна пошта: post@djs-online.de
Інтернет: www.djs-online.de

Німецька асоціація журналістів
Профспілка журналістів
Deutscher Journalisten-Verband e. V.
Gewerkschaft der Journalistinnen und Journalisten
Charlottenstr. 17
10117 BerlinТел.: 030/72627920
Електронна пошта: djv@djv.de
Інтернет: http://www.djv.de

Німецький коледж журналістики
Deutsches Journalistenkolleg
Karmeliterweg 84
13465 BerlinТел.: 030/8100 368 85
Електронна пошта: kontakt@journalistenkolleg.de
Інтернет: www.journalistenkolleg.de

Євангелічна школа журналістики
Evangelische Journalistenschule
Jebensstr. 3
10623 BerlinТел.: 030/31001 1221
Електронна пошта: info@ev-journalistenschule.de
Інтернет: http://www.evangelische-journalistenschule.de

Євангелічна медіаакадемія
Evangelische Medienakademie
Kaiserswerther Straße 450
40474 DüsseldorfТел.: 0211/43690 150
Електронна пошта: mail@evangelische-medienakademie.de
Інтернет: www.evangelische-medienakademie.de

FAM — Fernseh Akademie Mitteldeutschland e.V.
Listhaus
Friedrich-List-Platz 1
04103 LeipzigТел.: 0341/99 73 250
Електронна пошта: leipzig@fernseh-akademie.de
Інтернет: www.fernseh-akademie.de

Вільна школа журналістики
Freie Journalistenschule
Schloßstraße 100
12163 BerlinТел.: 030/8459 1720
Інтернет: www.freie-journalistenschule.de

Медіашкола, Гамбург
HMS Hamburg Media School
22081 Hamburg
Finkenau 35Тел.: 040/413 468 0
Електронна пошта: info@hamburgmediaschool.com
Інтернет: www.hamburgmediaschool.com

Школа ім. Генрі Наннена/Школа журналістики, Гамбург
Henri-Nannen-Schule/Hamburger Journalistenschule
Gruner+Jahr/Die ZEIT GmbH
Stubbenhuk 10
20459 HamburgТел.: 040/3703 2376
Електронна пошта: info@journalistenschule.de
Інтернет: www.journalistenschule.de

Мюнхенський університет телебачення і кіно
HFF München
Bernd-Eichinger-Platz 1
80333 MünchenТел.: 089/68957 0
Електронна пошта: info@hff-muc.de
Інтернет: www.hff-muc.de

Університет кіно і телебачення «Конрад Вольф», Потсдам-Ба-
бельсберг
Hochschule für Film und Fernsehen «Konrad Wolf» Potsdam-
Babelsberg
Marlene-Dietrich-Allee 11
14482 Potsdam-BabelsbergТел.: 0331/62020
Електронна пошта: info@hff-potsdam.de
Інтернет: www.hff-potsdam.de

Університет прикладних наук, Міттвейда
Hochschule Mittweida University of Applied Sciences
Technikumplatz 17
D-09648 Mittweida
Тел.: 03727/58 0
Електронна пошта: kontakt@hs-mittweida.de
Інтернет: www.me.hs-mittweida.de

Лейпцизький університет прикладних наук
HTWKLeipzig
Karl-Liebknecht-Str. 132
04277 Leipzig
Тел: 0341/3076 0
Електронна пошта: poststelle@htwk-leipzig.de
Інтернет: www.htwk-leipzig.de

Інститут сприяння молодим журналістам
Institut zur Förderung publizistischen Nachwuchses e. V. (ifp)
Kapuzinerstr. 38
80469 München
Тел.: 089/549103 0
Електронна пошта: info@ifp-kma.de
Інтернет: <http://www.ifp-kma.de>

Журналістський центр «Гаус-Буш»
Journalisten-Zentrum Haus Busch
Haus Busch 1
58099 Hagen
Тел.: 02331/365600
Електронна пошта: info@hausbusch.de
Інтернет: www.hausbusch.de

KLARA. Академія журналістики, Берлін
KLARA. Akademie für Journalismus Berlin
Maxstr. 3a
13347 Berlin-Wedding
Тел.: 0160/985 164 63
Електронна пошта: klarajournalistenschule@gmail.com
Інтернет: www.klaraberlin.de

Кельнська школа журналістики (політика та економіка)
Kölner Journalistenschule für Politik und Wirtschaft e. V.
Im Mediapark 6
50670 Köln
Тел.: (0221) 99 55 87 — 0
Електронна пошта: info@koelnerjournalistenschule.de
Інтернет: www.koelnerjournalistenschule.de

MedienCampus Bayern e. V.
Liebigstraße 8
80538 München
Тел.: 089/216 691 0
Електронна пошта: info@mediencampus.de
Інтернет: www.mediencampus-bayern.de

Школа журналістики RTL для телебачення та мультимедіа
ГмбГ

RTL Journalistenschule für TV und Multimedia GmbH
Picassoplatz 1
50679 Köln
Тел.: 0221-456-76400
Електронна пошта: info@rtl-journalistenschule.de
Інтернет: <http://www.rtl-journalistenschule.de>

Медіаакадемія WAM
WAM Die Medienakademie
Bornstraße 241 — 243
44145 Dortmund
Тел.: 0231/861 00 80
Електронна пошта: info@wam.de
Інтернет: www.wam.de

Університети

Дунайський університет, Кремс
Центр журналістики та комунікаційного менеджменту
Donau-Universität Krems
Zentrum für Journalismus und Kommunikationsmanagement
Dr.-Karl-Dorrek-Straße 30
3500 Krems/Österreich
Тел.: +43 2732/893 2703
Електронна пошта: michaela.hammerer@donau-uni.ac.at
Інтернет: <http://www.donau-uni.ac.at>

Вільний університет, Берлін
Факультет політичних та соціальних наук
Інститут журналістики та комунікаційних наук
FU Berlin
Fachbereich Politik- und Sozialwissenschaften
Institut für Publizistik und Kommunikationswissenschaft
Garystr. 55
14195 Berlin
Тел.: 030/838 572 61
Електронна пошта: pukba@zedat.fu-berlin.de
Інтернет: <http://www.polsoz.fu-berlin.de/kommwiss/studium/bachelor/index.html>

Університет ім. Йоганна Гуттенберга, Майнц
Семінар з журналістики
Johannes-Gutenberg-Universität Mainz
Journalistisches Seminar
Alte Universitätsstraße 17
55116 Mainz
Тел.: 06131/39 3 93 00
Електронна пошта: journal@uni-mainz.de
Інтернет: www.journalistik.uni-mainz.de

МНМК Macromedia Вища школа медіа та комунікації
МНМК Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation
Gollierstraße 4
80339 München
Тел.: 089/544 151 0
Електронна пошта: info.mucmhmk.org
Інтернет: www.macromedia-fachhochschule.de

Технічний університет, Дортмунд
Інститут журналістики
Technische Universität Dortmund
Institut für Journalistik
Emil-Figge-Straße 50
44221 Dortmund
Тел.: 0231/7552827
Електронна пошта: tobias.schweigmann@tu-dortmund.de
Інтернет: http://www.journalistik-dortmund.de

Гамбурзький університет
Інститут журналістики та комунікології
Universität Hamburg
Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft
Allende Platz 1
20146 Hamburg
Тел.: 040/428385448
Електронна пошта: corinna.ohlmeier@uni-hamburg.de
Інтернет: www.uni-hamburg.de

Лейпцизький університет
Інститут комунікології та медіадосліджень
Universität Leipzig
Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft
Ritterstr. 24
04109 Leipzig
Тел.: +49 341 97-108
Електронна пошта: sekrmwk@rz.uni-leipzig.de
Інтернет: www.kmw.uni-leipzig.de

Католицький університет Айхштетт-Інгольштадт
Катедра журналістики
Katholische Universität Eichstätt-Ingolstadt
Lehrstuhl für Journalistik
Ostenstr. 23–25
85072 Eichstätt
Тел.: 08421/931564
Електронна пошта: gabriele.kendl@ku.de
Інтернет: www.journalistik-eichstaett.de

Мюнхенський університет ім. Людвіга-Максиміліана
Інститут комунікології та медіадосліджень
Ludwig-Maximilians-Universität München
Institut für Kommunikationswissenschaft und Medienforschung
Oettingerstr. 67
80538 München
Тел.: 089/21809428
Електронна пошта: post@ifkw.lmu.de
Інтернет: www.ifkw.uni-muenchen.de

Багато телекомпаній пропонують власні навчальні курси або кар'єрний розвиток для журналістів. Через те що телевізійний ландшафт постійно змінюється, тут згадано лише великі суспільно-правові та приватні телекомпанії. Повний та завжди актуальний перелік надає інтернет-енциклопедія «Вікіпедія»: http://de.wikipedia.org/wiki/Liste_deutschsprachiger_Fernsehsender.

Суспільно-правові телерадіокомпанії

Баєрішер Рундфунк (BR)
Телебачення
Bayerischer Rundfunk (BR)
Fernsehen
Rundfunkplatz 1
80300 München
Тел.: 089/59 00 01
Інтернет: www.br.de

Гессішер Рундфунк (HR)
Hessischer Rundfunk (HR)
Bertramstr. 8
60320 Frankfurt
Тел.: 069/1551
Інтернет: www.hr-online.de

Міттельдойчер Рундфунк (MDR)
Mitteldeutscher Rundfunk (MDR)
Kantstr. 71–73
04275 Leipzig
Тел.: 0341/3000
Інтернет: www.mdr.de

Норддойчер Рундфунк (NDR)
Norddeutscher Rundfunk (NDR)
Rothenbaumchaussee 132–134
20149 Hamburg
Тел.: 040/41560
Інтернет: www.ndr.de

Рундфунк Берлін-Бранденбург (rbb)
Розташування: Берлін
Rundfunk Berlin-Brandenburg (rbb)
Standort Berlin
Masurenallee 8-14
14057 Berlin
Тел. 030 / 97 99 3 — 0

Розташування: Бабельсберг
StandortBabelsberg
Marlene-Dietrich-Allee 20
14482 Potsdam
Тел. 0331 / 97 99 3 — 0
Інтернет: www.rbb-online.de

Радіо Бремен (RB)
Radio Bremen (RB)
Diepenau 10
28195 Bremen
Тел.: 0421/246 0
Інтернет: www.radiobremen.de

Саарлендішер Рундфунк (SR)
Телерадіоцентр Гальберг
SaarländischerRundfunk (SR)
Funkhaus Halberg
66100 Saarbrücken
Тел.: 0681/6020
Інтернет: www.sr-online.de

Зюдвеструндфунк (SWR)
Телерадіоцентр Штуттгарт
Südwestrundfunk (SWR)
Funkhaus Stuttgart
Neckarstr. 230
70150 Stuttgart
Тел.: 0711/9290

Телерадіоцентр Баден-Баден
FunkhausBaden-Baden
Hans-Bredow-Straße
76522 Baden-Baden
Тел.: 07221/9290

Зюдвестфунк (SWR)
Телерадіоцентр Майнц
Südwestfunk (SWR)
FunkhausMainz
Am Fort Gonsenheim 139
55027 Mainz
Тел.: 06131/9290
Інтернет: www.swr-online.de

Вестдойчер Рундфунк (WDR)
Westdeutscher Rundfunk (WDR)
Appellhofplatz 1
50600 Köln
Тел.: 0221/2200
Інтернет: www.wdr.de

Арте Дойчланд ТВ ГмбГ
Arte Deutschland TV GmbH
Schützenstr. 1
76483 Baden-Baden
Тел.: 07221/93690
Інтернет: www.arte.tv

Телебачення «Дойче велле»
Deutsche Welle Fernsehen
Voltastr. 6
13355 Berlin
Тел.: 030/46460
Інтернет: www.dw.de

Друге німецьке телебачення (ZDF)
Zweites Deutsches Fernsehen (ZDF)
ZDF-Straße 1
55127 Mainz
Тел.: 06131/700
Інтернет: www.zdf.de

Дитячий канал КІКА
KIKa Kinderkanal
GothaerStr. 36
99094 Erfurt
Тел.: 0361/2181890
Інтернет: www.kika.de

3sat
(ORF, SRG, ARD, ZDF)
Друге німецьке телебачення
Zweites Deutsches Fernsehen
ZDF-Straße 1
55100 Mainz
Тел.: 06131/701
Інтернет: www.3sat.de

PHOENIX. Канал подій та документальних програм
PHOENIX. Ereignis- und Dokumentationskanal
(ARD, ZDF)
Appelhofplatz 1
50600 Köln
Тел.: 0221/2200
Інтернет: www.phoenix.de

Приватні телеканали

Pro7, SAT1, kabeleins — PROSIEBENSAT.1 DIGITAL GMBH
Medienallee 6
85774 Unterföhring
Тел.: 089/950710
Інтернет: www.prosieben.de

RTL, RTL II, SuperRTL, VOX, ntv — Mediengruppe RTL
Deutschland
Picassoplatz 1
50679 Köln
Тел.: +49(0) 221-456-60
Інтернет: www.mediengruppe-rtl.de

N24
Marlene-Dietrich-Platz 5
10785 Berlin
Тел.: 030/2090-2400
Internet: www.n24.de

Телекомпанії в Австрії (вибрані)

ATV та ATV2 — ATV Privat TV GmbH & Co KG
Aspernbrückengasse 2
1020 Wien
Тел.: +43/1/213 64-0
Інтернет: www.atv.at

Австрійська компанія суспільного телерадіомовлення ОРФ
ORF — ÖsterreichischerRundfunk
Würzburggasse 30
1136 Wien
Тел.: +43 1/87878 0
Інтернет: www.orf.at

ServusTV
Ludwig-Bieringer-Platz 1
5073 Wals-Himmelreich
Тел.: +43 662/842244 0
Інтернет: www.servustv.com

Телекомпанії в Швейцарії (вибрані)

S1 TV AG
Seefeldstrasse 9
8008 Zürich
Тел.: +41 44/245 80 00
Інтернет: www.s1tv.ch

Швейцарське радіо і телебачення — ШРФ
SRF — SchweizerRadioundFernsehen
Multimediazentrum
Fernsehstr. 1-4
8052 Zürich
Тел.: +41 44/305 50 83
Інтернет: www.srf.ch

Star TV AG
Wagistrasse 4
8952 Schlieren
Тел: 044 554 44 44
Інтернет: www.startv.ch

Telebasel
Steinenschanze 2
4002 Basel
Тел.: +41 61/226 95 95
Інтернет: www.telebasel.ch

TeleBärn
Регіональне телебачення AZ RegionalfernsehenAG
Dammweg 3
3013 Bern
Тел.: +41 31/960 83 33
Інтернет: www.telebaern.tv

TeleZüri
Heinrichstrasse 267
8005 Zürich
Тел.: +41 44/447 24 24
Интернет: www.telezueri.ch

Теле Зюдостшвайц
TeleSüdostschweiz
Campogna 7
7402 Bonaduz
Тел.: +41 81/255 57 57
Интернет: www.telesuedostschweiz.ch

Додаток

Вимова слів з «ch»

Слова або понятійне гніздо	Вимова
ärgerlich, Sicht, China	ich
Dach, machen, Schacht	ach
Chaos, Christine	k
Chef, Chanson	sch
Chile, Couch, Churchill	tsch
Особливий випадок «chs»	
Luchs	x
nächstes	ichs
wachst	achs

Вимова слів з «ig»

Слова або понятійне гніздо	Вимова	Правило
ledig, enig, mäßig	ich	ig наприкінці слова
königlich, ewiglich	ik	ig із закінченням lich
Königreich	ik	ig у складних словах
Königin, wenige	ig	ig з голосним
Königs, Predigt	ich	ig з приголосним
Heiligabend	ich	ig у складному слові і з ГОЛОСНИМ

Юридичні терміни

Не всю термінологію юристів слід знати. Але кілька смертельних гріхів усе ж таки є (див. також огляд: Peter Doebel, *Recht informativ*, ZDF, 2010).

Кримінальне судочинство

Первісна підозра — найнижчий рівень підозр, вона приводить спочатку до того, що взагалі порушується попереднє розслідування. Тут небезпека упередження з боку медіа особливо велика.

Далі йде достатньо обґрунтована підозра в скоєнні діяння. Це значно вищий рівень, бо вона необхідна умова для висунення обвинувачення та порушення судового провадження. Тобто їй вже передували комплексні судові експертизи.

Серйозна підозра зрештою вимагає високої ймовірності винуватості. Вона необхідна передумова, зокрема, для постанови про взяття під варту (див. нижче). Однак і на цьому етапі все ще діє презумпція невинуватості.

Учасники кримінального судочинства

Це обвинувачений (не адресат скарги, відповідач), як обвинувач — прокурор, судді (частково з цивільними особами як засідателями). Іноді жертви злочину та їхні родичі також допускаються як співпозивачі. Тоді їхній адвокат — представник співпрозову.

Постанова про взяття під варту та затримання

Ордер на арешт не видають не поліція і не прокурори, а лише суддя у справах затримання на запит прокуратури. Тому поліція може лише затримувати, але не арештовувати. Затримання спочатку тимчасове. Тільки суддя може ініціювати арешт.

Апеляція та оскарження

Перегляд вироку повним обсягом (зокрема отримання доказів) називається апеляцією. Додаткова перевірка лише щодо неправильного застосування закону судом називається оскарженням. Всеохопне поняття — подавати апеляційну скаргу.

Підозра у скоєнні діяння

Досудове утримання під вартою служить для забезпечення подальшого судового розгляду. Для серйозної підозри (див. вище) має бути наявною спеціальна підстава для утримування під вартою, як от ризик утечі, небезпека перешкодження встановленню істини, небезпека повторення. Якщо нічого з цього не існує, і від-

повідна особа має постійне місце проживання, вона може піти додому і поки залишатися на волі (здебільшого за таких запобіжних заходів, як вилучення паспорта, регулярна явка в поліцію тощо).

Убивство

Воно тоді стає зумисним убивством за обтяжливих обставин, якщо під час скоєння злочину виникають перелічені в законі ознаки такого. Це жадібність, вбивство на ґрунті садизму, сексуальне задоволення, приховування кримінального діяння, негідні мотиви, підступність, жорстокість, соціально небезпечні засоби.

Довічне ув'язнення

Федеральний конституційний суд дав засудженим до довічного ув'язнення «світло в кінці тунелю». Тому на практиці ув'язнений за хорошої поведінки через 15 років може розраховувати на умовно-дострокове звільнення. Інакше приблизно 20 років — це нормальна тривалість. Якщо до вироку суду додатково встановлено особливу тяжкість вини, до 15 років обов'язково додаються кілька років. Скільки саме — це залежить від пізніших судових перевірок.

Превентивне ув'язнення [після відбуття покарання] (не попереднє ув'язнення!)

Його запроваджують, коли очікується, що злочинець після відбуття покарання все ще становить значну небезпеку для громадськості й тому не підлягає звільненню. В екстремальних випадках воно дійсно може бути довічним.

Органи державного обвинувачення

Органи державного обвинувачення — прокуратури при окружних судах. Представники обвинувачення — прокурори. Найвищий орган державного обвинувачення — Федеральна прокуратура при Федеральному суді з місцеперебуванням у Карлсруе. Її керівник — генеральний прокурор.

Цивільний процес

Тут немає обвинувачів і немає обвинувачуваних, лише позивачі та відповідачі. Вони не сидять на лавах підсудних, їхні адвокати тут не називаються захисниками. Якщо у кримінальному провадженні обвинувачений має бути присутнім, то в цивільному судочинстві це не абсолютно необхідне.

Основне обладнання для відеожурналістів

Основні вимоги до камери

Загальні моменти

- Легкий доступ до центральних елементів керування за допомогою зовнішніх кнопок на камері.
- Кільця для регулювання — в ідеальному разі з упорами — для фокусування (різкості) та діафрагми (експозиції) на об'єктиві.
- Кріплення для лобового ліхтарика, радіоприймача та зовнішнього мікрофона.
- Довгий термін служби акумулятора.
- Високоякісний дисплей.

Відеозапис

- Паралельний запис щонайменше на 2 аудіоканалах.
- XLR-під'єднання щонайменше з двома зовнішніми виводами.
- Рівень гучності ручного регулювання.

Додаткове обладнання для камери

- Сумка, рюкзак або валіза для портативної відеокамери.
- Акумулятор камери із зарядним пристроєм.
- Ультрафіолетовий світлофільтр для захисту об'єктива.
- Штативний набір у сумці чи транспортувальний футляр.
- Телемеханіка, що закріплюється позаду камери як компактне руків'я керування зум-об'єктивом.
- Зовнішній (спрямований) мікрофон з пінопластовим захисним покриттям та вітрозахистом («собака»).
- Радіолінія мікрофона з передавачем і приймачем.
- Комплект кабелю XLR з кабелем XLR 30 см, 2 м та 10 м.
- Лобовий ліхтарик (з функцією димування і з регульованою температурою світла) з акумуляторами та зарядним пристроєм.
- Носій даних (система пам'яті з жорсткими дисками).
- Навушники або внутрішньоканальні навушники (in-ears).
- Захист від сонця для зовнішнього дисплея камери (Sunhood).
- Захист від дощу.
- На бажання, набір світлових приладів (валізка) з 3 лампами на штативі.
- На бажання, монопод.

Основні вимоги до системи монтажу

Загальні моменти

- Нелінійна система монтажу на потужному ноутбуці або на потужній робочій станції з виводами USB, Ethernet та / або Thunderbolt.
- Миша.
- Зовнішні жорсткі диски.
- На бажання, зовнішній зчитувач карт.
- На бажання, другий монітор.
- На бажання, мікрофон ближньої дії з USB-плагіном або комутаційним боксом для зовнішніх аудіозаписів та гнізд монітора.

Додаткове обладнання залежно від продукції

- Кабель з адаптером 12V прикурювач.
- Різні розподільні пристрої та кабелі.
- Дорожній адаптер для різних гнізд живлення.
- Різні кабелі та адаптери (USB, Ethernet, Thunderbolt, HDMI тощо).
- Цифровий фотоапарат з функцією відео як резервна камера.
- Рюкзак, сумки, футляр для перенесення.
- Світлодіодний прожектор з акумуляторами та штативом (регулюються колірна температура та інтенсивність світла).
- Рефлектори (sunbouncer).
- Сцена та технічні пристрої (портативні рейки, кран, візок).
- Лобовий ліхтарик.
- Набір інструментів з ножем (мультируд).
- Мапи, GPS, супутниковий телефон, мобільний телефон, радіостанції.
- Свідоцтво про вакцинацію та закордонний паспорт.
- Аптечка першої допомоги.
- Спальний мішок, сітка від комарів, фляга, намет, термомат.
- Функціональний, всепогодний одяг та інше особисте обладнання.
- Захист від сонця та комарів.

Literatura

- Beller, Hans (Hrsg.): Handbuch der Filmmontage. Praxis und Prinzipien des Filmschnitts. 5. Aufl., Konstanz 2007.
- Bernhard, Barbara Maria: Sprechtraining. Professionell sprechen — auf der Bühne und am Mikrophon. Wien 2002.
- Branahl, Udo: Medienrecht. Eine Einführung. 7. Aufl., Wiesbaden 2013.
- Brendel, Matthias/Frank Brendel/Christian Schertz/Henrik Schreiber: Richtig recherchieren. Wie Profis Informationen suchen und besorgen. 7. Aufl., Frankfurt a. M. 2010.
- Dunker, Achim: Die chinesische Sonne scheint immer von unten. Licht- und Schattengestaltung im Film. 6., überarbeitete Aufl., Konstanz 2014.
- Egli von Matt, Sylvia/Hanspeter Gschwend/Hans-Peter von Peschke/Paul Riniker: Das Porträt. 2. überarbeitete Aufl., Konstanz 2008.
- Eick, Dennis: Exposee, Treatment und Konzept. 2., aktualisierte Aufl., Konstanz 2013.
- Fritzsche, Silke: TV-Moderation. Konstanz 2009.
- Haarkötter, Hektor: Die Kunst der Recherche. Konstanz 2015.
- Haller, Michael: Recherchieren. 7. Aufl., Konstanz 2008.
- Haller, Michael: Die Reportage. 6. Aufl., Konstanz 2008.
- Haller, Michael: Das Interview. 5., völlig überarbeitete Aufl., Konstanz 2013.
- Häusermann, Jürg: Journalistisches Texten. Sprachliche Grundlagen für professionelles Informieren. Konstanz, 3., überarbeitete Aufl. 2011.
- Huber, Heidrun: Filmrecht für Dokumentarfilm, Doku-Drama, Reportage und andere Non-Fiction-Formate. Konstanz 2011.
- Hermann, Inge/Reinhard Krol/Gabi Bauer: Das Moderationshandbuch. Souverän vor Mikro und Kamera, Tübingen/Basel 2002.
- Kandorfer, Pierre: Lehrbuch der Filmgestaltung. Theoretisch-technische Grundlagen der Filmkunde. 7. Aufl., Berlin 2010.
- Katz, Steven D.: Die richtige Einstellung. Zur Bildsprache des Films. 5. Aufl., Frankfurt a. M. 2010.
- Kerstan, Peter: Der journalistische Film. Jetzt aber richtig — Bildsprache und Gestaltung. Frankfurt a. M. 2000.
- Korte, Benjamin: Praxis des Presserechts. München 2014.
- Lampert, Marie/Rolf Wespe: Storytelling für Journalisten. 3. Überarbeitete Aufl., Konstanz 2013.

- La Roche, Walther von/Gabriele Hooffacker/Klaus Meier: Einführung in den praktischen Journalismus. 19. bearbeitete Aufl., Wiesbaden 2013.
- La Roche, Walther von/Axel Buchholz (2004): Radio-Journalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis im Hörfunk. 10. Aufl., Berlin 2013.
- Ludwig, Johannes: Investigatives Recherchieren. 3., völlig überarbeitete Aufl., Konstanz 2014.
- Löffelholz, Martin/Christian F. Trippe/Andrea C. Hoffmann (Hrsg.): Kriegs- und Krisenberichterstattung. Ein Handbuch. Konstanz 2007.
- Marschall, Susanne/Bodo Witzke (Hrsg.): «Wir sind alle Menschenfresser». Georg Stefan Troller und die Liebe zum Dokumentarischen. Nachdruck. Norderstedt 2012.
- Mast, Claudia: ABC des Journalismus. Ein Handbuch. 12. völlig überarbeitete Aufl., Konstanz 2012.
- Matzen, Nea: Onlinejournalismus. 3. überarbeitete Aufl., Konstanz 2014.
- Morawski, Thomas/Martin Weiss: Trainingsbuch Fernsehreportage. Reporter glück und wie man es macht. Regeln, Tipps und Tricks. Wiesbaden 2007.
- Scott Murch, Walter: Ein Lidschlag, ein Schnitt. Die Kunst der Filmmontage. 4. Aufl., Berlin 2004.
- Neue Juristische Wochenschrift 89, 2251: «Friesenhausentscheidung».
- Ordolff, Martin/Stefan Wachtel: Texten für TV. 4. überarbeitete Aufl., Konstanz 2014.
- Prinz, Matthias/Butz Peters: Medienrecht. München 1999.
- Rabiger, Michael: Dokumentarfilme drehen. Frankfurt a. M. 2000.
- Ratke, Susanne//Patricia Pisani/Walburga Wolters: Handbuch visuelle Mediengestaltung. 6. Aufl., Berlin 2012.
- Rossié, Michael: Sprechertraining. Texte präsentieren in Radio, Fernsehen und vor Publikum. 7. Aufl., Wiesbaden 2013.
- Rossié, Michael: Frei sprechen in Radio, Fernsehen und vor Publikum. 4. Aufl., Berlin 2009.
- Schadt, Thomas: Das Gefühl des Augenblicks. Zur Dramaturgie des Dokumentarfilms, 3. überarbeitete Auflage, Konstanz 2012.
- Schneider, Wolf: Deutsch für junge Profis. Wie man gut und lebendig schreibt. Reinbek 2010.
- Schneider, Wolf/ Paul Josef Raue: Das neue Handbuch des Journalismus und des Online-Journalismus. 3. Aufl., Reinbek 2012.
- Schomers, Michael: Der kurze TV-Beitrag. Konstanz 2012.
- Schult, Gerhard/Axel Buchholz: Fernsehjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis. 8. Aufl., München 2013.
- Streich, Sabine: Videojournalismus. Ein Trainingshandbuch. 2. Überarbeitete Aufl., Konstanz 2012.
- Tompkins, Al: Aim for the Heart: Write, Shoot, Report and Produce for TV and Multimedia. Washington D.C. 2011.

- Vineyard, Jeremy: Crashkurs Filmauflösung. Kameratechniken und Bildsprache des Kinos, Frankfurt a. M. 2010.
- Wachtel, Stefan: Schreiben fürs Hören. Trainingstexte, Regeln und Methoden. 5. überarbeitete Aufl., Konstanz 2013.
- Wachtel, Stefan: Sprechen und Moderieren in Hörfunk und Fernsehen. Konstanz, 6. überarbeitete Aufl. Konstanz 2009.
- Wanckel, Endress/Kai Nitschke: Foto- und Bildrecht. München 2004.
- Witzke, Bodo/Ulli Rothaus: Die Fernsehreportage. 2. überarbeitete Aufl., Konstanz 2010.
- Wolf, Fritz: Alles Doku — oder was? Über die Ausdifferenzierung des Dokumentarischen im Fernsehen. Expertise des Adolf Grimme Instituts im Auftrag der Landesanstalt für Medien NRW der Dokumentarfilminitiative im Filmbüro NW, des Südwestrundfunks und des ZDF. Düsseldorf 2003.

Мой Д., Ордольфф М.

ТЕЛЕВІЗІЙНА ЖУРНАЛІСТИКА
Практична журналістика
том 62

Переклад з німецької: В. Климченко
Редагування: О. Телемко
Верстка: А. Городенко
Обкладинка: І. Ільїн

Підписано до друку 28.11.2019 р. Папір офсетний.
Зам. N 489. Формат 60x84/8. Друк офсетний.
Умов. друк. арк. 29,25. Гарнітура Bookman Old Style.
Наклад 1500 пр.

Віддруковано в друкарні ФОП ПАЛИВОДА А. В.
03061, м. Київ, пр-т Відрадний, 95/Е;
тел./факс (044)351-21-90