АНДРЕЙ ТИТОВ

Журналистика для «чайников»

Повод почувствовать себя значимым

СОДЕРЖАНИЕ

3 стр. - Вступление. Вместо предисловия.
5 стр. - **Глава 1** Что такое журналистика?
6 стр. - Жанры журналистики.
8 стр. - Направления в журналистике.
9 стр. - **Глава II**. ...Итак, газета.
26 стр. - **Глава III**. Фотожурналистика.
29 стр. - Фотографические навыки.
37 стр. - **Глава IV**. Радиожурналистика.
38 стр. - Жанры радиожурналистики.
40 стр. - Инструменты журналиста.
50 стр. - Как правильно вести беседу.
52 стр. - **Глава V**. Тележурналистика.
54 стр. - Как писать закадровый текст?
55 стр. - Телевизионные жанры.
59 стр. - Интервью, как жанр тележурналистики.
66 стр. - Техника для съемок.
69 стр. - Видеоредакторы.
80 стр. - **Глава VI**. Интернет-журналистика.
81 стр. - Жанры интернет-журналистики.
85 стр. - **Глава VII.** Отбор будущих сотрудников для работы в редакции.
90 стр. - **Приложения**. Сокращения в фотоаппаратах и фототермины.
94 стр. - 10 упражнений для развития дикции.
97 стр. - Пора говорить правильно

ВСТУПЛЕНИЕ. Вместо предисловия.

Журналистика для «чайников»…

Какое странное название… А «чайникам» журналистика нужна? Хм…

Этот опус появился совершенно случайно. Однажды одна знакомая, которой пришлось участвовать в журналистском конкурсе, попросила что-нибудь в этом роде написать, потому что они, студенты медицинского института, принимали участие в ростовском конкурсе под интригующим названием ШОК. Ничего сверхъестественного в этом конкурсе нет, он расшифровывается как Школа Оперативного Корреспондента. Проходит ежегодно в двух категориях – школьники и студенты. Организаторы этого мероприятия – МИА (Молодёжное Информационное Агентство) и Лига юных журналистов Ростовской области – ставят очень жесткие условия: в течение суток команды участники должны представить полноценное печатное издание в виде газеты на 16 полос или журнала. С недавнего времени в задание поставлено и создание видеоролика с презентацией редакции. Кроме этого, необходимо в течение суток вести блог в социальной сети о работе на конкурсе. То есть, полновесный конкурс конвергентной журналистики.

Как вы понимаете, студентам-медикам довольно сложно соревноваться с профильными ВУЗами, но хочется себя попробовать в такой сфере как СМИ. Вот отсюда и возникло это желание – узнать немного больше о том, что такое журналистика и с чем ее едят.

А еще, немало людей, которые интересуются этой сферой деятельности и хотят создать студии или редакции в школах, учреждениях дополнительного образования или просто – попробовать себя в написании текстов, ведении блогов в сети или, при нынешних возможностях и доступности гаджетов, снимать собственные мысли и выкладывать их для всеобщего обсуждения. Дело хорошее, но не хватает элементарных знаний, как это сделать. Нет школы, как говорят профессионалы.



Вот и решил пойти на такой шаг, создать что-то вроде небольшой инструкции по применению. Журналистика для «чайников».

Те, кто знаком с моими прошлыми работами, книгами «Детское телевидение. Введение в тележурналистику», «Недетское телевидение. Версия 2.0» и «Снимай и показывай» уже знают, что я строю свою работу по принципу – теория и тренинги. Будут они и здесь. Вместе с упражнениями для общего развития и запуска мозгов в нужном направлении.

Что же, попробуем вместе чему-нибудь научиться. А у кого не сразу всё получается, действуйте по принципу «делай как я». Просто соблюдая правила журналистики.

С уважением, ваш А.В. Титов



ГЛАВА I. ЧТО ТАКОЕ ЖУРНАЛИСТИКА?

Начнём с самого начала.

Журналистика – актуализация мировоззрения социальных групп средствами подбора фактов, оценок и комментариев, которые злободневны и значительны в данное время. Под журналистикой понимают также практику сбора, интерпретации информации о событиях, темах и тенденциях современной жизни, её представления в различных жанрах и формах, и последующего распространения на массовую аудиторию.

Журналистика является частью средств массовой информации, то есть входит в многофункциональные институты общества, такие, как: пресса, телевидение, радио, интернет и др.

Существуют два основных направления журналистики – журналистика исследования и журналистика расследования. Журналист-исследователь, как правило, работает с открытыми (доступными) источниками информации, в расследовании журналист вторгается в область закрытой (недоступной) информации. Соответственно методики работы в том и другом направлениях различны.

Конвергентная журналистика – это результат слияния информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс. Сегодня современные медиа-компании расширяют свой спектр информационных и развлекательных продуктов и используют при этом «новые» формы подачи медиапродукта: онлайн газета, радио в интернете, веб-телевидение. Само слово конвергенция произошло от латинского convergo - «сближаю». В английском языке convergence означает «схождение в одной точке».

В наше время все начинающие масс-медиа (средства массовой информации) стараются занять поле деятельности в большем количестве источников передачи информации. В первую очередь это, конечно, интернет-ресурсы. У кого есть доступ к печатным (газеты, журналы и т.д.) или электронным изданиям (радио, телевидение), естественно, размещают материалы и на их носителях. Таким образом заявляя о себе наибольшему количеству потребителей информации.



ЖАНРЫ ЖУРНАЛИСТИКИ.

Специальность журналистика, как и другие профессии, имеет свои особенности. Здесь специалист сталкивается с проблемой поиска темы и ее оформления в текстовом варианте. Для правильного отображения действительности и изложения собственных мыслей журналисту необходимо в первую очередь совершенное знание языка и его современных норм, затем обладание литературным талантом, который позволяет «чувствовать» слова и интуитивно различать их семантические особенности (и благодаря этому гармонично их встраивать в текст), и, наконец, знание основ текстологии, которые дадут понимание жанров.

Информационные жанры журналистики. Самые распространенные на сегодняшний день жанры СМИ – информационные. Современные условия диктуют ускоренный жизненный темп: в единицу времени происходит масса событий, о которых должна знать общественность, и именно эта жанровая структура способна соответствовать этим требованиям: включив телевизор, открыв газету или переключая fm-станции, мы обязательно встретим сводку коротких сообщений, которые отвечают на главные вопросы: "Что?" "Кто?" "Где?" "Когда?" "Как?" «Зачем?» и «Почему?». Эта группа жанров распространена в электронных СМИ и периодике. Она преобладает там, где требуется ежедневная публикация или эфир, поэтому журналы, выходящие с редкой периодичностью, не так насыщены информационными текстами.

Основные представители: заметка; информационное интервью, информационная корреспонденция, репортаж, информационный отчет, блиц-опрос. Самыми распространенными среди них можно назвать репортаж, заметку и корреспонденцию.



Характерные черты для этой группы жанров: небольшой объем, точность в выражениях, отсутствие изобразительных средств, отсутствие авторской оценки освещаемого события/явления, фактологичность описания и содержания.

Аналитические жанры журналистики. Эта группа жанров представлена многообразием видов. Они не так распространены для периодики и телевидения, а для радио это вовсе нетипичные жанры. Тем не менее, существуют специализированные журналы и телепрограммы, посвященные аналитике современных явлений. Основные представители жанра: аналитический отчет, аналитическое интервью, аналитическая корреспонденция, беседа, мониторинг, комментарий, статья, рецензия, обозрение, журналистское расследование.

Подобные материалы являются одними из самых распространенных. На телевидении им выделяется в большинстве случаев вечернее время, а в периодике отводятся целые рубрики. По сути, они очень ценны для журналистики как социального явления, поскольку дают возможность высказать автору собственное мнение и открыть миру новый взгляд на обычные вещи. Характерные черты этой группы жанров: наличие авторской оценки, большой объем материала, аналитика, отображение внутренних связей между событиями, явлениями и персонами, прогностические предположения.

Художественно-публицистические жанры журналистики. Эта группа жанров максимально роднит журналистику и литературу. Овладение ими свидетельствует о высоком уровне мастерства журналиста, который способен не только «добыть» информацию и проанализировать ее, но и подать в художественной форме. Эти жанры журналистики требуют богатого лексического запаса, а главное – литературного таланта. В настоящее время они не настолько распространены в периодике, на телевидении и радио, как раньше, однако все же встречаются в специализированных передачах и изданиях (преимущественно журналах).

Основные представители: очерк, фельетон, памфлет, легенда, анекдот. Итак, самым ярким представителем жанра является очерк, особенности которого предполагают возможность максимального раскрытия литературного таланта журналиста. Жанровые характеристики: литературность, художественность (наличие в тексте изобразительных средств), эмоциональная насыщенность, глубокое осмысление действительности (авторское).

Легкость освоения этих жанров журналистики зависит в большей мере от наличия литературного таланта у автора, чем его профессиональных навыков и совершенного знания языка.

НАПРАВЛЕНИЯ В ЖУРНАЛИСТИКЕ.

Журналистика делится на пять основных направлений. Это интернет-журналистика, фотожурналистика, периодическая печать, радио– и тележурналистика.

Интернет-журналистика — это новый вид журналистики XX века. Он появился вместе с развитием Интернета. Специфика мировой сети позволила организовать регулярные информационные вещания на широкую аудиторию.

Важным аспектом деятельности журналиста является правовой аспект в Интернете. Журналист несет полную ответственность за то, что опубликовано им, правда на практике так не всегда.

Фотожурналистика — это уникальная форма журналистики, которая использует фотографию, как основное средство выражения. Фотожурналистика очень отличается от других жанров фотографии следующими свойствами: время, объективность, повествовательность.

Периодическая печать — это вид исторических источников, который представленный изданиями периодического характера. Функции таких изданий — это структурирование всеобщего мнения, обслуживание экономической деятельности частного предпринимательства, в системе управления установление обратной связи.

Периодическая печать обычно делится на 3 разновидности. Это издания временных научных обществ, журналы и газеты.

Радиожурналистика — это разновидность журналистской деятельности, которая использует технические средства для радиовещания. Также представление радиопередачами результатов деятельности журналистов.

Деятельность ***тележурналистов*** знакома для тех, кто периодически смотрит телепередачи. Журналисты ТВ с операторами всегда появляются там, где может произойти важное или что-нибудь необходимое для общественности. Они задают вопросы экранным собеседникам и выступают представителями зрителей. Тележурналистика постоянно воздействует на общественное мнение своих зрителей.



ГЛАВА II. ...ИТАК, ГАЗЕТА

Газета - не литература. Написать материал в газету – иное дело, чем написать роман или рассказ, однако разница эта не столь велика, как хотелось бы думать некоторым. Хорошо написанная вещь – ясная, легко читаемая, в ней используется незакостеневший язык, она поучает и развлекает. Все эти характеристики подходят к хорошо написанной газетной статье в той же мере, что и к хорошо написанному роману. Они верны вне зависимости от языка, на котором вы пишите.

Есть материалы информационные (заметка, интервью, репортаж), аналитические (корреспонденция, статья и др.), литературно-художественные (зарисовки, очерки).

Для начала нужно собрать фактуру (побывать на мероприятии, если материал событийный, побеседовать с людьми, чтобы выяснить спектр мнений, если пишете проблемную статью). Суметь подать собранный материал в читабельном виде. Помните: недостаточно просто понимать мысли – их необходимо уметь излагать.

Заметка - это самый распространенный информационный жанр. Он сообщает о важном факте, событии общественной жизни. Основные его черты — сжатость изложения, высокая оперативность. Отвечает читателям на вопросы: что, где, когда? Не дает анализа событий, то есть не отвечает на вопрос: почему? В заметке должна содержаться новость, отраженная в конкретном факте общественной жизни — новый факт. Причём не просто факт, а факт, имеющий общественное значение.

Интервью – этот жанр представляет собой беседу журналиста с одним или несколькими лицами, имеющую общественный интерес. Изложение фактов, высказывание о событиях ведется от имени человека, которого интервьюируют. Именно этим — мнением специалиста, компетентного в данном вопросе авторитетного лица — и ценно интервью для читателей.

Как и другие информационные жанры, интервью должно быть злободневным, отличаться целеустремлённостью, деловитостью. Интервью может играть даже роль официального политического документа, если его даёт журналисту крупный политический деятель, глава правительства, президент.

Репортаж – в отличие от других информационных жанров репортаж не просто сообщает о фактах, событиях, а показывает их через непосредственное восприятие автора, как бы воссоздавая картину происходящего. В основе репортажа всегда находится общественно значимое событие, которое развивается на глазах у читателя. Это своего рода история события.

Характерные особенности жанра — оперативность, динамичность, наглядность происходящего, активно действующее авторское «я», которое помогает создавать так называемый «эффект присутствия», позволяет читателю как бы находиться рядом с репортером и вместе с ним видеть, ощущать событие.

Отчет – это развернутое информационное сообщение о событии сферы окружающей действительности (конференции, заседания, симпозиумы, семинары, собрания и пр.), т.е. о том событии, на котором совершается большой обмен информацией. В отчете должны быть представлены основные темы, положения и идеи докладов, речей, выступлений лиц, принимающих участие в обсуждении. В качестве деталей выступают отдельные реплики, реакции слушателей на выступление (аплодисменты, дискуссия и т.д.). Отчету свойственна предельная документальность и близость к словам говорящих, а также определенная сухость слога. Одно из главных требований к автору отчета – точность передачи сути высказываний говорящих. Журналист может использовать как прямую речь, цитаты, косвенную речь, так и на основе полученных из доклада сведений написать текст. Виды отчета. Прямой информационный отчет – воспроизводит событие в хронологическом порядке. Журналист подробно отражает происходящее, ничего не комментируя. Однако его позиция может выражаться в акцентировании внимания на определенных деталях, например, доклады некоторых лиц могут быть более детализированы. Аналитический отчет – рассказывая о событии, журналист сообщает подробности с некоторыми комментариями. Для этого он имеет право привлекать дополнительные сведения, факты, цифры, мнения, вычленяя наиболее актуальные проблемы, затронутые в выступлениях рассказчиков. Тематический отчет – нарушает хронологический порядок события, автор выбирает доклады, связанные одной-двумя темами, проблемами, отказывается от побочных деталей и уделяет внимание выступлениям людей, затронувших выбранную им тему.

Аналитические жанры — корреспонденция, комментарий, статья, рецензия, обзор печати, письмо, обозрение — имеют более широкие временные границы, в них содержится изучение и анализ системы фактов, ситуаций, обобщения и выводы. Сегодня исследователи журналистики расширяют диапазон аналитических жанров, вводя в их число беседу, журналистское расследование, эксперимент, версию, консультацию, социологическое резюме, аналитический пресс-релиз, рейтинг.

Комментарий – этот жанр используется для оперативного разъяснения важных событий общественной жизни. До недавнего времени его считали одной из разновидностей статьи, которая отличается оперативной и гибкой формой, применяется для отклика на такие явления, как документ, речь политического деятеля, выступление прессы и т. д. Однако несмотря на то, что эти два жанра часто фигурируют в одном ряду, между ними есть существенная разница. Комментарий требует минимального размера и выстраивается, как правило, вокруг одного факта (или цепи однозначных фактов). Статья же подразумевает обстоятельный анализ явления, раскрытия его разных сторон, привлечение фактов различных планов.

Как показывает практика, комментарий сегодня уже уверенно занял собственные позиции как самостоятельный жанр в ряду других аналитических жанров. Особенно это заметно в публикациях на международные темы. Комментарий представляет собой актуальное публицистическое выступление, которое объясняет факты и явления с политических позиций, на которых стоит автор. Основные требования к этому жанру — лаконичность и точность оценки автором происходящих событий.

Газетная практика дает большое количество примеров скромных по объему, построенных на одном или нескольких близких друг другу фактах, лаконичных комментариев. Вместе с тем, нельзя отрицать и право на существование развернутых комментариев, в которых автор опирается на факты из различных источников, прослеживает историю того или иного явления, раскрывает читателями его истинный смысл.



Публикации этого жанра довольно разнообразны по применяемым в них литературно-публицистическим средствам, которые определяются творческой и политической задачей, поставленной журналистом. Комментарий может иметь пропагандистскую, критическую, сатирическую, полемическую окраску в зависимости от конкретного повода.

Корреспонденция – это наиболее распространенный аналитический газетный жанр, который основывается на конкретном анализе фактов, изучении какой-либо локальной ситуации. Назначение корреспонденции — пропагандировать новые явления общественной жизни, вскрывать имеющиеся недостатки.
Корреспонденция строится на ряде фактов, объединенных одной общей темой. В ней выдвигаются злободневные вопросы, требующие незамедлительного решения.

Основные черты корреспонденции — это оперативность, актуальность, конкретность темы, точный адрес освещаемых явлений, четкие временные границы происходящего, убедительность, аргументированность изложения проблемы, обобщение, конкретные рекомендации улучшения дела.

Статья – это один из самых распространенных и сложных газетных жанров. Ей присущи наибольшая по сравнение с другими жанрами широта теоретических и практических обобщений, глубокий анализ фактов и явлений, четкая социальная направленность. Это — исследование, посвященное какому-нибудь важному конкретному вопросу, явлению, где умело сочетается высокий уровень обобщения с мастерством литературного изложения. Жанр статьи присутствует в большинстве периодических изданий, именно он в значительной мере определяет их аналитический уровень и направление.

Рецензия – с помощью этого жанра журналист осмысливает и оценивает научные, общественно-политические, художественные произведения. Главное отличие рецензии от других жанров состоит в том, что ее объектом являются не непосредственные факты действительности, а факты и явления, уже изученные, осмысленные и отраженные в книгах, спектаклях, кинофильмах и т. д. Рецензия оценивает достоинства и недостатки работы учёного или художника, сопоставляя результаты исследования с жизнью, делая соответствующие выводы. Рецензия, как правило, рассматривает одно-два произведения, даёт им оценку, не ставя перед собой других, более сложных задач.

Периодические издания откликаются на те работы, которые представляют наибольший интерес для аудитории. Задача газеты — заметить лучшее, популяризировать его, а также указать на ошибочные или слабые работы.

Главное назначение рецензии — помочь читателю или зрителю глубже разобраться в вопросах политики, экономики, науки, техники, искусства. Рецензия всегда целенаправленна, рассчитана на определенную аудиторию, читательскую группу. Она содержит данные о рассматриваемом произведении, о замысле его автора, дает анализ и указывает на общественную значимость работы.

Обзор СМИ – этот жанр весьма схож с жанром рецензии, поскольку представляет собой одну из форм рецензирования. Однако объект его изучения значительно более узкий — это газеты и журналы. Этот жанр имеет большую историю. Он всегда присутствовал в газетах, которые вели полемику с другими органами печати, что особенно характерно для партийной прессы, которая полемизировала со своими идейными противниками, оппонентами. К. Маркс и Ф. Энгельс, редактируя «Новую Рейнскую газету», постоянно использовали обзор печати в качестве средства для борьбы с буржуазной прессой. Кроме того, обзор печати использовался для руководства местной партийной прессой, особенно в первые годы Советской власти. Многие провинциальные газеты не имели в то время достаточно квалифицированных журналистских кадров, и задачей обзоров было повышение уровня журналистского мастерства работников печати на положительных примерах лучших изданий, разбор характерных ошибок и недостатков местной прессы. Обзоры печати заменяли тогда учебные пособия по журналистике, служили повышению профессионализма молодых газетчиков. Все это определило судьбу жанра как управленческого. В дальнейших постановлениях партии роль обзора печати была обусловлена потребностью изучать содержание местных газет, исходя из их анализа.

Обозрение – это один из распространенных аналитических жанров, в основе которого лежит осмысление системы событий и фактов, ограниченных определёнными временными и географическими рамками. Обозрение дает читателю богатую, разностороннюю картину окружающей действительности, раскрывает связи между явлениями общественной жизни, указывает на тенденцию их развития.

Исследователи жанров журналистики отмечают следующие особенности обозрения:

- обозреватель оперирует не отдельным фактом, не отдельным событием, а более или менее широкой совокупностью фактов, событий, ситуаций, явлений, процессов, сторон общественной жизни. Это набор не случайных, а тщательно отобранных фактов, из которых складывается правдивая картина действительности в ее определенном аспекте (политика, промышленность, сельское хозяйство, культура и т. д.);
- каждый отдельный факт, событие, явление рассматривается автором не самостоятельно, а как элемент целого.

Художественно-публицистические жанры — очерк, фельетон, памфлет — сочетают в себе понятийные и образно-выразительные средства, обладают большой эмоциональной силой, раскрывают типическое через индивидуальное.

Фельетон – это один из сатирических жанров, задача которого — обличение общественных пороков, недостатков, содействие их искоренению. Как и другие художественно-публицистические жанры, фельетон сочетает в себе понятийные и образно-выразительные средства.

Фельетон, как один из распространённых газетных жанров сатиры, использовался журналистами для борьбы с пережитками, которые мешали общественной жизни.

Памфлет – этот жанр отличается от фельетона более острой сатирической окраской, нередко внешнеполитической направленностью. В отличие от фельетона, который строится на одном или группе близких друг другу фактов, явлений, у памфлета более широкий масштаб. Его назначение — вести огонь по системе взглядов, вскрыть существенное в политике врага, в его идеологической концепции, в его методах действия. Этот жанр отличается «убийственной» иронией, едким сарказмом, разящим идейных противников. Много памфлетов публиковалось в советской прессе в годы Великой Отечественной войны, в них памфлетисты подвергали беспощадной критике фашизм и его главарей. Их безжалостное разоблачение и осмеяние, презрение и насмешка возбуждали у читателей глубокое чувство ненависти к врагам.



В последнее десятилетие XX века в российской журналистике также было опубликовано большое количество памфлетов. С помощью этого жанра противоборствующие политические силы демократов и оппозиции вели ожесточенную борьбу за умы читателей.

Очерк – это главный художественно-публицистический газетный жанр, включающий в себя все функции СМК (средств массовой коммуникации) с преобладающей функцией воспитания. Этот жанр занимает как бы промежуточное место между журналистикой и литературой. Его с успехом используют и газетчики, и писатели.

В отличие от художественного повествования в тексте очерка автор, прерывая рассказ о герое, может непосредственно обращаться к читателю, прямо высказывая свое отношение к изображаемому, что дает ему неограниченные возможности в осмыслении, объединении самых разнообразных фактов и явлений, далеко отстоящих друг от друга в пространстве и во времени. Именно эти авторские размышления часто являются структурообразующими элементами очерка, основным композиционным стержнем, вокруг которого и идет группировка всего собранного материала.

Хороший очерк иногда имеет и сюжет. Все это обусловлено тем, что очеркист обычно показывает явление, а не рассказывает о нем, как это обычно делает автор заметки, корреспонденции, статьи.

Первое что нужно сделать – это придумать название, хотя бы рабочее. Затем пишем вводный абзац (лид), который будет отражать краткую суть статьи и должен будет заинтересовать человека продолжить чтение. Этот пункт очень важен, поскольку большинство читателей многих (а может и практически всех) СМИ видят первые несколько строк статьи, и после их прочтения принимают решение «читать дальше или не читать».

Лид, как правило, выделяется жирным шрифтом. Иногда – курсивом.

После вводного абзаца перечисляем в столбец тезисы, которые вы будете рассматривать. Распределяем их в пункты и подпункты (если такие будут в статье). Добавляем в конце пункт, который будет содержать «вывод» или «заключение» – вот и рабочий план готов.

Шаг третий – заполнение текстом. Теперь осталось подробно описать каждый из тезисов и связать их между собой по смыслу и вот она — ваша первая статья.

Чтобы текст получился, в так называемом «необходимом формате», достаточно соблюдать пару правил:

а) даже если вы пишете о том, что выполнили сами, не делайте в статье упор на личность, т.е. на местоимение «Я».

Статьи, идущие в массы, могут пройти на полосах самых различных газет и журналов, выкладываться на совершенно различных сайтах, и лучше всего использовать безличные предложения или просто писать не от первого лица (не от «я», а от «мы»). То есть вместо «я начинаю…» используйте «начинаем…» или «приступим…», вместо «потом взял я отвертку и…» – «затем берем отвертку и…» или «после этого необходимо воспользоваться отверткой для…». Для наглядного примера можно почитать статьи на любых понравившихся вам сайтах, в газетах или в популярных глянцевых изданиях, обратите внимание на их стилистику.

б) Следите за читабельностью текста: избегайте частых повторений, пользуйтесь синонимами или изменением структуры предложения, а также не злоупотребляйте словами-паразитами.

Для начинающего самое важное — это писать, никак не оценивая получившееся. Забудьте об успехе и читателях, вы пишете для себя. Не бойтесь накатать «вагон чепухи». Правда, многие впадают в ступор перед чистым листом бумаги. Сразу же включается внутренний цензор, и в голову ничего не лезет, кроме: «Ой, что-то не выходит» или «Чушь какая-то».

Помните: первый труд всегда сложен, поэтому – несколько тренировочных тем. Для развития ваших писательских способностей это будет огромный вклад. Пусть это не самые актуальные направления, а может и «бессмысленные», но они вам знакомы — и это главное, а значит, у вас составит труда их выполнить. Здесь важен сам факт того, чтобы вы начали писать.

Упражнения для начинающих.

• Опишите пять вещей, которые вы видите перед собой.

• Расскажите о вашем дне с точки зрения ваших детей (вашего начальника, мамы, супруга или супруги, случайного прохожего). Умение видеть чужую точку зрения очень полезно при разрешении конфликтов.

• Сделайте заголовок: «10 вещей, которые меня не радуют» - и начните их записывать.
• Опишите ваше любимое занятие в пяти-, восьмилетнем возрасте.
• Выберите наугад 5 слов из первой попавшейся книги и запишите их. Затем включите эти слова в небольшой рассказ, хотя бы из двух-трех предложений. Если результат вам понравится – расширьте эту историю.
• Опишите 5 смешных для вас моментов из жизни.
• Какие мысли и чувства вызвала у вас последняя прочитанная книга (просмотренный фильм, новостной выпуск).
• Напишите автобиографию — всю жизнь с рождения до настоящего момента. Но в каком-то одном очень узком аспекте.

Какой должна быть структура статьи. Для того чтобы научиться писать статьи, необходимо представлять себе структуру статьи. В техническом плане не имеет значения — пишется статья на заказ или это творческая публикация. Не имеет значения, что именно создается: написание научной статьи или рекламного текста — и то и другое имеют одни и те же принципы и правила написания статей.

Используя всего несколько эффективных приемов написания статей, вы можете за несколько дней превратиться в человека, которого начинают читать и даже цитировать.

Итак, начнем. Основное правило: уделите пять минут созданию плана статьи. Вот несколько шагов гармоничного написания статей, которые вы сможете применить на практике прямо сегодня.

Шаг 1. Определите цель статьи и непременно ее запишите, так как вам в обязательном порядке необходимо указать читателю свою цель. При написании любой статьи возникают три вопроса, которые нужно прояснить для себя:

1. Что за материал мы пишем, какова задача?
2. Какова будет манера изложения?
3. Каким будет тип лида?

Шаг 2. Отразите цель статьи в заголовке, изложите ее в предисловии к статье (лид) и в самом начале статьи (1-2 первых абзаца). Такой прием позволяет читателю понять, стоит ли ему тратить свое время на изучение данного материала и принять решение – дочитать до конца, или нет. Сделайте читателю хорошо, и он оценит ваш профессионализм и будет внимательнее относиться к вашим работам.

Шаг 3. Создайте план статьи, обычно он включает в себя 5-7 блоков. Например, если у статьи 5 блоков, прибавьте предисловие и концовку с выводами – получаем 7 блоков. Большего для блоггерских и газетных статей и не нужно. Вот пример плана для среднестатистической статьи:

• *Заголовок* – название внутреннего подраздела произведения (главы, параграфа, части, раздела) или издания (раздела, части, элементов аппарата); название структурной части рубрики вспом. указателя, обозначающей объект поиска; название, определяющее номер и тему таблицы, содержание ее строк и граф;

• *Лид* – аннотация. "Шапка" статьи из 3-5 строчек (не длиннее, чем в 3 предложения), в которых формулируется проблема и вывод;

• *Вводная часть* - преамбула, вступление, введение, пролог;

• *Описание* предмета (события) статьи (2-3 блока);

• *Информационная составляющая* (2-3 блока);

• *Заключительная часть*.

Шаг 4. Пошутите. Как вариант, пошутите в первом же абзаце. Часто этот простой прием помогает сократить дистанцию между вами и читателем. Вполне возможно читатель скажет: «Ух ты, да это же настоящий человек!» Однако помните: не в каждой статье уместно шутить.

Шаг 5. Заполните составленный план материалом. Не принципиально, с какого блока вы начнете. Это может быть лид или же информационная составляющая. А может быть, вы начнете заполнять блоки по частям. Все зависит от вашего полета мысли. Главное не опускайтесь до простого копирования – это никому не нужно. В конце обязательно перечитайте то, что вы написали, подправьте, вставьте подпись и… обязательно выкладывайте. Никого не бойтесь и не стесняйтесь. У вас может быть вагон правильных мыслей, и лучше всего их систематизировать и в правильной форме выдавать читателю. Делитесь мыслями и опытом, преуспевайте. Итак, разобравшись с тем как писать статьи и как должен выглядеть план статьи, рассмотрим более подробно составляющие статьи.

Как назвать статью? Заголовок. Немного полезной информации:

• Заголовки читают в пять раз большее число читателей, чем основной текст.

• Заголовки, содержащие новость вспоминают на 27% больше людей, чем заголовки без новостей.
• Больше всего внимания привлекают заголовки, которые сообщают читателю полезную информацию, например, "Как приобретать друзей и оказывать влияние на людей".
• Конкретные факты работают лучше, чем что-либо неопределенное.
• Считается, что заголовок, взятый в кавычки, запоминается лучше.
• Людей больше всего интересует происходящее там, где они живут.

Именно заголовок, а вовсе не содержание, приносит статье успех в читаемости. Кто думает иначе, пусть проведет простой эксперимент: спросит у кого угодно, какую статью захочется прочитать: «В Твери пропал солдат-срочник» или «Мухи съели пограничника».

В большинстве, читают лишь те статьи, чьи талантливые авторы смогли придумать гениальный заголовок. Для того, чтобы придумывать правильные заголовки существует всего пять простых правил – выбирайте любое. Или все сразу.

1. Любой заголовок начинается с поисков ключевого слова. Иногда для этого следует очень внимательно просмотреть материал. Когда у вас в руках ключевое слово — постарайтесь поискать слова созвучные ему. А когда найдете таковые, постарайтесь вспомнить устойчивые фразеологизмы (пословицы, афоризмы, популярные цитаты из литературных произведений, названий книг, кинофильмов, рекламных слоганов) содержащие слова, созвучные ключевым. Например, «Конфликт поколений или моя мама лучшая на свете», «Папа может… и мамой быть», «Что такое хорошо и что такое плохо?».

2. Добавьте пафоса и громких слов, оперируйте категориями вселенского масштаба, используй слова вроде «Единство», «Суверенитет», «Государственная Дума». В общем, постарайтесь, чтобы название статьи произносилось как заявление с двадцатью восклицательными знаками. Это нелегко, но надо искать, пытаться. «Убийство ради Единства», «Структурное насилие», «Мировой локомотив на краю глобальной пропасти».

3. Постарайтесь использовать стандартные проверенные символы, например, «демшиза», «демография», «жкх», «суверенитет», «третий срок», «полоний». Умело комбинируя их, можно получить немало оригинальных названий: «Суверенная демшиза», «Плесень демократии».

4. Остерегайтесь скромных названий! Никто не прочитает статью со скучным названием вроде «Наши комиссары подарили праздник ребятишкам из детского дома № 5» или «Фронтовой подарок». Чем ярче название, тем скорее читатель обратит внимание: «В Лондоне береза стояла, а в России бы сидела».

5. Сразу дайте читателю понять, что его ждет встреча с чем-то необычным, даже может быть с невероятным. Для этого обычно используются двусмысленные выражения, фразы-парадоксы. «Шаг вперед – два назад», «Конец бесконечности», «Взрослые игры». Расчет простой: читатель сразу попытается осознать, как такое может быть, но решить «сходу» головоломку ему не удастся. Тогда заинтересованный читатель поймет, что автор не дурак, а крутой «философский пацан», статью надо обязательно прочесть и разобраться, в чем дело.

Как написать лид или предисловие. Лид (lead, от того же корня, что "лидер") – это первая фраза или первые две фразы любого материала. Обычно выделяется жирным шрифтом, выносится на первую полосу.

Всевозможные подзаголовки, врезы, выносы, надзаголовки или анонсы, которые при верстке располагаются где-то в районе заголовка, все это — никак не лиды.

Классический новостной лид или лид информационного сообщения — краток, информативен и содержит главное, то есть суть события. Обычно говорят о 20-25 словах. Задача лида — привлечь внимание читателя к материалу, «пригласить» его к чтению. Новостной лид должен ответить на шесть вопросов —кто, что, где, когда, почему и как. Большинство лидов включают три или четыре из этих шести основных вопросов.



Из основных типов лидов чаще всего используются следующие:

1. Резюме, или краткое изложение события (результатов). Например, «16 ноября 2015 года в актовом зале ДГТУ состоялось открытие очередного конкурса школы оперативного корреспондента. Более 20 команд школ и ВУЗов Ростова-на-Дону покажут свое мастерство в создании газет и журналов». Здесь присутствуют главные элементы материала: когда (16.11.2015г.) кто (команды), что (конкурс ШОК), где (ДГТУ) и почему (показать мастерство).

2. Драматический. Например, «Сегодня утром член муниципального совета Дэвид Джонс долго медлил, когда настала его очередь голосовать по вопросу о предложенном 100-миллионном бюджете города. Голоса разделились поровну - три к трем, и его голос решал дело. В притихшем зале его было едва слышно, когда он сказал: «Я - «за».

3. Цитатный. Например, ««Порошенко об итогах года: «Давайте перестанем пиарить намерения».

4. Аналитический. Например, «В Симферополе перестанут отлавливать бродячих собак. Кому-то стало легче?» или «Что произошло бы, если бы член совета Дэвид Джонс проголосовал против предложенного городского бюджета?»

5. Одиночный "выстрел", состоящий иногда из двух-трех слов. «Motorola представила «убийцу iPad».

Еще один немаловажный момент: знайте – ваш лид может не соответствовать вышеприведенным типам. Более того — у вас его вообще может и не быть. И это не должно внушать вам ущербность вашего труда. Много статей написано без лида, предисловия и даже без названия.

Поэтому готовя лид просто помните о следующем:

1. Нужен ли лид в этой работе? (Повесть, очерк, дайджест или новость, отклик и т.д.)



1. Свежа ли ваша информация (новостная статья, требующая лид) или это просвещение?
2. Что в материале главное – люди или события?
3. Насколько это важно для читателя?

Инструкция по применению.

1. Выберите тему, которая наиболее вам интересна, или ту, в которой вы больше всего разбираетесь. Посоветуйтесь с главным редактором о том, какие вопросы сейчас особенно актуальны для издания. Скорее всего, вам предложат определенные темы, из которых имеет смысл выбрать ту, которую сможете осветить наиболее полно.

2. Найдите как можно больше информации по этой тематике. Полистайте энциклопедии, профессиональные журналы, покопайтесь в истории. Постарайтесь найти людей, которые могут дать комментарии к вашему материалу, осветить какие-либо глубокие проблемы, которые затрагиваются в вашей статье.

3. Определитесь, какой объем будет у вашей статьи. Если вы пишете материал для популярного издания, то этот вопрос нужно обсудить с главным редактором. Он вам скажет, сколько места оставлено на газетной полосе для вашей публикации, сколько знаков можно уместить и сколько фотографий добавить. А если вы создаете стенгазету, то формат материала зависит только от вашей фантазии. Только помните, что потом все статьи придется компоновать, и они должны красиво смотреться на листе ватмана.

4. Теперь приступайте к написанию статьи. Выберите время, когда вас никто не будет отвлекать. Подготовьте всю собранную информацию - интервью, выписки из журналов и книг, энциклопедии, фотографии. Начинайте со вступления, в котором оговариваются основные проблемы, затронутые в материале. Затем раскрывайте тему. И завершайте статью выводами, которые сделали сами. Сносками можно дать комментарии специалистов, цитаты, интересную информацию.

5. Подумайте, как лучше разместить фотографии по теме и отправляйте статью в редакцию. Будьте готовы переделать материал, если главного редактора что-то не устроит. И помните, для верстки газеты есть определенные сроки, и вам нужно в них уложиться. Иначе вы подведете всех сотрудников издания и просто сорвете верстку. А с таким журналистом уважающие себя газеты сотрудничества не продолжат.



Теперь немного о словах, которые начинающие корреспонденты используют, не понимая их истинного значения, но которые дают видимость «высокого интеллекта» автора. Будьте осторожны, не умничайте сверх меры!

Одиозный – неприятный. Часто путают со «знаменитый».

Троглодит – житель пещеры. Почему-то путают с «обжорой».

Априори – знание, которое никак не опровергнуть. Используют в значении «под предлогом».

Под эгидой – под покровительством. Часто используют в значении «под предлогом».

Конгениально – сходно по духу, по образу мыслей. Путают с превосходной формой гениальности.

Квинтэссенция – пятый элемент, пятая стихия, тонкая материя. Используют в смысле «сосредоточение, объединение, аккумуляция».

Экивоки – двусмысленные намеки, увертки. Часто путают с оговорками или с кивками.

Фрустрация – полное разочарование в жизни. Часто путают с «пространией» и «люстрацией».

Гражданский брак – брак, зарегистрированный в ЗАГСе, а не в церкви, законный брак. Это не синоним «сожительства». Другой вид, незарегистрированный – фактический брак!

Анфилада – ряд последовательно примыкающих друг к другу архитектурных элементов со сквозной перспективой. Путают с балюстрадой - ограждением лестницы, балкона, террасы, состоящее из ряда фигурных столбиков (балясин), соединенных сверху перилами или горизонтальной балкой.

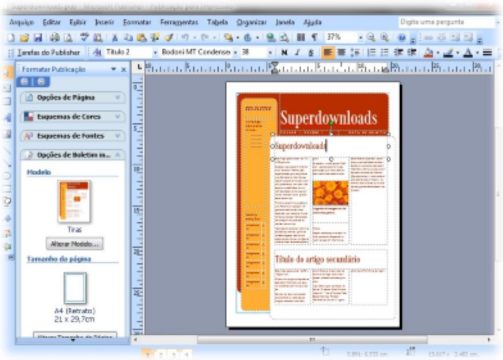
Теперь немного о верстке газеты, информационного листка, журнала или любого другого печатного материала, который вам надо представить на суд читателей.

Это монтаж полос оригинал-макета из составных элементов: набранного текста, заголовков, таблиц, иллюстраций, украшений и пр. Также результат этого процесса, то есть готовые полосы. Эта операция включает в себя формирование книжных, журнальных или газетных полос определенного формата. В процессе верстки полосы издания приобретают завершенный вид. От того, как размещены текст, таблицы, формулы, иллюстрационный материал, заголовки, зависит качество оформления издания.

Существует четыре группы сложности верстки:
верстка простого (сплошного) текста;
верстка текста с нешрифтовыми выделениями, таблицами, формулами;
верстка текста с выделениями, таблицами, формулами, иллюстрациями с подписью, многоколонная верстка;
сложная верстка (дополнительно к третьей группе — композиционные выделения).

Чтобы не заполнять это работу сложными и практическими заданиями, отошлю вас к различным ресурсам в сети, которые дадут вам необходимые знания. В конце концов, это не учебник по журналистике, а всего лишь попытка объяснить «чайникам» об основах журналистики.

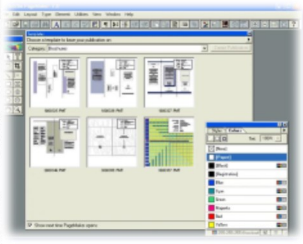
Тем не менее, подскажу, в каких программах обычно работают верстальщики.



Самая простая программа, которая есть в любом пакете Microsoft Office – это Publisher. Здесь всё просто до примитивизма. Вы сами выбираете любой шаблон, любую цветовую структуру и – вперед!

Не пытайтесь «верстать» программу в Word'е со вставками фотографий и других элементов, украшающих, по-вашему сугубо личному мнению, издание. Это профанация и грубейшая ошибка.

При сохранении и выводе вашего сверстанного проекта пользуйтесь форматом PDF, потому что не всегда и не у всех есть шрифты, которые вы используете. Или возможности вашего компьютера. В этом формате невозможно внести изменения в текст или верстку, поэтому не торопитесь проект удалять.



Какими другими программами пользуются начинающие «газетчики»?

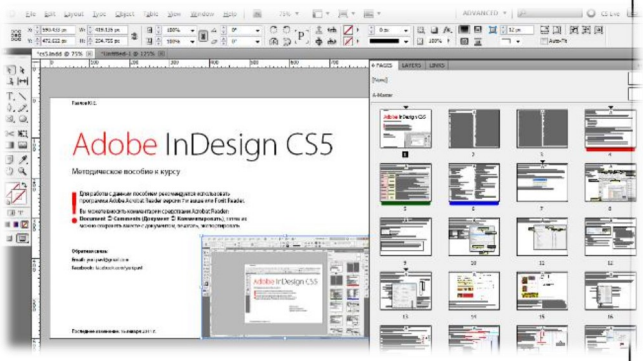
Продукты корпорации Adobe – PageMaker, FrameMaker, InDesign;
QuarkXPress;
Corel Ventura Publisher.



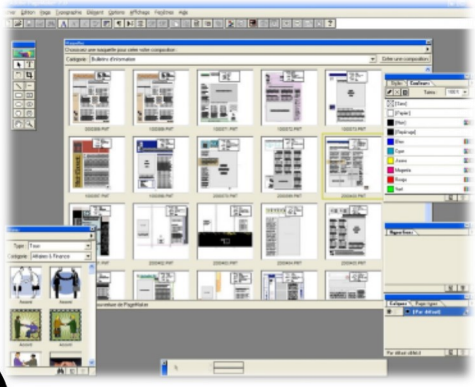
Все они имеют свои особенности и могут оказаться оптимальными в разных случаях.

Если у исходного текста неоднородная структура, в нем часто встречаются формулы, таблицы и другие усложняющие элементы, то его лучше верстать с помощью Ventura Publisher, TeX или FrameMaker. Они помогают автоматизировать оформление текста.

Если текст более однороден, но приходится вставлять рисунки, то для его верстки подойдут программы XPress, PageMaker, InDesign. Они успешно используются в книжной, газетной, журнальной и рекламной верстке.



Scribus - бесплатная программа для вёрстки макетов и книг издательств. Приложение поддерживает функции профессиональных систем: настройку цвета, включая CMYK формат, поддержку большинства форматов изображений (TIFF, JPEG и Adobe Photoshop), поддержку векторных форматов, поддержку шрифтов TrueType, Type 1 и OpenType.





ГЛАВА III. ФОТОЖУРНАЛИСТИКА.

Это особая форма журналистики, использующая фотографию в качестве основного средства выражения. Фотожурналистика отличается от родственных жанров фотографии (таких как документальная фотография, уличная фотография и фотография знаменитостей) следующими свойствами:

* ***время*** — снимки имеют значение в хронологическом контексте развития событий;

* ***объективность*** — ситуация предполагает, что фотографии будут честными и будут точно воспроизводить запечатленные события;

повествовательность — снимки в сочетании с другими элементами новостей информируют и дают читателю или зрителю представление о сути событий.

Фотожурналистика, как описательный термин, часто подразумевает определенный стиль или подход к созданию изображений. Подход фотожурналистов к беспристрастной фотографии становится популярным и особым стилем коммерческой фотографии. Например, сегодня многие свадебные фотографы снимают в «репортажном» стиле беспристрастные хроники свадебных событий.

В случае, если фотограф систематически отражает культурные и общественные события, имеющие культурную и историческую значимость, такой тип фотожурналистики относится к фотохронике.

Жанры:

Новостная фотожурналистика – ежедневная съемка текущих событий, не важно — местного или международного масштаба. Материалы, относящиеся к международным событиям, поставляют на мировой рынок такие агентства, как Reuters, AP и AFP, РИА Новости, ИТАР-ТАСС, а локальные новости — прерогатива более мелких и специализированных агентств или только начинающих карьеру свободных фотографов.

Репортажная фотожурналистика – эта же работа с новостями, но растянутая во времени: в среднем на неделю. Хороший репортаж — это история, и фотограф должен уметь рассказать эту историю достаточно увлекательно и ярко.

Документальная фотожурналистика – по сути, это тот же репортаж, но уже не заключенный в жесткие временные и редакторские рамки.

Фотохроника — это направление журналистики, использующей в качестве описания происходящих событий репортажную фотосъемку.

Расширенное определение характеризует систематический подход автора к созданию репортажей, предполагающий постоянное отражение каких-то событий, имеющих культурную и историческую ценность. В том случае, если создаваемый репортаж какого-либо события является не отдельно взятым событием, запечатленным фотосъемкой, а является частью целого комплекса создаваемых фотоотчетов, то такой подход к создаваемым репортажам можно называть фотохроникой.

Фотожурналисты работают в тех же рамках объективности, что и остальные журналисты. Что снять, как кадрировать и как отредактировать — вопросы, которые постоянно решает фотожурналист.

Часто этический конфликт может быть смягчен или усилен действиями редактора или фоторедактора, к которым переходят снимки сразу, как только они поступают в редакцию. Фотожурналист часто лишен возможности повлиять на то, как будут использованы его снимки.

Опасность цифровой фотографии в том, что она предоставляет новые способы манипуляции, воспроизведения и передачи изображений.

Главное, что отличает фотожурналистику от других форм фотографии, это доверие. Зрители должны верить, что изображение, на которое они смотрят, позволит им получить истинное представление о произошедшем. Это сводится к двум основным вопросам: вмешательства и манипуляций.

Фотожурналист никогда не должен вмешиваться в ситуацию. Он никогда не может направлять или просить позировать людей в кадре, кроме тех ситуаций, где требуется портрет. Портреты также помечаются как таковые в описании, с использованием фраз типа «Мистер Смит позирует» и тому подобных.

Штатный фотограф – это тот, кто работает на конкретное издание, съемки для данного издания составляют его полный или неполный рабочий день. Внештатный фотограф, или ***фрилансер***, снимает для множества изданий. Некоторое количество различных организаций может обратиться к услугам фрилансера для выполнения конкретного задания или на ограниченный период времени.

У фрилансеров обычно есть список клиентов, на которых они работают.



Жизнь фотожурналиста может быть захватывающей. Вас могут послать куда угодно для встречи с любым человеком. Это больше чем фотография и журналистика по отдельности, эта многосторонность и разнообразие опыта, возможно, самая ценная часть профессии. Общие новостные задания именно такие, обычные. Общие новости это все то, что запланировано. Званый обед, сбор средств, акции протеста, пресс-конференции, церемонии награждения, посадка деревьев, - все это виды общеновостных назначений.

Спортивные мероприятия – это специализированная версия общих новостей. Она связана с быстро развивающимся действом, и фотограф должен иметь прекрасное чувство времени. В спортивных снимках вам нужно показать конфликт и эмоции. Это обычно означает фиксацию в кадре игроков обеих команд и той вещи, за которую они борются (как правило, мяч). Эмоции можно показать через лица игроков. Это может быть тяжело из-за размахивания руками или шлемов, но лучшие спортивные фото передают не просто действие, но и эмоции.

Экстренные новости в каком-то смысле, противоположны общим. Они представляют собой незапланированные события, как, например, автокатастрофа или пожар. Во время выполнения данных заданий, самое главное – это информация. Вам нужна информация, чтобы обезопасить себя и сделать кадр, который наилучшим образом расскажет историю.



Вам нужны репортажные навыки, чтобы получить информацию о том, кто вовлечен в ситуацию и что действительно случилось. В таких ситуациях часто требуется иметь опыт общения с правоохранительными органами и аварийно-спасательными службами.

Портреты. Фотожурналисты обычно не делают постановочные кадры, портреты являются исключением. Журналистские портреты, как правило, показывают человека в его среде: судья в своем офисе, художник в мастерской. Субъект обычно смотрит прямо в камеру, так что зрители знают, что это портрет. Обычно человек при этом ничего не делает, опять же для того, чтобы зритель не впал в недоразумение на счет того, является ли это фото постановочным портретом или реальной, документальной частью журналистики.

Фотоистория, или долгосрочный документальный проект. Для выполнения работы данного типа фотографу требуется потратить длительный период времени на документирование действий субъекта. Фотоистории обычно включают в себя несколько фотографий, собранных вместе. В качестве примера можно привести следование за семьей беженцев или документирование жизни семьи, один из членов которой болен.

ФОТОГРАФИЧЕСКИЕ НАВЫКИ.

Человек, претендующий на позицию фотожурналиста, должен иметь безупречное портфолио. Оно должно содержать множество изображений с различных типов заданий, и эти фотографии должны демонстрировать умение работать в сложных ситуациях. Многие начинающие фотожурналисты проваливаются на ситуациях с низким уровнем освещения.

Три элемента отличного кадра – это свет, композиция и момент. Важно понимать, когда надо использовать вспышку, а когда – драматичный натуральный свет. Также знание основ композиции типа правила третей, ведущих линий и повторения форм сослужит вам добрую службу. Но самое существенное – это нахождение идеального момента. Ищите пик эмоций.

Фотоманипуляции строго запрещены. Это особенно относится к пост-обработке. Ничто в (или на) фотографии не должно быть отредактировано. Постобработка может коснуться лишь корректировки цветовых искажений, проблем с экспозицией и широтой фотоматериала, и легких недостатков резкости. Камеры все еще не так хороши в воспроизведении изображений, как глаз, так что иногда мы обязаны компенсировать это.

Кадрирование также допускается. Но морщины оставляем, мешки под глазами оставляем, пятна на рубашках оставляем.

Фотожурналист не может двигать баскетбольный мяч в кадре, убирать или вставлять его. Добавление драматических эффектов типа виньетирования, художественных фильтров и тому подобного также против правил.



Теперь немного о практических навыках. Но сначала – о том, на чём работать.

Самые популярные фотоаппараты, на которых работает основная масса фотокорров, начинающих корреспондентов (!), марок Canon и Nikon. Эти марки уже давно зарекомендовали себя с самых передовых позиций. Например, сегодня на руках у большинства молодых фотожурналистов Canon EOS 600D Kid, а из семейства Nikon – D3200 Body. Набирают популярность фотокамеры фирмы Sony, до сих пор в приоритете у любителей фотографировать камеры Olympus, Leica, Pentax…



Каждый выбирает марку по своим возможностям, но, главное, понимать, для чего вам нужен фотоаппарат вообще. Если есть финансовые возможности, можно купить и за 300 тысяч, но, что вы будете с ним делать потом? Сможете ли вы справиться со всеми возможностями, которые заложены в установках такой камеры? Это очень важный вопрос!

Что нужно знать начинающему фотокорреспонденту в самом начале?



Композиция плана – это организующий компонент художественной формы, придающий произведению единство и цельность, соподчиняющий его элементы друг другу и всему замыслу автора. Композиция определяется тем, как расположены элементы на изображении.

Хорошая композиция — это понятие со своей историей. Греки и древние римляне практиковались в этом две тысячи лет, прежде чем появились фото и видео. Это видно по их архитектуре. Есть одно простое определение композиции: привлекательный подбор и расположение предметов на изображении. Некоторые компоновки достигаются путем размещения фигур или объектов в нужных позициях. Другие получают путем правильного выбора точки зрения. Вы можете всего чуть-чуть переместить камеру и добиться серьезного изменения композиции. Первым, и, возможно, наиболее важным тезисом является простота. Ищите способы передать в центр внимания наиболее важные визуальные детали. Одним из способов будет выбор несложного фона, который не будет отвлекать от главного объекта.

Составьте построение кадра так, чтобы субъект вашей съемки был отчетливо виден. Расставьте другие детали кадра таким образом, чтобы они дополняли то, что находится в центре внимания. Как правило, изображения с субъектами, выставленными строго по центру, выглядят более статично и менее интересно, по сравнению с немного сдвинутым центром.

Ракурс — это объект, точка зрения на него в пространстве, а также получаемая проекция (изображение) объекта в данной точке. Проекция может фиксироваться на носитель, которыми могут выступать бумага, холст, фотопленка, кинопленка, цифровая матрица.

Положение точки съемки может быть выражено как расстояние до объекта съемки, направление или угол в горизонтальной плоскости, под которым она производится, а также высота. От расстояния до объекта зависит крупность плана. Кроме того, точка съемки может быть фронтальной или боковой, в зависимости от положения относительно человеческого лица при портретной съемке или относительно фасада при архитектурной. Кроме того, точка съемки может быть высокой или низкой («от собаки»), отображая объект ниже или выше горизонта или вообще отвесно. Нередко термины «точка съемки» и «ракурс» употребляются как синонимы и путаются. Можно считать, что точка съемки — составная часть ракурса.



Оптика и возможности насадок. ***Широкоугольник*** – это короткофокусный объектив, фокусное расстояние которого короче «нормального». На камерах оно должно быть меньше, чем диагональ используемого кадра, поэтому к группе широкоугольных принято относить объективы, обладающие углом поля зрения от 52° до 82° включительно. Объективы с углом поля зрения шире, чем 90°, считаются сверхширокоугольными. Широкоугольные объективы незаменимы в интерьерной съемке, позволяя вести ее в тесном помещении.

Дальномер – это разновидность аппаратуры использует явление параллакса, когда оптически совмещаются два изображения, полученные через два объектива дальномера, разнесенные на расстояние базиса. В наиболее совершенных камерах дальномер совмещен с видоискателем, обеспечивая одновременно фокусировку и визирование.

Глубиной резкости изображаемого пространства (ГРИП) является такой диапазон расстояний на изображении, в котором предметы воспринимаются как резкие. Глубина резкости варьируется в зависимости от типа камеры, величины апертуры диафрагмы и дистанции фокусировки, хотя печатный размер и дистанция просмотра могут изменять наше восприятие глубины резкости.

Крупность планов. ***План*** — это система условного деления видеопространства на экране. В этом понимании план — «крупность» изображения, пойманная объективом. Деление планов по крупности — понятие условное. Каждая школа имеет свои условные определения степеней крупности.

Детализация крупности (принятая в России):

Деталь (сверхкрупный) — например, для привлечения внимания к конкретной детали объекта. План, при котором на весь экран изображены глаза персонажа или часы, рот, пишущая рука.

Крупный план — для выделения объекта из фона, для привлечения к нему внимания (голова, портретная съемка).

Первый средний («европейский», «молочный») — для показа взаимодействия двух и более объектов (или тело человека по грудь).

Второй средний («американка», «голливудский», «пасхальный») — до середины бедра (использовался в съемках вестернов чтобы показать героя с кобурой целиком. В наше время оптимальный план при съемке в формате экрана 16:9.

Общий план — для показа места действия (например, человек в среде).

Дальний план — также для показа места действия (например, крошечный человек на фоне ландшафта).

Адресный план — разновидность общего плана, предназначенная для обозначения места и времени действия. Употребление термина более характерно для телевидения.

Деление по расположению. В этом смысле выделяются три основных плана:

* *передний* (ближний) план;
* *средний* план;
* *задний* (дальний) план.

Деление по смыслу. Определяет следующие планы:

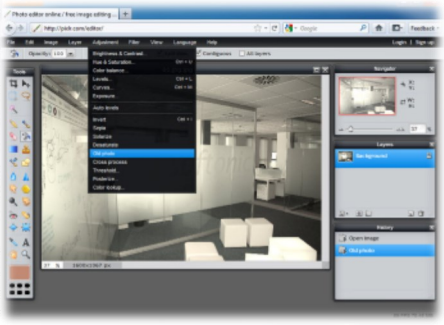
* основной план (основная линия повествования);
* второстепенный (фоновый) план (политический, социальный, исторический и т. п.)

Обо всем этом и много более вы можете прочитать в моей книге «**Снимай и показывай**». Там я дал информацию о видах освещения, возможностях и правилах съемки. Эта работа все-таки для «чайников», которые только входят в суть дела и о профессиональных возможностях говорить пока рано. Поэтому, все, что выше – это первый и необходимый опыт для приобретения необходимых навыков работы в качестве фотожурналиста.

И в завершении главы, немного о программах для работы с фотографиями.

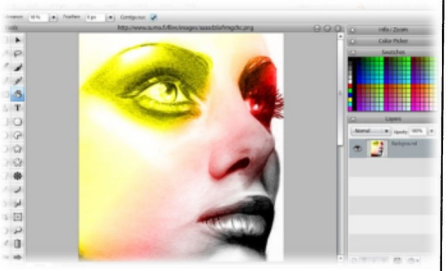


Один из самых популярных из-за доступности и бесплатного пользования – ***Picasa Photo Viewer***. Теперь о других, несколько сложных, но и производительных.

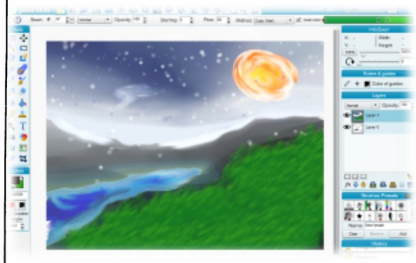


Pixlr editor - Это наиболее приближенный к возможностям Photoshop редактор от известной компании Autodesk. Слои, фильтры, трансформации... Смешение слоев, настройка прозрачности, маски...

Много инструментов, у каждого из которых свои настраиваемые параметры. Инструменты выделения "лассо", "волшебная палочка"... Градиенты, замена цвета, раздувание, дисторсия...



Sumo paint – это достаточно «крутой» редактор растровой графики со стандартными и оригинальными инструментами. Сохраняет, загружает, работает со слоями, предоставляет инструменты для рисования и фильтры для изменения готовых изображений. Работает быстро. Можно менять язык интерфейса, в том числе на русский. Одновременно могут быть открыты несколько окон с изображениями. Интересны инструменты для составления симметричных узоров... Если сравнивать с фотошопом, то также, как и Pixlr editor, приближен по интерфейсу и функционалу.



Flavion – продвинутый фоторедактор для любителей и профессионалов! Много инструментов, клипартов и возможностей... Фильтров много, они сгруппированы по темам и в реальном времени можно видеть изменения картинки в следствии движения ползунка параметров фильтра. Кистей тоже много, на любой вкус, с настройками параметров, есть даже градиент кисти, который может зависеть от скорости, расстояния, нажима.

Pixlr express – стильный и быстрый редактор готовых изображений с крайне удобными панелями инструментов. Любой твоей фотографии придаст индивидуальность, оснастит клипартами, текстом, неожиданной цветопередачей... Более 600 эффектов, слоев и рамок.



Fotor - Пожалуй, самый сильный фоторедактор. Есть подозрение, что Avatan создавался с оглядкой на Fotor. Но сейчас последний имеет конкурентные преимущества за счет очень профессионального дизайна, удобных и разнообразных возможностей коллажей и монтажных столов, богатейшей коллекции клипартов и открыток, интеграции с четырьмя соцсетями и «писка сезона» - HDR. Несколько слов об HDR (High Dynamic Range) - это модный алгоритм расширения диапазона яркости фото, в результате чего ваша бледная фотография заиграет новыми красками и оттенками и превратится в высококонтрастную и высокохудожественную фотографию.



FotoFlexer – хороший фоторедактор, в котором понравилось обилие эффектов и возможность применять каждый из них не только на всей площади фотографии, но и только в выделенной пользователем области. Он умеет сохранять обработанную фотографию на ваш диск. Еще умеет захватывать картинку с видеокамеры и применять к ней некоторые эффекты (даже на лету во время съемки).



Аватан – полноценный фоторедактор с массой эффектов и инструментов, в том числе для составления коллажей! Русскоязычный интерфейс. Рабочее пространство загромождено рекламой. Но есть возможность выйти в режим Full screen на время редактирования. После загрузки новой фотографии или сохранения фото на компьютер Full screen пропадает. А функциональность на высоком уровне!



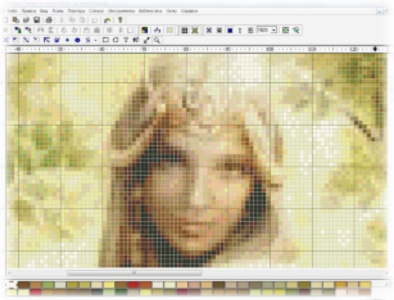
Photoshop Express – это не фотошоп-подобный. Это настоящий Photoshop! Лидер отрасли расщедрился на бесплатную версию своего знаменитого продукта. Только в он-лайн исполнении, только для наведения марафета в готовых фотографиях (без рисования), только с JPG и только на английском. При работе с фильтрами обратите внимание, что результат предстоящих изменений вы можете увидеть даже при простом наведении мыши на одно из превью. А сравнить с оригинальной фотографией текущий результат можно кнопкой внизу справа "View Original".



Psykopaint – интересная и необычная программа. Оформлена по высшему дизайнерскому разряду. Фишка программы - ретуширование готовой фотографии с помощью разнообразных кистей, имитирующих инструменты и материалы художника, ты можешь превратить свое фото в стилизованную "картину маслом". Этими кистями можно также рисовать с нуля.



Pattern Maker – генератор и редактор фоновых изображений. Простой и шустрый. Умеет из выбранных элементов сделать картинку для фона. Можно выбирать цвета, менять масштаб, поворачивать любой элемент узора, назначать прозрачность. Поддерживаются слои и горячие клавиши. Есть возможность загрузить своё изображение для встраивания в фон (очень ценная функция), библиотека дизайнерских элементов с разбивкой по темам также имеется. Сохранение на диск происходит бесплатно в формате PNG.





Библиотека фонов ***Pattern Library*** – коллекция бесшовных фоновых изображений. В отличие от предыдущего сервиса этот позволяет просто перебирать большое количество дизайнерских фоновых картинок в удобном интерфейсе и сохранять себе на диск бесплатно. Библиотека разбита на несколько десятков категорий и можно искать в одной из категорий. Сохранение на диск происходит в формате JPG.

ГЛАВА IV. РАДИОЖУРНАЛИСТИКА.

Это вид журналистской деятельности, основанный на использовании технических средств радиовещания, а также результаты журналистской деятельности, представленные радиопередачами.

Отличия радиожурналистики от других видов журналистской деятельности вызваны чрезвычайно высоким уровнем оперативности, особым характером эмоционального воздействия на аудиторию и вследствие этого — структурным своеобразием композиционных решений исходного журналистского (жизненного и литературного) материала, использованием специальных приемов организации внимания аудитории.

Выразительные средства радиожурналистики составляют две группы, находящиеся в неразрывной связи друг с другом:

* формообразующие. К первой группе, не подверженной количественным изменениям, относится тот исходный звуковой «материал», которым оперирует радиожурналист: это четыре элемента — слово (речь), музыка, шумы (реальные, жизненные или студийные, т. е. имитированные при помощи различных бытовых приспособлений) и документальные записи, сделанные вне студии. Эти записи в свою очередь также включают в себя речь, музыку и различные звуки (шумы), но в отличие от первых в отдельную передачу они чаще всего могут превратиться или в комплексе, или в сочетании с записанными в студии речевыми комментариями.

Эти четыре элемента системы называют природными, или формообразующими. Они неизменны, стабильны, их природа не подвластна субъективному воздействию радиожурналиста.

* Стилеобразующие. Вторая группа, напротив, мобильна, ибо находится в полной зависимости от воли и субъективных творческих потребностей автора радиосообщения. Поэтому входящие в неё выразительные средства радиожурналистики мы называем техническими, или стилеобразующими. К ним относятся монтаж, голосовой грим, звуковая мизансцена, ряд технических способов звукообразования (реверберация и т.п.) и др.

ЖАНРЫ РАДИОЖУРНАЛИСТИКИ.

Согласно классификации, радиожурналистика включает в себя:

- информационные жанры – радиосообщение, интервью, обзор печати;
- аналитические жанры – корреспонденция, комментарий, радиообозрение;
- документально-художественные жанры – радиоочерк, радиофельетон, радиорассказ, документальная драма, радиокомпозиция.

Слово (человеческая речь). В работе со словом перед журналистом возникают сразу три задачи. Первая – слова должны точно описывать событие, которое является объектом журналистского внимания, достоверно передавать его атмосферу. Вторая задача журналиста – найти наиболее точную интонацию, которая часто несет ничуть не меньше информации, чем само содержание материала. Бернард Шоу когда-то заметил, что есть только один способ написать слово «да» или слово «нет», но есть 50 вариантов их произношения, причем часто с прямо противоположным значением. Третья задача, которая стоит перед журналистом в работе над словом, – поиск логических и экспрессивных акцентов (ударений).

Музыка и шумы. Много лет потратила отечественная радиожурналистика на то, чтобы освоить широкую палитру возможностей музыки в радиопередаче. Недооценка роли музыки и шумов, их способности самостоятельно выражать смысл, атмосферу и сюжетные линии аудиоповествования – явление не новое. Время от времени и в практике вещания, и в теоретических работах утверждался взгляд на музыку и шумы лишь как на дополнение к слову. Наиболее ярким примером такого рода служат позывные. Так, музыкальная фраза песни «Подмосковные вечера» эквивалентна объявлению: «В эфире круглосуточная программа «Маяк».

Прошло еще полчаса. «Сейчас вы услышите новости». Таким образом, музыка выполняет роль слова, и происходит это вследствие того, что в сознании слушателей уже выработан соответствующий код.

В структуре передачи музыка и шумы, если они заменяют человеческую речь, наиболее распространены при выполнении следующих функций.

1. Обозначение места и времени действия. Например, в спортивном обозрении звуки гонга, топот копыт, нарастающий и стихающий шум толпы обозначают, что репортаж ведется с ипподрома, и корреспонденту не обязательно тратить время и слова на описание места действия. Или другой пример: гудок теплохода и плеск воды обозначают пристань. Указанием на местонахождение репортера, ведущего рассказ о заповедной зоне сибирского озера, может стать мелодия песни, скажем «Славное море, священный Байкал...», и т.п.

2. Обозначение перемещения действия во времени и пространстве. Современный репортаж, как правило, проходит завершающую стадию подготовки к эфиру в монтажной, и репортер часто совмещает в его композиции фрагменты, записанные в различных местах и в разное время; музыка помогает наиболее четко и понятно для слушателя осуществить это объединение.

3. Выражение эмоционального характера описываемого события. Точное сочетание звуковых элементов позволяет воссоздать атмосферу действия с большой полнотой. Репортаж о захоронении воинов, павших в боях с китайскими провокаторами на острове Даманском, – воссоздает атмосферу происходящего с помощью шумов следующим образом: после короткой траурной речи в тишине раздается стук молотков по гробовым крышкам, ни единого слова, никакой музыки в этот момент журналист в ткань репортажа не включает – найдена лишь одна звуковая деталь, точно передающая горе людей, потерявших своих близких. Далее стук молотков сменяется залпом ружейного салюта, и только после этого звучит несколько музыкальных фраз из Гимна Советского Союза, завершивших репортаж.



Один из авторов репортажей, пишет: «Конечно же, звук «работает» не только в таких исключительных, трагических ситуациях. Ежегодно в день 9 Мая на сквер у Большого театра идет с «Репортером» корреспондент «Маяка». Сам он говорит там очень мало. Говорят те, кто встретился в этот день после долгих лет разлуки. Звучат поцелуи, иногда слышны неудержимые рыдания, громкие дружеские объятия… Хорошая документальная запись на месте события, в которой ярко выражен эффект присутствия. Для чего это? Для самого гладкого, что должно отличать радиодокументалистику, – для достоверности, для правды!»

4. Выражение психологического состояния участников события или самого журналиста. Приемы, используемые в этом случае, распространены как в общественно-политическом и информационном, так и в художественном вещании.

ИНСТРУМЕНТЫ ЖУРНАЛИСТА.

Сюда надо включить в первую очередь дыхание и голос. А они используются начинающими «радийщиками» процентов на 30 в лучшем случае! Вопрос, который я задаю своим ученикам, «А вы умеете дышать?», часто ставит их в тупик, в худшем случае, вызывает приступ смеха. Но, когда я предлагаю им выполнить несколько упражнений, смех превращается в ропот, иногда – слёзы. Да, да, именно так иногда заканчиваются первые занятия по дыхательной гимнастике у начинающих журналистов.

Чтобы вам не попасть впросак, предлагаю выполнить эти упражнения. В идеале, повторять их ежедневно. Утром и вечером. Хотя бы по 15-20 минут каждый день. Через неделю ваши коллеги и друзья обнаружат у вас хорошую дикцию и артикуляцию, а вам это все добавит уверенности в себе.

Голос — один из инструментов взаимодействия между людьми. Если он от природы слабый и неуверенный, велика вероятность того, что сказанные вами слова не произведут нужного эффекта. Для начала определим физиологические системы речи:

а) энергетическая (система дыхания: легкие, диафрагма);

б) генераторная система (гортань, связки);

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

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

Для проведения тренингов и ежедневных занятий нужно освоить фонационное дыхание. Во-первых, глубокое дыхание, которое проводится таким образом: делается глубокий вдох и затем медленный, плавный выдох (один). Во-вторых, высокое дыхание — посыл воздушной струи в головные резонаторы — помогает хорошо провентилировать легкие от старого, застоявшегося воздуха: после глубокого вдоха с силой плавно выдыхаем несколько раз, «выталкивая» воздух от диафрагмы (находится на расстоянии ширины ладони от пупка) и мысленно загоняя его в головные пустоты. Один вдох — один выдох. В третьих, частое дыхание — тренирует диафрагму и «качает» пресс — короткие резкие толчки воздушных струй в голову. Один вдох — несколько выдохов. Все эти упражнения делаются на определенные буквы.

УПРАЖНЕНИЯ:

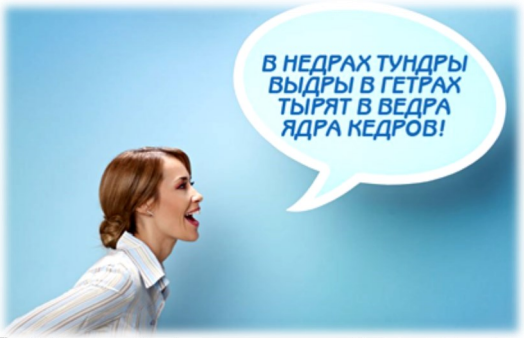
* «Стон» — снятие зажимов, найти центр голоса (свой тембр), разбудить резонаторы. Проводится с помощью буквы «М».

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

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

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

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



Наберите полную грудь воздуха и медленно выдыхайте на «уррра - уррра -уррра». Как и в первом контрольном упражнении, этот звук должен вызывать рокот и вибрацию в груди. Если вы чувствуете звук, то с дыханием все в порядке. При произношении, постарайтесь голосом совершить «горку»: буква У по тембру должна быть выше А. Задача упражнения — опустить голос в середину живота, до диафрагмы.

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

Проделайте «*упражнение Тарзана*», которое представляет собой лучшую профилактику против простудных заболеваний и инфаркта миокарда. Встаньте прямо, сделайте выдох, затем глубокий вдох. Сожмите руки в кулаки. Громко произносите звуки из первого упражнения, начиная со звука «и», и одновременно колотите себя кулаками по груди, как это делал Тарзан в знаменитом фильме. Затем продолжайте, произнося звук «э» и так далее. По окончании упражнения вы заметите, как очищаются ваши бронхи, как ваше дыхание становится свободным, как вы заряжаетесь энергией.



Структура голоса. Голос не просто «исходит из отверстия на лице». Голос — это нечто неизмеримо большее. При правильном использовании голоса в речь вовлекается все тело, от макушки до пяток. Ваше тело является как бы музыкальным инструментом, порождающим ваш голос.

Для того чтобы задействовать весь голосовой аппарат, необходим воздух, поставляемый легкими. Чтобы получить приятный грудной голос, который будет разноситься на большое расстояние, надо дышать с помощью диафрагмы. Она имеет очень большое значение для формирования голоса, поскольку проталкивает воздух, который вдыхают наши легкие, сквозь горло и губы.

Правильная осанка важна для хорошей работы сердца и достаточного снабжения тела кислородом. Хорошая работа сердца не дает крови слишком приливать к ногам под действием силы тяжести.

Почему ходьба успокаивает? Активная деятельность поддерживает работу сердца. Почему люди часто начинают ходить из угла в угол, когда они обеспокоены, не уверенны, ожидают какого-то важного сообщения? Если вы бывали за кулисами в театре, то могли заметить, что многие артисты и певцы расхаживают по коридорам перед выходом на сцену. Они не просто вспоминают слова своей роли; таким образом, они способствуют лучшему кровообращению. Иногда они даже потирают руки несколько преувеличенным жестом. Это тоже способствует прогреванию мышц, расслаблению предплечий, плеч и шеи — всех тех мышц, которые опосредствованно связаны с голосом.

Ваша осанка зависит от того, насколько плотно ваши пятки упираются в пол. Равномерно распределите свой вес на ноги, выпрямьтесь во весь рост, слегка откиньте голову. Таким образом, вы сможете полностью контролировать свой голосовой аппарат. От пяток до макушки все ваше тело участвует в создании резонанса для вашего красивого голоса.

Когда вы поймете, какие основные элементы участвуют в формировании голоса, вы сможете выработать собственные приемы его улучшения. Голос создается в глубине вашего организма, а не только в области голосовых связок. Глубокое диафрагмальное дыхание поддерживает весь процесс; гортань проталкивает воздух сквозь вибраторы, резонирующие ткани и полости; артикуляторы позволяют произносить звуки и слова.



Резонанс. Это результат вибрации воздуха в голосовых плоскостях, то есть в синусах, носоглотке, гортани и грудной клетке. Для резонанса требуется правильное глубокое дыхание. Ребенок с высоким голосом приводит в движение очень малый объем воздуха. Баритон с грудной клеткой размером с бочку колеблет большой объем воздуха.

Вы можете сделать свой голос ниже, если будете наполнять легкие до глубины диафрагмы и освобождать гортань для создания большей вибрации и резонанса. Резонанс дает вашему голосу силу и уверенность. Когда вы входите в людное помещение, то ваш резонирующий голос будет хорошо слышен, несмотря на шум. Если в комнате шумно, говорите тише, а не громче. Вы сразу поймете, что люди прекрасно слышат то, что вы говорите.

Тип голоса. Поскольку усилители искажают верхние диапазоны человеческого голоса, вам следует определить самый низкий возможный для вас тип голоса, при котором вы будете чувствовать себя удобно. Это значит, что источник голоса должен располагаться как можно ниже, но быть естественным для вас.

Сопрано — самый высокий женский голос;
Альт — самый низкий;
Меццо-сопрано — средний;
Тенор — самый высокий мужской голос;
Бас — низкий;
а глубокий бас (*баритон*) имеет исключительно низкий естественный диапазон.

Ваш разговорный голос соответствует одному из этих типов. Вы можете понизить свой голос, если будете говорить «прямо из носков»: вы плотно упираетесь пятками в пол, выпрямляете спину, при этом ваша диафрагма автоматически прогибается, заставляя голос исходить из источника более низкого, чем носовая полость.



Высота тона. Характеризует высоту произносимых вами звуков и зависит от частотной вибрации гортани. Для того чтобы голос не звучал монотонно, он должен охватывать, по крайней мере, октаву. Это значит — четыре ноты выше середины и четыре ноты ниже. Высокий голос, как правило, неприятен для слуха. Он также с трудом поддается записи без искажения. Чем ниже вам удастся расположить свой голос, тем больше шансов, что он не будет искажен усилительными приборами. Если испытываете напряжение, то высота голоса повышается. Если вы сердитесь, голос становится резким и пронзительным. Если устали, голос становится хриплым. Если опечалены, то и диапазон, и высота голоса понижается.

Громкость. Она непосредственно связана с объемом воздуха в легких. Осторожно контролируя силу и энергию звука, вы регулируете громкость своего голоса.

При наличии микрофонов нет необходимости говорить громко, поскольку индикатор громкости может просто зашкалить.

Экспрессия. Для того чтобы ваша речь стала выразительной, старайтесь зрительно представить себе то, о чем вы говорите. Внесите живую ноту в ваше произношение, в звуки вашего голоса, внесите чувство и цвет в вашу речь. Упражняйтесь, читая вслух драматические пьесы, и приучайтесь различать на слух нужное выражение. Помните, что всякая экспрессия должна быть в первую очередь естественна. Избегайте театральности и искусственности в своих речах.

Тон. Характеризуется высотой голоса, вибрацией и модуляцией. Хороший голос отличается легкими изменениями тона. Интонации — это «подъемы» и «спуски» голоса. Монотонность утомительна для уха, так как постоянный тон использует одну и ту же высоту. С помощью изменения тона вы можете совершенно изменить значение слов.

Дыхание. Самая естественная и необходимая вещь. Когда вы дышите правильно, вы сохраняете и равновесие тела, и спокойствие. Автоматически настраиваете свой голосовой аппарат так, чтобы использовать диафрагму.

Тело человека не накапливает кислород, оно должно получать его постоянно. Для того чтобы хорошо наполнить легкие, высоко поднимайте грудь. Наполняйте легкие снизу вверх — вдыхайте так, чтобы живот надувался. Затем наполните грудную клетку под ребрами, затем до подмышек. Продолжайте вдыхать воздух, пока не почувствуете, что наполнились им до самых ключиц. Заполните все резонансные объемы, включая гортань и нос. У вас должно быть ощущение, что вы наполнились воздухом от брюшной мышцы до горла.



Одежда у горла и в талии должна быть удобной и свободной. Тогда вы сможете легко и без ограничений дышать.

Слышимое дыхание. При современных чувствительных микрофонах небольшие паузы для вдоха бывают слышны. Постоянные вдохи между предложениями отвлекают слушателей. Слышимое дыхание — поверхностное, которое затрагивает только верхушки легких и рот. Если вы дышите нижними отделами легких и горлом, то дыхание незаметно. Значит, для того чтобы дыхание было неслышным, углубите свое дыхание, переместите его вниз, в живот.

Не стискивайте зубы. Вы не можете хорошо артикулировать, если у вас сжаты зубы. Для того чтобы четко произносить звуки, необходим зазор между верхними и нижними зубами. Артикуляция требует пространства. Если зубы слишком сжаты, то раскрыть гортань для резонанса практически невозможно. Постоянная привычка держать зубы сжатыми приводит к нечеткой артикуляции.

Есть несколько способов создать пространство между зубами. Попробуйте сделать так, чтобы ваша челюсть «отвисла», и вы заметите, насколько проще и естественнее выговариваются слова. Некоторые упражняются с винной пробкой между зубами.

Артикуляция и произношение. Правильная четкая артикуляция — непременное требование. Ваше произношение всех букв алфавита должно хорошо восприниматься телезрителями.

«***Ленивые губы***» — вы не заботитесь о четкости своей артикуляции в повседневной жизни, проглатываете некоторые буквы или звуки.

При нормальном разговоре зрители легко вас понимают. Но если вам приходится преодолевать шум в помещении, покашливание, треск аппаратуры, искажения микрофонов, то ваша артикуляция должна быть безупречной. Кроме того, если вы говорите слишком быстро, то срезаете часть гласных и согласных звуков. Ухо слушателя не улавливает того, что вы произнесли, и смысл сказанного теряется. Замедлить речь очень просто — нужно четко артикулировать, произносить все звуки и слоги.

Не надо рисковать, употребляя незнакомые слова — вы можете произнести их неправильно. Пусть словарь станет вашим другом. Если вам встречаются трудные длинные слова, пользуйтесь словарем как учебником и выработайте у себя привычку обращаться к нему почаще.

Больше тренингов, упражнений и комплект скороговорок для отработки проблемных звукосочетаний вы можете найти в моей книге «Недетское телевидение. Версия 2.0», а здесь сейчас не хотелось бы повторяться.

Теперь о техническом оснащении радиостудии. Радиостанция – это аппаратный комплекс, предназначенный для осуществления различных типов радиовещания. Под словом «радиостанция» понимают также и коллектив технических и творческих работников, осуществляющих вещание на таком комплексе. Коллектив радиостанции в зависимости от ее организации и уровня решаемых ею задач может насчитывать от одного до нескольких сотен человек, причем состав и функции отдельных членов коллектива заметно различаются при разных типах организации вещания.

Современные типы организации вещания характеризуются совмещением студии и аппаратной вещания в одном помещении, что не исключает возможности совмещения в одном лице функций ведущего эфира, звукорежиссера, а зачастую и звукооператора и даже инженера. Находясь за микшерным пультом, ведущий имеет возможность в процессе ведения эфира корректировать с пульта вещательный сигнал радиостанции, вводить звуковой сигнал с различных источников. Это позволяет производить замену звуковых носителей (ленты, кассеты, диски и т.п.) и даже выполнять инженерные функции – коммутацию, регулировку аппаратуры и т.п.

От магнитной записи в радиостудиях остались только воспоминания. Появились цифровые технологии, и под их давлением ушла из студии магнитная лента – таков результат эволюции. Сегодня соревноваться с «цифрой» едва ли имеет смысл. Но и сама цифра тоже неоднородна.

Компьютер выступает в качестве устройства управления, плата с АЦП/ЦАП – как устройство преобразования сигналов и контроллер жестких дисков. Типичный образец – продукт Audio-VAULT. Огромная плата, которая все делает сама, практически не загружая операционную систему. Минимальные требования к PC, высокая стабильность – это все, что требуется для спокойной работы.

Итак, что требуется в студии?

– ***Микрофоны для ведущих***. Принцип преобразования энергии остается прежним, меняется лишь реализация. На помощь штативно-настольным решениям идут миниатюрные гарнитуры с проводным подключением или с радиоканалом. Уже ничто не сковывает ведущего в эфире: от свободы движения всего один шаг к свободе мыслей и их выражения.

– ***Телефонный гибрид для звонков***. От проводного "Алле, барышня!" мы ушли довольно далеко. Современный гибрид – это целый технологический комплекс, позволяющий использовать ресурсы и обычной телефонной сети, и ISDN, и GSM, и VoIP. Улучшается качество связи, расширяются возможности: можно организовать в эфире целую телеконференцию с дюжиной присяжных. Техника позволяет, хватит ли творческой фантазии на заполнение технических возможностей – вопрос другой.

– ***Устройство воспроизведения***. Сегодня PC позволяет воспроизводить столько фонограмм, что даже трудно себе представить, куда их можно было бы направить: ведь в эфир идут всего два сигнала стереопары – левый и правый. А управление этим комплексом, похоже, заходит в тупик. Сейчас количество функций определяет стоимость продукта, и производитель ищет аргументы для его усложнения, а мир жаждет простоты. И обратите внимание: цифра или аналог на выходе – сегодня это не имеет решающего значения, а впереди все равно цифра.

– ***Консоль или пульт управления*** системой в целом. От аналогового пульта, в который собирались все сигналы, мы идем к цифровой консоли, в которой сосредоточены только органы управления комплексом, все остальное спрятано подальше, не портит интерьер своим видом, и шума не создает. Типичный пример такого решения – AXIA. При желании можно найти на рынке и все промежуточные конфигурации. Кто-то предпочитает классические блочно-модульные пульты с аналоговой обработкой и аналоговым или цифровым управлением. С пониманием относятся работники радиостанций к моноблочным пультам, которые дешевле блочно-модульных.





Современные радиостанции, как правило, выбирают конкретный формат, направленный на определенную целевую аудиторию: молодежь, на тех, кому за 40, на прогрессивных людей немногим старше тридцати, любителей клубной музыки и т. д. Понравиться всем не получится, поэтому нужно понять, какова целевая аудитория новой станции — для кого будут вещать ведущие на ее волнах и какой жанр музыки будет приоритетным.

Момент спроса является достаточно важным, техническая сторона — сопутствующей. Чтобы понять, в каком направлении лучше пустить эфир, нужно задаться вопросом, чего люди хотят, но не получают. Ответив на него, нужно превратить радиостанцию в удовлетворение желаний целевой группы радиослушателей.

К моменту начала эфира нужно подготовить необходимые ролики нового радио, стильную заставку, которая бы сделала радиостанцию узнаваемой. Также необходимо будет разместить рекламу в популярных изданиях и на местном телевидении. Заявить о себе можно и при помощи рекламы в Яндексе, Google, а также в социальных сетях. Последними, к слову, не стоит пренебрегать. Дело в том, что десятки тысяч жителей города, в котором будет открываться новое радио, посещают социальные сети. Хорошая новость в том, что администрация того же сайта «ВКонтакте» предоставляет возможность рекламы, которая к тому же будет высвечиваться исключительно на страницах представителей конкретной целевой аудитории (жителей определенного города, имеющих актуальный для радиостанции возраст).

Поскольку самостоятельно наполнять эфир каждый день в течение 24 часов вряд ли получится сразу, возникнет необходимость заключения договора, позволяющего транслировать передачи региональной радиостанции. Небольшой совет: все расходы нужно подсчитать перед тем, как создать свое радио.

Для того чтобы максимально быстро привлечь наибольшее количество постоянных слушателей, нужно вывести радиостанцию в интернет-пространство. Для этого можно использовать Winamp, некоторые интернет-сервисы и сервер, при помощи которых пользователи смогут слушать радиостанцию. В интернете есть немало пошаговых инструкций, в которых подробно описано, что и где нажимать.

Желательно, чтобы у радиостанции был свой сайт с возможностью скачивания плагина, позволяющего слушать радио без входа в интернет-браузер. Конкуренция в данном виде деятельности находится на достаточно высоком уровне, поэтому придется приложить максимум усилий и создать качественный продукт, который окажется достойным симпатий тысяч слушателей. В будущем, когда ваша радиостанция будет развиваться, можно рассмотреть вопрос о том, как организовать радиовещание по франшизе.

Франшиза — объект договора франчайзинга, комплекс благ, состоящий из прав пользования брендом и бизнес-моделью франчайзера, а также иных благ, необходимых для создания и ведения бизнеса. В качестве франшизы могут выступать методы ведения бизнеса, товарный знак, технология со взаимными обязательствами и льготами между передающей (франчайзер) и получающей (франчайзи) сторонами, предоставляемые за плату и оформленные в соответствии с законом об охране интеллектуальной собственности.

Медиафраншиза — интеллектуальная собственность, состоящая из персонажей, вымышленной вселенной и прочего в каком-либо оригинальном медийном произведении, таком как книги, фильмы, телепрограммы или компьютерные игры. Например, серии фильмов, их сиквелы, приквелы, ответвления сюжета.

А в заключение, несколько советов для тех, кто готов вести беседы у микрофона.

КАК ПРАВИЛЬНО ВЕСТИ БЕСЕДУ.

Если вы хотите, чтобы беседа с объектом вашего интереса прошла на должном уровне, следует учесть следующие психологические особенности человека:

– любой человек нуждается в положительных эмоциях;

– любому человеку приятно ощущение собственной значимости, и он рад слышать подтверждение этому;

– любому человеку льстит одобрение и похвалы в его адрес;

– любой человек любит говорить о своем хобби;



– любой человек любит говорить о том, чем он гордится;

– любой человек любит говорить о том, в чем он достиг каких-либо успехов.

Поэтому в любой беседе с человеком, который вам интересен:
- найдите и подчеркните что-то общее между вами;
– сделайте ему комплимент;
– покажите свой интерес к волнующим его темам;
– ваш голос должен быть приятным и соответствовать мимике и жестам;
– ваш голос должен быть достаточно эмоционален;
– избегайте монотонного голоса;
– избегайте слишком быстрой или замедленной речи;
– умейте слушать, не перебивайте собеседника;
– задавайте уточняющие вопросы;
– реагируйте на сказанное одобряющими, восхищёнными возгласами, всем вашим видом показывая крайнюю заинтересованность темой разговора;
– сопровождайте слушание внимательной позой, кивками головы, мимикой.

А теперь перейдем к так называемым «техническим параметрам» беседы. Дистанция общения во время беседы должна быть:
для интимного разговора – до 0,5 метра;
– для дружеского разговора – от 0,5 до 1,2 метра;
– для разговора с малознакомым человеком – от 1 до 3 метров.

Женщины выбирают для общения более близкую дистанцию, мужчины – подальше.

Лучший контакт между собеседниками и более непринужденное общение получается тогда, когда они сидят не рядом и не напротив друг друга, а немного под углом друг к другу. При этом под наибольшим психологическим воздействием будет тот, кто сидит справа от вас.

Не следует скрещивать руки на груди и класть ногу на ногу, так как эти закрытые позы препятствуют доверительному разговору.



Не следует разваливаться в кресле и закидывать руки за голову. Лучше принять свободную, непринужденную позу внимания.

Жесты должны быть открытыми. Жестикулировать следует в районе пояса открытыми ладонями в сторону собеседника. Ладони не должны быть сжаты в кулаки.

Если вы хотите понравиться собеседнику, то, когда говорите, смотрите ему в левый глаз. Но не более 10 секунд при непринужденном разговоре. Более продолжительный взгляд немигающими глазами может ввести вашего партнера в легкий транс.

Особенно эффективно для любовного привлечения партнера сочетать продолжительный взгляд в глаза (более 10 секунд) с так называемым сексуальным взглядом – ниже подбородка, до уровня груди.

Помните, что на подсознательном уровне взгляд сверху вниз воспринимается как взгляд подчиняющий, взгляд лидера. И наоборот, взгляд снизу вверх – это взгляд подчинения, робости.

При произнесении более значимых фраз или заключительной фразы смотрите в глаза вашему собеседнику, это оставит глубокий след в его подсознании.

Если вы будете следовать данным рекомендациям, то и вы, и ваш собеседник будете довольны приятным общением.



ГЛАВА V. ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКА.

Телевидение как особое, специфическое средство информации, пропаганды и развлечения требует осмысления. Требует исследований, и такая область телевидения как журналистика. Обычно журналистскую деятельность подразделяют на три основных вида – это информация, аналитика, публицистика. Каждый их них подразделяется на подвиды, которые и принято считать жанрами журналистики. Жанр – это исторически определившийся тип отображения реальной действительности, обладающий набором относительно устойчивых признаков.



Чтобы «чайнику» понять, как же делать сюжеты, снимать репортажи и фильмы, необходимо применить все знания, которые были написаны в этой книге выше. Ну, а потом уже…

Введение в процесс подготовки информационного сообщения — от идеи до выпуска в эфир – проходит по следующему пути:

- ***редакционные цели*** (получение задания). СБОР НОВОСТЕЙ: для этого хороши все способы. Рутинный обход или обзвон служб: милиция, пожарные, скорая помощь, спасатели и т. д. Встречайтесь обязательно лично и всегда будьте вежливы и предупредительны. Помните: вам еще не раз придется к ним обращаться и что объем и качество информации, которую они предоставляют, напрямую зависит от того, какие отношения у вас сложатся. Часто вы можете найти сюжет просто «держа глаза и уши открытыми». В городе построили новую стоянку на месте детской площадки. Заколоченное досками здание. Каково передвигаться по городу людям с ограниченными возможностями? Заметили что-то необычное — вперед! Кроме этого, конечно же, и собственные источники редакции;
- ***подготовка сюжета*** (получение дополнительной информации). Используется все: книги, газеты, журналы, радио, интернет, естественно, справочники и энциклопедии. Записная книжка: обязанность каждого репортера новостей — внести в записную книжку информацию обо всех запланированных мероприятиях, будь то день и время соревнований, дата педагогического совета или выставки собаководов.

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

- ***съемки на месте события*** (stand-up'ы — корреспондент, находясь на месте съемки, обращается непосредственно к зрителям, глядя в камеру; синхроны — интервью или сообщение непосредственных участников событий, о которых рассказывает репортаж; видеоряд — «картинки», снятые оператором; лайфы — живые картинки, которые можно использовать без комментария автора, no comment).
- ***редактирование репортажа*** («черновой» материал, подготовка монтажного листа). Монтажный план сюжета. Проверенные формы чаще всего дают лучший результат, если вы делаете первые шаги в своей профессии.

- ***обеспечение качества*** («чистовой» монтаж, подготовка сюжета к выпуску в эфир). Озвучание (тонирование). Напишите закадровый текст после завершения съемок. Подготовьте сценарий таким образом, чтобы текст сразу подводил к первому вопросу в интервью.

КАК ПИСАТЬ ЗАКАДРОВЫЙ ТЕКСТ?

Одна из самых больших проблем телевизионной журналистики у начинающих корреспондентов и авторов сюжетов. Очень часто обращаются мои ученики и студенты именно с этим вопросом. Для ответа можно использовать такой шаблон – самая простая схема построения материала:

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

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

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

— дополнительная информация по теме;

— информация о перспективе развития событий.

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

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

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

4. **Правьте, правьте и ещё раз правьте**. Каждый следующий черновик всегда лучше предыдущего. Чем раньше вы начнете писать текст репортажа, тем больше времени у вас будет на правку. Тщательно и придирчиво анализируйте каждое слово, каждую фразу. Если вам никак не приходит в голову удачное первое предложение, попробуйте начать писать с середины. ПЕРВЫЕ СЛОВА САМЫЕ ВАЖНЫЕ, КАК И ПЕРВЫЕ КАДРЫ!

Если перейти к более сложным построениям, когда вы уже уверенно набираете закадровый текст и готовы «клепать» не только текстовые клише, но и строить драматургию, определите, в каком виде вы будете представлять материал зрителю. Вот типичные формы подачи материала:

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

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

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

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

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

Теперь, что вы сняли и хотите показать своему зрителю? Здесь жанры мало чем отличаются от других средств массовой информации. Тем не менее, немного разберем.

ТЕЛЕВИЗИОННЫЕ ЖАНРЫ.

Телесюжет – краткое сообщение о каком-либо событии или явлении на телеэкране, записанное на видео, сопровождающееся комментариями автора или ведущего.

Телерепортаж – разделяется на событийный (новостной), информационный и аналитический. *Событийный* (новостной) – не требует, как правило, особых изысков в исполнении. Оптимальный набор: картина места происшествия, синхрон участника и (или) синхрон эксперта, stand-up на фоне места происшествия с деталями, четко фиксирующими присутствие корреспондента на этом месте. *Информационный* – это сюжеты, не связанные, как правило, с событием сегодняшнего дня, элементом является часто встречающееся в них присутствие в них оценочного, комментарного момента. *Аналитический* – стремление к тому, чтобы донести до зрителя свою точку зрения на происходящее (нормальная болезнь любого нормального начинающего журналиста).

Отсутствие такого желания, установка лишь на изложение фактов – ненормально. Другое дело – дозировка фактов и комментариев, а главное – форма. Высшим пилотажем оценки происходящего можно считать «оценку через факт». Другим способом передачи оценок может быть синхрон, однако, в этом случае очень существенна личность интервьюируемого. Точнее, его социальный статус через призму происходящего, того, о чем идет речь.

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

Съемки, когда репортер идет, возможна только с определенной целью. На первых порах репортерской деятельности лучше воздержаться от этого приема. Избегайте в своей внешности всего, что может выглядеть неестественно и раздражать зрителя или отвлекать его внимание — необычной одежды, больших сережек, броских ювелирных украшений, лохматых волос и т. п. При записи стенд-апов, есть определённые правила.

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

2. **Как вы это скажете?** Стиль, настроение, тон. В стенд-апе лучше всего использовать разговорный стиль и выражаться простым языком.

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

У начинающих корреспондентов любимым элементом является стенд-ап в самом начале сюжета. Когда начинается монтаж информационной программы, ведущий, не отсмотрев предварительно материала, а знающий только суть репортажа, начинает со слов, которые звучат из уст автора в сюжете. Такие ошибки самые характерные. Мне лично больше нравятся материалы со стенд-апом в середине повествования.

Вступительный стенд-ап, как правило, дает направление репортажу, центральный (в середине) - переход от одного эпизода к другому, а финальный—подводит итог.

Несколько стенд-апов, если это не просто красование корреспондента перед зрителем, а реальная информация (эффект присутствия), не испортят ваш материал.

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

Интервью и интервьюер. Существует несколько разновидностей интервью, знать которые необходимо. Есть информационные интервью, есть портретные и проблемные. Есть уличные — типа «вокс-поп» («глас народа — глас божий», у нас их называют «интервью — анкета»). Человек присутствует в любой из вариантов, но портретное публицистическое интервью отличается от информационного или «вокс-попа» также сильно, как произведение фотохудожника от моментальной фотографии на пропуск.

Некоторые журналисты, задавая одни и те же стандартные вопросы, полагают, что этот набор, выученный раз и навсегда, позволяет обращаться к любому человеку. Причем часто создается впечатление, что интервьюер заранее знает правильные ответы на любой вопрос. Такое интервью — как дежурное блюдо: есть можно, но только по привычке. Никаких новых впечатлений оно не дает.

Если перед вами на экране две личности — журналист и его герой, если они интересны друг другу, если между ними завязался интересный разговор, значит, вы смотрите интервью. Если всего этого нет — значит, вам навязывают безвкусное дежурное блюдо.

Информационные интервью делятся на два основных вида: есть «*интервью-факт*» и «*интервью-мнение*». Надо хорошенько подумать, что именно вы хотите получить на месте событий. Репортер, берущий информационные интервью, занимает определенную позицию: он ведет поиск документального материала от имени зрителя.

Титром «***Специальный репортаж***» может предваряться серия неоперативных репортажей, представляющих собой истории, не связанные с текущими событиями недели. Это может быть самый большой, обстоятельный материал в выпуске. Он может быть приурочен к дате или к событию, а порой никакого оперативного повода нет – просто попал журналист в интересное место и решил показать, что увидел.

Спецрепортаж может служить отправной точкой для комментария специалиста, для дискуссии, может выходить как самостоятельная передача («Репортер» на РТР) …, но чаще всего он все-таки входит в сосав выпуска новостей и выделяется специальной отбивкой.

Публицистика всегда субъективна. Здесь журналист берет на себя ответственность за истолкование происходящего в жизни, делая это либо сам (тогда он — комментатор или обозреватель), либо через показ позиции других людей (в интервью). Публицистическая передача всегда призывает к чему-либо аудиторию, показывает некий пример.

Публицистика никогда не устареет, потому что отвечает потребности людей в нравственных постулатах, без которых не найти опоры, необходимой в потоке информации, текущем по всем каналам ТВ. Начнем разговор о формах и методах работы публициста с того же, чем закончили тему информации, — с интервью. Но здесь, в больших диалогах, роль интервьюера значительно сложнее, чем в репортерстве, где интервью звучит в эфире 10 - 30 секунд.

«Шоу» — переводится как «представление». Модным словечком «***ток-шоу***» обозначается «разговорное представление», своего рода спектакль — яркий, динамичный. Шоумен должен быть артистичным, его талант общения и умение выстроить передачу из множества высказываний, его ирония, иногда сомнение, удивление — редкий комплекс!



Эти передачи могут быть очень разные. Но непременно легкие для восприятия, даже если тема злободневна. Необходимый признак жанра — участие публики. Помимо ведущего и героев возможно присутствие специальных экспертов. Иногда организуются какие-то сюрпризы, неожиданности для героя.

Телевизионный фильм-портрет — наиболее сложный вид журналистской работы, требующий не только интуиции художника, но и довольно длительного времени для съемок. Репортер с оператором, работающие для информационной программы, приезжают в день события, быстро снимают главные эпизоды (митинг на площади, мэра, перерезающего ленточку и ликующий народ) и тут же возвращаются в телестудию, чтобы успеть смонтировать репортаж для вечерних новостей. Для публициста праздник — лишь повод обсудить проблемы дальнейшего развития города. Он заранее узнал о них, торопиться в эфир ему не надо. На фоне праздника он продолжает свое исследование, общается с заранее намеченными героями. Ну а что же художник? Он может не только «отражать событие», но и отчасти организовать его.

Телефильм (телевизионный фильм) — игровой фильм, снятый специально для показа по телевидению. При создании телефильмов учитываются технические возможности телевидения и особенности восприятия телезрителями изображения на экране телевизора. Часто телефильм состоит из двух и более последовательных, но демонстрируемых в разное время частей — серий. Телефильмы с большим количеством серий принято называть телесериалами.

Документальное кино (или неигровое кино) — вид кинематографа. Документальным называется фильм, в основу которого легли съемки подлинных событий и лиц.

ИНТЕРВЬЮ, КАК ЖАНР ТЕЛЕЖУРНАЛИСТИКИ.

Еще один вопрос от начинающих корреспондентов, впервые выходящих на работу «в поле»: «А что спрашивать?!» Этот вопрос задается постоянно и надо много терпения и выдержки, чтобы объяснить – вопрос может быть интересным только в том случае, если ответ интересен самому интервьюирующему. Не имеющему интереса к теме человеку крайне сложно получить полновесный и обоснованный ответ от участника или свидетеля события! Отсюда и главное определение журналиста – глаза и уши общества.

Интервью — непременный компонент ежедневных, обыденных репортажей и информационных сюжетов, который имеет свои базовые принципы.

1. Настоящий интервьюер придумывает вопросы всякий раз новые, исходя из того, с кем предстоит беседовать и в какой ситуации. ХОРОШИЙ ВОПРОС — ВЕЩЬ ОДНОРАЗОВАЯ!

2. Важно, чтобы журналист представлял собой что-то и без микрофона. Есть две личности перед камерой — зритель увидит интересный разговор. Нет — самодеятельность, которую мы наблюдаем повсеместно.

3. Журналист должен всегда знать ответ на вопрос: что нужно телезрителю. Соответственно и подготовка к интервью, сбор материала к интервью идут как бы по поручению и от имени зрителя.

4. Журналист выступает как исследователь и актер одновременно: собирая досье на героя, задавая контактные вопросы, уточняя интонацию разговора, определяя свою будущую роль в интервью:

a) «***сотрудничество с партнером***»;

b) «***соперничество***» (журналист — «скептик», «противоположная сторона», корректный «разоблачитель»);

c) «***валяние дурака***» (журналист прикидывается «наивным», чтобы потом выложить свои «козыри»).

5. Общее впечатление от интервьюера должно быть таким: этот человек знает многое, но хочет узнать еще больше, это личность, а не подставка под микрофон. Надо стремиться к тому, чтобы быть, а не казаться такой личностью!

6. Все плохие интервью начинаются одинаково: «*У нас в студии выдающийся… Скажите, пожалуйста… Представьтесь, пожалуйста… Ваша профессия?…*»

Помните: удачное представление, удачное начало разговора придадут вашему интервью необходимые темы и упругость. Настоящих интервью немного, поэтому их так ценят!

Формулируйте ваши вопросы кратко и по существу дела, обязательно слушайте ответы. Не позволяйте гостю произносить ответы невнятно и не стесняйтесь переспросить или попросить у интервьюируемого подвести итог сформулированным им проблемам в завершении интервью. Избегайте «закрытых» вопросов, на которые достаточно ответить только «да» или «нет».



Открытые вопросы: *кто? что? где? когда? зачем? как? почему?*

Найдите нужное помещение или место для съемок сюжета, если нужно проиллюстрировать атмосферу происходящего. Если вы беседуете с директором школы, фоновая картинка детской площадки или классной комнаты будут создавать гораздо лучшую атмосферу, чем его рабочий кабинет. Избегайте появления посторонних объектов в кадре за спиной репортера или его собеседника — например, автомашин, кораблей, самолетов, — которые отвлекают внимание и с которыми тяжело справиться при монтаже видеоматериала. Особенно это касается надписей на стенах и заборах! К сожалению, такой неприятный опыт уже был у самого, поэтому советую и вам обратить на это внимание.

Советы начинающему интервьюеру.

1. Будьте естественны!
2. Попробуйте задеть слабую струнку собеседника! (хобби, дети, животные и т. д.)
3. Не претендуйте на собственную компетентность, если ее нет!
4. Не забывайте о моменте риска! (то, что вам нравится в собеседнике — роман, картина, музыка — он сам может ненавидеть).
5. Попробуйте настроить собеседника на волну воспоминаний!
6. Не заполняйте паузу в разговоре своими советами!
7. Не критикуйте в лоб, делайте это дипломатично!
8. Будьте доброжелательны! Беседа — не соревнование!
9. Не будьте нулем!
10. Употребляйте простые слова!
11. Главная заповедь: «Стой! Смотри! Слушай!» Поговори с человеком до эфира. Обязательно смотри на него во время интервью. Именно слушай, а не делай вид!

Интервью может быть:

a) *информационное*;

b) *интервью-комментарий*. Беспристрастная оценка события или дополнительная информация;

c) *интервью-мнение*. Узнать точку зрения, персональную позицию, личный взгляд человека на событие или проблему.

В традиционном интервью один человек отвечает на многие вопросы, а в опросе — многие респонденты на один-два;

d) *портретное интервью*. Чтобы раскрыть чужую личность для зрителя, мало знать о собеседнике почти все. Важна драматургия построения и психологический настрой собеседников.

ПОДГОТОВКА ИНТЕРВЬЮ.

Вы должны достаточно хорошо владеть предметом разговора, как можно больше знать о вашем собеседнике и точно представлять себе, что именно хотите выяснить в ходе интервью.

1. ***Глубоко изучите предмет обсуждения***. Вы будете чувствовать себя уверенным и информированным, сумеете адекватно отреагировать на любые отклонения в разговоре. Прочтите как можно больше информации на заданную тему и убедитесь в том, что эта информация актуальна. Выпишите необходимые цифры и цитаты, которые могут понадобиться в ходе беседы.

2. ***Определите основные цели программы***. Интервью может быть описательным, повествовательным, проблемным, т. е. представлять собой обсуждение того или иного спорного вопроса. Интервью берут у людей потому, что они были свидетелями того или иного события. В некоторых случаях интервью следует вести агрессивно, чтобы прояснить позицию собеседника по поводу сложной или противоречивой проблемы.

3. ***Знаком ли предмет вашей беседы зрителям***? Следует помнить о контексте беседы, давая по ходу необходимые пояснения, о чем идет речь. Тема интервью не должна растворяться в деталях. В самом начале беседы вам следует ввести зрителя в курс дела, обозначить тему интервью. Помогите зрителю и самому себе получить максимум пользы от вашей программы, начав с краткого резюме или описания предыдущих событий.

4. ***В каком стиле и тоне следует задавать вопросы***, чтобы интервью стало максимально результативным? Вопросы должны быть краткими, прямыми и четко сформулированными. Они должны быть точными и нацеленными на выяснение всех обстоятельств.

5. ***Что вы хотели узнать в процессе интервью***? Если вы хорошо владеете предметом обсуждения, можете решить, что именно вам и вашим зрителям необходимо выяснить в ходе интервью, и соответствующим образом сформулировать вопросы. Интервью для аналитической программы или ток-шоу не одно и тоже!

ПЛАНИРОВАНИЕ ИНТЕРВЬЮ.

1. ***Первый вопрос — самый важный***. Он определяет ход и стиль всего разговора. Хорошо продумайте свой первый вопрос!

2. ***Последовательность вопросов***. Определите основные темы интервью. Будьте реалистами и не пытайтесь объять необъятное.

3. ***Примерный список вопросов***. Набросайте примерный перечень вопросов, которые нужно задать.
4. ***Уточните вопросы***. Соберите дополнительную информацию и вооружитесь конкретными фактами, которые помогут сделать ваши вопросы максимально весомыми.

ПОДГОТОВКА СОБЕСЕДНИКА

1. В самых общих чертах расскажите о темах, которые вы намерены затронуть.
2. В предварительном разговоре постарайтесь представить себе возможные варианты ответов.
3. Помогите собеседнику расслабиться.
4. Помните — цель интервью вовсе не в том, чтобы продемонстрировать собственное преимущество перед собеседником или поставить его в неловкое положение. Главное — это раскрыть тему и дать зрителям почувствовать, что в конце интервью они стали знать больше, чем в его начале.

ПРОВЕДЕНИЕ ИНТЕРВЬЮ

1. ***Внимательно слушайте***. Будьте готовы отойти от запланированного списка вопросов, если беседа принимает неожиданный оборот.
2. ***Повторение вопросов***. Не бойтесь повторить вопрос, если ответ собеседника вас не устраивает.
3. ***Уточнения***. Если ответ кажется вам мало вразумительным или уклончивым, попросите собеседника выразиться более определенно или дать необходимые разъяснения.
4. ***Завершение интервью***. Подведите беседу к логическому концу. Часто для этого следует просто повторить основные моменты разговора.

Цель интервью состоит в выяснении фактов, побудительных причин или мнений по тем или иным вопросам, которые, в конечном счёте, помогают зрителю составить мнение. Ведущий должен оставаться отстраненным и беспристрастным.

Интервью: визирование материала.

Визировать интервью — отличный способ не испортить отношения с собеседником. Завизировать – значит, дать спикеру расшифровку телевизионного сюжета, видеофайл или текст для предварительного ознакомления.

Журналисты редко визируют материалы, созданные на основе чьих-то слов (для актуальных информационных сообщений в этом нет необходимости). Важно соблюдать два незыблемых правила. Первое - автор материала гарантирует дословное цитирование или передачу неискаженного смысла высказывания. Второе – при личном общении сообщает спикеру, что он работник СМИ.

Не визировать материал можно и в том случае, если он публикуется «без купюр» или фрагментами. Естественно, источник указывается. Если мы излагаем смысл интервью собственными словами, то ссылка — дело нашей порядочности.

При визировании будьте готовы и к неприятному повороту событий. Спикер может взять свои слова обратно, подвергнуть текст цензуре, начать редактировать цитаты. И даже потребовать исправить заголовок, лид, подводку. Поэтому не стоит думать, что визирование — полезная для вашего материала процедура. Все зависит от степени риска. Полезным может быть только возможное исправление фактических неточностей.

Правила воздействия на человека.

Не оскорбляя и не вызывая чувство обиды!

1. Начинайте с похвалы и искреннего признания достоинств собеседника.
2. Указывайте на ошибки других не прямо, а косвенно.
3. Сначала поговорите о собственных ошибках, а затем уже критикуйте своего собеседника.
4. Задавайте собеседнику вопросы, вместо того чтобы ему что-то приказывать.
5. Давайте людям возможность спасти свой престиж.
6. Выражайте людям одобрение по поводу малейшей их удачи и отмечайте каждый их успех. Будьте чистосердечны в своей оценке и щедры на похвалу.
7. Создавайте людям хорошую репутацию, которую они будут стараться оправдать.
8. Прибегайте к поощрению. Создавайте впечатление, что ошибка, которую вы хотите видеть исправленной, легко исправима; делайте так, чтобы то, на что вы побуждаете людей, казалось им нетрудным.
9. Добивайтесь, чтобы люди были рады сделать то, что вы предлагаете.

Как распознать лжеца по речи.

1. Задавайте вопросы и всегда следите за тем, что начинает отвечать вам человек.
2. Если вы задали стрессовый вопрос и в ответ услышали встречный вопрос, например: “А зачем тебе это надо?”, “Ну, а смысл?” и т.д., значит, человек скрывает информацию. Скорее всего, он лжет.
3. Если вы задали стрессовый вопрос, и вы услышали: “Это не важно”, и любые другие уклончивые ответы, значит, человек скрывает информацию. Скорее всего, он лжет.
4. Если вы задали стрессовый вопрос и в ответ услышали тираду, а именно: большой поток информации, сказанный высоким тоном голоса, не относящимся к теме. Скорее всего, человек говорит неправду.
5. Если вы задали стрессовый вопрос, и собеседник вас проигнорировал, не ответил на вопрос или просто прекратил разговор, скорее всего, ему есть, что скрывать от вас и, может быть, он говорит неправду.
6. Лжец может выдать себя нечаянно, совершив “оговорку по Фрейду”. Внимательно следите за словами говорящего.
7. Если вы слышите длинный рассказ с перечислением последовательных действий, и вы сомневаетесь в его правдивости – попросите его проговорить этот рассказ наоборот. Если рассказ лживый, лжец не способен будет его воспроизвести в обратном порядке.
8. Если в ответе на вопрос появилось большое количество пауз, они стали слишком продолжительными и частыми, появились лишние слоги – скорее всего, человек испытывает стресс. А значит, может говорит неправду.
9. Неосторожные высказывания так же часто выдают лжецов.
10. Лжецы часто используют обобщенную речь, используя в своей речи слова типа: “все”, “всегда”, “некоторые” и т.д. Всегда уточняйте, какой реальный опыт стоит за этими частями речи.



ТЕХНИКА ДЛЯ СЪЕМОК.

Один из самых сложных и расходных вопросов в работе телестудии. От качества съемочного оборудования зависит немалый процент выходного контента на большие экраны. Тем не менее, не каждый может выделить несколько десятков тысяч российских рублей на неплохое оборудование. Неплохое – потому что хорошее будет стоить несколько сотен тысяч тех самых рублей.

Однако, нужно исходить из того, что снимает все-таки не камера, а оператор. Поэтому сегодня можно увидеть людей, снимающих на все. От мобильных гаджетов до профессиональных камкордеров. Поэтому дам здесь небольшой обзор форматов камер, на которых до сих пор работают небольшие любительские студии.

а) **Простые видеокамеры**. *VHS* (video home system — система домашнего видео) является аналоговым форматом. Разработан фирмой JVC в 1976 году. Для VHS характерна полудюймовая (12,65 мм) лента, запись на которую производится с помощью двух вращающихся видеоголовок, расположенных на барабане под углом 180 градусов. Каждый кадр телевизионного изображения записывается за один оборот барабана с видеоголовками на 2-х соседних дорожках видеозаписи. Вдоль ленты располагаются две звуковые дорожки и одна управляющая. Разрешение по горизонтали составляет 240 твл (телевизионные линии).

S-VHS (super video home system) — тоже аналоговый формат. Появление новых форматов записи всегда имеет целью устранение каких-либо недостатков предыдущих, так, дальнейшим развитием формата VHS явился формат S-VHS, который позволяет получить цветное изображение более высокого качества. Каждый кадр записывается на 2 дорожки. По сравнению с VHS этот формат обладает большим значением отношения сигнал/шум (45дБ), улучшенной контрастностью изображения и меньшими перекрестными искажениями. Благодаря существенному расширению полосы частот сигнала яркости, удалось увеличить разрешающую способность по горизонтали на 160 твл.

б) **Цифровые форматы**. Оборудование цифровых форматов видеозаписи позволяет получать материалы высокого качества и обладает стабильностью функционирования, большой надежностью и эффективностью. Еще одно немаловажное преимущество цифровой видеозаписи — это возможность многократной перезаписи без потери качества изображения.

DV (*miniDV*) (digital video - цифровое видео) - это бытовой формат цифровой компонентной видеозаписи с обработкой по стандарту 4:2:0 (PAL) и 4:1:1 (NTSC) на 1/4-дюймовую (6.35 мм) ленту. Каждый кадр располагается на 12-ти наклонных дорожках шириной 10 мкм. На наклонные дорожки записывается видео/аудиоданные, субкод, служебные данные (ITI — Insert and TrackInformation). Продольных дорожек нет.

В DV предусмотрена специальная схема исправления и маскирования ошибок. Кассеты, записанные в формате DV, могут воспроизводиться на некоторых моделях аппаратов форматов DVCPRO и DVCAM. Для передачи данных в оборудовании этого формата предусмотрен универсальный последовательный интерфейс IEEE-1394, позволяющий переносить цифровые файлы напрямую на жесткий диск компьютера с помощью редактора Canopus.

в) **Современные камеры**. Основные различия между видеокамерами – это тип носителя видео, формат записи видео и размер кадра, полученного видео.

Самая простая часть в этой классификации связана с типами носителей видео, которые в современных цифровых видеокамерах представлены кассетами miniDV, дисками DVD, жесткими дисками (HDD) и flash-карточками.

Можно ли снимать на фотоаппарат? Сегодня рынок видеоаппаратуры столкнулся с проблемой конкуренции со стороны современных фотоаппаратов, которые могут снимать не только по принципу «Остановись мгновение», но и работать в режиме видеосъемки. По цене такие аппараты дешевле многих камер. На вопрос подзаголовка можно ответить положительно. Тем не менее и здесь есть на что обратить внимание.

Съемка видео является обязательным стандартом функционала для современных фотоаппаратов. Практически все новые DSLR камеры («зеркалки») умеют снимать видео, а большинство полупрофессиональных фотоаппаратов работают с видео HD качества. До недавнего времени, ни одной объективной причины использовать видеосъемку в фотоаппарате не было. В первую очередь это касается, так называемых, мыльниц. Качество видеоматериала, полученное такими девайсами, ужасно и вряд ли кто-либо серьезно использовал этот функционал.

Гаджеты для оперативной съемки. Мода «крупноразмерного» и «тяжеловесного» уходит на задний план, и на замену выбор падает на «мелкокалиберные» гаджеты. Видео на мобильных устройствах развивается все стремительнее, и количество интересных видеоприложений также растет с каждым днем. Качество видео, однако, в большинстве случаев оставляет желать лучшего.

GoPro, торговая марка, принадлежащая компании GoPro, Inc. (до февраля 2014 носившей название Woodman Labs, Inc.), производят экшн-камеры и аксессуары к ним, предназначенные для активных видов спорта и отдыха. Популярны среди профессионалов и любителей. Устанавливаются на животных для изучения их жизни.

У камеры HD HERO отсутствует видоискатель и трансфокатор. На передней части камеры установлен монохромный жидкокристаллический дисплей для отображения меню и параметров съемки.

Как снимать на телефон? Выясните, как долго ваш телефон может работать в режиме видео и какова емкость карты памяти. Чтобы в ответственный момент не «обломаться». А также не забывайте проверять заряд батареи. Всегда используйте максимально возможное разрешение для съемок видео. Хотя, разрешение — далеко не главный критерий, оно влияет лишь на размер проецируемой картинки. А вот на качество картинки куда больше влияет частота кадров при съемке.

Держите телефон или планшет горизонтально. С вертикально отснятым видео потом будет много проблем. Чтобы просмотреть его на другом устройстве, придется его переворачивать, в результате чего по бокам появятся огромные черные поля. Не стоит вертеть камеру во время съемки — либо горизонтально снимайте, либо вертикально. И помните, что экран телефона равен видоискателю фотоаппарата.

Выберите позицию для съемки. Когда вы увидели что-либо интересное — попробуйте предугадать направление движения объекта съемки и займите соответствующую позицию, с которой вы сможете снять наиболее полную картину событий. Начните видеосъемку с общего плана, а затем уже фокусируйтесь на объекте съемки. Следите за пальцами, чтобы не обхватить объектив или микрофон.

Одной из главных проблем съемки видео на телефон является стабилизация изображения. Оптических стабилизаторов в телефонах нет, а цифровые, как правило, малоэффективны. Для стабилизации изображения, если есть возможность, ставьте руку с телефоном на ровную поверхность, положите телефон на твердый предмет, прижимайте аппарат одним концом к какой-нибудь стенке или держите аппарат двумя руками, уперев локти в корпус. Это будет даже надежнее, чем включать цифровой стабилизатор.

Помните! Микрофоны в мобильных телефонах ненаправленные. Они улавливают все, в том числе шуршание руки, которая держит телефон. Так что телефон нужно держать тихо. Микрофоны воспринимают еще и фоновый шум. Таким образом, нельзя снимать в шумной обстановке. Микрофоны чувствительны к ветру, поэтому, если вы снимаете на улице, выберите безветренный день. Чтобы записать для фильма звуки или голоса, лучше всего подойдут тихие закрытые помещения.

Все остальные вопросы по этой теме вы сможете рассмотреть в моей книге «Снимай и показывай». Там более подробно расписано, как надо снимать на телефон и фотоаппарат, как правильно пользоваться камерой и все основные правила использования гаджетов.

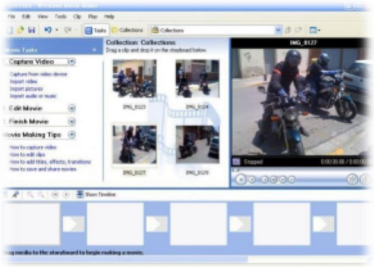


ВИДЕОРЕДАКТОРЫ.

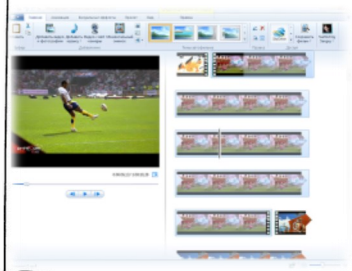
Теперь о животрепещущей теме – монтаж снятого материала. Чем и какими программами пользуются начинающие «телевизионщики» т профессионалы своего дела?

Таких программ много, но я расскажу о нескольких, пожалуй, самых популярных, которыми пользуются мои коллеги и знакомые. Для одних важна простота и доступность, цена вопроса, для других необходимы качество и количество инструментов, движки и возможности использования видеоэффектов. Не буду раскладывать их по сложности, цене или возможностям. Посмотрите, возможно что-то найдете для себя.

Windows Movie Maker – это фирменный редактор видео от компании Microsoft, который входил в стандартный "комплект поставки" операционной системы Windows вплоть до версии Vista. Разработчикам удалось создать по настоящему простой в использовании видеоредактор, который как никакой другой понятен рядовому пользователю компьютера. Windows Movie Maker позволяет всего в несколько простых шагов создать полноценный видеоролик с применением монтажа, добавлением заставок, вставкой подписей и субтитров, а также всевозможных графических эффектов. Редактор не требует никаких кодеков, да и вообще какого-либо стороннего программного обеспечения. При возникновении трудностей в ходе работы с программой, можно в любой момент обратиться к справке. Там вы найдете ответ на любой интересующий вас вопрос, касающийся Windows Movie Maker. Справка доступна на множестве языков, в том числе и на русском. Полученный ролик можно сохранить на компьютер в формате WMV или перенести на DV-камеру используя штатные средства Windows. Данный редактор предназначен исключительно для любительской работы с видео. Бесплатный.



Киностудия Windows Live (Windows Live Movie Maker) – этот видеоредактор позволяет трансформировать изображения, музыку и короткие ролики в полноценное видео. Интерфейс программы очень дружественен к пользователю, и вам, скорее всего, не понадобятся справочные материалы, чтобы начать создавать свое первое видео. Для того, чтобы удивить тех, кто будет смотреть ваше видео, вы можете использовать «Темы автофильма» (которые очень хорошо выполнены), переходы (которые удобно настраиваются), визуальные эффекты, и текст для заголовка видео.



Стоит отметить, что фоновая музыка может быть прикреплена ко всему видео, или только к его части. Если музыка длится больше, чем видео, то видео можно расширить за счет показа заголовка. Такой просто прием поможет вам синхронизировать видео и аудио.

Итоговое видео Киностудия Windows Live сохраняет в широко распространенном формате WMV, который без проблем воспроизводится на большинстве компьютеров без дополнительных видеокодеков. Есть несколько предустановленных профилей позволяющих сохранить итоговый видеоролик в форматах подходящих для портативных устройств, и конечно же, новые профили можно создавать самостоятельно. Бесплатный.

SONY Vegas Pro – функционал программы способен удовлетворить самого требовательного пользователя. Помимо профессиональной обработки видео в число возможностей программы входит запись Blu-Ray и DVD дисков, возможность работать с видеофайлами с разрешением вплоть до 4096x4096, поддержка всех мыслимых форматов видео и создание цельных роликов из фрагментов видео различного размера и разрешения. Кстати, количество фрагментов, добавляемых в ходе работы, ограничено лишь возможностями вашего компьютера.

При работе с проектами пользователям предоставляется широкий выбор инструментов, с помощью которых можно создавать клипы и ролики профессионального качества. Управление программой возможно не только с помощью мыши, но и с клавиатуры. При редактировании видео поддерживается технология drag-and-drop.

Drag-and-drop в переводе с английского означает буквально тащи-и-бросай, способ оперирования элементами интерфейса в интерфейсах пользователя (как графическим, так и текстовым, где элементы GUI реализованы при помощи псевдографики) при помощи манипулятора «мышь» или сенсорного экрана.

SONY Vegas Pro поддерживает редактирование видео в 32 битном режиме. При этом, для ускорения, основную работу по редактированию вы можете делать в 8-битном режиме, а в 32-битный приключаться при финальной обработке.



Стоит отметить, что при редактировании видео поддерживаются любые пропорции экранов и частота кадров. Например, в одном проекте вы можете одновременно работать с форматом 4:3, 16:10, 16:9 видео с частотой кадров 23.976, 24, 29.97 или 30 fps. В ходе работы с видео возможна быстрая корректировка цвета с помощью вращающегося цветового диска, а окончательная доводка, для устранения различий между различными фрагментами ролика – с помощью цветовых фильтров. Платный.

Adobe Premiere Pro – один из лидеров среди профессиональных программ для видеомонтажа. Приложение позволяет монтировать видео, применять переходы и спецэффекты, добавлять тексты, звук и анимацию. В комплекте с программой идет приложение Adobe Media Encoder, позволяющее кодировать видео в пакетном режиме. Поддерживается работа с новейшими форматами XDCAM, XDCAM EX, P2, AVCHD и RED. Есть возможность сохранения итогового видео во множество форматов, включая Blu-ray, интерактивный SWF и прочие. Поддерживается работа с метаданными и поиск слов в текстах диалогов. Adobe Premiere Pro скачивается и устанавливается через специальную программу установщик Adobe Download Assistant. Профессиональный видеоредактор. Платный.





Pinnacle VideoSpin – является немного упрощенной и слегка «урезанной», а потому и не дорогой версией известного профессионального видеоредактора Pinnacle Studio. Данная программа окажется весьма удобной и легкой в освоении для начинающих пользователей, не имеющих достаточного опыта и знаний в области видеомонтажа. Но, несмотря на это, данная программа вполне функциональна и позволяет производить многие операции с редактированием видео.

С ней вы сможете легко и быстро монтировать видеоролики и слайд-шоу (можно создавать и комбинированные проекты видео + фото), добавлять к видеоряду звуковое сопровождение, субтитры, титры, вставлять переходы, накладывать фильтры и использовать иные спецэффекты. Готовое видео можно сохранять в практически любые современные цифровые видео форматы Real Media, Windows Media, AVI, MPEG и др. Существует так же возможность, расширить функционал редактора, добавив в программу дополнительные кодеки и плагины. Тогда появится возможность создавать видео для проигрывания на таких устройствах, как PSP или iPod и возможность захвата видео со сторонних устройств (тв-тюнер или hd-камера). В добавок к этому, в Pinnacle VideoSpin существует возможность быстрой закачки готового контента на различные веб-сервисы и видеохостинги, к примеру, на тот же YouTube. Стоит так же добавить, что все созданные в Pinnacle VideoSpin проекты могут открываться и в других редакторах Pinnacle. Платный.

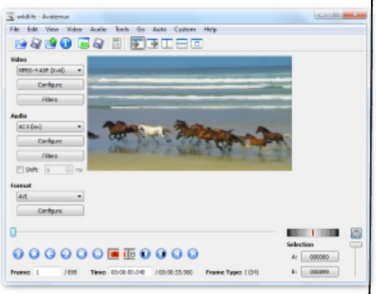
Movavi Video Editor – мощный и между тем достаточно простой видео редактор, позволяющий пользователю редактировать видео файлы, используя простой и дружелюбный пользовательский интерфейс. При помощи этого видео редактора, можно легко импортировать медиафайл, открыть файл DVD или 3D видео, а также записать видео или аудио поток.

Среди основных функций Movavi Video Editor такие инструменты как - обрезание краев видео файла, поворот картинки, добавление аудио и видео дорожек, различных эффектов и фильтров (шум, размытие, яркость, хроматический баланс, контрастность, инвертирование), создание слайд-шоу и многое другое, что наверняка пригодится при редактировании видео.



По окончанию работы с файлом клипа, результат можно сохранить в качестве проекта Movavi для последующего редактирования, или экспортировать в качестве видео или 3D-файла, файла видеоклипа для мобильных устройств, записать на CD/DVD диск или опубликовать в онлайне, в том числе на одном или нескольких популярных видеохостингах. Бесплатный.

Avidemux – бесплатный видеоредактор с открытым кодом. С помощью этой программы вы сможете конвертировать видео и отдельные его фрагменты в разные форматы, добавлять эффекты, обрезать кадр, менять размер картинки, поворачивать кадр, проводить деинтерлейсинг, работать с полями, корректировать цветовой баланс, подавлять видео-шум, накладывать субтитры и многое другое.



Пользователи Avidemux могут сохранять скриншоты видео в форматах JPG и BMP, настраивать частоту кадров и опции декодера, добавлять на видео звуковые дорожки и записывать готовое видео на DVD и CD. Программа поддерживает несколько аудиофильтров, может работать в многопоточном режиме и позволяет извлекать звук из фильмов. В качестве входных форматов Avidemux поддерживает AVI, MPEG, ASF, H.263, MPEG-4, QuickTime, 3GP, MP4, Matroska и Flash Video. Готовые видеопроекты можно сохранять в AVI, MPEG, MP4, MKV, FLV и в некоторые другие форматы. Avidemux поддерживает фильтры OpenGL, несколько скриптовых языков, может управляться из командной строки и обрабатывать файлы в пакетном режиме. Бесплатный.

Corel VideoStudio Pro – эта программа профессионального уровня имеет все, что вам нужно для импорта и редактирования видео стандартного качества, а также HD видео. Начните работу с коллекции профессиональных шаблонов от RevoStock и многочисленных высококачественных эффектов. Оставайтесь на креативной волне вместе с огромной палитрой мощных инструментов для редактирования видео!

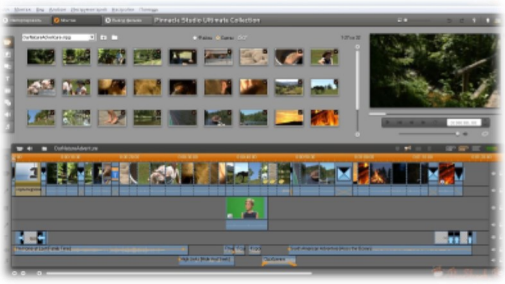


VideoStudio Pro возносит процесс создания видео на новый уровень, предоставляя пользователю отличную платформу для реализации всех креативных идей. Рабочий процесс теперь значительно ускорен благодаря графическому ускорению и поддержке многоядерных процессоров. После создания своего видео вы можете отправить его на YouTube и Facebook, или сохранить в более высоком качестве, записав на DVD, AVCHD и Blu-ray диски или сохранив на жесткий диск. Платный.

ВидеоМОНТАЖ – эта программа полностью русифицирована, так как создана отечественными разработчиками. Так что вы не встретите неадекватно переведенных фраз и слов. Сам редактор очень легко освоить. Интерфейс дружелюбен, работа с ним происходит пошагово. Сначала вы добавляете файлы, после редактируете их (обрезаете, переворачиваете), затем выбираете переходы между роликами и распределяете их в правильном порядке. На следующем этапе можно добавить аудио, после чего сохранить получившийся проект.



Приложение ВидеоМОНТАЖ включает в себя множество предустановленных вариантов перехода между частями видео, которые выглядят очень эффектно. Так же присутствуют некоторые универсальные аудиоэффекты. Пользователь может добавлять титры, надписи, картинки и многое другое. Программа "кушает" самые распространенные форматы видео и аудио в том числе ролики высокого разрешения. При необходимости можно записать готовый проект в формате DVD сразу на диск. Или сохранить в совместимом для устройств Android, iPod и iPad формате. Так же поддерживается загрузка YouTube. В итоге получаем приложение, которое поможет быстро и без проблем создать хороший ролик даже неопытному пользователю. Платный.



Pinnacle Studio Ultimate – видеоредактор с расширенными возможностями. Программа может использоваться как для профессионального редактирования фильмов, так и для работы с домашними видео. Чтобы начать работать над проектом, пользователю достаточно перетащить видеофайлы на монтажный стол, а затем при помощи нескольких кликов добавить к ним звук, текст, эффекты, переходы и т.д.

В Pinnacle Studio HD Ultimate все применяемые эффекты отображаются в окне предварительного просмотра в режиме реального времени. Готовые проекты можно экспортировать во множество форматов, включая видео для веб, DVD, Blu-ray, HD видео и т.д. В программу встроено более 2000 разнообразных эффектов и переходов. Поддерживается звук в формате Dolby Digital 5.1.

Pinnacle Studio предоставляет новые интуитивные функции, позволяет работать с высокой эффективностью и использовать большую коллекцию контента, который идет вместе с программой. В программе вы найдете более 1000 уникальных эффектов и тем. Платный.

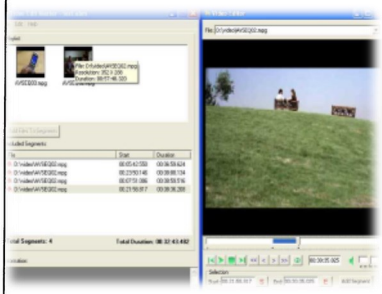
Adobe After Effects CC – это профессиональный видеоредактор, который поддерживает создание графических эффектов, композитинга и работы с анимацией. Зачастую данная программа используется как инструмент пост-продакшена и цветокоррекции уже смонтированного ролика, а также для добавления всевозможных спецэффектов.

Ключевое отличие AA от прочих профессиональных программ для монтажа и работы с эффектами заключается в наличии огромной библиотеки плагинов, распространяемых как на платной, так и на бесплатной основе. Эти плагины предоставляют пользователю практически неограниченные возможности, делая After Effects по настоящему универсальным программным решением.

Программа часто используется для создания динамических презентаций с трехмерными эффектами, а также предоставляет инструменты удобного менеджмента проектов и работы с пресетами. Отдельно стоит отметить обширный инструментарий Adobe After Effects для работы с титрами и монтирования начальных заставок.



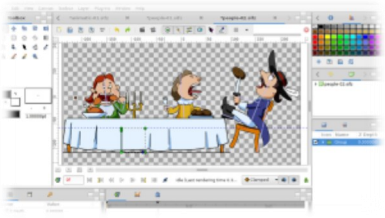
Удобное управление камерой в трехмерной среде, огромная библиотека со шрифтами и эффектами, а также возможность самостоятельного моделирования последних делают AA лучшим средством моделирования вступительной части к видео на сегодняшний день. Программа поддерживает тесную интеграцию с другими продуктами от Adobe. В частности, отлично работает "в связке" с программными решениями Adobe Premiere, Adobe Illustrator и Adobe Photoshop. Платный.



Video Edit Master – программа, которая позволяет разрезать видео на части и объединять разные фрагменты в один видеофайл. Video Edit Master поддерживает форматы MPEG и AVI (Xvid, Divx и т.д.). При помощи этого приложения вы сможете монтировать друг с другом видеофрагменты без необходимости их перекодирования (для этого требуется, чтобы они имели одинаковый кодек, разрешение и частоту кадров). Одним из вариантов применения этой программы может стать быстрое удаление рекламных вставок из фильмов. Во время редактирования вы можете просматривать видео, устанавливать начальную и конечную точки для каждого из фрагментов, регулировать уровень громкости, создавать скриншоты экрана и многое другое. Video Edit Master поддерживает пакетную обработку видеофайлов. Бесплатный.

Synfig Studio – бесплатная кроссплатформенная программа для создания высококачественной векторной 2D анимации в условиях небольшого коллектива. Программа работает исключительно с векторными объектами и позволяет, как создавать небольшие анимационные картинки, так и рисовать целые мультфильмы.

Программа отличается качественным профессиональным интерфейсом, с рабочим окном для изображения, и функциональными панелями (инструменты, свойства, слои, навигатор, параметры и др.). Для создания анимации в программе задаются ключевые точки изображения, а программа рассчитывает и создает промежуточные кадры.

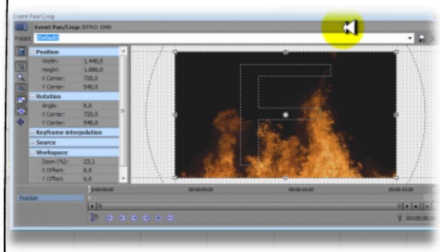


Synfig Studio ориентирован на работу с векторными объектами, что позволяет при масштабировании не беспокоиться о возможной пикселизации изображения. Растровые изображения могут использоваться только в случае импорта. При помощи базового набора инструментов программа позволяет создавать любые анимационные эффекты. При создании световых эффектов программа использует технологию High Dynamic-Range Imaging, позволяющую добиться оптимальной яркости.

При создании фильма в Synfig Studio не требуется прорисовывать каждый кадр в отдельности, программа автоматически интерполирует изменение ключевых кадров, сглаживая движения и значительно сокращая время на создание анимации. Кроме того, в программе реализована полная поддержка контурных градиентов, и прочих анимационных эффектов, что позволяет серийно добавлять затемнение, размытие и корректировать цвета в нужных местах рисунков, не тратя времени на покадровую работу. Все представленные в программе эффекты могут применяться при любом разрешении.

Собственные файлы программа сохраняет в формате SIF и с разметкой на XML. Готовый фильм можно сохранить в формате AVI, MPEG, Digital Video и Theora, для анимации используются форматы GIF и MNG. При желании, отдельные кадры можно сохранить в формате BMP, PGN, PPM и OpenEXR. Доступный и понятный интерфейс программы вкупе с функциональными возможностями делают Synfig Studio идеальным выбором для создания анимации в домашних условиях. Бесплатный.

Sony Vegas Movie Studio HD Platinum – это программное обеспечение, которое дает возможность создавать видео высокого качества в домашних условиях. В отличии от Sony Vegas Pro, основного программного продукта компании Sony Creative Software, этот видео редактор немного урезан в функциональности, и подойдет далеко не всем профессионалам по работе с видео материалами. Однако, оставаясь хорошо укомплектованным в плане функций и эффектов, Sony Vegas Movie Studio прекрасно подойдет для новичков и увлеченных созданием видео пользователей.



Программа поддерживает почти все форматы видео, включая HDV и AVCHD. Мощные функции для видео редактирования, коррекции цвета и создания саундтреков, помогут вам достичь наивысших результатов. Загружайте созданное видео на YouTube, или записывайте его на Blu-ray и DVD диски не выходя из программы.

Используйте сотни 2D и 3D видео эффектов и фильтры и коррекцию неудачных цветов. Размытые изображения, которые были засняты в процессе движения также можно стабилизировать и улучшить.

Включенные в состав Sony Vegas Movie Studio интерактивные обучающие пособия помогут вам понять структуру работы с программой и обучиться основным приемам в короткие сроки. Платный.



Avid Media Composer – с помощью утилиты вы можете в реальном времени создавать творческие проекты, не ограничивая свою фантазию рамками технически возможностей программного обеспечения. Быстрота процесса ввода и вывода данных в приложение осуществляется за счет технологий Mojo DX и DX Nitris. Среди уникальных особенностей Avid Media Composer – редактирование кадров HDCAM SR Lite, ускорение рабочих процессов AVC-Intra, набор визуальных эффектов, графики, музыки и т.д. Точная настройка переходов между частями видео может осуществляться пользователем непосредственно на временной шкале с помощью мыши. Платный.



Думаю, на этом достаточно вас напрягать в направлении редактирования и монтажа вашего видео для интересных программ, сюжетов и фильмов.

ГЛАВА VI. ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛИСТИКА.

Новая разновидность журналистики, появившаяся в конце XX века с развитием и распространением Интернета. Специфика Интернета позволила организовывать регулярное информационное вещание на широкую аудиторию без специального развертывания особой технической инфраструктуры. Таким образом, почти любой желающий получил возможность создавать средства массовой информации.

Интернет-издания могут иметь официальный статус СМИ, могут не иметь его. Работающий на интернет-издание журналист (интернет-журналист), как правило, не сталкивается со многими атрибутами традиционной журналистики — специализированной аппаратурой для телесъёмки и звукозаписи, полиграфией.

Широкую популярность приобрела индивидуализация журналистики. Это новое явление, получившее свое распространение в своей индустрии. Любая личность выступает как производитель и распространитель информации без контроля и каких-либо ограничений извне. Стала развиваться и завоевывать популярность блогосфера; общественность, пресса и научные круги задались вопросом, могут ли блоги вытеснить т. н. «традиционные СМИ». К настоящему времени многие приходят к выводу, что профессиональная журналистика и блогосфера (которую иногда называют «индивидуальной» или «гражданской» журналистикой) дополняют друг друга, так как преимущества одной восполняют недостатки другой, и наоборот.

Блогосфера — термин, обозначающий совокупность всех блогов как сообщество или социальную сеть. Существующие в мире десятки миллионов блогов обычно тесно связаны между собой, блоггеры читают и комментируют друг друга, ссылаются друг на друга и таким образом создают свою субкультуру. Понятие блогосферы делает упор на одно из основных отличий блогов от обычных веб-страниц и интернет-форумов: связанные между собой блоги могут составлять динамичную всемирную информационную оболочку.



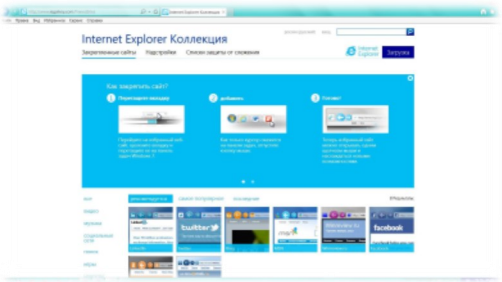
Некоторые поисковые системы, предназначенные для поиска в блогах, используют ссылки между блогами для отслеживания взаимных связей. Используя преимущества гипертекстовых ссылок, которые играют роль меток обсуждаемых тем, эти сайты могут отследить перемещение обсуждения темы от блога к блогу. Они также помогают исследовать распространение мемов по блогосфере и выявить наиболее важные сайты, играющие в этом роль.

С широким распространением блогов в сети Интернет начинает формироваться особый подвид компьютерной этики — блоггерская этика, затрагивающая вопросы достоверности публикуемой информации, плагиата, соблюдения моральных и нравственных норм. В России также внимание уделяется проблеме использования в блогах элементов обсценной лексики и мата.

Обсценная лексика — сегмент бранной лексики различных языков, включающий вульгарные, грубые и грубейшие (похабные, непристойные) бранные выражения, часто выражающие спонтанную речевую реакцию на неожиданную (обычно неприятную) ситуацию. Одной из разновидностей обсценной лексики в русском языке является русский мат.

ЖАНРЫ ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛИСТИКИ.

Информационные продукты сетевых изданий, для краткости именуемые интернет-журналистикой, имеют свои особенности. Прежде всего, это журналистика малых по объему форм. Трудно представить себе человека, который будет читать на компьютерном мониторе сочинение больше, чем 8–10 тыс. знаков. Следовательно, сетевой вариант газеты или журнала, материалы, представляющие редакционный состав СМИ, другие значимые информационные сообщения на сайте должны иметь ряд особенностей. Оптимально, когда каждый текст разбит на короткие конкретные блоки с подзаголовками и используются доступные средства выделения (полужирный, курсив, подчеркивание), которые его «оживляют» и могут усилить наиболее значимые моменты.



Публика, читающая сетевые издания, хотя и представляет собой срез всего общества, но в большей степени отличается от среднего читателя «бумажных» СМИ или типичного телезрителя. Как правило, это более образованная аудитория. Важной особенностью интернет-журналистики является и ее интерактивность, т.е. возможность оперативно вступать в диалог с заинтересованным читателем при помощи форумов или гостевой книги, которыми оснащены многие виртуальные издания. Несмотря на наличие новой коммуникативной среды, для интернет-журналистики характерны жанры журналистики традиционной с определенными особенностями. Правда, в силу широты виртуального пространства бывает, что порой четко определиться с жанром достаточно сложно. Но…, мы попробуем.

Новость или репортаж. Производителями и распространителями новостей являются сетевые агентства, а сегодня – и любой человек, имеющий доступ к интернету. Они имеют свои сайты или страницы в социальных сетях, где новости размещаются в виде ленты, которую можно как отсматривать прямо на странице, так и получать по подписке. Обновление происходит несколько раз в день.

Поделиться частной или общественной новостью можно самому, а есть вариант рассказать в какой-то группе, использовать комментарии к статьям. Пишутся такие новости и репортажи по всем правилам, которые написаны в предыдущих главах.

Интервью. Интернет и электронная почта открывают широчайшие возможности для интервьюирования каких угодно персон. Необходимо лишь, естественно, полностью исключить возможность искажения текста. При использовании этого жанра приходится сталкиваться с далеко не всегда успешными поисками электронного адреса потенциального респондента, а также с долгими уговорами его после нахождения ответить именно на присланные вопросы. Здесь главная проблема – отсутствие «имени», поскольку раскрученных «имен» в сети немного, да и это здесь понятие довольно относительное. Хотя примеры, когда президент России отвечал через интернет конкретным изданиям, в современной информационной практике есть. Как и те, что связаны с интервьюированием через сеть ряда культовых фигур.



Взгляд (мнение). Наиболее распространенный интернет-жанр на сегодняшний день. Но мнение прежде всего надо иметь и четко формулировать. Еще лучше, если оно представляет интерес еще для кого-то, кроме пишущего. На этот счет среди веб-творцов существует присловье: если твое мнение совпадает с мнением большинства – пора меняться или забыть об интернет-журналистике. Нельзя не упомянуть также и о том, что в силу малой окупаемости, многие сетевые издания нередко отказываются публиковать чьи-либо неоплачиваемые суждения, помимо собственных.

Аналитическая статья (обзор). Очень востребованный жанр при условии полного владения веб-журналистом информацией по тому или иному актуальному для многих вопросу. Иногда над качественной публикацией в этих жанрах должен работать целый журналистский коллектив. Но игра, что называется, стоит свеч – так и только так завоевывается авторитет в сети.

Веб-обозрение – жанр, который не так часто встречается в традиционной журналистике. Обозрение призвано рассказывать аудитории об актуальных процессах и событиях, происходящих в жизни общества, анализировать их, давать оценку и прогноз.

Как правило, веб-обозрения имеют фрагментарную структуру текста, состоящую из блоков «ссылка – короткий комментарий». Чтобы веб-обозрение вызвало интерес читательской аудитории, оно должно соответствовать следующим требованиям: обращение к актуальной проблеме, интересный язык изложения материала, сильная авторская позиция – она должна быть яркой, ясной и достаточно обоснованной.

Блоги или Веблоги – еще один специфический авторский жанр сети. Веблог (weblog) означает «сетевой журнал», причем журнал не в значении «периодическое издание», а в значении «судовой журнал», «дневник». По форме это страница с короткими записями следующего формата: ссылка на место в сети и небольшой, часто подчеркнуто субъективный, комментарий.



Телеконференции – коллективная коммуникационная система, своего рода клуб для общения людей с близкими интересами. Если электронная почта передает сообщение по принципу «от одного – одному», то сетевые новости передают сообщения «от одного – многим». Механизм передачи каждого сообщения похож на передачу слухов: каждый узел сети, получивший новое сообщение, передает новость всем остальным узлам. Посланное сообщение распространяется, многократно дублируясь, по сети, достигая за довольно короткие сроки всех участников телеконференций во всем мире. В обсуждении определенной темы может участвовать множество людей независимо от того, где они находятся физически.

Новости разделены по тематическим группам. Начиная работать с какой-либо группой или иерархией групп, нужно прочитать правила работы с ними. Телеконференции бывают двух типов – модерируемые и обычные. Сообщения, появляющиеся в модерируемых группах, прежде чем быть разосланными по сети, просматриваются модератором, что является, своего рода цензурой.

Основная масса сообщений на сайте написана в жанре новостной заметки и является кратким анонсом публикаций других сетевых изданий. Жанр новости с его пирамидальной структурой, свойственной ему лаконичностью и концентрацией внимания на факте наиболее популярен в сетевой журналистике. Это связано с тем, что огромный массив информации в Интернете трудно поддается упорядочению путем использования сложных выразительных средств.

Комментарий – это оперативный отклик на событие, это впечатление, не претендующее на исчерпывающую полноту анализа. Предметом разговора может быть новость, а может – факт, уже обнародованный ранее. Важна здесь не быстрота передачи сообщения, а точка зрения на событие. Любой комментарий может быть расширен материалами схожих по теме статей, расположенных на других сайтах.

Корреспонденция — жанр, который наиболее точно вписывается в схему коммуникации в сети. Новое развитие в интернете получили такие публицистические жанры как эссеистика, жанр путевых и бытовых записок, поскольку терпимость и автономность, заложенные в концепции всемирной паутины,

всячески поощряют сколь угодно большую индивидуализацию журналистского творчества.

На страницах сетевых СМИ можно встретить множество обсуждений дискуссий, открытых диалогов. Диалогичность, даже многоголосие были тоже свойственна паутине изначально. Основной жанр – **информационная заметка** на актуальные темы. Это небольшие по объему материалы, в которых рассказывается о культурных событиях города, выставках, презентациях, концертах и прочее. Но портал насыщен публикациями и других жанров: репортажа, интервью, обзора, комментария, рецензии и др.

Благодаря своей медийности используется и исключительно сетевой жанр: в традиционной журналистике ему можно было бы дать название «Совета». На сайте посетители оставляют свои истории, которые позже дополняются комментариями других читателей, а также рекомендациями профессиональных психологов и специалистов по работе с молодежью. Функционирование такого жанра стало возможно только из-за свойства всемирной паутины – интерактивности.

ГЛАВА VII. ОТБОР БУДУЩИХ СОТРУДНИКОВ ДЛЯ РАБОТЫ В РЕДАКЦИИ.



Для отбора специалистов в ваше масс-медиа предлагаю несколько способов для определения способностей кандидатов.

Если вам попался человек, у которого нет склонностей к нужной задаче, то обучение будет идти очень долго, а вы будете постоянно задавать себе простой вопрос: ну как можно этих элементарных вещей не понять? Все дело в талантах: только на своем месте человек способен работать, несмотря на внешние неблагоприятные факторы, и двигаться вперед.

Как происходит привычный отбор соискателей? Объявление, резюме, встреча, тестирование, интервью, вывод о соответствии требованиям должности — по умениям, опыту, личным качествам. При таком подходе мы получим хорошего работника. Его работа будет выполняться на уровне среднего ремесленника. Но если нужны сверхрезультаты, надо искать таланты. В дополнение ко всем обязательным процедурам на интервью можно добавить «хитрые» вопросы, дающие возможность прощупать врожденные способности.

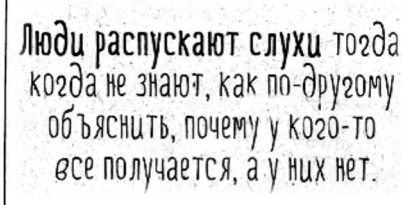
«***Почему вы поступили именно в этот ВУЗ*** (***колледж, лицей***)?» Родители подкидывают в детстве различные виды деятельности и смотрят, придутся ли они по душе ребенку. Занимаются спортом — не пошло. Музыкой? Не то! В итоге проявляется талант к какой-нибудь деятельности. Например, к журналистике или фотографии. Обычно именно такую специальность и выбирают кандидаты. А еще спросите о его любимом предмете — станет понятен склад мышления.

«***Как вы видите будущий результат своей непосредственной работы?***» Здесь нет задачи понять, насколько точно соискатель сможет заглянуть в будущее. Более важно наблюдать за формулировками. Наличие глаголов «сделаю», «сформирую», «поставлю» там, где есть ощущение законченности, говорит о человеке-результате. И пускай он ошибается в прогнозах, он ведь еще ничего не знает о возможностях вашего СМИ. А человека-процессника можно вычислить по глаголам «делаю», «формирую», «документирую», «разрабатываю». Это не означает, что один плохой, а другой хороший. Выбор между такими кандидатами зависит от ваших целей и задач.

«***Чем вы увлекаетесь в свободное время?***» Вопрос банальный, но навыки и умения вырастают из хобби. Если перед вами коллекционер, это может означать наличие таланта систематизации и аналитики. Если свободное время соискатель занимает путешествиями, хоть и небольшими (например, велосипедная прогулка по городу или автобусная экскурсия в выходные родному краю), — это признаки таланта активного журналиста. И т.д.

Как быть с теми, кто уже работает? Как сделать существующие отделы эффективнее, никого не увольняя и не набирая новых сотрудников?

Определите талант. Это можно сделать без серьезных психологических тестов, используя матрицу из четырех квадратов. Попросите ваших сотрудников заполнить простую табличку и указать в ней задачи или работы, которые они выполняют или хотят выполнять. Наверху «хочу», внизу «не хочу», слева «не умею», справа «умею». Человек часто не может сразу заполнить таблицу исчерпывающе. Но это не страшно, ее можно дополнять по мере необходимости.



Зона «***хочу и умею***» (*правый верхний квадрат*) — это зона экспертизы, то, за что платят основные деньги, это та работа, которой человек должен заниматься на своем рабочем месте. Такой работой надо загружать по максимуму.

«***Хочу, но не умею***» (*левый верхний квадрат*) — зона развития, эти навыки можно формировать на тренингах, курсах, семинарах. Сотрудник будет развивать их с удовольствием.

«***Умею, но не хочу***» (*правый нижний квадрат*) — зона демотивации. Если человек записал сюда какие-то навыки, значит, он станет хуже работать в ближайшее время.

«***Не хочу и не умею***» (*левый нижний квадрат*) — это мертвая зона, и заниматься развитием этих навыков у сотрудника нельзя.

Проанализировать функционал. Теперь достаем обязанности по должностям и сопоставляем с первой таблицей. Если некоторые задачи сотрудника попадают в зону демотивации или в мертвую зону, нужно этот функционал с человека снять, чтобы не демотивировать его. Например, у репортера должен быть врожденный талант искать новые контакты, информацию и события, его должно тянуть выехать на материал.

Перестроить работу отдела. Проанализировав матрицы всех сотрудников, руководителю нужно составить из этих пазлов картинку нового отдела и перестроить функциональные обязанности. Это надо сделать согласно двум квадратам «*хочу, но не умею*» и «*хочу и умею*». Не стоит бояться перемен — на своем месте человек мотивируется легче. Если окажется, что есть сотрудник, не имеющий талантов к выполнению своих задач в этом отделе на отлично, то его лучше переместить по горизонтали внутри компании. Если есть два одинаковых сотрудника с одинаковым профилем, то это не проблема: вы получили взаимозаменяемых бойцов, а в функционале появилось звено с увеличенной мощностью, которое можно догружать задачами.

Личная жизнь сотрудников. Эти методы позволяют сделать экспресс-анализ талантов и навыков соискателя или сотрудника. Для более четкого определения врожденных способностей лучше прибегнуть к профессиональным инструментам и тестированию. Но даже если вы обладаете суперпознаниями в психологии, желательно интересоваться личной жизнью сотрудников (разумеется, умеренно).

Мало уметь распознавать таланты, нужно еще знать историю их развития. Здорово будет, если талант пророс в хороших условиях — такой сотрудник ценится на вес золота.

В продолжение темы тестирования кандидатов на должности в редакции, предлагаю несколько логических упражнений для «прокачки» мозга.

К реке подходят два человека. У берега лодка, которая может выдержать только одного человека. Оба человека переправились на противоположный берег. Как им это удалось?

Они были на разных берегах.

Что обжигает без огня?

Крапива.

У 22-го и 24-го президентов США родители – одни и те же люди, но они не братья. Как это возможно?

Это один и тот же человек – Гровер Кливленд.

Что бросают, когда в этом нуждаются, и поднимают, когда в этом нет нужды?

Якорь.

Человек покупал яблоки по 5 рублей за штуку, продавал по 3 за штуку. Через какое-то время он стал миллионером. Как ему это удалось?

Он был миллиардером.

У мэра города есть брат Константин. Но у Константина брата нет. Как такое может быть?

Мэр города – женщина.

В каком случае, смотря на 2, мы говорим 10?

Глядя на часы.

Чтобы начать его использовать, его необходимо разбить.

Яйцо.

Что черное, когда ты его получаешь, красное, когда его используешь и серое, когда выбрасываешь?

Уголь.

Шли два сына и два отца, нашли три апельсина, каждому досталось по одному. Как такое получилось?

Это были дед, отец и сын.



Теперь практические советы по написанию текстов с упоминанием фамилий. Есть несколько правил, которые необходимо учитывать.

Со склонением фамилий типа «Иванов», «Дубинин» или «Островский» проблем не возникает. Но как быть с фамилиями вроде таких, как «Кучер» или «Гогунава»? Зачастую их не хотят склонять сами обладатели, утверждая, что фамилии, якобы, не подчиняются правилам. Ещё как подчиняются!

Вот правила склонения:

1. Фамилии, которые заканчиваются на согласную (Резник, Кулиш, Томпсон, Думер).

Мужские фамилии склоняются обязательно: победа Михаила Ботвинника, отставка Мечислава Гриба, авторитет Шарля де Голля. Женские фамилии не склоняются: фильмография Татьяны Божок, песни Анны Герман, муж Адели Штраус.

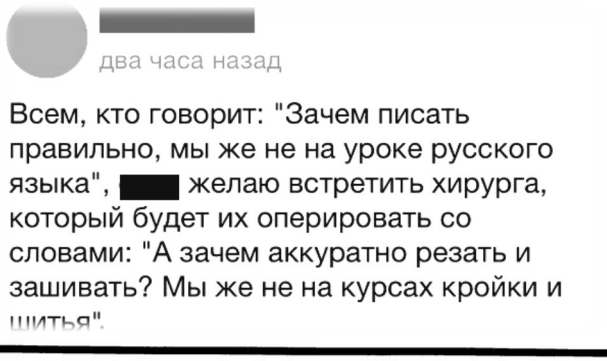
2. Фамилии, которые заканчиваются на а (Каланча, Моска, Миядзава). Склоняются, как у мужчин (знаменитому Богдану Ступке, роман Юкио Мисимы), так и у женщин (голос Татьяны Шульги, карьера Любови Слиски). Правда, сама Слиска с нами не согласится, потому что ее фамилия происходит от польского прилагательного, но в данном случае фамилия Слиски давно обрусела.

Исключения: французские фамилии типа «Дюма», «Делакруа», «Бенуа» не склоняются ни в коем случае.

3. Абхазские (итальянские, эстонские и подобные) фамилии склоняются, если предпоследний звук — согласный (Соткилава — Соткилавы, Кантария — Кантарии). Если и предпоследний звук — гласный (Гамсахурдиа), то фамилия не склоняется.

4. Не склоняются односложные иноязычные имена и фамилии (Ра, Ба и т. д.)

5. Фамилии на другие гласные: Доренко, Данте, Кобаяси, Рау и т. д. не склоняются.



Приложения.

Сокращения в фотоаппаратах и фототермины.

A, Av - режим приоритета диафрагмы
ACR - Adobe Camera RAW, встроенный конвертер Фотошопа
A/D - АЦП, аналогово-цифровой преобразователь
AE-L - блокировка экспозиции
AF - автофокусный объектив и система автофокуса
AF-L - блокировка автофокуса
AF-S - система автофокуса однокадровая (после фокусировки фотоаппарат ее не продолжает до следующего кадра), Nikon, также объективы, поддерживающие данную технологию и имеющие встроенный мотор автофокуса
AF-C - система автофокуса постоянная (после фокусировки фотоаппарат продолжает фокусировку, пока нажата наполовину или полностью клавиша спуска), Nikon
APS - размер матрицы, эквивалентный 35-мм пленочному кадру (Canon, Sony)
APS-C - матрица, в 1.6 раза меньше APS (Canon)
ASPH - объектив с использованием асферических линз
B - выдержка "от руки", начало экспозиции в которой совпадает с моментом нажатия на клавишу спуска, а конец - с отпусканием
BG - фон
BW - ч/б, черно-белый
CA - ХА, хроматическая аберрация
C1 - конвертер для RAW файлов PhaseOne CaptureOne Pro
CCD - матрица ПЗС (используется в компактах как менее шумная при малых размерах)
CF - карта памяти compact flash
CMOS - матрица КМОП (используется в зеркалках как менее шумная при больших размерах)
CNX - Nikon Capture NX, редактор и конвертер файлов RAW
CPL - круглый поляризационный фильтр (крутится вокруг оптической оси и фильтрует поляризационный свет)
CRW - файл RAW Canon
D - «цифровой»; объектив с кольцом ручной установки диафрагмы
DNG - унифицированный формат RAW разработки Adobe
DOF - ГРИП, глубина резко отображаемого пространства

DPP - ПО Digital Photo Professional (родной конвертер для RAW разработки Canon)

DR - ДД, динамический диапазон

DSLR - цифровой зеркальный фотоаппарат

DX - объектив под фотоаппараты с матрицей уменьшенного в 1.5 раза размером, для пленки не предназначенный (Nikon); система автоматической передачи в фотоаппарат данных о чувствительности пленки

ED - объектив с элементом из низкодисперсионного стекла, Nikon

EF-S - объектив под фотоаппараты с матрицей уменьшенного в 1.6 раза размером, для пленки не предназначенный (Canon)

EXIF - формат хранения метаданных изображения (дата, параметры экспозиции, фокусное расстояние и пр.)

EV - шаг изменения экспозиции, может использоваться как для коррекции экспозиции относительно установленной, так и для измерения динамического диапазона (сегодня 9 EV - нормальный динамический диапазон современной матрицы фотоаппарата)

EVF - электронный видоискатель

F - максимальная диафрагма объектива (в названии), относительное отверстие

FF - полный кадр (соответствующий пленочному 35-мм кадру 24Ч36 мм)

F-number - значение диафрагмы

FL - ФР, фокусное расстояние

F-stop - шаг изменения диафрагмы (т.н. "стоп", шаг в ту или другую сторону, сокращающий или увеличивающий световой поток в два раза - а потому и сам шаг представляет собой корень из 2, и стандартные значения диафрагмы представляют собой ряд 1, 1.4, 2, 2.8, 4, 5.6, 8, 11, 16, 22, 32, дальше которого производители не заходят)

FOV - угол поля зрения

FP-Sync - режим работы фотоаппарата и вспышки, обеспечивающий высокоскоростную синхронизацию (менее выдержки полного открытия кадра)

fps - скорость съемки (в кадрах в секунду)

FX - размер матрицы, эквивалентный 35-мм пленочному кадру (Nikon)

G - объектив без кольца диафрагмы, Nikon; объектив с элементом из низкодисперсионного стекла, Sony

GB - Гб, гигабайт

GND - градиентный фильтр (для выравнивания освещения светлого неба и темного моря)

HDR - расширенный динамический диапазон (больше 9 EV), как правило, применяется к изображениям с расширенным ДД

HSL - настройки тона, насыщенности и светлоты цвета

IF - объектив внутренней фокусировкой (без вращения передней линзы)

IR - инфракрасная съемка

IS - стабилизатор изображения Canon

ISO - стандартизованная чувствительность пленки и светочувствительных матриц (в более широком смысле Международная организация стандартизации, которая чувствительность привела к общему знаменателю)

JPEG, JPG - формат файла изображения, поддерживающий 8-битное представление каналов цвета, прогрессивное сжатие и цветовые профили, общепринятый в качестве стандартного всеми производителями фототехники

L - объектив с элементом из низкодисперсионного стекла, Canon

LCD - ЖКЭ, жидкокристаллический экран (ЖКД - дисплей, ЖКМ - монитор)

LD - объектив с элементом из низкодисперсионного стекла, Tamron

LR - Adobe Photoshop Lightroom, конвертер и редактор

LV - система визирования по ЖКЭ в режиме реального времени (live view)

M - ручной режим съемки

MB - Мб, мегабайт

MF - среднеформатный фотоаппарат; объектив с ручной фокусировкой и система ручной фокусировки в фотоаппаратах

Mp - Мп, мегапикселя

N - объектив с элементом или покрытием оптического элемента, изготовленного с применением нанотехнологий (для повышения четкости)

NEF - файл RAW Nikon

NI - Neat Image, система шумоподавления, плагин для Фотошопа

NSFW - изображение, не предназначенное для просмотра на работе (как правило, эротика или насилие, а также фотки больших пузатых мужиков с пивом)

ND - нейтральный фильтр (для затемнения кадра с последующим увеличением экспозиции)

NN - Noise Ninja, система шумоподавления, плагин для Фотошопа

NR - система шумоподавления в фотоаппарате

Oly - Олик, Olympus

P - программный режим съемки

P&S - цифромыльцица, компактный фотоаппарат без зеркала

PC - объективы возможностью управления перспективой (тилт-шифт, tilt-shift)

POL - линейный поляризационный фильтр (не крутится, ставится через специальный адаптер)

PS - ПО Adobe Photoshop, редактор изображений

PSP - ПО Paint Shop Pro, редактор изображений

RAW - промежуточный формат файла данных для хранения и передачи закодированного и, как правило, сжатого сигнала с матрицы фотоаппарата

S, Tv - режим приоритета выдержки

SLD - объектив с элементом из низкодисперсионного стекла, Tamron

SSS - оптический стабилизатор изображения Sony

SLR - зеркальный фотоаппарат

T - выдержка "от руки", начало которой совпадает с первым нажатием на кнопку спуска, окончание - со вторым

TC - оптический телеконвертер (увеличивающий фокусное расстояние объектива в 1.4 или 2 раза, как правило)

TIFF, TIF - формат файлов изображения, поддерживающий 16-битное представление каналов цвета, отсутствие сжатия (или сжатие по алгоритму zip) и цветовые профили

TTL - система замера экспозиции через объектив, т.е. как видит сам фотоаппарат при съемке (вариации для вспышек i-TTL, E-TTL позволяют давать предвспышку для замера экспозиции, а также дистанционное управление вспышкой с помощью встроенной вспышки или управляющей накамерной)

ULD - объектив с элементом из низкодисперсионного стекла, Tamron

USM - фильтр "нерезкое маскирование" в Фотошопе (для повышения четкости фотографий)

USM - встроенный мотор автофокуса, Canon

VR - оптический стабилизатор изображения Nikon

WB - ББ, баланс белого

x - кроп-фактор, коэффициент размера матрицы - на него умножается фокусное расстояние для определения ЭФР

X-Sync - минимальная выдержка синхронизации фотоаппарата и вспышки (выдержка, которую может обеспечить фотоаппарат при полном открытии кадра)

ZB - ПО Zoom Browser для просмотра картинок, поставляется с фотоаппаратами.

10 упражнений для развития дикции.

Предлагаю несколько эффективных практик из книги Эльвиры Сарабьян «Научитесь говорить так, чтобы вас услышали».

1. Артикуляция звуков «Ш — Ж»

Шар — жар, ваш — важный, шутка — жутко, ширь — жир, жить — шить.

Жужжит жужелица, жужжит, кружится. Вожжи из кожи в хомут вхожи.

2. Артикуляция звуков «К — Г, Х»

Качели — газели, кол — гол, кость — гость, код — год, кнут — гнут, клуб — глуп, Кеша — Геша.

Идет с козой косой козел. Краб крабу сделал грабли, подарил грабли крабу: грабь граблями гравий, краб!

3. Отработка звука «Ц»

Цапля — сабля, цок — сок, цель — сель, цвет — свет, цирк — сыр, улица — лиса.

Молодец против овец, а против молодца сам овца. Цапля чахла, цапля сохла, цапля сдохла наконец.

4. Произнесите сначала медленно, затем быстрее: Тлз, джр, врж, мкртч, кпт, кфт, кшт, кст, ктщ, кжда, ккждэ, кждо, кжду, кшта, кштэ, кшту, кшто.

5. Произнесите сначала медленно, затем быстрее: Бодрствовать, мудрствовать, постскриптум, взбадривать, трансплантация, сверхзвуковой, всклокочен, контрпрорыв, пункт взрыва, протестантство, взбудоражить, сверхвстревоженный, попасть в ствол, ведомство, брандспойт, сверхзвуковой, витийствовать, философствовать, монстр, горазд всхрапнуть.

6. Тренировка произношения согласных:

К Кларе, к кому, к горлу, к гастролям, к Гале, к Кате, к Киеву, к концу, к городу, отдаленный, ввязаться, отдать, разжигать, отдушина, изжить, без шубы, безжалостный, бессмертие, восстановить, подтвердить, оттолкнуть.

Верх — вверх, ведение — введение, толкнуть — оттолкнуть, держать — поддержать, тащить — оттащить, водный — вводный, сорить — ссорить.

7. Отработка сочетаний звуков в форме игры:

Забивайте гвозди: Гбду! Гбдо! Гбдэ! Гбды! Гбда! Гбди! Гбде!

Имитируйте лошадиный топот: Птку! Птко! Птка! Пткы! Пткэ! Птки!

Бросайте воображаемые тарелки партнеру: Кчку! Кчко! Кчкэ! Кчка! Кчкы! Кчки!

8. Произнесите фразы сначала медленно, затем быстро:

В тот час тут пел дрозд. В тот год тут был град. Дуб был стар. Всем люб был Петр. Вмиг клуб полн. Мох скрыл гриб. Дед стал стар. Ваш гость взял трость. Волн всплеск — брызг блеск! Сто верст вскачь.

Фено́мен звони́т по среда́м,
Приня́в догово́р по года́м,
Он о́тдал экспе́ртам эско́рта
Хода́тайство аэропо́рта.

9. Отработка звуков:

- Купи кипу пик, пик кипу купи. Купи кипу пуха, кипу пуха купи.
- Волховал волхв в хлеву с волхвами.
- Рододендроны из дендрария даны родителями.
- Брит Клим брат, брит Глеб брат, брат Игнат бородат.
- Карл клал лук на ларь, Клара крала лук с ларя.
- Сшит колпак, да не по-колпаковски; вылит колокол, да не по-колоколовски. Надо колпак переколпаковать, перевыколпаковать, надо колокол переколоколовать, перевыколоколовать.
- Интервьюер интервента интервьюировал.
- Разнервничавшийся конституционалист был обнаружен ассимилировавшимся в Константинополе.
- Четверть четверика гороха без червоточинки.
- Яшма в замше замшела.

Повторите медленно, а затем быстро сложные слова:

(В, ш) — воспользовавшемуся

(К) — мелкокалиберными

(П, в) — опубликовывать

(П, р) — опосредованному субсидированию

(Р, т, с) — территориальная целостность

(Р, т) — проиллюстрировала

(Р, в) — ревербератор

(С, ф) — средств

(Ч, в) — четырехсотдолларового

(Ч, ф, р) — фантасмагорический

Пора говорить правильно, поэтому обратите внимание на ударения в словах!

А

Аге́нт
Алкого́ль
Алфави́т
Ана́лог
Ана́том
Апостро́ф
Аристокра́тия
Асбе́ст
Асимметри́я
Атле́т
Афе́ра (не афёра)

Б

Бало́ванный
Балова́ть
Ба́нты, мн. ба́нтов (не банто́в)
Ба́ржа и баржа́
Бензопрово́д
Бухга́лтеры, бухга́лтеров
Бытие́ (не бытиё)

В

Валово́й (не ва́ловый)
Ванда́лы
Вероиспове́дание
Ветерина́рия
Ве́черя (не вече́ря)
Взяла́ (не взя́ла)
Включи́шь, включи́т, включа́т
Воздухопрово́д
Во́зраст, во́зрасты, во́зрастов
Ворожея́
Воспря́ть

Г

Ге́незис
Ге́рб, мн. гербы́
Ге́рбовая бумага
Гофриро́ванный
Граффи́ти
Гренаде́р (не гренадёр)
Гре́нки и гренки́

Д

Диоптри́я

Дипломи́рованный

Ди́птих

Диспансе́р (сэ)

Добела́

Добы́ча

До́гмат

Догово́р, договоры

Е

Ерети́к

Ж

Жалюзи́

Жерло́

З

Заброни́ровать

Зави́дно

Завсегда́тай

За́говор

Заку́порить

Запле́сневеть

Заржа́веть и заржаве́ть

Звони́т, звони́шь, звоня́т

Зево́та

Зна́мение

Зна́харка

Зубча́тый

И

Избало́ванный

Избалова́ть

И́конопись

Инжене́рия

Инко́гнито

Инспе́кторы

И́скра

Искри́ться

Испове́дание

Исче́рпать

К

Катало́г

Каучу́к

Кварта́л

Краси́вее

Кровоточи́ть

Кружева́

Кулина́рия и кулинари́я

Ку́хонный

Л

Ле́кторы, ле́кторов

М

Ма́ркетинг и марке́тинг

Маркирова́ть

Мастерски́

Ми́зерный и мизе́рный

Мозаи́чный

Мышле́ние

Н

Наме́рение

Нача́ть, на́чал, начала́

Неду́г

Несессе́р

Нефтепрово́д

Новорождённый

О

Обеспе́чение

Обетова́нный

Облегчи́ть

О́бнял

Ободри́ть

Одновре́менный и одновреме́нный

Озорнича́ть

Опо́шлить

О́прометью

Опто́вый

Осве́домиться

Осе́длый (не осёдлый)

Отку́порить

О́трочество

П

Простыня́;
мн. простыне́й и про́стынь

Про́тивень
Пуло́вер (не пулове́р)

Р

Развита́я (промышленность)
Ра́звитая (деятельность)
Разви́тая (раскрученная)
Раку́шка

Ретирова́ться
Рефле́ксия
Ржа́веть и ржаве́ть

С

Свёкла
Симметри́я
Синерги́я
Сирота́, мн. сиро́ты, сиро́т

Сли́вовый
Сосредото́чение
Страхо́вщик

Т

Танцо́вщица
Тво́ро́г
Те́фтели и тефте́ли
Торт, мн. то́рты, то́ртов

Трансфе́р
Три́птих
Тре́неры (не тренера́)
Ту́фля

У

Уве́домить
Углуби́ть

Украи́нский
Усугуби́ть

Ф

Факси́миле
Фено́мен

Фети́ш

Х

Ха́ос и хао́с

Хара́ктерный (человек)

Характе́рный (поступок)

Хода́тай

Хода́тайство

Ц

Це́дра

Ч

Че́рпать

Черстве́ть

Ш

Ша́рфы, ша́рфов

Шасси́

Шелкови́ца

Щ

Щаве́ль

Щепо́ть

Щи́колотка

Э

Э́кскурс

Эксперт

Э́кспорт

Я

Я́годицы

Языкова́й (отн. к речи)

Языко́вый (отн. к языку как анатомич. органу)

Я́сли, я́слей (не ясле́й и не я́сель)