

РЕЖИСУРА
**АУДІОВІЗУАЛЬНИХ
ТВОРІВ**

Навчальний посібник

РЕЖИСУРА АУДІОВІЗУАЛЬНИХ ТВОРІВ

Навчальний посібник

УДК 791.63(075.8)

ББК 76.032.082я73-1+85.374.0,75я73-1

РЗ1

О.П. Петрова, викладач

Б.Я.Фарафонов,ст. викладач

В.Н.Міславський,ст..викладач

Режисура аудіовізуальних творів. Частина 1. Основи режисури аудіовізуальних творів: Навчальний посібник до курсу для студ. 1 курсу напрямку 021 «Культура і мистецтво», спеціальності «Аудіовізуальне мистецтво та виробництво», освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» / Харк. держ. акад. культури-ри; Уклад.: Петрова О. П., Фарафонов Б.Я. – Х., 2019. –

Режисура аудіовізуальних творів. Частина 2. :Навчальний посібник до курсу для студ. 2 курсу напрямку 021 «Культура і мистецтво», спеціальності «Аудіовізуальне мистецтво та виробництво», освітньо-кваліфікаційного рівня «бакалавр» / Харк. держ. акад. культури-ри; Уклад.: . Петрова О. П., Міславський В.Н. – Х., 2019. –

Друкується за рішенням ради
факультету кіно- та телемистецтва
(протокол №2 від 26.08.2018 р.)

Рекомендовано кафедрою телебачення
(протокол № 1 від 25.08.2018 р.)

Рензенти:

З.І.Алфьорова, доктор мистецтвознавства, професор ХДАК

С.Б.Рибалко, доктор мистецтвознавства, професор ХДАК

Л.О.Сухорукова, кандидат мистецтвознавства, доцент ХДАДМ

Навчальний курс «Режисура аудіовізуальних творів» є базовим для підготовки бакалаврів (спеціалістів) спеціальності «Аудіовізуальне мистецтво та виробництво». Зміст посібника покликаний дати студентам: знання специфіки кіно -, телемистецтва, функцій сучасного телебачення, жанрово-видових форм екранних творів та загальні тенденції їх розвитку; вміння створювати режисерський задум аудіовізуального екранного твору, здійснювати формоутворення екранного продукту на основі його жанрово-тематичної та видової природи, розробляти постановочний та технологічний проекти виробництва аудіовізуального екранного продукту; навички монтажного аудіовізуального мислення та організації роботи з творчо-виробничим колективом.

Зміст

ВСТУП

ЧАСТИНА 1. ОСНОВИ РЕЖИСУРИ АУДІОВІЗУАЛЬНИХ ТВОРІВ

РОЗДІЛ 1. ВСТУПИ ДО РЕЖИСУРИ АУДІОВІЗУАЛЬНИХ ЕКРАННИХ МИСТЕЦТВ

Тема 1. Видовища. Соціальні функції: естетична, ігрова, соборна, комунікативна.

Поліфункціональність аудіовізуальних екранних видовищ

Тема 2. Аудіовізуальні екранні мистецтва: кіно, телебачення, сучасні інтерактивні форми

Тема 3. Види телевізійного мовлення. Загальна характеристика, цілі та задачі кожного з видів (інформаційне, суспільно-публіцистичне, освітнє, досудове мовлення)

РОЗДІЛ 2. АУДІОВІЗУАЛЬНИЙ ЕКРАННИЙ ПРОДУКТ В СФЕРІ КІНО- ТА ТЕЛЕВИРОБНИЦТВА

Тема 4. Види фахової діяльності в аудіовізуальному екранному мистецтві. Кіно- та

телевиробництво як результат колективної творчості.

Режисура аудіовізуальних екранних мистецтв

Тема 5. Загальні поняття фахової діяльності.

Фахова термінологія

Тема 6. Загальна структура аудіовізуального екранного продукту (кадр, монтажна фраза, сцена, епізод, програма, фільм). Види аудіовізуального екранного продукту в кіно та на телебаченні

Тема 7. Основні етапи виробництва аудіовізуального екранного продукту

РОЗДІЛ 3. ОСНОВИ РЕЖИСЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Тема 8. Структури аудіовізуального екранного твору:

оповідальна, драматургічна, зображальна (візуальна)

Тема 9. Екранний час та екранний простір

Тема 10. Засоби аудіовізуальної екранної виразності

РОЗДІЛ 4. АНАЛІТИЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ В РОБОТІ РЕЖИСЕРА.

ЕТЮДНА ФОРМА АУДІОВІЗУАЛЬНОГО ЕКРАННОГО

ТВОРУ

Тема 11. Літературна та сценарна першооснова аудіовізуальної екранної оповіді

Тема 12. Аналітична діяльність в роботі режисера. Ідейно-тематичний, дійовий та подієвий аналіз літературної та сценарної першооснови екранного твору

Тема 13. Етюдна форма аудіовізуального екранного твору

ВИСНОВКИ

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ

ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ СЛОВНИК

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

ДОДАТОК. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

ДО ПРАКТИЧНИХ, ІНДИВІДУАЛЬНИХ

ЗАНЯТЬ, САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

ЧАСТИНА 2.

РЕЖИСУРА АУДІОВІЗУАЛЬНИХ ТВОРІВ

РОЗДІЛ 1. ІНФОРМАЦІЙНЕ МОВЛЕННЯ НА ТЕЛЕБАЧЕННІ

Тема 1. Інформаційна функція – головна функція телебачення.

Тема 2. Новини – основа інформаційного мовлення на телебаченні

Тема 3. Бренд теленовин – бренд телеканалу

Тема 4. Функції режисера у програмі теленовин

Тема 5. Особливості зйомок для інформаційного мовлення

Тема 6. Особливості монтажу в інформаційному мовленні

ВИСНОВКИ

РОЗДІЛ 2. ТИПОЛОГІЯ ЖАНРОВО-ВИДОВИХ ФОРМ В

ІНФОРМАЦІЙНОМУ МОВЛЕННІ НА ТЕЛЕБАЧЕННІ

Тема 7. Жанрово-видові форми в інформаційному мовленні

Тема 8. Репортаж – головна жанрово-видова форма

інформаційного мовлення. Складові репортажу.

ВИСНОВКИ

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ
ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ СЛОВНИК
РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА
ДОДАТОК. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ
ДО ПРАКТИЧНИХ, ІНДИВІДУАЛЬНИХ
ЗАНЯТЬ, САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

РОЗДІЛ 3. ЕКРАННА ОПОВІДЬ МЕТОДОМ ВІДТВОРЕННЯ

Тема 9. Метод відтворення як вибудова екранної реальності

Тема 10. Запропоновані обставини: структура, значення

Тема 11. Дійові особи як персонажі історії

Тема 12. Подійний ряд: аналіз фактів, подій, їх взаємодія

Тема 13. Інтрига та конфлікт

Тема 14. Деталь як елемент виразності

Тема 15. Організація події на екрані

Тема 16. Режисерські завдання у роботі з актором

ВИСНОВКИ

КОНТРОЛЬНІ ПИТАННЯ З ДИСЦИПЛІНИ

ТЕРМІНОЛОГІЧНИЙ СЛОВНИК

РЕКОМЕНДОВАНА ЛІТЕРАТУРА

ДОДАТОК. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

ДО ПРАКТИЧНИХ, ІНДИВІДУАЛЬНИХ

ЗАНЯТЬ, САМОСТІЙНОЇ РОБОТИ СТУДЕНТІВ

Вступ

«Основи режисури аудіовізуальних творів», «Режисура аудіовізуальних творів» — навчальні дисципліни, які в контексті сучасних аудіовізуальних мистецтв формують розуміння студентами технології виробництва аудіовізуального екранного продукту для кіно і телебачення. Ці дисципліни є базовими (наскрізними) для студентів спеціалізації «Режисура телебачення» та професійно-орієнтованими для студентів спеціалізацій «Оператор телебачення», «Телерепортер».

Мета — оволодіння студентами знаннями, вміннями та навичками створення аудіовізуальних екранних творів різноманітних жанрів, засвоєння специфічної професійної термінології.

Завдання — засвоєння та закріплення теоретичних знань, оволодіння практичним досвідом створення аудіовізуальних екранних творів, навичками керування творчо-виробничим колективом та монтажного аудіовізуального мислення.

У результаті вивчення навчальної дисципліни студент повинен

знати:

- головні поняття та категорії теле — та кінорежисури;
- специфіку основних етапів еволюції кіно -, телемистецтва
- функції сучасного телебачення;
- термінологію за фахом у сфері кіно -, телемистецтва;

вміти:

- формувати режисерський задум аудіовізуального екранного твору у жанрах замальовки та режисерського етюдую жанрах інформаційного мовлення;
- здійснювати формування аудіовізуального екранного продукту у вищеназваних жанрах на основі його жанрово-тематичної та видової природи, знаходити форми втілювання режисерського задуму в залежності від наявних технологічно-виробничих можливостей;
- розробляти режисерський сценарій аудіовізуального екранного продукту у вищеназваних жанрах, застосовувати засвоєні методики фахової діяльності в роботі над екранним твором;

мати навички:

- організації роботи з творчо-виконавчим колективом;
- монтажного аудіовізуального мислення;
- застосування методів екранної виразності на практиці.

Навчальна дисципліна на 1 курсі складається з 4 розділів, які містять 13 тем, пов'язаних між собою змістовими складовими

1 розділ містить 3 теми:

Видовища. Соціальні функції: естетична, ігрова, соборна, комунікативна.

Аудіовізуальні екранні мистецтва: кіно, телебачення, сучасні інтерактивні форми.

Види телевізійного мовлення. Загальна характеристика, цілі та задачі кожного з видів (інформаційне, суспільно-публіцистичне, освітнє, досугове мовлення).

2 розділ містить 4 теми:

Види фахової діяльності в аудіовізуальному екранному мистецтві. Кіно – та телевиробництво як результат колективної творчості. Режисура аудіовізуальних екранних мистецтв.

Загальні поняття фахової діяльності. Фахова термінологія.

Види та форми екранного продукту в кіно та телебаченні. Загальна структура екранного продукту (кадр, монтажна фраза, сцена, епізод, фільм чи програма)

Основні етапи виробництва екранного продукту.

3 розділ містить 3 теми:

Структури екранного твору: оповідальна, драматургічна, зображальна (аудіовізуальна).

Екранний час та екранний простір.

Екранна мова та засоби екранної виразності.

4 розділ містить 3 теми:

Літературна та сценарна першооснова екранної оповіді.

Аналітична діяльність в роботі режисера. Ідейно-тематичний, дійовий та подієвий аналіз літературної першооснови та сценарію екранного твору.

Етюдна форма екранного твору

Навчальна дисципліна на 2 курсі складається з 3 розділів, які містять 16 тем, пов'язаних між собою змістовими складовими.

1 розділ містить 6 тем:

Інформаційна функція — головна функція телебачення.

Новини — основа інформаційного мовлення на телебаченні.

Бренд теленовин — бренд телеканалу.

Функції режисера у програмі теленовин.

Особливості зйомок для інформаційного мовлення.

Особливості монтажу в інформаційному мовленні.

2 розділ містить 2 теми:

Жанрово-видові форми інформаційного телебачення.

Репортаж — головна жанрово-видова форма в інформаційному мовленні.

3 розділ містить 8 тем:

Метод відтворення як вибудова екранної реальності.

Запропоновані обставини: структура, значення.

Дійові особи як персонажі історії.

Подійний ряд: аналіз фактів, подій, їх взаємодія

Інтрига та конфлікт.

Деталь як елемент виразності.

Організація події на екрані

Режисерські завдання у роботі з актором.

Навчання передбачає перегляд та аналіз аудіовізуальних екранних творів; аналіз студентських робіт; закріплення знань на практиці: зйомка та монтаж екранних робіт за визначеними темами та жанрами; регулювання процесу роботи на індивідуальних заняттях.

Проміжний контроль здійснюється у формі контрольних робіт з теорії; опитування письмового та усного; перевірки конспектів з дисципліни; контролю самостійної роботи студентів. На підсумковий контроль наприкінці семестрів студенти представляють готові аудіовізуальні екранні твори відповідно до індивідуального завдання.

Частина перша ОСНОВИ РЕЖИСУРИ АУДІОВІЗУАЛЬНИХ ТВОРІВ

Розділ 1

Вступ до режисури аудіовізуальних екранних мистецтв

Тема 1. Видовища. Соціальні функції: естетична, ігрова, соборна, комунікативна. Поліфункціональність аудіовізуальних екранних видовищ.

Вузлові питання: Видовище як спеціально організована у часі та просторі публічна демонстрація соціально значущих процесів, подій, зразків людської поведінки. Види та функції видовищ.

Базові терміни: Видовище. Обрядово-ритуальні, художні, спортивні, балаганні видовища. Соборна, естетична, ігрова комунікативна функції видовищ. Поліфункціональність.

Видовищем називається спеціально організована у часі та просторі публічна демонстрація соціально значущих процесів, явищ, подій, зразків людської поведінки. Важливо усвідомлювати, що не всі видовища відносяться до мистецтв, тому варто виділити видовищні мистецтва (наприклад, театр, кіно) та мистецькі видовища (вистава, кінофільм). Не відносяться до видовищ, наприклад, такі мистецтва, як музика (вона оперує тільки часом) чи фотографія та живопис (вони оперують тільки простором). Але видовищем може бути показ музичного концерту, якщо він відображає процес людської творчості під час виконання музичного твору. Самі по собі явища чи об'єкти природи теж не являються

видовищами, але спеціально організоване у екранному часі та просторі їх відображення, спрямоване на те, щоб глядачі одержали від цього показу корисну для себе інформацію чи пережили певні емоції, задумані автором, від споглядання цих явищ чи об'єктів, вже буде видовищем.

За соціальною функцією виділяють (Кісін В.Б. Із творчої спадщини. С. 28) наступні види видовищ — обрядово-ритуальні, художні, спортивні, балаганні.

Обрядово-ритуальні історично виникли першими. До них відносяться, насамперед, релігійні ритуали усіх конфесій, державні ритуали різних країн. Народні ігри та обряди, ярмарки, аукціони, мітинги, презентації, карнавали, а також вікторини чи конкурси, навіть покази мод теж відносяться до цього типу видовищ. Важливою рисою цих видовищ є їх постановчий канон, а також певна прив'язаність до календаря. Усі вони є частиною життя, до нього певною мірою пристосовані, а ще більше життя пристосовується до них. Саме тому стосунки з обрядами в людини не «разові», як з іншими видовищами, а постійні, систематичні, впорядковані. У цих видовищах як таких немає «чистих» глядачів — під час обряду чи ритуалу кожен глядач може перетворитися на учасника.

Спортивні видовища — це спортивні ігри і спортивні змагання. Тут існує чіткий розподіл між учасниками та глядачами. Тут з'являються професійні виконавці, і чим вищий їх рівень, тим цінніше видовище. Глядацька аудиторія розділяється переважно за принципом «свій-чужий» через відверто змагальницький характер видовища, глядачі стають болільниками, тобто зацікавленими не тільки у тому, як протікає процес гри, а й у результаті протистояння.

У художніх або мистецьких видовищах демонструється не сама поведінка, а її художній образ. Виконавець стає персонажем видовища, і ніколи не є глядачем. Можна виділити досценічні та позасценічні художні видовища — містерія, фарс, вистави скоморохів чи мейстерзінгерів. Сценічні видовища — всі види театру, цирк та естрада. До мистецьких видовищ відносяться такі види кіно, як ігрове, документальне, хронікальне, науково-популярне, навчальне, де демонструється образ явищ чи людської поведінки тощо, а також екранно-сценічні видовища.

У мистецьких видовищах теж існує чіткий розподіл між учасниками та глядачами — як у просторі, так і у часі. У об-

рядових чи спортивних видовищах час глядача і час видовища збігаються, у художніх вони різні. В умовному часі живуть та діють персонажі, і виконавці вже стають сучасниками не глядача, а своїх персонажів. При цьому події розігруються так, наче вони відбуваються під час вистави. Саме такий час, теперішній за формою, але суттєво відмінний по суті від реального теперішнього часу глядачів, і є художнім, умовно-теперішнім часом.

Балаганні видовища за зовнішніми ознаками схожі на ритуальні, спортивні чи художні, але їх мета та якість докорінно відмінні. До них історично належать такі видовища, як півнячі бої, тарганячі перегони, корида, гладіаторські бої, ярмаркові балагани, публічні страти або стриптиз. Порівняно нещодавно до них приєдналось кабаре чи специфічні циркові номери. Вони націлені на виконання розважальної, рекреативної чи гедоністичної функції, не мають на меті принесення естетичної насолоди, рідко коли підносять душу глядача та виконавця до прекрасного, що і є основною функцією мистецтва. Як писав Б.І. Кісін, «межа між балаганними та художніми видовищами проходить по лінії талії. Якщо видовище збуджує нас нижче пояса, воно балаганне, якщо вище — воно художнє».

Видовище, безумовно, за своєю природою є поліфункціональним (тобто здатним виконувати одночасно декілька соціальних функцій, не обмежуючись якоюсь однією). Основні функції видовищ — естетична, ігрова, соборна, комунікативна.

Соборна функція видовищ міститься у прилученні кожного конкретного індивідуума до корінних цінностей спільноти, цілого суспільства. Ще її можна назвати функцією суспільно — орієнтаційною, або функцією соціалізації особистості. Варто тут зазначити, що М.С.Каган саме функцію “соціалізації індивіда” разом із “зустрічною” функцією “індивідуалізації соціуму” відносить до числа провідних соціальних функцій мистецтва. Соборна функція є найбільш помітною для обрядово-ритуальних видовищ. Вона формує спонукальний мотив, котрий спроможний викликати в індивідуума бажання з доброї волі, охоче, навіть із приємністю простувати обраним колективом шляхом, адже ж цього можна домогтися лише діючи не стільки на розум, скільки на почуття, на психологію, на весь духовний світ людини.

Притаманна соборна функція й спортивним видовищам. Під час спортивних змагань неодмінно виникає ідентифікація глядача із спортсменом. Більше того: спорт як видовище найпоспідовніше й найефективніше виявляє в нас колективне, в індивідуальнім — масове, в “я” — «ми». Але так само спортивним видовищам притаманна й виховна функція (як писав Е.Гемінгвей: “Спорт учить чесно вигравати. Спорт учить з гідністю програвати. Отже, спорт учить усього — вчить життя”), і так звана компенсаторна чи співзмагальницька, оскільки глядач за всіма відчуттями знаходиться разом із спортсменом, коли відбувається заміщення або доповнення життєвого досвіду глядача. В цілому з цього комплексу постає ігрова функція видовища як поєднання обрядової, виховної, компенсаторної та розважальної функцій.

Естетична функція — відображення дійсності у художніх образах, створення художньої реальності. Вона втілюється через діалектичний, унікальний і неповторний процес художнього сприйняття й художнього співпереживання, що належить до числа тих психологічних процесів, що їх можна назвати найвищою мірою людяними, які й роблять людину — Людиною, підносять її на найвищий щабель Людяності. Чарівна властивість наділяти душу людини дивною спроможністю водночас вірити у високу Істину художнього вимислу і захоплюватися талантом її творця дарована лише мистецтву, виховується тільки ним. Присутність цієї якості і робить видовища художніми. І саме художня функція є основною, визначальною, більше того, — ексклюзивною для видовищних мистецтв.

Комунікативна функція видовища постає як можливість передачі та обміну соціально-важливою інформацією між особистостями та верствами суспільства загалом. Кожну з своїх численних функцій телепрограма чи фільм як видовище спроможні виконати лише через «посередництво», за допомогою цієї функції. Більше того, — будучи якимось чином позбавлені здатності виконувати цю функцію, вони нездатні будуть виконати й жодної іншої. Наприклад, сучасне ТБ здійснює масову комунікацію, без жодних класових та соціальних обмежень. Належачи до масової комунікації, ТВ-продукт у кожному з своїх конкретних, локальних проявів організує, ініціює, продукує комунікацію міжособистісну — індивідуальне спілкування у всій величезній розмаїтості його

варіантів: спілкування на екрані як найефективніший шлях до саморозкриття “телевізійних персонажів” та їхніх гостей; спілкування глядачів з “телеперсонажами” — однобічне й двостороннє, як віртуальне (умоглядне), так і цілком реальне (інтерактивне); спілкування між глядачами, викликане телепрограмою — і в процесі її сприйняття, і у так званій “посткомунікативній фазі”. На винятковий комунікативний потенціал телепрограми звертав увагу і професор В. Кісін: “...те, що будь-яка передача телебачення сприймається глядачем як привід для активного спілкування, є, можливо, основною видовою особливістю цього видовищного мистецтва”. Отже, основною, вирішальною і визначальною функцією телевидовища (при всій його поліфункціональності) є функція комунікативна. Те ж саме можна сказати і про видовища взагалі. Спілкування між сценою (екранним твором) та глядачами є не просто формою існування театрального чи кіномистецтва, але й найважливішим його змістовним началом. Видовище твориться для глядача. Лише у живому, безпосередньому контакті з глядачем воно функціонує, а здебільшого й народжується. Доки такий контакт не відбувся, тобто доки не здійснено акту комунікації, — видовища фактично ще нема.

Висновки: Видовище є спеціально організованою у часі та просторі публічною демонстрацією соціально значущих процесів, подій, зразків людської поведінки. Видами видовищ є обрядово-ритуальні, художні, спортивні, балаганні Аудіовізуальні екранні мистецтва відносяться до художніх видовищ і є поліфункціональними. Соборна функція видовищ є прилученням кожного індивідуума до корінних цінностей спільноти. Естетична функція є відображенням дійсності у художніх образах, створення художньої реальності. Ігрова функція є поєднанням обрядової, виховної, компенсаторної та розважальної функцій. Комунікативна функція — це можливість передачі та обміну соціально-важливою інформацією між особистостями та верствами суспільства загалом.

Запитання для самоконтролю:

1. Що таке видовище, які функції воно має.
2. Аудіовізуальні екранні мистецтва як видовища
3. Соборна функція видовищ
4. Естетична функція видовищ

5. Ігрова функція видовищ
6. Комунікативна функція видовищ.
7. Види видовищ

Тема 2 . Аудіовізуальні екранні мистецтва: кіно, телебачення, сучасні інтерактивні форми.

Вузлові питання: Кіно та телебачення як технічні, пластичні екранні видовища. Особливості психологічного впливу екранних творів. Відмінності кіно— та телебачення від інших пластичних мистецтв та одне від одного. Сімультанність телебачення. ТБ як вид електронних ЗМІ. Інтерактивні форми екранних мистецтв: мультімедія в кіно, ТБ мовлення в Інтернеті.

Базові терміни: пластичні мистецтва, сімультанність, мультімедія

Екранні продукти кіно та телебачення є технічними (та техногенними) пластичними екранними видовищами. В них образ створюється в основному за рахунок рухомих екранних зображень (пластичних статичних образів та пластичних образів дії), що взаємодіють з звуковим супроводжуванням, генеруючи синтетичний аудіовізуальний екранний твір. Продуктом творчості у кіно є фільм (постанов чий чи ігровий, документальний, науково-популярний, учбовий). Специфічним для телебачення є екранний продукт під назвою телепрограма у різноманітних жанрах (огляд, шоу, бюлетень новин та ін.).

Кіно є першим у людській історії фіксованим видовищем. Це означає, що, на відміну від усіх інших видовищ, воно не народжується заново при кожному новому виконанні, а створюється один раз назавжди в певному еталонному варіанті, який по тому тиражується, цебто розмножується у певній кількості (від десятків до кількох тисяч) копій, призначених для демонстрації у кінотеатрах, а пізніше й по телебаченню. Для цього використовуються певні технічні засоби, без яких кіно як мистецтво було б неможливим. Пов'язаність телебачення з технікою є набагато вищою. Одною з проблем розвитку телебачення у зв'язку з цим є проблема телевізійних

стандартів мовлення та стандартів запису ТВ сигналу. Не знятий на плівку чи не показаний в ефірі кіно — чи телекадр — це не твір, а кращому разі — поки що не реалізований задум митця. Саме тому ми й кажемо, що екранна творчість є технічним мистецтвом.

Телебачення, за сучасними поглядами, — це вид електронних ЗМІ, засіб комунікації, а не окреме мистецтво. Телепрограма — це унікальне, специфічне видовище, що створюється засобами екранної творчості, спорідненими до кінематографу, з урахуванням специфіки телевізійного мовлення. Їй притаманні всі функції видовищ. Як і в обрядовому видовищі, глядач на зйомках ТВ видовища може будь-якої миті перетворитися на виконавця, коли немає відокремленості між ними у часі та просторі. Прикладом може бути глядач концерту, спектаклю, змагання чи конкурсу, трансляція якого триває по телебаченню. Більше того, глядач може стати також співавтором програми — під час екранного інтерв'ю. Це дає змогу телеглядачеві побачити на екрані подібних до нього людей у емоційно чи суттєво важливий момент розвитку видовища. Ще одна риса обрядово-ритуального видовища, притаманна ТВ — його тісний зв'язок з календарем. Переважна більшість сучасних програм має циклічний характер та жорстку прив'язку до програмної сітки мовлення, яка регламентує їх час виходу у ефір. Якщо програма розова, вона повинна попадати у ту чи іншу постійну рубрику, що має стійкі ознаки та посідає певне місце й час у програмі. Як і будь-який обряд, телепрограма не лише пристосовується до ритму життя глядачів, але й у свою чергу сама підпорядковує його собі. Телебачення перетворило видовище на повсякденність, котре супроводить людину у щоденному житті. Воно ж постає як безпосередній організатор життя, стає однією з ланок добового циклу. Телебачення є новим обрядом сучасності, формою обрядового самоусвідомлення сучасної людини, а також продукує нові обряди та тиражує їх (КВН, Голубий вогник, Що? Де? Коли?), а ритуали та обряди декларують певні ідеї щодо сучасного соціального життя та особистого буття людини. Щодо багатьох телепрограм у жанрах ток-шоу, конкурсів, вікторин наявна спортивна природа цих видовищ, яка інколи не тільки не приховується, а й акцентується. Телевізійне видовище може мати художній чи балаганний характер. Щодо художнього треба підкреслити,

що художній час на ТБ має свою специфіку, тому що глядачі можуть бути поєднані у часі між собою, при чому вони розмежовані у просторі.

Про відмінність кіно та телебачення можна казати у декількох аспектах, які, як треба зауважити, розвиваються та міняються у часі. Спільного у них — екран як картинна площа, на якій розвивається екранна розповідь, та звукозорова мова, якою користується автор твору. Специфіка перегляду кіно у кінотеатрі — наявність досить великої аудиторії, що одночасно дивиться стрічку та переживає схожі емоції, що підсилює враження за рахунок певних психологічних особливостей людини. Відмінностями у перші роки були також значно менший розмір та роздільність ТВ екрану, його пропорції, а також прямиий ефір (одночасність створення та перегляду твору, так звана сімультанність), притаманні телебаченню, а також — необов'язковість перегляду (можливість у будь-який час вимкнути програму чи перейти на іншу) та перегляд у значно меншій аудиторії (чи взагалі індивідуально). Це диктувало певний набір виражальних засобів на телебаченні — переважно крупні плани, згодом — за виникненням певних технічних засобів — високий динамізм ТВ зображення, який був направлений на те, щоб зосередити увагу глядача на порівняно малому екрані. З розвитком техніки проблеми роздільності та розміру ТБ екрану (порівняно з відстанню до глядача) поступово зникають, що наближує по психологічному впливу демонстрацію екранних кінотворів у кінотеатрі та засобами ТБ. Сімультанність та споріднена з нею (та обумовлена, певною мірою, нею) інтерактивність телебачення залишається принциповою різницею на відміну від кіно (з його фіксованістю). Треба також відзначити, що за масштабом емоційного впливу (шириною екрану, якістю звуку), а також багатством зображальних нюансів на великому екрані кіно, що демонструється у кінотеатрі, поки що переважає можливість телебачення.

Ще більше розвивають можливості інтерактивності, а також сімультанності трансляції кіно та телебачення в Інтернеті. Тут глядач одержує можливість бачити не тільки зображення, а й необхідний йому текст (причому одночасно з зображенням, і набагато більший, ніж звичайні субтитри чи телетекст), керувати в інтерактивному режимі сюжетом кіно

(якщо воно побудовано та знято у такий спосіб), а можливість вибору екранних творів — як ігрових, так і документальних, новин також — просто безмежні. Виразні засоби Інтернет-мовлення поки що стримуються технічними можливостями відповідних мереж.

Висновки: Кіно та телебачення є технічними пластичними екранними видовищами. Вони мають свої особливості психологічного впливу на відміну від інших пластичних мистецтв та одне від одного. Сімультанність телебачення є якістю, що принципово відрізняє його від кіно. Інтерактивні форми екранних мистецтв (мультимедіа) дозволяють глядачеві стати співавтором та учасником дії видовища.

Запитання для самоконтролю:

1. Спільні риси кіно та телебачення як технічних пластичних екранних видовищ
2. Відмінності кіно та телебачення
3. Сімультанність телебачення
4. У чому полягає інтерактивність телебачення

Тема 3. Види телевізійного мовлення (інформаційне, суспільно-публіцистичне, освітнє, досугове мовлення). Загальна характеристика, цілі та задачі кожного з видів.

Вузлові питання: Інформаційне мовлення — відображення природи ТБ як електронного ЗМІ, що допомагає створенню інформаційної картини світу для глядача. Суспільно-публіцистичне мовлення — втілення інтегративної, суспільно-педагогічної (керуючої, дидактичної) та організаторської функції ТБ. Освітнє мовлення, як направлене на культурно-просвітницьку діяльність та підвищення освітницького та естетичного рівня глядацької аудиторії, рівня її знань про навколишній світ з точки зору світосприймання, знань досягнень науки, ознайомлення з культурною спадщиною людства. Досугове мовлення — його рекреативна, розважальна та естетична функція.

Базові терміни: Інформаційне мовлення, суспільно-публіцистичне мовлення, освітнє мовлення, досугове мовлення; інтегративна, суспільно-педагогічна, культурно-просвітницька, рекреативна, естетична та організаторська функції ТБ.

Інформаційне мовлення є відображенням природи ТБ як електронного ЗМІ, що допомагає створенню інформаційної картини світу для глядача. Суспільно-публіцистичне мовлення – це втілення інтегративної, суспільно-педагогічної (керуючої, дидактичної) та організаторської функції ТБ. Освітнє мовлення направлене на культурно-просвітницьку діяльність та підвищення освітницького та естетичного рівня глядацької аудиторії, рівня її знань про навколишній світ з точки зору світосприймання, знань досягнень науки, ознайомлення з культурною спадщиною людства. Досугове мовлення має рекреативну (розважальну) та культурно-просвітницьку функції.

Види телевізійного мовлення визначаються різними соціальними функціями ТБ, причому це питання має далеко не теоретичний характер. Його усвідомлення потрібне, наприклад, при створенні нового екранного продукту, для переконання керівництва якого-небудь телеканалу в його необхідності, корисності і планованому успіху. Адже в творчій заявці потрібно буде вказати, яку соціальну потребу цей продукт задовольняє. Значить, для нього потрібно знайти «нішу» – незадоволену потребу. Замислитися, що глядачі могли б отримати ще – на додаток до існуючих програм. Тут і виходимо ми на магістральну тему: а що взагалі може ТБ? Яку «роботу» здатне виконувати воно в суспільстві? При створенні нової програми авторам дуже важливо звернутися «за адресою» – на той канал, функціям якого відповідає новий задум. Для появи нової передачі соціальна потреба в ній не менш важлива, чим технічна можливість. При цьому важливо пам'ятати, що вищі інтереси народу не є проста сума миттєвих інтересів кожного. В інтересах народу, що поважає себе і думає про розвиток, – наявність передач високого рівня духовності. Це давно зрозуміли в країнах, які ми називаємо «цивілізованими». З поняттям «функція» тісно пов'язане інше – «мета». Всяка передача чинить певну дію на аудиторію, поведінку людей багато в чому визначається комплексом знань про навколишню дійсність. Існує, зокрема, таке визначення мети публіцистики:

«переводити конфлікти в план дискусій». Тобто не загострювати існуючі завжди розбіжності і протиріччя, а знаходити точки зіткнення конфлікуючих сторін, шукати компроміси. Що це, як не соціально-педагогічна функція? Але біда, якщо автор екранної програми сам загордиться себе «соціальним педагогом» і стане повчати людей з екрану, як їм слід жити на світі. Тут виникає третя ланка в логічному ланцюжку: «функція – мета – метод». Опитування людей, репортажний показ подій, звернення до документів і історичних аналогій спрацюють вірніше за прямі заклики і проповіді. Осмислення соціальних функцій телебачення як засоби масової комунікації в суспільстві допоможе точніше визначити своє власне місце, свої професійні завдання, свою роль. Творці екранної програми повинні постійно враховувати, з одного боку, інтереси аудиторії, а з іншої – цілі, поставлені керівництвом мовної організації. І ці речі загалом зовсім не співпадають. У країнах з давніми традиціями комерційного телебачення державні органи, що видають ліцензію на мовлення, ставлять перед власниками телестанцій ряд тяжких умов, що у тому числі стосуються змісту передач : мовець бере зобов'язання не лише розважати аудиторію, але і інформувати і духовно розвивати її. Учені з Європейського інституту засобів масової інформації проголосили в 1990 р. що мовлення – це національне надбання, використовуване на благо усього населення, а не окремих його груп, отже, воно повинне знаходитися під контролем, що забезпечує охорону громадських інтересів. Проте співвідношення свободи і контролю таке, що уряди і парламенти не втручаються в повсякденну роботу телекомпаній, стежачи за принципами розвитку мовлення в цілому. У Великобританії критеріями такого розвитку вважаються: 1) географічна універсальність; 2) задоволення усіх інтересів і смаків; 3) задоволення інтересів нацменшостей; 4) турбота про спільність і дух нації; 5) усунення від інтересів приватних осіб і уряду; 6) прагнення підвищити якість програм повинне переважати над прагненням, розширити аудиторію; 7) надання свободи творчим працівникам. Помітимо, що свобода творчості поставлена на останнє місце. Мається на увазі : свобода дається для досягнення наказаних вище критеріїв. Свобода трактується західними теоретиками масових комунікацій як « підпорядкована» або « служ-

бова» цінність. Автори програми, що прийняли принципи і правила мовної організації, вільно діють у рамках цих правил. Формулюючи принципи трансграничного мовлення в Європі, дослідники згадуваного інституту при визначенні якісної телепрограми називають можливість і необхідність давати аудиторії «широкий погляд на світ», «розширювати горизонти глядача», «поважати гідність людини», «давати новини у дусі об'єктивності», «відбивати плюралістичний характер суспільства». Введені обмеження часу, що відводиться на рекламу, і безліч обмовок, що стосуються морального рівня передач, особливо тих, що, призначаються для дітей і підлітків. Таким чином, безмежної свободи слова бути не може, телебачення не повинне розхитувати засади суспільства. Інтеграційна (об'єднувальна) функція захищена численними застереженнями від дискримінації кого-небудь з глядачів за ознаками раси, підлоги, віросповідання і ін. Говоритимемо про функції телевізійного мовлення в цілому, а не окремого каналу, який може бути розважальним або освітнім, інформаційним, музичним, спортивним і т. п. Даний комплекс соціальних функцій не обов'язково має бути затребуваний кожним телеглядачем, як було при тоталітарному партійному телебаченні. На зміну примусовому, централізованому програмуванню прийшов вільний вибір: з одного боку, вибір організаторів мовлення, а з іншої — вибір глядача. Тим важливіше авторам програми уявляти собі, що може телебачення, на що здатний цей засіб комунікації при умілому його використанні.

Інформаційна функція. Усі засоби масової інформації тому і називаються так, що першою і головною їх якістю є здатність задовольнити інформаційні потреби індивіда, суспільства, держави. Телебачення поширює інформацію повніше і швидше, достовірніше і більш емоційно за своїх попередників. Розглянемо «інформацію» в найвужчому і конкретнішому сенсі: інформування людей про події в країні і світі, показ новин.

Лише у цьому сенсі можна виділити власне інформаційну функцію телебачення, оскільки інформацією в широкому плані можна рахувати і трансляцію театрального спектаклю. Регулярне отримання соціальної інформації стало необхідною умовою повноцінної участі в сучасному житті. Інформаційні випуски, що складаються з репортажів і усних

повідомлень про те, що сталося в останні години у світі або в тому регіоні, на який віщає ця станція, складають опорні точки щоденної сітки мовлення. Усі інші телепередачі розташовуються в інтервалах між випусками новин. Зрушення випуску новин з традиційного місця і часу в ефірі — подія надзвичайна. Іноді у випуски новин включається прямий репортаж з місця події, але це відбувається лише тоді, коли подія співпадає за часом з виходом до ефіру новин, і якщо кожен момент його досить динамічний, красномовний, гідний показу. Постійно користуватися прямими включеннями, т. е. показувати не подію, а що відбувається в даний момент, можуть спеціальні інформаційні канали. Завдяки таким каналам самі оперативні новини стають доступними будь-якої хвилини, і вони потрібні багатьом людям не менше.

Для задоволення потреби людей отримувати оперативну інформацію в концентрованому виді застосовуються усі нові форми її подання — «заголовки новин» перед основним випуском і після нього, надкороткі випуски між іншими передачами.

У випусках новин прийнято повідомляти про найбільш суттєві факти з сфери політики, а також про події, що різко відхиляються від звичайного, нормального ходу життя. І вже потім йдуть новини з області економіки, медицини, культури, науки, спорту і т.д. Вимагає особливого пояснення звернення телеінформації до подій, що відхиляються від норми, — від озброєних конфліктів і злочинів до виверження вулканів. Невірно було б пояснювати велику кількість такої інформації в зведеннях новин однією лише гонитвою за сенсаціями заради підняття глядацького рейтингу і прибутку. Для соціуму як для будь-якої системи в першу чергу важлива інформація про відхилення від норми. Якщо подібне сталося в машині, на приладовому щитку спалахує червоний сигнал, що вимагає втручання в потрібному місці. Живий організм сигналізує про відхилення болем. Подібні «больові сигнали» суспільство отримує від репортерів в теленовинах. Така загальносвітова практика. Не усім репортерам і ведучим вдається знайти вірний тон для повідомлення про негативні події. Світова практика така: випуск новин не повинен залишати у людей почуття безвиході і пригніченості.

Культурно-просвітницька функція. Будь-яка телепередача в тій чи іншій мірі залучає глядача до культури. Навіть у інформаційних випусках сам вигляд показуваних людей, їх манера спілкування, міру грамотності роблять вплив на глядацькі установки. Ведучі інформаційних і інших програм сприймаються як деякі еталони. Але є такі програми, які спеціально створювалися для залучення аудиторії до досягнень науки і культури. Проте різниця між культурно-просвітницькою і освітньою функціями телебачення така ж, як між клубом і школою. Телебачення залучає глядачів до цінностей культури, повністю транслюючи театральний спектакль або ставлячи ігровий телефільм. Ці форми, що належать власне мистецтву, знаходяться за межами публіцистики. Показ витворів мистецтва з коментарями письменників, музикантів, художників, мистецтвознавців будується, як і всяка передача, за законами драматургії і гармонії. Можливі також нариси, есе і документальні науково-популярні або освітні фільми, присвячені питанням мистецтва, науки і культури в цілому. У культурно-просвітницьких програмах, так або інакше, є присутнім елемент моралі, повчальності. Важливо зробити його ненав'язливим, делікатним.

Інтеграційна функція. Усі засоби масової комунікації, в першу чергу телебачення, за своєю природою здатні підтримувати нормальне функціонування того суспільства, на яке поширюється їх вплив. Сам факт регулярного перегляду програми різними людьми вже свідчить про їх певну спільність, але мовець повинен свідомо працювати на зміцнення цього почуття причетності кожного до усіх. Домінанта мовлення — виявлення загальних для аудиторії (загальнолюдських, загальноєвропейських, загальнонаціональних, загальноміських і тому подібне) цінностей, обговорення шляхів рішення загальних проблем і протидія деструктивним, небезпечним для суспільства тенденціям. Чим більше і різноманітніше співтовариства, на яке спрямовано мовлення, тим уважніше повинні складатися програми, щоб жодна частина аудиторії не виявилася дискримінованою. Окрім національного і релігійного ознак, звертають увагу на соціальні (у тому числі класові), соціально-психологічні, вікові відмінності людей. Телевізійні канали задовольняють, крім того, потребу кожного гляда-

ча ідентифікувати себе як зі світовою спільнотою в цілому, так і з певною групою людей, з їх специфічними інтересами. Інтеграційна (консолідуюча, така, що об'єднує) функція телебачення вирішується усіма розділами мовлення (публіцистика, мистецтво, спорт, розваги). Вона як би накладається на інші функції, частково співпадаючи з інформаційною, культурно-просвітницькою, організаторською, освітньою та ін. Для авторів програми, що усвідомлено реалізують інтеграційну функцію телебачення, щонайпершою якістю можна назвати вміння об'єднувати в підході до матеріалу потреби суспільства з турботами окремої людини біля телевізора.

Соціально-педагогічна функція інакше визначається як управлінська функція. Припускає пряму залученість телебачення в систему адміністративної дії на населення, в пропаганду певного способу життя з відповідним набором політичних і духовно-моральних цінностей. Міра цієї залученості і міра дії залежать від характеру держави. У тих країнах, де істотну роль грає, приміром, політика обмеження народжуваності або освоєння нових землеробських знарядь, телебачення приділяє багато уваги пропаганді починів в цих сферах. При тоталітарних режимах пропаганда пронизує усю телепрограму — від інформації до витворів мистецтва, демонструючи загальну любов до влади і до виконання їх вказівок. Але і в найдемократичніших державах телебачення в істотній частині своїх програм служить провідником державної політики. Слід нагадати тут девіз Британської мовної корпорації : «Повідомляти. Повчати. Розважати». У цивілізованому суспільстві « повчання » зводиться до соціально-педагогічної дії, що спирається на знання реального стану громадської думки з питань моральності і політики держави. Пропаганда завжди вторинна по відношенню до політики, яку вона обслуговує. Якщо політика моральна і спрямована на забезпечення благополуччя суспільства, то телекоментатор, не вступаючи в конфлікт з совістю, включається в популяризацію такої політики, здійснюючи роль інтерпретатора ідей, що поступають « згори » і усвідомлюваних як власні, особисті спрямування. Очевидно, що з більш менш різкою зміною політичного курсу країни або зміною адміністрації регіону такий політично ангажований автори програми, провідник

ідей, що стали непопулярними, втрачає моральне право подальшої дії на аудиторію. Його особа у свідомості глядачів ототожнюється з певною політикою, це не диктор, що читає «що дадуть». У факті співпраці авторів програми з владою немає нічого аморального, якщо не аморальна сама влада. Соціально-педагогічна, або управлінська, функція телебачення, очевидно, граничить з інтеграційною і, крім того, з інформаційною. Такий підхід не викликав би заперечення, якби не передбачалася можливість мовця розпоряджатися інформацією, вирішувати, що «дати», а що «не дати» аудиторії, мовляв, для її ж спокою. На ділі йдеться про спокій керівників, аудиторії ж для вірної орієнтації потрібна максимумно можлива повнота інформації. Всяке приховання інформації, використання інформаційних програм телебачення з метою витягання миттєвих управлінських вигод аморально, якщо не злочинно. Отже, інформація має бути в ідеалі неупереджена і незалежна від того, хто її передає. Усвідомлюючи, що абсолютна безсторонність неможлива, інформатор все ж постійно прагне до цього, і в сукупності інформаційні програми різних каналів (якщо вони конкурують по частині повноти і об'єктивності подання матеріалу) принципово відрізняються від «агітаційно-пропагандистських». Перша частина формули ВВС — «повідомляти» — так само відрізняється від другої — «повчати» — як факт від коментаря. Факт недоторканий, коментар вільний. А точніше кажучи, автор вільний проводити в нім певну тенденцію. Адаптація населення до обставин життя, що міняються, до змін самого місця існування — найважливіше соціально-педагогічне завдання. Автори програми, працюючі в цій сфері, повинні уявляти собі, по-перше, реальну психологію, звички, систему цінностей людей, яких вони мають намір в чому-небудь переконати, і, по-друге, бажаний напрям змін в громадській думці. Особливо важливу роль грає пропаганда ненасильства і нерозділення на «наших» і «ненаших» — і тут соціально-педагогічна функція телебачення прямо змикається з інтеграційною. Виховувати, повчати доречно і законно лише громадян тієї держави, регіону, від імені якого діє ця телеорганізація. Активно формувати громадську думку на користь свого засновника, спонукаючи до яких-небудь дій людей за межами адміністративних меж, неприпустимо. Автори соціально-орієнтованих програм

можуть опинитися в положенні посередника між владою і населенням, коли недоречні як підлабузнювання перед високими посадовцями, так і популістські претензії говорити «від імені народу». Крім того, в умовах конкуренції телеканалів соціально значима передача не повинна програвати чисто розважальною.

У періоди виборчих кампаній телестанції цивілізованого світу надають рівний час в ефірі усім кандидатам на державні або муніципальні пости. Завдяки майстерності авторів ці програми перетворюються на захоплюючі політичні шоу, причому виборці дістають можливість свідомо робити свій вибір на основі інформації про кандидатів і власного враження про них.

Вони виховують і підтримують у свідомості усіх членів демократичного суспільства звичку до самостійного зіставлення думок, аргументів, фактів. Такі передачі виконують найважливіше соціально-педагогічне завдання. Усвідомлений і відповідальний вибір народом політичної програми того або іншого кандидата на виборну посаду є необхідна умова демократичного розвитку країни. Відмітимо також, що законами низки країн забороняється підбурювання в телепередачах до поведінки, небезпечної для індивіда і суспільства.

Організаторська функція. Її слід відрізнити від управлінської(соціально-педагогічною), де формування думок і спонукання до дії виходять від уряду і(чи) інших адміністративних структур і здійснюються регулярно. На відміну від такої дії телебачення іноді саме стає ініціатором тієї або іншої громадської акції, організовуючи які-небудь спільні дії мас людей. Нерідко телебачення виконує функцію організатора, ставлячи які-небудь питання перед владою, спонукаючи їх до дії.

На рівні міста, регіону така організаторська робота авторів програм особливо помітна(за ініціативою телебачення, приміром, вводяться нові маршрути транспорту і т. п.). Трапляється, коли управлінська функція і організаторська входять в різке протиріччя. Якщо організація громадського контролю за діями влади, їх конструктивна критика в цивілізованому суспільстві вважаються нормальною практикою телебачення, то організація фізичної протидії розпорядженням влади переслідується згідно із законом.

Освітня функція. Безпосередньо не відноситься до сфери публіцистики, припускаючи регулярні цикли дидактичного матеріалу в допомогу особам, що здобувають освіту. Видатні учені, кращі фахівці викладають в телеуніверситетах світу. Існують платні університети, що висилають глядачам тексти телелекцій і видають дипломи після складання іспитів. Телебачення здатне допомагати тим, що навчаються в звичайних школах і вузів, усуваючи протиріччя між усе більш масовим характером освіти і дефіцитом талановитих педагогів-учених. Безумовно, хороший викладач, показаний на екрані, краще поганого в аудиторії. Для навчання вдома, як і для залучення до соціуму, дуже перспективний двосторонній телезв'язок по кабелю. Але і накопичений багаторічний досвід телевізійної підготовки що вступають до вузів показав, що телекурси ефективніші за звичайне підготовче зайняття. Учбові передачі транслюються, як правило, по спеціально відведеному для цієї мети каналу. Їх відрізняє системність, періодичність, зв'язок з учбовими програмами відповідних шкіл, коледжів, вузів. У колишньому СРСР учбові передачі велися по окремому каналу Центрального телебачення. Зі збільшенням числа кабельно-супутникових телевізійних систем дуже вірогідним видається повернення телевізійного навчання на вітчизняні екрани.

Рекреативна функція. Рекреація (від латів. *recreatio* — відновлення) — відпочинок, відновлення сил людини, витрачених в процесі праці. Більшість рекреативних телепрограм, по суті, лежать за межами телевізійної публіцистики. Відмітимо межуючі з документалістикою ігрові телесеріали, що дозволяють аудиторії дізнатися про життя різних верств суспільства, про повсякденні турботи звичайних людей. Постійні герої персоніфікують певний спосіб життя і образ думок, стають еталонами моральних цінностей і соціальної поведінки. Це розширює наші звичні уявлення про можливості «розважального» мовлення, якому мають бути знайомі поширені у світі жанри сімейних хронік, шкільних, медичних, адвокатських серіалів. Телеп'єси, де актори розігрують ситуації з навколишньої дійсності і реагують на останні події, сприймаються іноді як прямий репортаж з життя, з реальної сім'ї. Чисто розважальна продукція (відеокліпи, комедійні фільми, конкурси, концерти, розважальні ток-шоу і ін.) створюється, як правило, спеціалізованими телекомпаніями.

Знання громадських функцій телебачення, його потенційних можливостей необхідно будь-якому працівникові ТБ для того, щоб точніше визначати мету своєї роботи, мету кожного виходу на екран. У переліку професійних якостей режисера ТБ, незалежно від його спеціалізації або екранного амплуа, найважливіше місце займає соціальна відповідальність, чітке розуміння і прогнозування результатів телевізійної дії на маси людей.

Висновки: Інформаційне мовлення втілює природу ТБ як електронного ЗМІ, що допомагає створенню інформаційної картини світу. Суспільно-публіцистичне мовлення реалізує інтегративну, суспільно-педагогічну та організаторську функції ТБ. Освітнє мовлення має направленість на культурно-просвітницьку діяльність та підвищення освітницького та естетичного рівня глядацької аудиторії. Досугове мовлення реалізує рекреативну, розважальну та естетичну функції ТБ.

Запитання для самоконтролю:

1. Розкрити особливості інформаційного мовлення,
2. Розкрити особливості суспільно-публіцистичного мовлення,
3. Розкрити особливості освітнього та досугового мовлення;
4. Інформаційна, інтегративна, суспільно-педагогічна, культурно-просвітницька, рекреативна, естетична та організаторська функції ТБ.

Розділ 2

Аудіовізуальний екранний продукт в сфері кіно- та телевиробництва

Тема 4. Види фахової діяльності в аудіовізуальному екранному мистецтві. Кіно- та телевиробництво як результат колективної творчості. Режисура аудіовізуальних екранних мистецтв.

Вузлові питання: Різновиди творчих професій у кіно та телебаченні. Теле— та кіновиробництво як колективний процес створення екранного продукту. Розподіл функцій у цьому процесі. Роль режисера як керівника та організатора діяльності творчого колективу. Матеріал та інструмент творчості режисера.

Базові терміни: Режисер, оператор, освітлювач, художник, актор, ведучий, звукорежисер, композитор, монтажер, продюсер; програма, фільм (постановчий, документальний)

Теле— та кіновиробництво являють собою колективний процес створення екранного продукту, у якому відбувається розподіл функцій таким чином:

Режисер — професіонал, який розроблює творчий задум екранного твору на основі літературного сценарію, виконує творчо-ідейне та організаційне (іноді — адміністративне) керівництво творчою групою;

Сценарист — автор (іноді — разом з режисером) літературного сценарію майбутнього твору. На телебаченні цю роль нерідко відіграє журналіст (редактор, репортер, автор програми)

Оператор — спеціаліст, що виконує зйомку екранного твору за допомогою кіно — (теле-, відео-) камері

Освітлювач — спеціаліст, що виконує освітлення на зйомочній площадці, створює необхідний світловий та тінювий малюнок об'єктів, що знімаються

Художник — спеціаліст, що малює ескізи кадрів, відповідає за зображальну стилістику кадру, його кольорове рішення, художники по костюмах та декораціям відповідають за напрямки, що витікають з назв фаху

Актор — фахівець, що втілює в кадрі певного персонажа, чи озвучує його при дублюванні

Звукорежисер — фахівець, що поєднує в собі фахові якості та вміння інженера-акустика й професійного музиканта, відповідає за якісний запис звуку, створення звукових художніх образів, формуванням драматургії звуку, концепції звуку, створенням нових звуків і їх обробку. Людина, що займається цією професією, як правило володіє і технічними аспектами професії

Композитор — фахівець, що пише музику до екранного продукту, це музикальне рішення повинне бути согласованим з режисерським задумом, виражати музичними засобами риси драматургічної ситуації, характер чи стан персонажа та виконувати інші функції музики на екрані.

Монтажер — фахівець, виконуючий технічні (під керівництвом режисера чи керуючись режисерським сценарієм) та (відео монтажер на ТВ) творчі завдання монтажу зображення.

Продюсер — фахівець, що поєднує організаційні та творчі функції при створенні екранного продукту (креативний продюсер), чи функції організації та пошуку фінансування виробництва продукту. Може частково перебирати на себе функції режисера.

Ведучий — фахівець, що має акторські та (при необхідності) журналістські якості, веде спілкування з гостями та іншими героями ТВ програми, оголошує необхідну для глядачів інформацію, коментарі та пояснення, діє у відповідності зі сценарієм програми, є провідником авторського задуму у програмі.

Журналіст — існує багато різновидів журналістської спеціалізації (репортер, редактор, інтерв'юер, коментатор та ін.)

Художник комп'ютерної обробки зображення — фахівець, що відповідає за спецефекти у кадрі та різні інші види обробки зображення (наприклад, кольорову).

Комп'ютерний художник-дизайнер — фахівець, що домалює у кадрі об'єкти та персонажів, що не існували у кадрі під час зйомок.

Асистенти — допоміжний персонал для фахівців, що бере на себе частину їх функцій, якщо робота при створенні екранного продукту це потребує за її складності (обсягу трудозатрат). Є асистенти режисера, оператора, звукорежисера і т.ін.

Теле — та кіновиробництво являють собою колективний процес створення аудіовізуального екранного продукту. Можна казати, що творчим суб'єктом у кіно, ТБ та у екранному творчості взагалі, як правило, є колектив. Творчу працю тут поділено між кількома індивідуальностями, продукт її є наслідком спільної діяльності цілої групи людей. Значну частину цих людей становлять представники так званих творчих професій (у різних видовищах — різні): автор (сценарист, драматург, журналіст), актори (виконавці), художник і композитор, оператори, звукорежисери. Кожен з них, як правило, є непересічною творчою особистістю, із своїми творчими амбіціями й переконаннями, поглядами на мистецтво, на життя, на людей, своїми симпатіями й антипатіями, своїм розумінням життєвих проблем і шляхів їх подолання. І чим яскравіші ці особистості, чим багатша палітра смаків і поглядів, — тим краще для загальної справи. Але постає проблема поєднання цих особистостей у єдиний творчий ансамбль — і цю проблему вирішити без «диригента», тобто режисера, неможливо. Проблема полягає у тому, що колектив (яким би монолітним він не був!) не здатен продукувати єдину творчу думку, якщо не має єдиного творчого керівника. Він відіграє роль свого роду камертону, він — єдиний носій головного творчого задуму, що об'єднує розуміння спільної мети різних виконавців, хто визначає задля них творчі завдання, від якої й залежатиме неповторне художнє бачення світу, втілене в результат колективної праці. Усі частини створення твору від початку мисляться й творяться не інакше, як фрагменти єдиного, наскрізного цілісного процесу.

Колектив, що співробітничав з режисером, складається з кількох десятків представників найрізноманітніших професій — і не лише творчих (актори, оператори, сценарист, асистенти, художники, звукорежисер, композитор тощо, про які йшла мова вище), але й технічних (бутафори й реквізитори, освітлювачі, монтажники негативу та механіки знімальної апаратури, працівники постановочних цехів, служб, майстерень та багато-багато інших) й адміністративних (директори, плановики-економісти, організатори зйомок і т. ін.). Перерахувати всіх досить важко, досить зазначити, що наприкінці ХХ століття було підраховано, що у виробництві сучасного ігрового фільму беруть участь представники більше 50 різних професій.. Якщо ж узяти сучасні телешоу, то кількість спеціалізацій фахівців, що “обслуговують” весь процес її створення, буде не менша. І звичайно ж, і в телевізійному видовищі остаточний результат — чи, краще сказати, підсумковий процес, — досягається поєднанням сукупних зусиль багатьох працівників найрізноманітніших творчих, організаційних і технічних професій, спрямованих до досягнення спільної мети. На відміну від кіно, на ТБ режисер — це співавтор журналіста. Це людина, котра опікується цілим, а не тільки його частиною. Це людина, що має свої погляди на те, яким повинно бути те ціле і яка віддає належне авторові змісту, але не поступиться своїм правом бути автором форми. Тобто автору (журналісту, сценаристу) прийдеться шукати порозуміння з режисером. В телевізійній публіцистиці інакше не буває. Тому спільний вибір автора та режисера — дуже відповідальний момент. У підготовчий період режисер як творча одиниця відповідає за створення режисерського сценарію на основі розробленого автором (журналістом, сценаристом) літературного сценарію (попередньої або чорнової версії), а також має право та зобов’язаний висловлювати свої міркування щодо літературного сценарію. Режисер також (разом з оператором) знайомиться з джерелами інформації, що відносяться до форми майбутнього твору — майбутніми місцями зйомки. Хоча треба також зазначити, що на сучасному телебаченні, при створенні програм інформаційної чи інформаційно-аналітичної публіцистики, роль режисера нерідко зводиться до суто технологічної — керівництва зйомкою та монтажем. При цьому створення та загальне керівництво втіленням творчого задуму переходить до представ-

ників інших фахових спеціалізацій — продюсерів, редакторів, репортерів як авторів сюжету тощо.

Існує погляд на режисуру як на практичну психологію. Матеріалом відтворення для режисера на екрані є людська поведінка, життєві події, процеси та явища. Творчим матеріалом для режисера є результат творчості інших членів творчої групи — сценариста, акторів, оператора, композитора, звукорежисера, художника та усіх інших. Режисер є майстром, який створює на екрані за допомогою виразних засобів образ дійсності через пластичні та звукові образи, з метою доведення авторської ідеї до глядача у дійовій формі через розгортання конфлікту, тобто через перенесення драматургії на екранну форму, використовує оригінальну екранну мову з притаманними йому творчими особливостями, вибирає міру умовності, реалізуючи свої творчі можливості та творчу уяву.

Засоби екранної виразності, що як інструмент застосовує режисер, поділяються на вербальні та невербальні. Вербальні — це мова, слова, що промовляють персонажі чи автор-оповідач (в кадрі чи за кадром). Мова буває в кадрі, закадрова, авторський коментар, внутрішній діалог. Невербальні також мають свою класифікацію — акторські, операторські, монтажні, драматургічні, а також музика та шуми. До невербальних засобів виразності належать: акторський рух, міміка, зовнішність, манера поведінки; мізансцена, планування простору, ракурс, тревелінг, панорама, від'їзд, наїзд, світло-кольоровий та тінью-кольоровий малюнок, композиція кадру взагалі, темп і ритм, крупність кадру та його зміна, рух та його швидкість, комфортний чи акцентний монтаж, драматургічна композиція твору, його архітектоніка, характери дійових осіб, персонажів та героя, їх розвиток, стилістичне рішення зображення та ін..

Висновки: Теле— та кіновиробництво являють собою колективний процес створення аудіовізуального екранного продукту. Можна казати, що творчим суб'єктом у кіно, ТБ та у екранному творчості взагалі, як правило, є колектив. Творчу працю тут поділено між кількома індивідуальностями, і продукт її є наслідком спільної діяльності цілої групи людей. Функції режисера можуть бути надані одній людині (це, як правило, кіновиробництво) чи розподілені між кількома персонами (як правило, це стосується виробництва інформацій-

ного продукту на ТБ, де режисер є співавтором журналіста, що виступає як сценарист). Режисер — це професіонал, який розроблює творчий задум екранного твору на основі літературного сценарію, виконує творчо-ідейне та організаційне, а іноді — й адміністративне керівництво творчою групою

Запитання для самоконтролю:

1. Режисура як вид творчої діяльності.
2. Режисура як практична психологія.
3. Матеріал режисури.
4. Режисер як творець екранних образів дійсності.
5. Режисер як співавтор твору на ТБ
6. Теле— та кіновиробництво як колективний процес створення аудіовізуального екранного продукту.
7. Роль режисера як керівника та організатора діяльності творчого колективу.

Тема 5. Загальні поняття фахової діяльності. Фахова термінологія

Вузлові питання: визначення загальних понять фахової діяльності та фахової термінології в їх взаємозв'язку.

Базові терміни: Поняття кадру, плану, крупності, глибини, засобів зйомки та тонування, монтажу, постановочного та календарно-зйомочного плану, літературного та режисерського сценарію, монтажного аркушу, мізансцени, композиції (кадру, драматургічного твору), архітекtonіки.

Існує декілька варіантів визначення кадру. Наведемо деякі з них. Кадр — змістовна, зображальна та виражальна одиниця екранного твору. Кадр — зображення частини простору, що включено у рамки картинної площі. Кадр (зйомочний) — частина плівки (за цифрових технологій — файл), записана при безперервній праці камери між натисканням на кнопку «Пуск» та на кнопку «Стоп». Кадр (сценарний) — кадр у вигляді та з хронометражем, як заплановано у режисерському сценарії. Кадр (монтажний) — кадр у монтажній низці, що має визначений монтажним темпоритмом кінце-

вий хронометраж (довжину у часі) і межує з сусідніми кадрами, тобто від стику до стику.

План — признак, що визначає крупність основного об'єкту у кадрі (крупний, деталь, середній, загальний, дальній). Інше розуміння плану — градація зображення у картинній площі в глибину з точки зору перспективи (передній план, задній план, основний план).

Крупність — масштаб зображення об'єкту відносно рамок кадру. Одним з перших, хто запропонував логічну систему крупностей, був Л. Кулешов. Він запропонував розрізняти шість основних видів великості планів. 1. Деталь. Око людини з бровою і частиною носа. 2. Великий план. Обличчя людини в увесь екран по вертикалі. Над головою і під підборіддям залишаються невеликі проміжки між особою і рамкою кадру. За головою видимі плечі. 3. 1-й середній план. Частина фігури людини, узята в рамку кадру, трохи вище за пояс. 4. 2-й середній план. Фігура людини по коліно. 5. Загальний план. Людина полягає в рамці кадру так, що над його головою і під його ногами залишається невеликий простір до рамки. 6. Далекий план. Фігура людини в цьому випадку надзвичайно мала. Вона складає $1/7$, $1/10$ частина висоти кадру і менше.

Ракурс — кут між оптичною віссю об'єктиву та площиною предмета, що знімається. Ракурс є сильним виражальним засобом, що дозволяє виразити співвідношення між основним об'єктом та сусідніми чи фоном, підкреслити відношення автора до об'єкту.

Засоби зйомки: статичний кадр — зйомка, коли камера стоїть нерухомо, та рамки кадру не міняють свого положення відносно простору, що знімається. Наїзд — зйомка нерухомою камерою, коли поле зору камери звужується (крупність об'єкту зростає). Від'їзд — зйомка нерухомою камерою, коли поле зору камери розширюється (крупність об'єкту зменшується). Панорамування — зйомка камерою, що обертається навколо своєї вертикальної (горизонтальне панорамування) чи горизонтальної вісі (вертикальне панорамування). Проїзд — зйомка при переміщенні камери по певній траєкторії, коли кут зору камери не змінює свою величину.

Монтаж зображення — зіставлення статичних пластичних образів та пластичних образів дії з метою вираження авторського задуму.

Мізансцена — розташування та переміщення дійових осіб (об'єктів) на площадці, що виражають їх завдання та відносини між ними. На схемі мізансцени наносяться шляхи переміщень як акторів (об'єктів), так і місця розташування та переміщень знімальної апаратури.

Монтажний лист — документ, що використовується для монтажу готового знятого матеріалу у відповідності до режисерського сценарію. Потреба в ньому обумовлена тим, що кадри, як правило, фактично знімаються не в тому порядку, і розташовані на плівці (у пам'яті цифрової апаратури), як вони вказані у сценарії.

Приклад монтажного листу:

№ кадра на фізичному носії чи назва файлу (на плівці, у пристрої пам'яті)	Тайм-код входу на плівці	Тайм-код виходу	Зміст кадру (у т.ч. номер дублю)	№ кадру за режисерським сценарієм

Розкадровка — послідовність всіх замальованих (як варіант — у ескізному вигляді) кадрів майбутнього екранного твору, з їх номерами, та інформацією про засоби зйомки.

Літературний сценарій — запис майбутнього екранного твору у літературній формі, що містить інформацію про його зображальне та звукове рішення.

Режисерський сценарій є технічно-творчим документом, в якому в текстовій та графічній формі закріплений задум режисера. Він є результатом загальної роботи режисера, художників та оператора (під керівництвом режисера) та містить :

- Режисерські ходи
- Розробку образного рішення
- Розробку звукового рішення
- Розробку монтажних рішень

Варіант схеми режисерського сценарію.

Постановчий план — вихідний режисерський документ, що містить у собі формулювання режисерського задуму та засобів його втілення: літературний сценарій, режисерський аналіз, режисерське бачення (експлікація), досье персонажів,

режисерський сценарій, документація по пробах (акторських та локацій), схеми мізансцен, схеми і ескізи декорацій, потрібна знімальна та освітлювальна апаратура і т.ін..

Календарно-зйомочний план – робочий документ, що складається на основі режисерського сценарію чи постанов чого плану та містить дані про графік зйомок конкретних кадрів та локацій, необхідну зйомочну та освітлювальну апаратуру, бутафорію, реквізит, декорації та ін..

Архітектоніка – п'ятиступінчата драматургічна структура твору, що за класичним підходом складається з експозиції, зав'язки, розвитку дії, кульмінації та розв'язки (фіналу). Може включати також елементи більш розвинутої структури – пролог, епілог, передкульмінація.

Запитання для самоконтролю:

1. Поняття кадру як змістової, виражальної та зображальної одиниці екранного твору,
2. Часові та просторові аспекти поняття кадру.
- 3.Крупність кадру
4. План та кадр
5. Прийоми зйомки

Тема 6. Загальна структура аудіовізуального екранного продукту (кадр, монтажна фраза, сцена, епізод, фільм чи програма). Види аудіовізуального екранного продукту в кіно та на ТБ

Вузлові питання: Поняття кадру як змістової, виражальної та зображальної одиниці екранного твору, часові та просторові аспекти поняття кадру. Монтажна фраза як послідовність кадрів, що виявляє закінчену думку. Сцена як відносно самостійна частина твору, у якій дія розгортається у певному єдиному часі та просторі. Епізод як відносно самостійна частина твору, яка відображає на екрані закінчену драматургічну подію. Програма чи фільм як цілісний та закінчений екранний продукт, що складаються з епізодів та сцен.

Базові терміни: кадр, монтажна фраза, сцена, епізод, програма та фільм.

Скористуємось визначенням кадру, як змістовної, зображальної та виражальної одиниці екранного твору. Виходячи з цього, монтажна фраза — закінчена послідовність кадрів, що відображає закінчений фрагмент дії та виражає певну думку. Монтажна фраза — це пластичний еквівалент думки. Вона має певне темпоритмічне рішення та будується як елемент екранного оповідання, що має власну оповідальну структуру. Існують екранні продукти, що можуть будуватися без використання монтажних фраз, а тільки послідовностей кадрів, що ілюструють думку автора — наприклад, репортажі.

Сцена — це відносно самостійна частина твору, у якій дія розгортається у певному єдиному часі та просторі.

Епізод — відносно самостійна частина твору, яка відображає на екрані закінчену драматургічну подію. Поєднання та структурна побудова сцен та епізодів, як правило, складає драматургічну композицію екранного твору.

З епізодів та сцен складаються такі цілісні та закінчені екранні продукти, як програма та фільм. Зауважимо, що видів та жанрових форм екранного продукту на телебаченні (як суто створених для показу на телебаченні) існує набагато більше, ніж у кіно. По-перше, це публіцистичні програми. По-друге — різноманітні шоу (телевізійні дійства). По-третє — багатосерійні телесеріали і т.ін.

Програма — це цілісний закінчений ефірний телевізійний продукт, маючий контент, що виконується у певній жанрово-видовій формі. Існує багато таких форм — це й бюлетень новин, що складається з репортажів, заміток, огляд, що складається з репортажів, коментарів, інтерв'ю. Існують також такі (наразі — як складові оглядів) жанрові форми, як нарис, есе, фейлетон, замальовка. До найбільш поширених зараз жанрово-видових форм є шоу — телевізійне дійство, реаліті-шоу. Як правило, програма має цикловий характер виходу на екран.

Існує також на ТБ такий своєрідний екранний продукт, як міжпрограмні ефірні компоненти — анонси, рекламні блоки, спеціальні випуски та їх жанрові різновиди.

Фільм — цілісний екранний продукт, закінчений твір, орієнтований на створення художнього чи поняттєвого образу (життєвих подій, людей, проблем, та ін.). Він не орієнтується тільки на цикловий характер виходу на екран і може існувати як самостійна, творчо та ідейно відокремлена оди-

ниця — твір мистецтва, як правило, це стосується художніх фільмів (хоча існують телевізійні серіали, що виробляються та виходять на екран циклами-сезонами). Іноді художні кінофільми теж створюються як певна оповідальна послідовність (прижилися такі англомовні терміни, як сіквел (продовження історії даного фільму у наступному) чи приквел (свого роду передісторія даного фільму)). Фільми поділяються за типами та жанрами екранної творчості (завданнями та засобами створення) — постановочні (вибудовування дійсності), документальні (фіксація дійсності), науково-популярні та просвітницькі (поширення наукових знань), учбові (навчання аудиторії певним навичкам та знанням з курсу різних наук).

Жанри ігрового кіно базується як на традиційних драматургічних жанрах — драма (психологічна, мелодрама), комедія, трагедія, — так і на жанрах, що сприйняті з літератури — кіноповість, кінороман, кіноновела, кіноепопея.

Висновки: Монтажна фраза — закінчена послідовність кадрів, що відображає закінчений фрагмент дії та виражає певну думку. Монтажна фраза — це пластичний еквівалент думки. Вона має певне темпоритмічне рішення та будується як елемент екранного оповідання, що має власну оповідальну структуру. Сцена як правило складається з монтажних фраз, а епізод — зі сцен, хоча можуть бути й винятки. Програма відрізняється від фільму насамперед тим, що знімається для циклового виходу на телеекрані.

Запитання для самоконтролю:

1. Види екранного продукту.
2. Елементи структури екранного продукту.
3. Відмінності фільму від програми.

Тема 7. Основні етапи виробництва аудіовізуального екранного продукту.

Вузлові питання: Підготовчий період та його значення. Знімальний період як основний період створення матеріалу для постпродакшна. Монтажно-тонувальний період (постпродакшн) як підсумковий період створення екранного твору.

Базові терміни: Підготовчий період, знімальний період, монтажно-тонувальний період.

Фільми, телепередачі, реклама, кліпи — усе це є кінцевим продуктом роботи великої кількості людей. Створення екранного продукту ділиться на три періоди.

1. Підготовчий
2. Виробничий (Знімальний)
3. Монтажно-тонувальний.

Розглянемо ці три періоди на прикладі створення художнього фільму, оскільки він є найбільш трудомістким і охоплює увесь спектр на відміну від документального фільму, телепередачі, реклами або кліпу, де існують свої нюанси.

Підготовчий. Перший період, який є найтривалішим і вимагає дуже багато зусиль і ретельної підготовки. Кінцевий результат багато в чому залежить від цього періоду, оскільки тут формується «скелет», по якому надалі проходитиме уся робота. І якщо в цьому періоді буде упущені які-небудь деталі, це може надалі стати причиною неякісного продукту або його провалу.

Основні робочі моменти підготовчого періоду. Робота над будь-яким екранним продуктом розпочинається з творчого задуму над темою і ідеєю твору. Режисер шукає матеріал для свого майбутнього фільму, або йому його замовляють. Матеріалом для екранного продукту може послужити будь-яка проблема, що бентежить суспільство, оскільки екранний продукт — це відображення реальності, що оточує нас. Так само матеріалом можуть бути фантазії автора, як відображення його світогляду. Матеріалом може стати літературний твір на яку-небудь тему, написаний раніше.

Після того, як режисер визначився з предметом розповіді, або йому його замовили, тему і ідею потрібно перенести на папір. Режисер приступає до написання літературного сценарію (режисер може сам написати сценарій, або за нього це робить сценарист, якому він розповідає, про що має бути фільм. Також є варіант написання сценарію, основою для якого служить літературний твір).

У випадку якщо створюється оригінальний сценарій (автором придумана історія, аналогів якої немає в реальності), то режисер, сам або з сценаристом, придумують сюжет, сю-

жетні лінії, героїв, їх завдання і цілі, пише фабулу, визначає запропоновані обставини, конфлікт, проводить подієвий аналіз. Оповідання будується на принципах драматургії.

Якщо ж літературний сценарій пишеться на основі літературного твору, то тут сценарист працює вже з певною історією і персонажами.

Головне при написанні сценарію те, що сценарист повинен написати його літературною мовою так, щоби те, що ми читаємо, ми могли легко уявити, побачити внутрішнім зором. Тому більшість величезних масивів літературного тексту, візуально нічим не підкріпленого, можливо укласти в пару речень, зрозумілих режисерові. Так само при такому виді сценарію можливо скорочення твору (відмова від яких-небудь сцен або епізодів), яке не шкодить логічному викладу історії, а лише є доповненням.

Після того, як сценарій написаний, режисер робить повний аналіз. При необхідності сценарій доопрацьовується. При написанні літературного сценарію у режисера з'являється перше бачення того, як фільм виглядатиме. Надалі це бачення може повністю мінятися або якимось трансформуватися. Одним з умінь режисера і є те, щоб донести це бачення до кінцевого результату. Зробити це важко, часто так буває, що під впливом різних чинників це зробити не вдається.

Підбір знімальної групи. До складу творчої групи входять: режисер, оператор, звукорежисер, бутафор, художник декорацій, художник по костюмах, спеціаліст по костюмах, композитор, актори — це основний склад знімальної групи. При необхідності підбираються асистенти основних членів знімальної групи. Також залежно від жанру роботи з'являються інші члени групи, які вступають у визначений для себе період роботи над екранним твором (виробничий — каскадер, гример; монтажно-тонувальний — художник комп'ютерної графіки, монтажер). Вони можуть працювати в якомусь одному з періодів або навпаки брати участь в усіх або тільки в деяких.

Режисер повинен зібрати біля себе людей зацікавлених в тому, щоб продукт вийшов якісний, людей, яким близька тема, тих, хто розуміє режисера з півслова, оскільки це дуже важливий момент в роботі, сприятлива атмосфера на майданчику, не витрачатися зайвий час на з'ясування проблем.

Режисер разом з художником створюють ескізи усього фільму (малюють увесь фільм: простори, героїв, костюми, предмети і т.д.). Потім ці ескізи поступають в розробку до оператора, і він по них повинен зняти кіно.

Створення задуму звукозорового образу. Основні члени знімальної групи створюють звукозоровий образ, а задум його належить режисерові відповідно темі та ідеї. Результатом загальної роботи режисера, художників та оператора (під керівництвом режисера) являється режисерський сценарій, який містить :

- Режисерські ходи
- Розробку образного рішення
- Розробка звукового рішення
- Розробка монтажних рішень

Після того, як режисерський сценарій готовий, створюється ще ряд документів необхідних для роботи. З появою режисерського сценарію можна точно встановити календарно-постановчий план зйомок та бюджет фільму, враховуючи усі технічні і творчі компоненти. Календарно-постановчий план (КПП) є документом, який регулює процес роботи знімальної групи. У КПП визначають, скільки триватимуть зйомки і коли. Після складання КПП усі повинні підтримуватися його розкладу, зневага КПП загрожує збоєм в роботі, а це спричиняє собою несвоєчасний випуск фільму на екран, що може вплинути на умови з боку продюсерів. Календарний постановочний план є документом, який дає «зелене світло» в подальшій роботі над екранним продуктом. Тобто закінчується підготовчий період і починається виробничий.

Паралельно з написанням режисерського сценарію, проводиться кастинг на роль головних і другорядних героїв. Проби проводить режисер з асистентами. Основні вимоги до виконавців:

- Відповідність художньому образу.
- Здатність виконання поставлених завдань.

Паралельно з написанням режисерського сценарію йде процес виготовлення декорацій, пошуку реквізиту, костюмів, підбір місць зйомки (локацій). При необхідності будуються декорації в павільйоні або на природі, добудовуються та реставруються елементи підібраних локацій. Реквізит і костюми або використовують вже існуючі, або роблять спеціально для цього екранного продукту.

Пошуком місць зйомок займаються режисер, оператор і художник. Основні вимоги до підбору:

- Відповідність художньому задуму (образному рішення, режисерському завданню) закріпленому в режисерському сценарії.

- Відповідність технічним вимогам (можливість розміщення і підключення знімальної техніки).

Після того, як підібрані актори, проводяться застільні репетиції: режисер, разом з акторами, збираються і разом прочитують увесь сценарій від початку до кінця, а потім — репетиції мізансцен на знімальному майданчику чи на іншій площадці. Також існують трактові репетиції — це репетиції, що безпосередньо проводяться перед початком зйомок з усіма членами знімальної групи на майданчику з працюючою камерою і звуковою технікою.

Виробничий (знімальний) період. Назва говорить саме за себе. Якщо на підготовчому періоді усі моменти були враховані і зроблені на совість, то у виробничому періоді все піде без зайвих проблем.

У виробничому періоді є свої нюанси. Коли знімається фільм, існує два способи запису звуку:

1. З природним звуком (тобто при зйомці на майданчику звукорежисер на спеціальну техніку пише усі необхідні звуки).

2. З подальшим озвучуванням (тонуванням) в студії, тобто на майданчику також пишеться звук, але чорновий, а вже на монтажно-тонувальному періоді записується репліки персонажів по чорнових записах і підкладаються шуми і музика.

Монтажно-тонувальний. Монтажно-тонувальний період є третім і останнім періодом в роботі над екранним продуктом, його можна розділити на чотири періоди:

- Монтаж відео
- Корекція кольору
- Виготовлення спецефектів і комп'ютерної графіки
- Тонування звуку (озвучування)

Монтаж відео відбувається згідно раніше намальованого розкадрування в режисерському сценарії.

Коли основний «скелет» фільму зібраний, проводиться кольорокорекція, яка дозволяє підігнати (підрівняти) усі кадри під необхідну колірну і світлову гамму. Виготовлення спецефектів і комп'ютерної графіки робиться з потреби.

Тонування звуку. Якщо фільм знімався з природним звуком, то на цьому періоді накладається музика, якщо така потрібна. Якщо ж спочатку було вирішено переписувати звук в студії, то йде запис реплік, підкладаються шуми (з бібліотеки шумів або записані окремо), а так само накладається музика, якщо така потрібна.

Після монтажно-тонувального періоду існує ще період, коли змонтований фільм робить свої останні кроки, тобто виходить на екран телевізора або кінотеатру. На цьому періоді виконується реклама (піар компанія) фільму.

Слід підкреслити, що підготовчий, виробничий і монтажний періоди випуску фільму можуть частково накладатися один на одного. Наприклад, монтаж деяких сцен і епізодів може вестися вже в ході знімального періоду, щоб надалі їх можна було перезняти при необхідності або використати в просуванні фільму на ринок.

Особливості періодів виробництва інших видів аудіовізуального екранного продукту.

Документальний фільм відноситься до жанрів неігрового кіно. Як і художній, документальний фільм також створюється в три періоди. Але для цього виду роботи існують свої нюанси. Все починається, так само, як і в художньому фільмі, з творчого задуму. Предметом оповідання може бути людина або якась «наболіла» проблема. Деякі робочі моменти, такі як кастинг або підбір реквізиту і спорудження декорацій, можуть не враховуватися, оскільки це диктує матеріал і спосіб випуску фільму. З'являється такий робочий момент, як робота з відео і фото архівом (пошук, аналіз, відбір), робота з документами (якщо це фільм про події минулих років, і відео по цій темі мало), експертами, компетентними в цій темі.

Телепередачі. Якщо програма циклова, то підготовчому періоду приділяють велику увагу, оскільки від нього залежить якість і успіх усіх подальших випусків. Ідея — одна для усіх випусків, теми можуть бути для кожного випуску свої. Проходить кастинг на роль ведучого (ведучих). Кастинги на роль учасників програми можуть проводитися наново на кожен випуск. Установка декорацій — одноразова (або повторна, якщо студія ділиться з іншими програмами). Режисерський сценарій — один «концепт» на усі програми циклу. В творчій групі можливі заміни, поповнення штату. Знімаль-

ний період відбувається за накатаною схемою, і знімаються відразу декілька випусків наперед.

Висновки: Підготовчий період має дуже велике значення при створенні аудіовізуального екранного продукту. Під час його йде пошук теми та життєвого матеріалу, ознайомлення з існуючими сценаріями та літературними творами, що відповідають творчим пошукам режисера, робота над літературним сценарієм, формування творчої групи, проби. Знімальний період — це період створення вихідного матеріалу для створення фільму чи програми. Монтажно-тонувальний період (постпродакшн) — підсумковий період створення аудіовізуального екранного твору.

Запитання для самоконтролю:

1. Зміст та значення підготовчого періоду
2. Зміст та значення зйомочного періоду
3. Зміст та значення монтажно-тонувального періоду

Розділ 3

Основи режисерської діяльності

Тема 8. Структури аудіовізуального екранного твору: оповідальна, драматургічна, зображальна (аудіовізуальна).

Вузлові питання. Структури екранного твору: оповідальна, драматургічна, аудіовізуальна. Оповідь як форма та засіб доведення оповідачем історії до глядача Конфлікт, дія, фабула, сюжет, запропоновані обставини, тема та предмет оповіді як елементи драматургічної структури Розуміння та види трактовки події. Дія як розгортання подій у напрямку розвитку конфлікту. Зображальна структура як вибрана автором внутрішньокадрова та міжкадрова взаємодія пластичних та звукових образів.

Базові терміни: оповідь, запропоновані обставини, подія, дія, тема, конфлікт, ідея, сюжет, фабула, кадр, масштаб зображення, монтажна фраза, архітектоніка

Оповідь є формою та засобом доведення оповідачем певної історії до глядача. Предмет оповіді — це життєвий матеріал, який є основою історії, викладеної у творі. Оповідь є оповіданням «від третьої особи», драма — оповіданням «від перших осіб», учасників конфлікту. Оповідальна структура представляє собою послідовне розгортання епізодів, які поєднані тим чи іншим структурним принципом. Цих

структурних принципів, загалом, існує два — послідовна та паралельна оповідь. Послідовна оповідь ведеться чи від загального до часткового, чи від часткового до загального. При паралельній структурі оповідання використовується декілька (мінімум — дві) оповідних ліній, однією з яких може бути лінія дії чи роздумів автора-оповідача. Існують похідні оповідні структури — асоціативна, яка допомагає народжувати екранний символ засобами метафори через асоціацію (чи аналогію), схожість певних признаков, чи тематична, коли всі елементи пов'язані єдиною темою, що подається у своєму розвитку.

Принципами організації послідовної структури екранної оповіді можуть також бути хронологічна (лінійна чи нелінійна) чи логічна структура побудови. Лінійна хронологічна структура — це коли всі події в оповіданні викладаються у своєму природному порядку, нелінійна — коли має місце певний здвиг викладення подій у часі, коли частина того, що було «після», описується перед тим, що було «потім». Логічна структура базується на викладенні матеріалу оповідання за принципом «спочатку причина — потім наслідки».

Екранна оповідь є вибудовою послідовності звуко-зорової інформації в творі. Оповідна (монтажна) структура екранного твору є звуко-зоровим еквівалентом драматургічної (сюжетної) структури. Літературним еквівалентом звуко-зорової оповіді є сценарний запис, при чому послідовність слів в реченні задає певний порядок подання (автором) та сприймання (читачем — потенційним глядачем) сюжетозначимої інформації.

Складовими драматургічної структури твору є герой, ситуація та ситуаційні обставини (обставини відносин), персонажі та часові і просторові обставини, та обставини образу дії. Предметом моделювання (як дослідження) в драматургічному творі є моделювання дії та розвитку характеру в ситуації, моделювання ситуаційного розвитку в залежності від задіяних в ситуаційному колі характерів та виявлених обставин. Принципово схема сюжету будується як історія взаємовідносин. Для цього при творенні сюжету та вибудові фабули використовується зміна обставин. Вибудовується також ситуаційна модель: характер персонажу та його мета, обставини, конфлікт поміж характером

та обставинами, які прийнято класифікувати на запропоновані та вибудовані, часові, просторові та розвитку дії, безпосередні та опосередковані. Запропоновані обставини — обставини, у яких реалізується дія, які впливають на характер дії. Запропоновані обставини бувають обставинами місця і часу, у яких розгортається дія простору, та образу дії. Вибудова сприймається як процес відображення та зображення історичного процесу на конкретному життєвому матеріалі (реалістичному або фантазійному, себто — можливому) фактів людської діяльності. Також виділяються рівні обставин: особистий, груповий (соціальний), загально-людський (історичний). Обставини впливають на формування особистості (характеру) персонажу та розвиток ситуації.

Базовою для драматургічного твору є поняття теми — основного питання чи проблеми, що вирішується у творі. Конфлікт трактується як результат різних поглядів на тему, як основне питання твору, що проявляється у різниці напрямків векторів дії персонажів. Конфлікт також можна сприймати як зіткнення двох правд, у розвитку його проявляються основні етапи розвитку відносин дійових осіб, поперед усього — героя та антагоніста: боротьба, катастрофа, примирення. Конфлікт — це рушійна сила дії. В ході розвитку конфлікту, становлення та розвитку дії в сюжеті розвиваються і взаємовідносини між персонажами. Засоби досягнення мети, застосовані персонажами в ході конфліктних зіткнень, розвиваються та змінюються.

Ще одне базове поняття — подія. Існують два найбільш часто вживаних визначення події. Подія — це провідна обставина (факт, поступок чи явище), що змінює напрямок розвитку дії та відносини між персонажами. Інша трактовка така: подія — це існування певного кола персонажів у певному часі та просторі, тобто комплексі запропонованих обставин, одна з яких є провідною і визначає подію.

Наскрізна дія у драматургічному творі проявляється як процес розвитку конфлікту в його становленні, як розгортання подій у напрямку розвитку конфлікту.

Події постають як етапи розвитку дії чи як домінуючі обставини. Подія змінює комплекс обставин та дієві завдання дійових осіб. Форма дії відображається в типах подій: зовнішні та внутрішні, кількісні та якісні, головні (сюжетоутворюю-

чі) та другорядні, сюжетні та фабульні. Всі вони є предметом визначення під час дійового аналізу.

Події у оповідальній структурі відповідає епізод, а фабульному факту чи групі фактів — сцена.

Ідея — це відповідь автора на головне питання твору, яке формулюється у темі, свого роду висновок, який можна зробити у фіналі боротьби за конфліктом. Це — те, що хоче сказати автор виходячи з фіналу розгортання дії. Можна сказати, що дія кінець кінцем виводить на ідею.

Можна також дати такі визначення базових термінів фабули та сюжету. Фабула — це розвиток обставин у творі у їх причинно-наслідковому логічному зв'язку, тобто послідовність фактів, за їх логікою чи у хронологічному порядку. Сюжет — це розгортання подій у творі з точки зору змісту історії, свого роду базова схема твору, в яку входить послідовність дій, що відбуваються в творі, і сукупність існуючих в нім стосунків персонажів. Сюжет є смисловою основою історії, зміст її подій. Це — ряд подій (послідовність сцен, актів), що відбуваються в творі, побудованих для глядача за певними правилами демонстрації. Сюжет — основа форми твору.

Зображальна структура — це вибраний автором принцип поєднання звуку та зображення, внутрішньокадрова та міжкадрова взаємодія пластичних та звукових образів. При формуванні цієї структури автор вибирає масштаб зображення головного об'єкту кадру, що задає установку на сприймання зображення дії через призму конкретного зображального жанру. Кадрування стає етапом творення оповідної структури. Визначаючи принципи кадрування у своєму творі, автор веде пошуки принципів співвідношення слова та зображення. Наступним елементом зображальної структури, що складається з кадрів, є монтажна фраза. Як елемент зображальної структури вона має композицію з точки зору пластичного рішення (чергування крупностей, зйомочних прийомів задля зйомки кадру) та темпоритмічного рішення. Еквівалентом монтажної фрази з точки зору драматургічної структури є фабульний факт чи група фабульних фактів, оповідальної структури — сцена.

Кожна подія має своє зображальне (пластичне та звукове) рішення, виходячи з її природи та суті (змісту). Зрозуміло, наприклад, що подія «погоня» буде відображатися не так, як подія «побачення» чи «зустріч».

Архітектоніка є структурою, типовою для будь-якої оповіді. Вона складається з експозиції, коли має місце знайомство з головним героєм та місцем та часом початку подій, зав'язки, коли стає перше зіткнення за конфліктом, розвитку дії, змістом якого є ускладнення становища головного героя на протязі перипетій (подій), що з'являються, кульмінації, коли стає найбільш напружене зіткнення за конфліктом, та розв'язки (фіналу), коли настає вирішення конфлікту. З точки зору співвідношення архітектонічної та драматургічної структур експозиція — це фрагмент вихідної події, яка сталася до початку тієї історії, що є предметом зображення у оповіданні, та впливає на ситуацію головного героя, зав'язці та кульмінації відповідає подія, розвитку дії — ряд подій (мінімум одна), у розв'язці подій вже нема. Композиція оповіді проявляється у конкретній структурі сцен та епізодів у кожній архітектонічній частині, кількості ліній оповіді, наявності лінії оповідача і т.ін.

Висновки: Оповідь є формою та засобом доведення оповідачем певної історії до глядача. Оповідь є оповіданням «від третьої особи», драма — оповіданням «від перших осіб», учасників конфлікту. Оповідальна структура представляє собою послідовне розгортання епізодів, які поєднані такими структурними принципами, як послідовна чи паралельна оповідь. Оповідна (монтажна) структура екранного твору є звуко-зоровим еквівалентом драматургічної (сюжетної) структури. Складовими драматургічної структури твору є герой, ситуація та ситуаційні обставини (обставини відносин), персонажі та часові і просторові обставини, та обставини образу дії. Базовою для драматургічної структури твору є поняття теми — основного питання чи проблеми, що вирішується у творі. Конфлікт трактується як результат різних поглядів на тему. Ідея — це відповідь автора на головне питання твору, яке формулюється у темі, свого роду висновок, який можна зробити у фіналі боротьби за конфліктом. Зображальна структура — це вибраний автором принцип поєднання звуку та зображення, внутрішньокадрова та міжкадрова взаємодія пластичних та звукових образів. Архітектоніка є структурою, типовою для будь-якої оповіді.

Питання до самоконтролю:

1. Оповідальна структура аудіовізуального екранного твору.
2. Складові драматургічної структури аудіовізуального екранного твору.
3. Зображальна структура аудіовізуального екранного твору.
4. Архітектоніка аудіовізуального екранного твору.

Тема 9. Екранний час та екранний простір.

Вузлові питання: Екранний простір як поєднання усіх елементів простору кожного кадру твору у єдиний простір екранної дії. Роль монтажу та драматургії у створенні екранного простору. Безумовність та певна умовність екранного простору. Умовність екранного часу та його відмінність від реального часу.

Базові терміни: екранний простір, екранний час, художній час, умовний час, умовний простір, реальний час, реальний простір.

Видовище демонструє процеси людської поведінки в просторі і часі (тобто є просторово-часовим — здатним безпосередньо відображати відповідні, а саме просторово-часові життєві реалії). Екранний простір є поєднанням усіх елементів простору кожного кадру твору у єдиний простір екранної дії засобом монтажу. Специфіка екранного простору постає у тому, що він завжди є умовним, скороченим відносно реального завдяки кадруванню, а також певним образом сконструйованим завдяки монтажу. Виходячи з його умовності, екранний простір завжди домислюється глядачем.

Екранний час у художніх видовищах є умовним, відмінним від реального часу. Його умовність з технічно-творчої точки зору створюється завдяки міжкадровому монтажу, коли частина реального часу дії «відрізається» при послідовній оповідальній структурі, чи доповнюється завдяки паралельній оповідальній структурі. Екранний час моделюється під час використання асоціативного чи аналітичного монтажу. Як писав Ю. М. Лотман, «У будь-якому мистецтві, пов'язаному із зором та іконічними знаками, художній час можливий лише один — теперішній». І у глядачів, і у виконавців —

час теперішній, але актори грають про інший час. Навіть, коли на кону вистава про сучасність. Академік Д. С. Лихачов ввів термін «театральний час», який також можна назвати умовним, «художнім часом», часом дії, який відокремлений від часу виконання, чи часу глядача. В умовному часі живуть та діють персонажі, і виконавці вже стають сучасниками не глядача, а своїх персонажів. При цьому події розігруються так, наче вони відбуваються під час вистави. Саме такий час, теперішній за формою, але суттєво відмінний по суті від реального теперішнього часу глядачів, і є художнім, умовно-теперішнім часом. Такий час робить видовище художнім. А.А. Тарковський писав, що кіно — то є «зафіксований час».

Персонажі «живуть» в одному часі — часі історії, що демонструється, а глядачі живуть у своєму часі. На початку вистави чи фільму так і є. А от в процесі сприйняття часовий бар'єр повинен зникнути — коли видовище захоплює глядача. У протилежному випадку глядач емоційно залишається у своєму часі, не співчуваючи героям екранної історії.

Сприйняття художнього простору, а разом з ним і часу, як і будь-яке художнє сприйняття, є діалектичним, амбівалентним; воно має тримати в полі зору одночасно й реальну просторово-часову структуру видовища, і радикально від неї відмінну структуру художнього часу й простору. Справжній сенс, справжня насолода від процесу художнього сприйняття якраз і полягає в умінні розуміти й оцінювати саме поєднання цих двох структур, перетворення першої на другу і повернення від другої до першої.

Слід констатувати безперечну унікальність видовища: адже з усіх мистецтв, крім нього, з простором і часом разом узятими має справу тільки література; але у романі, повісті чи поемі і простір, і час лише описуються, в обряді ж, скажімо, чи у спортивному змаганні і те, й друге мають цілком реальну протяжність, а у виставі чи в мистецькому фільмі вони до того ж ще й “моделюються”, трансформуються, перетворюють свою реальну протяжність на художню умовність, яка, тим не менше, сприймається нами за тими ж законами й за допомогою тих самих органів відчуттів, що й реальні простір і час. Саме від моменту перетворення реального часу глядача на умовний (художній) час видовища “просто” видовище перетворюється на видовищне мистецтво. Аналогічна трансформація відбувається й з простором: у художньому

видовищі реальний, конкретний простір (сцена, арена, студійний павільйон тощо) стає простором уявним (ілюзорним або “віртуальним”).

Висновки: Специфіка екранного простору постає у тому, що він завжди є умовним, скороченим відносно реального завдяки кадруванню, а також певним образом сконструйованим, завдяки монтажу. екранний простір завжди домислюється глядачем. Екранний час у художніх видовищах є умовним, відмінним від реального часу. Екранний час моделюється під час використання асоціативного чи аналітичного монтажу. Сприйняття художнього простору, а разом з ним і часу має тримати в полі зору одночасно й реальну просторово-часову структуру видовища, і радикально від неї відмінну структуру художнього часу й простору

Питання до самоконтролю:

1. Специфіка екранного простору
2. Специфіка екранного часу
3. Художній час і простір, «зафіксований час»
4. Поєднання умовного та реального простору та часу

Тема 10. Екранна аудіовізуальна мова та засоби аудіовізуальної екранної виразності.

Вузлові питання: Вербальні та невербальні засоби екранної виразності. Вербальні – слова. Невербальні – акторські, операторські, монтажні, драматургічні.

Базові терміни: аудіовізуальні екранні образи, мова екрану, точки зйомки, крупність і плановість кадру, ракурс, світло, колір, принцип руху, монтажне мислення, засоби зйомки, слово, музика, шуми

Будь-яка мова є найважливішим засобом людського спілкування і є невіддільною від мислення. Це знакова система, здатна зберігати і передавати інформацію. Кожен художник висловлює думки, почуття, світовідчуття власною мовою, за допомогою обраної ним знакової системи, за допомогою тих чи інших художньо-виражальних засобів. Мова екрану,

як і будь-яка інша мова, має свою систему виразних засобів, зображально-звукових сигналів, зафіксованих камерою, що посиляються на екран і зчитуються з нього, що включають і смислову, і емоційну інформацію. Мистецтво екрана, подібно іншим пластичним мистецтвам (живопису, графіці, скульптурі, архітектурі), створює зримі образи; подібно музичним творам розвиває дію в часі, відраховуючи такти ритмів; подібно літературі вільно звертається зі словом, включивши його в свою образну структуру.

Екранні образи називають звуко-зоровими, аудіовізуальними. На перше місце слід винести зорову частину образу. Специфіка екрану полягає насамперед у його зримій, видовищній природі. Суть екранних образів, на наш погляд, виражає визначення «зображально-звукові». На жаль, сучасне телебачення (більшість передач) розраховане на сприйняття в першу чергу звукової інформації і впливає на аудиторію через слово. В екранному мистецтві звукова частина палітри (слово, музика, шуми) є найважливішими виразними засобами, але не первинними. Твори екрану повинні створюватися з орієнтацією на глядача, який не тільки і не стільки слухає, скільки дивиться і бачить, у якого задіяно в першу чергу зір, «почуття бачення». Саме видовищна природа екрану, видимі, зримі образи визначають його специфіку, дають можливість впливати на свідомість глядача, на його емоції, беручи участь таким чином у формуванні людської особистості, у виробленні моральних і духовних цінностей. В основі виражальних можливостей екранної мови лежать живописні та графічні можливості кадру, його пластична виразність.

Часто кадр порівнюють зі словом. Як слово екранної мови, кожен кадр вимагає ретельно вивіреного підходу, тому що глядач бачить тільки те, що йому показують. Виразність кадру залежить від тих же компонентів композиції, що і графічна робота або живописне полотно. Велике значення в композиції кадру мають масштабні, світлові і колірні співвідношення елементів, а також їх підпорядкованість відповідно до тієї чи іншої лінії або планів (передній, основний, задній) вибудовування цих елементів. Для посилення сприйняття зображення, його глибинного сенсу, екранного трактування матеріалу використовується ракурс (кут зору на об'єкт зйомки). За допомогою ракурсної зйомки можна об'ємніше, розташовуючи більш багатими просторовими характеристи-

ками, розглянути місце дії, точніше зорієнтувати глядача в просторі, а головне, дати емоційний пояснювальний епітет до подій, а також до поведінки героя або його психологічного стану. Знімаючи з верхньої точки, можна показати людину, яку життя пригнула до землі, а направивши об'єктив камери знизу, передати пихатість героя, його погляд на всіх і на вся зверху. Зняті в ракурсі жести і рухи набувають особливої сили і виразності, справляють враження, несуть підвищене емоційне навантаження. Вибір точки зйомки, крупності і плановості кадру і кута зору завжди обумовлені змістом матеріалу і тим завданням, яке поставив перед собою автор. Активним елементом композиції кадру, її формотворчим і естетичним чинником є світло. Світлом можна виявити глибину простору, трансформувати об'ємні форми, підкреслити лінійні обриси і рельєфність елементів, більш відчутно передати повітряну атмосферу, а також створити потрібний настрій в кадрі. Живопис на екрані передбачає ще й використання кольору як найсильнішого виразного засобу. При цьому «колір, як і музика, доречний там, де він необхідний,» — стверджував С.М. Ейзенштейн, розробляючи теорію кольору в екранному мистецтві (Ейзенштейн С.М. Збір. тв. в 6 т. Т. 3. С. 581). «Перша умова обґрунтованої участі елемента кольору полягає в тому, щоб колір входив в картину насамперед як драматичний і драматургічний фактор» (там же, с. 581). «Симфонія барв виростає з почуттів і думок з приводу того, що відбувається» (там же, с. 488).

Важливий принцип екранної мови — принцип руху. Рух авторської думки, спостереження, сприйняття тягне за собою рух новостворених композицій — кадрів. Вони змінюють один одного в певній послідовності, обумовленої смисловий сутністю твору, його драматургічною побудовою та емоційною спрямованістю, образотворчими і звуковими особливостями екранної форми. Розвиток авторської думки народжує сюжетні ходи, дозволяє побачити конфлікти навіть у звичайних явищах, виявити індивідуальні особливості героїв, дати філософські узагальнення та моральні орієнтири в розкритті конкретної теми. Авторській думці, що знаходиться в постійному русі, повинен бути знайдений зображально-звукової еквівалент засобами зйомки, внутрішньо — і міжкадрового монтажу. Монтажене мислення лежить в природі сприйняття людиною світу, а також в природі творчості. «Монтаж є

система розповіді, система оповідання — засіб осмислення події» (Ромм М.І. Бесіди про кіно. М., Мистецтво, 1964. с. 56). Монтаж нерозривно пов'язаний з таким виразним засобом, як зміна темпоритму екранної дії, за рахунок чого можна збільшувати або зменшувати напруженість дії, варіювати емоційний вплив на глядача, в необхідних місцях фокусувати його увагу або на смислових, або на емоційно важливих фрагментах екранної розповіді.

Слід підкреслити, що екранне мистецтво — мистецтво часове, а що має протяжність в часі, сприймається за допомогою не тільки зору, але і слуху(слово,музика,шуми). Ось чому, незважаючи на всі побоювання своїх супротивників, звук зайняв важливе місце в системі виразних засобів екрану. Пропонуючи те чи інше звукове рішення, автори здатні поглибити зображення, зробити його більш об'ємним і виразним, посилити емоційне звучання, дати можливість вслухатися в будь-яке явище чи подію, дозволити глядачеві слухати, що відбувається, ясніше зрозуміти зображення, доповнивши візуальну інформацію інформацією звукового ряду. Звукова партитура іноді дає можливість відновити в контрапункті відсутнє зображення, створюючи художній прийом. Виконуючи різнохарактерні функції, музика є найважливішим компонентом в системі художньо-виражальних засобів екрана. Музика включається в лад твору для створення атмосфери дії, для характеристики середовища проживання героїв. Музичний супровід будь-якої дії може вказати на географічні координати місцевості, де воно відбувається, національні особливості місця дії. За допомогою музики можна передати характерні прикмети часу. Музичне рішення дозволяє дати потрібні характеристики героям творів. Музика може бути введена в зображально-звукову структуру твору як його лейтмотив, самостійний смисловий елемент, що виражає основну ідею, найбільш важливий емоційний пласт твору. Музичне рішення може використовуватися як своєрідний авторський коментар, суб'єктивний погляд автора на зображуване явище, його особистісне ставлення до матеріалу. Нарешті, музичні твори можуть бути включені у візуальну структуру, будучи основною її рушійною силою (наприклад, музичні номери, виконувані безпосередньо в кадрі). Шуми — самостійний компонент екранної образності. Вони стає потужним виразним (смисловим і емоційним) засобом у

відтворенні навколишнього світу на екрані, створення достовірності або художньої виразності розповіді.

Висновки: Мова екрану, як і будь-яка інша мова, має свою систему виразних засобів, зображально-звукових сигналів, зафіксованих камерою, що посилаються на екран і зчитуються з нього, що включають і смислову, і емоційну інформацію. Як вербальні, так і невербальні засоби екранної виразності завжди обумовлені змістом матеріалу і тим завданням, яке поставив перед собою автор.

Питання до самоконтролю:

1. Специфіка екранного образу.
2. Вербальні засоби виразності.
3. Невербальні засоби виразності.

Розділ 4

Аналітична діяльність в роботі режисера. Етюдна форма аудіовізуального екранного твору

Тема 11. Літературна та сценарна першооснова аудіовізуальної екранної оповіді.

Вузлові питання: Драматургічний твір (п'єса) як одна з форм першооснови екранної оповіді. Літературний сценарій як вид драматургії та літературна форма запису подій у екранному творі та його композиційна основа.

Базові терміни: літературний сценарій, сценарний план, синопсис, кінооповідання.

Літературний твір — прозаїчний чи поетичний — є одним з видів першооснови екранної оповіді з оповідальною структурою. Також першоосновою може бути драматургічний твір (п'єса) як форма першооснови екранної оповіді, що максимально наближена до сценарної форми завдяки тому, що в ній ретельно виписані події, але вона не має розвинених описів місця подій та зовнішності персонажів. На основі цих творів чи на основі сценарного плану, який містить короткий опис основних подій, створюється літературний сценарій.

Літературний сценарій — це літературна форма запису усіх подій у екранній історії та композиційна основа майбутнього екранного твору. Також можна сказати, що це — розгорнуте літературне викладення авторського задуму, яке

містить повний, послідовний та конкретний опис сюжету з розроблених сцен та епізодів, а також реплік персонажів. Літературний сценарій дає представлення про сценарний хід, що використовується у створенні образу автором, а також про характер персонажів та місце подій.

Форми літературного сценарію бувають різні, вони використовуються в залежності від зручності та жанрово-видової форми твору. Є форма синопсису, у якому описуються усі суттєво необхідні фізичні дії персонажів та їх репліки по ходу подій та драматургічно необхідні шуми у кадрі, що дають представлення про суть події (тобто «усе що видно та що чути у кадрі»), та називаються місця подій.. Є форма кінооповідання, яка порівняно з синопсисом містить більш широкий опис місця подій, рис зовнішності персонажів.

При створенні літературного сценарію автор повинен передусім визначитись з темою як головною проблемою, яку вирішує сам автор та яку він ставить перед своїм героєм. Коли тема екранного твору буде означена в її суттєвому визначенні, головна увага зосереджується на пошуку матеріалу, який дасть змогу максимально повно розкрити тему, як існуючу в реальності проблему. При цьому певна увага приділяється питанню придатності матеріалу для реалізації в процесі виробництва твору.

Визначивши тему та матеріал, визначаємо рід та жанрово-видову форму екранного мистецтва, в яких буде народжуватись твір: кіномистецтво, або телетеатр, або інші. Увага зосереджується на природі кожного з цих мистецтв, на тих основних принципах побудови екранного дійства, які є визначальними для позиціонування екранної природи твору. Коли вибір буде зроблено, треба зосередитись на засобах екранної виразності, які притаманні тому чи іншому роду мистецтва.

Наступний етап роботи над сценарієм — сюжетотворення. Треба вибудувати історію, яку ми розкажемо глядачеві. Для цього нам треба обрати головну дійову особу, та визначити конфлікт, виходячи з того, що тема твору є актуальною не тільки для автора, але і для всіх дійових осіб, і конфлікт є породженням відношення героя твору до загально сформованого в соціумі ставлення до теми, як певного питання. Після цього у нас виникає потреба сформувати коло обставин, в яких існує герой твору, це дасть нам можливість зрозуміти з якими труднощами доведеться йому зустрітись, шукаючи

відповідь на актуальне для нього питання. Наступним йде власне створення сценарію твору з урахуванням рішення стилю екранної оповіді, адекватного життєвому матеріалу та відношення автора до нього.

Головне при написанні сценарію те, що автор повинен написати його такою літературною мовою, яка дає можливість легко уявити, побачити внутрішнім зором те, що написано. Тому більшість величезних масивів тексту літературної першооснови, візуально нічим не підкріпленого, можливо укласти в пару речень, зрозумілих режисерові.

Висновки: Літературний сценарій — це літературна форма запису усіх подій у екранній історії та композиційна основа майбутнього екранного твору. Форми літературного сценарію бувають різні, вони використовуються в залежності від зручності та жанрово-видової форми твору. Сценарний запис є літературним еквівалентом звукозорової оповіді, при чому послідовність слів в «реченні» задає певний порядок подання (автором) та сприймання (читачем — потенційним глядачем) сюжетно значимої інформації

Питання до самоконтролю:

1. Літературний сценарій як розгорнуте літературне викладення авторського задуму.
2. Етапи роботи над літературним сценарієм
3. Форми літературного сценарію

Тема 12. Аналітична діяльність в роботі режисера. Ідейно-тематичний, подієвий та дійовий аналіз в роботі режисера.

Вузлові питання: Режисерський аналіз — перший етап роботи над літературним сценарієм. Задача ідейно-тематичного аналізу. Задачі подієвого та дійового аналізу.

Базові терміни: ідейно-тематичний аналіз, подієвий аналіз, дійовий аналіз.

Режисерський аналіз — це перший етап роботи над сценарієм та побудови раціональної основи режисерського за-

думу як художньої системи, яка складається з взаємозв'язаних частин. При цьому ідейно-тематичний аналіз стає першоосновою для розуміння конфлікту та побудови подієвої структури. Задача подієвого аналізу — точна побудова логіки розвитку дії як лінії розвитку конфлікту в творі та її відображення в подієвому ряді. Задача дійового аналізу — визначення завдань персонажів (передусім — головного герою та його антиподу) по подіям, а потім — визначення ліній розвитку завдань по екранній історії та їх логіки.

Під час ідейно-тематичного аналізу режисер виявляє тему як проблему чи основне питання, що вирішується у творі. Інколи буває зручно сформулювати тему як питання, яке ставить автор твору, і відповідь на яке шукають дійові особи історії — та, звісно, сам автор. Потім формулюється конфлікт як основний пункт протиріч дійових осіб історії по її основному питанню. Наприкінці формулюється ідея як висновок з процесу розгортання та вирішення конфлікту.

Під час подієвого аналізу режисер виконує аналітичний розгляд драматургічного твору (сценарію), в процесі якого виділяються та аналізуються основні складові драматургічного твору, предмет моделювання (дослідження ситуації, чи дослідження розвитку характеру в певній ситуаційній моделі), розглядається принципова схема побудови сюжету та роль обставин в творенні фабули та сюжету твору.

Особлива увага приділяється обставинам та їх впливу на формування фабули та сюжету драматургічного твору, а також структурі дійових осіб твору, виходячи з авторського рівня індивідуалізації дійової особи: дійова особа, персонаж, герой (історії, оповіді). Дійові особи історії повинні розроблюватися як комплекс індивідуальних та загальних рис характеру, а також на біологічному, соціальному, духовному рівнях моделювання. Персонаж — як соціальний тип на матеріалі конкретики індивіда, з урахуванням триєдинства особистості персонажу в драматургії: характер (особливості особи та її дій на шляху до мети, що впливає на поведінку індивіда), воля (рівень активності в прагненні до досягнення мети), мета (визначення особистості на рівні існування в часо-просторовому відрізку історії, тобто, матеріалі твору). Кожний індивід трактується як «добуток оригінальних і загальних рис, якостей, властивостей».

Аналіз має проводитися з урахуванням закону доцільності в драматургії: режисеру буде необхідно лише те і в такій

кількості, що буде забезпечувати безперервний розвиток наскрізної дії в творі, як наслідок — рівень індивідуалізації дійової особи залежить від її ролі в розвитку сюжету твору. При цьому визначається вектор напрямку дії особи відносно полноти її діяльності щодо предмету оповіді в творі.

Потім під час подієвого аналізу режисер розподіляє дійових осіб відносно їх ставлення до вирішення головної проблеми. При цьому важливо усвідомлювати, що з розвитком подій у творі може статися міграція дійових осіб відносно їх ставлення до конфлікту (динаміка мети та засобів досягнення мети).

Як результат подієвого аналізу драматургічного твору чи кіносценарію будується подієва послідовність — визначаються фабульні точки та сюжетні події, завдання дієвих осіб та пристосування до виконання завдання, тобто своєрідний конспект сюжету твору.

Задача подієвого аналізу — точна побудова логіки розвитку дії. Етапи дійового аналізу — виявлення подій, фабульних та сюжетних точок, а далі — головних подій, що докорінним образом змінюють розвиток дії. Під час подієвого аналізу вибудовується подійний ряд, виконується членування подій на головні та другорядні. Визначається архітектонічна структура твору як членування історії (фабули) на відносно самостійні частини розвитку сюжету. Також визначаються перипетії як повороти у розвитку історії. Загалом визначається композиція твору як вибудова напруження розвитку дії.

Після подієвого аналізу виконується дійовий, виходячи із визначених подій. Як результат дієвого аналізу драматургічного твору чи кіносценарію будується послідовність завдань всіх дієвих осіб в залежності від сюжетних подій та зміни засобів та пристосувань до виконання цих завдань.

Висновки: Режисерський аналіз — це перший крок в роботі над літературним сценарієм та раціональна основа побудови цілісного режисерського задуму, який складається з взаємозв'язаних частин. Ідейно-тематичний аналіз — це першооснова для розуміння конфлікту та побудови подієвої структури. Задача подієвого аналізу — точна побудова логіки розвитку дії. Дійовий аналіз є необхідним для уточнення завдань всіх дієвих осіб.

Питання до самоконтролю:

1. Задачі ідейно-тематичного аналізу
2. Задачі подієвого аналізу
3. Подія та дія

Тема 13. Етюдна форма аудіовізуального екранного твору як виток жанрово-видових екранних форм.

Вузлові питання: Етюд як міні-фільм, існуючий по законам екранного видовища. Розробка комплексу запропонованих обставин, часу та простору етюду. Конфлікт як основа розвитку дії в етюді. Вихід на ідею.

Базові терміни: єдність місця, часу і дії; зона виправданого вимушеного мовчання; тема, ідея, конфлікт, основні події; завдання дійових осіб.

Режисерський екранний етюд – це міні-фільм, існуючий по законам екранного видовища. Вивчення цих законів починається з перших кроків навчання майбутнього режисера. Режисерський етюд має на меті сприяти освоєнню основ режисури. Тут режисер повинен зуміти знайти точне вираження своєї думки, своєму баченню у свідомо запропонованій їм екранній формі. Ситуації для етюду можуть пропонуватися самі побутові – головне, щоб вони були зрозумілі виконавцям, достовірні і логічні у своєму розвитку і завершенні.

У роботі над режисерським етюдом слід дотримуватися наступних умов:

- дотримуватися єдності місця, часу і дії
- створювати зони виправданого вимушеного мовчання
- включати ситуації, близькі виконавцям по розумінню доступні для реалізації в умовах учбового процесу
- дотримуватися розумного хронометражу (не більше 5 хвилин на етюд)
- розробляти закінчений сюжет
- мати тему, що розробляється в етюді
- мати в етюді конфлікт як основу розвитку дії
- мати вихід на ідею.

Дотримання цих умов створює передумови для планомірного і доцільного здійснення етюду як етапу в досягненні основ режисури.

Слово має бути не одним із засобів екранної дії, а бути важливим елементом виразності. Воно не може бути необов'язковим, воно повинне виникати тільки в мить, коли без нього дія стає нелогічною, неправдоподібною. Дія не повинна підніматися говорильнею, інакше слово перестає бути тим цінним матеріалом, за допомогою якого створюється екранне мистецтво. Саме зловживання словом на перших порах освоєння режисури примушує ставити умова створення зон вимушеного мовчання. Актори, репетируючи свої ролі, у фільмі часто промовляють текст, не замислюючись над змістом, не розуміючи того, що відбувається окрім тексту. Тому важливо, щоб вони відчували дію за відсутності тексту. Тоді поява слова буде осмисленою, а його використання стане необхідністю.

Важливо також навчитися користуватися екранним часом, освоювати володіння темпоритмом, оскільки невміння цього призводить до того, що режисер невинувато розтягує розвиток сюжету в часі, робить його невизначеним і невиразним.

Після написання літературного сценарію і проведення усіх етапів режисерського аналізу, а також створення режисерського сценарію режисер має все, щоб розпочинати роботу з виконавців — акторів і оператора. Перед цим у нього вже мають бути визначені події і завдання дійових осіб в подіях, проведений ідейно-тематичний аналіз, намічена спрямованість етюду. Але це не означає, що задум етюду остаточно оформлений. Він, швидше за все, не раз перебудовуватиметься в процесі роботи з виконавцями, тому що при свідомому підході до роботи можуть виявитися нові нелогічності, неточності, можуть виникнути нові пропозиції і уточнення.

Висновки. Головні орієнтири для роботи над етюдом: тема, ідея, конфлікт, основні події. З цим багажем можна розмовляти з виконавцями. Великої помилки припускаються ті режисери, які виходять до виконавців, не підготувавшись, вважаючи, що все виникне в процесі роботи. Тільки після багатократної перевірки і аналізу, репетицій виникає той варіант режисерського етюду як фільму, який буде остаточною.

Запитання для самоконтролю:

1. Етапи роботи над режисерським етюдом
2. Умови, яких треба дотримуватися, при розробці етюдю
3. Слово в етюдї, як елемент виразності

Термінологічний словник

Режисура – творче та організаційне керівництво творчою групою у процесі створення екранного продукту на основі літературного сценарію.

Видовище – спеціально організована у часі та просторі публічна демонстрація соціально значущих процесів, подій, зразків людської поведінки.

Симультанність – співпадання у часі процесів творення видовища та його просмотру глядачами.

Кадр – смислова, зображальна та виражальна одиниця екранного твору; частина носія (плівки, електронного носія), що експонується між натисканнями кнопки «стоп» та «запис»; частина простору, що міститься у рамках екрану.

План – складова картинної площини кадру у глибину (передній план, основний план, другий і т.ін), також засіб задання крупності основного об'єкту у кадрі (крупний план, середній план, загальний план).

Монтаж – організація пластичних образів дії та статичних пластичних образів у часі та просторі за задумом автору з метою висловлення певної думки та вираження певної емоції.

Режисерський сценарій – план майбутнього екранного твору, форма, фіксує закінчення підготовчого періоду.

Мізансцена – розташування та пересування діючих осіб у просторі сцени, що виражає задачі діючих осіб та їх відносини.

Архітектоніка – найбільш загальний принцип побудови драматичного твору, що складається з експозиції, зав'язки, розвитку дії, кульмінації та розв'язки (фіналу).

Програма – цілісний закінчений ефірний телевізійний продукт, виконаний у певній жанрово-видовій формі та маючий, як правило, цикловий характер виходу на екран.

Фільм (постановчий, документальний) – цілісний екранний продукт, орієнтований на створення образу – життєвих подій, людей та ін.

Монтажна фраза — послідовність кадрів, що виявляє закінчену думку.

Сцена — відносно самостійна частина твору, у якій дія розгортається у певному єдиному часі та просторі.

Епізод — відносно самостійна частина твору, яка відображає на екрані закінчену драматургічну подію та може об'єднувати дії, що розгортаються у різних частинах простору та у різному часі.

Подія — існування та взаємодія певного кола дійових осіб у єдиному часі та просторі у рамках комплексу запропонованих обставин, одна з яких є ведучою; факт, явище чи поступок, що призводять до зміни завдань дійових осіб та відносин між ними.

Дія — розгортання подій у напрямку розвитку конфлікту.

Оповідь — форма та засіб доведення оповідачем певної історії до глядача.

Запропоновані обставини — обставини, у яких реалізується дія і що впливають на образ дії, поступки та мотиви дійових осіб.

Ведуча запропонована обставина — обставина, що обумовлює образ дії.

Екранний простір — поєднання усіх елементів простору кожного кадру твору у єдиний простір екранної дії.

Тема — проблема, яку вирішує автор у творі.

Конфлікт — проявлення різних поглядів героїв історії на проблему.

Контрольні запитання з дисципліни «Основи режисури аудіовізуальних творів» 1 курс

- 1.Режисура як вид творчої діяльності.
- 2.Видовище та його функції. Видовище як процес у просторі та часі.
- 3.Особливості перегляду кіно та телевізійних творів.
- 4.Відмінності та схожість кіно та телебачення.
- 5.Сучасні тенденції екранних мистецтв: мультимедіа та інтерактивність.
6. Різновиди творчих професій у кіно та телебаченні та особливості їх функцій.
- 7.Чим відрізняються програми, які відносяться до різних видів ТБ мовлення?

8. Матеріал режисури. Режисер як творець екранних образів дійсності.

9. Індивідуальність екранної мови.

10. Міра умовності різних видів екранних мистецтв та жанрів та стилєвих напрямів.

11. Особливості екранного образу дійсності.

12. Поняття кадру, плану, крупності, монтажу, засобів зйомки та тонування, мізансцени, композиції (кадру, драматургічного твору), архітектоніки.

13. Поняття постановочного та календарно-зйомочного плану, літературного та режисерського сценарію, монтажного аркушу.

14. Поняття композиції та архітектоніки драматургічного твору.

15. Теле — та кіновиробництво як колективний процес створення екранного продукту. Роль режисера як керівника та організатора діяльності творчого колективу.

16. Види та форми екранного продукту в кіно та телебаченні.

17. Поняття кадру як змістової, виражальної та зображальної одиниці екранного твору, часові та просторові аспекти поняття кадру.

18. Монтажна фраза.

19. Сцена, епізод, програма, фільм.

20. Підготовчий період та його значення.

21. Знімальний період. Монтажно-тонувальний період (постпродакшн) як підсумковий період створення екранного твору.

22. Подія, дія та оповідь як структури екранних мистецтв.

23. Тема, конфлікт, ідея.

24. Поняття фабули та сюжету.

25. Вербальні та невербальні засоби екранної виразності.

26. Сценарна першооснова екранної оповіді

27. Ідейно-тематичний в роботі режисера.

28. Дійовий аналіз в роботі режисера

29. Етюд як міні фільм, існуючий по законам екранного видовища.

30. Розробка комплексу запропонованих обставин, часу та простору етюду

31. Герой та його риси. Досьє героя.

32. Поняття замальовки. Основні періоди її створення.

33. Режисура як практична психологія

Рекомендована література

Основна

1. Чубасов В.Л. Природа видовища. К.:2004
2. Кузнецов Г. ТВ-журналистика: критерии профессионализма, М., 2002.
3. Саруханов В. Албука телевидения. М., 2002.
4. Саптак В. Телевидение и мы. М., 1963.
5. С.М. Эйзенштейн. Собр. соч. в 6-ти т.
6. Ширман Р. Телевізійна режисура. 2005.
7. В. Цветков. Классическая режиссура
8. Соколов, Алексей Георгиевич. Монтаж: телевидение, кино, видео : учебник. Ч. 1 / А. Г. Соколов. — Второе изд. — М. : [Изд. А. Дворников], 2005. — 241 с. — ISBN 5-9900144-3-0
9. Соколов, Алексей Георгиевич. Монтаж: телевидение, кино, видео : учебник. Ч. 2. Вып. 2 / А. Г. Соколов. — М. : [Изд. А. Дворников], 2007. — 208 с. — ISBN 978-5-9900144-4-2
10. Соколов, Алексей Георгиевич. Монтаж: телевидение, кино, видео : учебник. Ч. 3 / А. Г. Соколов. — М. : [Изд. А. Дворников], 2003. — 205 с. — ISBN 5-9900144-1-4
11. Ромм М. М. Избранные произведения в 3-х тт. М. 1980-1982
12. Станиславский К. С. Собр. соч. в 4-х тт.
13. Гужва А.К. Уроки режиссуры. ХГАК, 2000
14. А. В. Яковец Телевізійна журналістика: теорія і практика : [підручник] / А. В. Яковець. — К. : «Вид. дім Києво-Могилян. акад.», 2007. — 239 с. — Бібліогр.: с. 235 — 239. — ISBN 978-966-518-288-7
15. Режисура: морфологія та синтаксис екранних мистецтв: Навч. Посібник для вищих навчальних закладів У 3 частинах / Г. Шклярєвський. Ю. Терещенко. — Київ: Альма-Прес, 2004. Ч. 1 — 320 с.

Додаткова

16. Вакурова Н., Московкин Л. Типология жанров современной экранной продукции, М., 1997
17. Соколов А. Г. Природа экранного творчества. М.: 2002
18. Кузнецов М., Цыкунов И. Практическая психология PR и журналистики, М. 2003.

- 19.Бакланова Н. Психологические основы профессионального мастерства. Л., 1998.
- 20.Розенталь А. Кино как увлекательное занятие.
- 21.Муратов С. ТВ-эволюция нетерпимости. История и конфликты этических представлений, М., 2001.
- 22.Ильин Р.Н. Основы телевидения. М., 1976.
- 23.Егоров В.В. Телевидение: теория и практика. М., 1993.
- 24.Рабигер М. Авторская эстетика

Додаток.

Методичні рекомендації для студентів до практичних та самостійних робіт

Практичне заняття.

Тема: Видовища. Соціальні функції. Аналіз різних видів видовищ — сценічних, ритуальних, масових, екранних; пошук спільного та відмінностей.

Мета: підготувати аналіз існуючих екранних ТВ продуктів з точки зору відповідності їх тим чи іншим соціальним функціям видовища, цілям та задачам різних видів мовлення, виробити базові навички проектування ТВ програм.

Методика виконання:

1. вибрати декілька екранних продуктів різних каналів мовлення та проаналізувати їх з точки зору відповідності їх тим чи іншим соціальним функціям видовища, цілям та задачам різних видів мовлення, виділити головну функцію та ціль, та підпорядковані. Дати оцінку, за рахунок чого ці функції та завдання виконуються.

2. вибрати ту чи іншу соціальну функцію, порівняти різні програми на предмет якості виконання функцій та завдань.

Література: [1]

Індивідуальне заняття. Аналіз різних видів видовищ.

Мета: засвоїти вміння аналізу існуючих екранних ТВ продуктів, базових навичок проектування ТВ програм.

Зміст: Аналіз видовищ — сценічних, ритуальних, масових, екранних; пошук спільного та відмінностей.

Література: [1], [3 – 5], [15]

Самостійна робота. Аналіз різних видів видовищ — сценічних, ритуальних, масових, екранних; пошук спільного та відмінностей.

Мета: засвоїти вміння аналізу існуючих екранних ТВ продуктів, базових навичок проектування ТВ програм.

Література: [1], [3 – 5], [15]

Практичне заняття.

Тема. Екранні мистецтва: кіно, телебачення, сучасні інтерактивні форми.

Мета: підготувати аналіз існуючих екранних продуктів для пошуку спільного та відмінностей у них з точки зору глядача.

Методика виконання:

1. вибрати декілька екранних продуктів та проаналізувати їх для пошуку спільного та відмінностей у них з точки зору глядача..

2. Дати оцінку, як впливає на глядача симультанність та інтерактивність просмотру продукту.

Література: [1], [3], [4], [5], [6], [11]

Індивідуальне заняття. Аналіз різних видів екранних продуктів ТВ, кіно та інтерактивних форм, пошук спільного та відмінностей

Мета: опанування знаннями про основні розбіжні риси та спільні риси екранних творів кіно, телебачення та сучасних інтерактивних форм

Література: [1], [3], [4], [5], [6], [11]

Практичне заняття.

Тема: підготовка аналізу існуючих екранних ТВ продуктів з точки зору відповідності їх тим чи іншим соціальним функціям ТВ мовлення (інформаційне, суспільно-публіцистичне, освітнє, досугове мовлення)

Мета: виробити вміння аналізу існуючих екранних ТВ продуктів, базових навичок проектування ТВ програм з точки зору відповідності їх тим чи іншим соціальним функціям ТВ мовлення.

Методика виконання:

1.: вибрати декілька відомих студентам екранних продуктів різних каналів мовлення та проаналізувати їх з точки

зору відповідності їх тим чи іншим соціальним функціям ТБ мовлення, їх цілям та задачам, виділити головну функцію та ціль. Дати оцінку, за рахунок чого ці функції та завдання виконуються.

2.:вибрати ту чи іншу соціальну функцію,порівняти різні програми на предмет якості виконання функцій та завдань.

Література: [2, 5, 11, 14-19]

Індивідуальне заняття.

Мета: засвоїти вміння аналізу існуючих екранних ТВ продуктів, базових навичок проектування ТВ програм з точки зору їх соціальних функцій.

Зміст: Аналіз ТВ програм з точки зору відповідності їх тим чи іншим соціальним функціям ТБ мовлення.

Література: [2, 5, 11, 14-19]

Самостійна робота: Аналіз ТВ програм з точки зору відповідності їх тим чи іншим соціальним функціям ТБ мовлення.

Мета: засвоїти вміння аналізу існуючих екранних ТВ продуктів, базових навичок проектування ТВ програм з точки зору їх соціальних функцій.

Література: [2, 5, 11, 14-19]

Практичне заняття

Тема: підготовка та аналіз щоденника спостережень режисера.

Мета : виробити спостережливість майбутнього режисера, вміння описувати ситуацію як закінчену історію, давати стисло характеристику персонажам.

Методика виконання:

1.: студент, який навчається на майбутнього режисера, має розвивати спостережливість, пильно вдивлятись у реальне життєві ситуації, прояви людської поведінки, події та форми їх прояву

2: ситуації, що студент підгледів у реальному житті, мають описуватись з точки зору стороннього спостерігача.

3.описання має бути таке, щоб читач міг бачити та чути все те, що описується.

4. небажано, щоб в описанні спостереження були присутні роздуми автора, зате можна вітати влучні, яскраві характеристики та виразні дієслова, що описують дію.

5.робота над щоденником спостережень повинна вестись

увесь строк навчання, але протягом першого року вона особливо важлива. Кількість спостережень — не менше 5 за тиждень.

6. Описання ситуацій зачитуються кожним автором (студентом) чи викладачем на занятті та розбираються колективно на занятті групою.

Індивідуальне заняття.

Мета: розвиток спостережливості у студентів, вміння описувати прояви людської поведінки, події та форми їх прояву.

Зміст: Підготовка та аналіз щоденника спостережень режисера.

Література: [3, 9, 10]

Практичне заняття

Тема: задум та зйомка кадру-спостереження.

Мета: виробити спостережливість майбутнього режисера, вміння знайти у житті типову ситуацію та відобразити її у кадрі так, щоб була зрозумілі її тема та ідея, щоб у кадрі була відображена закінчена дія.

Методика виконання:

1.: спостереження за реальними життєвими ситуаціями, відбір типових, які можуть слугувати матеріалом для зйомки.

2.: розробити задум кадру: матеріал, зйомочне рішення (крупність кадру, прийоми зйомки), звукове рішення (необхідність тонування, використання музики)

3. використання постановочних елементів при зйомках небажано. У всякому разі, вони не мають бути змістоутворюючими.

4. узгодити задум кадру з викладачем.

5. задуми та готові зйомочні рішення викладаються авторами на групових заняттях та обговорюються колективно. Зйомки виконуються студентами самостійно у поза-аудиторний час.

Практичне заняття

Тема: задум та зйомка кадру-поняття

Мета : виробити вміння придумати коротку за кількістю перипетій, закінчену дію, що виражає конкретне поняття (якість, подію) та комплекс запропонованих обставин для неї, та відобразити їх у кадрах, що зняті статичним кадром (1) та з використанням наїзду, відїзду, панорами тощо (2).

Методика виконання:

1.: розробити задум кадру: сценарій подій, образи персонажів та засоби відображення їх рис на екрані, засоби відображення запропонованих обставин

2: розробити зйомочне рішення (крупність кадру, прийоми зйомки), звукове рішення (необхідність тонування, використання музики)

3. узгодити задум кадру з викладачем.

4.задуми та готові зйомочні рішення викладаються авторами на групових заняттях та обговорюються колективно. Зйомки виконуються студентами самостійно у поза-аудиторний час.

Практичне заняття

Тема: задум та зйомка кадру-характеристики героя

Мета: виробити вміння придумати комплекс запропонованих обставин, що виражає риси характеру, особливості його занять, уподобань, професії тощо, та відобразити їх у кадрі, що знятий статично кадром чи з використанням наїзду, відїзду, панорами тощо.

Методика виконання:

1.:розробити задум кадру: образ персонажу, стилістику зображення, що якнайкраще відповідає образу, засоби відображення як запропоновані обставини образу дії, простору та часу, та засоби відображення цих обставин на екрані.

2: розробити зйомочне рішення (крупність кадру, прийоми зйомки), звукове рішення (необхідність тонування, використання музики чи шумів)

3. узгодити задум кадру з викладачем.

4.задуми та готові зйомочні рішення викладаються авторами на групових заняттях та обговорюються колективно. Зйомки виконуються студентами самостійно у поза-аудиторний час.

Практичне заняття

Тема: задум та зйомка монтажної фрази

Мета: виробити вміння придумати коротку за кількістю перипетій, закінчену дію, що виражає конкретне поняття (якість, подію) та комплекс запропонованих обставин для неї, та відобразити їх у закінченій послідовності кадрів.

Методика виконання:

1.: розробити задум кадру: сценарій подій, образи персонажів та засоби відображення їх рис на екрані, засоби відображення запропонованих обставин

2: розробити зйомочне рішення (крупність кадру, прийом зйомки), виходячи з основних принципів комфортного монтажу, розробити звукове рішення (необхідність тонування, використання музики та шумів)

3. узгодити задум монтажною фразою з викладачем.

4. задуми та готові зйомочні рішення викладаються авторами на групових практичних заняттях та обговорюються колективно. Зйомки виконуються студентами самостійно у поза-аудиторний час.

Практичне заняття

Тема: задум та зйомка замальовки

Мета: виробити вміння придумати та втілити порівняно коротку (до 3 хвилин) екранну оповідь на документальному матеріалі, що висловлює, передусім, емоційне ставлення автора до тих чи інших подій реального життя, та має конкретну тему та ідею, до якої підводить глядача автор. Виробити початкові вміння створення режисерського сценарію документального твору та роботи по втіленню цього сценарію.

Методика виконання:

1.: розробити задум замальовки: тему та ідею, матеріал, засоби відображення авторського ставлення до зображуваних обставин реального життя, сценарний та режисерський ходи, літературний та режисерський сценарій,

2: розробити зйомочне рішення (крупність кадру, прийом зйомки), звукове рішення (необхідність тонування, використання музики та шумів)

3. узгодити задум замальовки з викладачем.

4. задуми та готові зйомочні рішення викладаються авторами-студентами на групових заняттях та обговорюються колективно. Зйомки виконуються студентами самостійно у поза-аудиторний час.

Практичне заняття

Тема: задум та зйомка етюду за самостійно розробленим сюжетом

Мета: виробити вміння придумати та втілити екранну оповідь, що відображає закінчену подію чи послідовність по-

дій (як своєрідну «цеглину» майбутнього фільму), розробити комплекс запропонованих обставин, характери героїв, сценарне, мізансценіровочне, зйомочне та монтажне рішення; виробити базові вміння проведення ідейно-тематичного та дійового аналізу розробленого самим автором сценарію. Виробити початкові вміння створення режисерського сценарію постановочного твору та роботи по втіленню цього сценарію.

Методика виконання:

1. розробити задум етюду: тему та ідею, матеріал, сформулювати конфлікт як основу розвитку дії,
2. розробити закінчений по розвитку конфлікту сюжет, літературний сценарій з урахуванням зон виправданого мовчання персонажів, включенням до сценарію тільки обставин, які будуть зрозумілі майбутнім виконавцям (скоріш за все – теж студентам),
3. розробити максимально повний (наскільки це виправдано для етюду) комплекс запропонованих обставин, в тому числі вигадати похідну обставину, провести дійовий аналіз та ідейно-тематичний аналіз задля уточнення сценарію, меж подій, визначити фабульні точки.
4. розробити досє персонажів – характер, вік, зовнішність, темперамент, звички, обставини життя, обставини взаємовідносин персонажів до початку дії, відображуваної в етюді.
5. розробити режисерський сценарій, мізансцени та зйомочне рішення (крупність кадру, прийоми зйомки), монтажне та звукове рішення (необхідність тонування, використання музики та шумів), провести проби майбутніх виконавців та обґрунтувати їх вибір, визначити місця зйомки та розташування камер (разом з оператором), знайти реквізит та костюми, тощо.
6. узгодити задум етюду (по всіх етапах) з викладачем.
7. задуми та готові зйомочні рішення викладаються авторами-студентами на групових заняттях та обговорюються колективно. Репетиції та зйомки виконуються студентами самостійно у поза-аудиторний час.

Під час індивідуальних занять студенти обговорюють з викладачем та коригують свій задум та засоби його втілення згідно до відповідних етапів завдань, отриманих на практичних заняттях.

Частина друга

РЕЖИСУРА

АУДІОВІЗУАЛЬНИХ ТВОРІВ

Розділ 1

Інформаційне мовлення на телебаченні

Даний тематичний розділ ураховує взаємозв'язок курсів телережисури, операторської й сценарної майстерності, орієнтується на комплексне розуміння сучасного телевізійного процесу, ставить за мету надання теоретичних і практичних знань майбутнім фахівцям телебачення.

Метою тематичного розділу також є придбання навичок журналістської роботи, розуміння складових творчого процесу в інформаційному віщанні на телебаченні, співпраці в репортерській команді, знайомство з технологіями збору інформації на місці події, підготовки новин та інтерв'ю.

Вузлові питання:

Інформаційна функція — головна функція телебачення. Новини — основа інформаційного мовлення на телебаченні. Бренд теленовин — бренд телеканалу. Функції режисера у програмі теленовин. Особливості зйомок для інформаційного мовлення на телебаченні. Особливості монтажу в інформаційному мовленні на телебаченні

Базові терміни:

інформація, новина, екранність, симультанність, персоніфікація, подія, інформаційний привід, сюжет, драматургія історії, «велика формула» новини, бренд телеканалу, верстка новин, блок, рубрика, ранжування.

Тема 1. Інформаційна функція – головна функція телебачення

Призначення усіх засобів масової інформації – задоволення інформаційних потреб людини, суспільства, держави. Це відноситься і до телебачення, яке відрізняється тим, що здатне поширювати інформацію повніше, швидше, достовірніше і емоційно більш насичено, ніж радіо або друковані ЗМІ.

Цифрові технології впевнено увійшли в студії, апаратні, АСК, АСБ практично всіх регіональних телекомпаній. Цифрове ТБ – це така мережа, що дозволяє отримати не тільки прекрасну картинку і якісний звук, але і користуватися послугами інтерактивного телебачення, а також підключатися до всіх служб, що працюють через кабельні з'єднання, наприклад, до Інтернету. Інтернет – засіб масової інформації, що розвивається найбільш динамічно, його мережа дозволяє отримувати новини у найбільш зручному вигляді і дає можливість скомбінувати короткий відеоряд з резюме події, його докладний текстовий розбір і фоновий звук. У близькому майбутньому Інтернет не замінить телебачення, але телевізори, що здатні приймати пакети з Інтернету, вже створені. Телебачення є найбільш масовим зі ЗМІ. Воно охоплює і ті верстви населення, які залишаються за рамками впливу інших ЗМІ. Ця здатність телебачення, як засобу створення, передачі і сприйняття інформації, пояснюється його специфікою. Сьогодні телебачення за рахунок практично повного охоплення аудиторії і сформованої у значної частини суспільства високої довіри до нього залишається найбільш потужним інструментом впливу на уми та настрої населення країни, на формування громадської думки. По-перше, специфіка ТБ в його екранності, тобто, в передачі інформації за допомогою зображення, що рухається та супроводжується звуком. Саме екранність забезпечує безпосередньо-чуттєве сприйняття телевізійних образів, а значить і їх доступність для найширшої аудиторії. По-друге, телевізійна інформація доноситься до глядача в двох площинах: вербальній (словесній) і невербальній (зоровій). Звукороровий характер телевізійної комунікації посилюється персоніфікацією інформації, завдяки тому, що у великому числі випадків мають місце безпосередні контакти автора або ведучого і учасників передачі з аудиторією. Персоніфікація телеінформації вже

давно затвердилася у всьому світі як принцип мовлення, як суттєва відмінність телевізійної журналістики від інших її видів. По-третє, телебачення здатне повідомити в звукозоровій формі про дію під час її звершення. Одночасність події і її відображення на телевізійному екрані (симультантність) є унікальнішою властивістю телебачення. Симультантність присутня в телепередачах не постійно, проте, має велике значення для психології глядацького сприйняття, нагадуючи про достовірність дії, що відбувається на екрані. Симультантність, що створює ефект присутності глядача на місці подій, надає, як вже відзначалося вище, телевізійному повідомленню особливу достовірність, документальність, реалістичність, що забезпечує винятковість в рішенні інформаційних завдань телебаченню як одному з різновидів ЗМІ. Саме від цих специфічних властивостей залежать багато функціональних, структурних, виразних, естетичних особливостей і можливостей телебачення, що зайняло з розвитком і вдосконаленням технічної бази особливе місце в системі засобів масової комунікації. Наявність можливостей визначає і ті функції, які виконує телебачення у сучасному світі. Говорячи про інформаційну функцію телебачення, доцільно скористатися конкретним тлумаченням самого поняття «інформація». Інформація (від лат. *informatio* — роз'яснення, виклад, обізнаність) — поняття, пов'язане з об'єктивною властивістю матеріальних об'єктів і явищ (процесів) породжувати різноманіття станів. В побутовому сенсі інформація — відомості про навколишній світ і процеси, що протікають в ньому, сприймані людиною або спеціальним пристроєм. (С.І. Ожегов. «Словник російської мови»).

Інформаційна функція — це найголовніша функція телебачення. Багато людей, незважаючи на засилля Інтернет-технологій, кожен день вмикають телевізор лише для того, щоб подивитись останні новини. Регулярне отримання людьми економічної, політичної, соціальної і культурної інформації у сучасному світі стало нормою життя. Аванпост ТБ — новини, інформаційні програми — найдорожчий і найважливіший вид телевізійної творчості. Новинна інформація для масової аудиторії — це перш за все повідомлення про актуальні події та проблеми в країні і на міжнародній арені, які роблять історію в самому широкому тлумаченні цього поняття. 90 відсотків населення дізнаються про події в краї-

ні з випусків телевізійних новин. Новини перетворилися на домінуючий спосіб створення уявлень про реальність, реальність стала одним з фрагментів потоку новин. Люди тільки тоді розуміють, що відбувається поряд з ними, коли почують про це по телебаченню або по радіо, або прочитають в газеті. Більшість людей відчувають проблеми з інтерпретацією. І тому влада телевізійна, влада телевізійних новин, як іншої реальності, існує.

Безумовно, значну роль у розвитку та вдосконаленні новинного розділу телемовлення грають технологічні інновації (комп'ютеризація, перехід на цифрові, онлайніві технології, передача оперативної інформації на мобільні телефони і т.д.) І все ж нові технології з точки зору журналістики — це лише інструмент-помічник, що дозволяє зробити якісний телепродукт, донести до глядача суть явища. Нові технології — це обрамлення, невидима оболонка: це сучасний дизайн, особливості зображення звуку, формат запису і монтажу, збереження і відтворення матеріалу. Вони дозволяють заощадити час, підвищити оперативність мовлення, допомагають розкрити творчий задум автора. Але творчість, креатив, зміст у його початковому мистецтвознавчому сенсі залишаються головним у телевізійній журналістиці. Просто інфраструктура телевізійної творчості стає все більш досконалою, і журналіст повинен гідно відповісти на виклик часу.

Тема 2. Новини — основа інформаційного мовлення на телебаченні

Інформаційний розділ телебачення також прийнято називати новинною інформацією, і це визначення є більш точним за змістом. «Новина — це недавно отримана звістка» (Ожегов С.І., Словник російської мови). Правильне розуміння суті поняття «новина» — повідомлення раніше невідомої інформації, яка представляє актуальний інтерес для певної аудиторії. Сутність новини — факт, подія, що мала місце в просторі й часі. Сам по собі факт залишається незмінним, а його виклад й інтерпретації варіативні, тобто можуть змінюватися під впливом чого-небудь. Саме тому сприйняття факту залежить від подачі повідомлення й від рівня аудиторії: від її соціальних, вікових, етнічних, професійних інтересів

А що таке подія?

З точки зору «Словника російської мови» С. І. Ожегова, це «те, що сталося, те чи інше значне явище, факт суспільного, особистого життя». А шановний В. І. Даль ще більш лаконічний: «Подія — те, що сталося». Але найпростіше визначення події виглядає так: подія — це результат дії, дії — не важливо чиєї — людини, народних мас чи сил природи, тощо. Подія — це завжди результат дії в найширшому розумінні цього слова.

Щоб подія знайшла відбиток у випусках теленовин, вона повинна задовольняти вимозі хоча б одного із зазначених нижче, визначаючих її цінність, критеріїв

- близькість теми новини до споживача інформації, або в просторі, або в часі; щось добре відоме, все те, що може зацікавити по асоціації з особистими враженнями;

- популярність кого-небудь або чого-небудь (успіхи або невдачі державних, політичних, суспільних діячів, відомих організаційних структур і їхніх представників, показ зірок різних калібрів, розповідь про сенсаційні відкриття в різних галузях);

- своєчасність(або сьогоденність) Треба відповісти на наступні питання: наскільки актуальна новина; чи доречно давати ті або інші відомості в контексті сьогоденного дня; чи не принесе її розголошення якої-небудь шкоди; чи досить вона співзвучна духу часу за стилем викладу й аргументації; чи доречно давати ті або інші відомості в контексті дня.)

Розповідь про «учорашні» події в інформаційних програмах неприпустима, крім тих випадків, коли в телекомпанії не було можливості вчасно про них повідомити. «Сьогодні» можна говорити про те, що було «учора» з позиції зв'язку між подіями. Наприклад, «сьогоднішня» подія як наслідок або продовження «учорашньої». Або коли виникає необхідність повернутися до сказаного «учора» для того, щоб дати оцінку або аналіз минулих подій і фактів. Якщо цікава подія сталася колись, про неї можна зняти документальний фільм, написати мемуари або зібрати спогади учасників. Тільки новини залишаться до неї байдужі. Їм для сюжету потрібна ще не охолола, гаряча кров події.

- масштабність новини за ступенем її важливості, суспільної значимості; новини хочуть мати справу тільки з тими подіями, наслідки яких значущі для великого числа людей;

вплив новини за її можливими наслідками — дуже важливий фактор. І тут чимало питань: Чи притягне тема увагу аудиторії? Чи зробить зміст новини вплив на формування якихось суджень та емоцій? Чи відповідає новина інтересам окремої людини, усього суспільства?

— конфліктність у самому широкому тлумаченні цього слова: від сімейних колізій до міжнаціональних зіткнень та ін.; Подія в сюжеті завжди повинна бути активною дією. Ця якість і називається дієвість.

— незвичайність (все те, що так чи інакше виходить за звичні рамки буденного життя й дає привід для малих та великих сенсацій; подія людського життя може стати сюжетом новин, тільки коли ця людина викликає гострий інтерес. Найважливіша якість події для новин — це вибірковість в якому-небудь відношенні, серед чогось схожого. Незвичний розвиток подій і є найважливішою передумовою того, що вони потраплять в новини. Цю якість можна назвати також унікальністю, в тому сенсі, що подія нова або рідкісна.)

— персоніфікація

(можливість акцентувати увагу телеглядача на чомусь за допомогою посилань на конкретних людей, пояснити подію через людину).

— наявність відеозображення (якщо подія важлива, а картинка запізнюється або її не має взагалі, повідомлення все одно буде в ефірі); Візуальність настільки важлива якість, що через неї забраковують чи не дев'яносто процентів повідомлень з новинної стрічки.

Названі якості події — рівнонеобходні для сюжету новин. Але є одна якість, яка в сучасних новинах стала визначальною:

— це драматичність (сидячи на затишному дивані з банкою пива в руках, цікаво спостерігати за цунамі, яке обрушилося на половину Південно-Східної Азії. Тому що події відбуваються у безпечному «далеко». Можна отримувати майже естетичне задоволення від чужих трагедій. І чим більше трагедій, тим цікавіше обивателю дивитися новини. Не з кровожерливості або злого наміру. Новини змушені боротися за глядача з бойовиками і серіалами їх зброєю, показуючи трагедії і жорстокість. Тому подія гарантовано потрапить в новини, якщо вона драматична).

Цих якостей достатньо, щоб подія була виділена з величезної маси «не-подій» і стала основою сюжету новин. Причому цікавого сюжету. Якщо подія не задовольняє якомусь одному критерію, це ще не означає, що вона зовсім не підходить для сюжету. Але якщо подія не володіє ні однією з цих якостей, вона не повинна з'явитися в новинах. Нажаль багата кількість «не-подій» з'являється в новинах телекомпаній, особливо регіональних чи міських.

Новини володіють світом тому, що викликають регулярні емоції. Виявилось, що керувати людиною, її бажаннями і вчинками дуже просто. Левова частка ефірного часу відводиться на те, щоб лякати, лоскотати нерви, пробуджувати ненависть і обурення, налаштовувати проти «поганих» хлопців і схилити на бік «хороших», взагалі розважати глядача всіма можливими засобами. Тобто вижимати з нього емоції. Інакше обивателеві буде нецікаво і він вимкне телевизор.

Розважаючи, новини захоплюють та непомітно змінюють мізки: замість критичного ставлення розцвітає впевненість, що все, що показано в телевизорі, було в житті саме так, як показано. Сьогодні кожен громадянин, який лежить на дивані перед телевизором і дивиться новини, вважає, що тримає руку на пульсі подій. Насправді він тримає руку на пульті від телевизора, котрий тримає в руках його свідомість. Спочатку її вирощували газетні статті, потім випуски новин по радіо. На зміну їм прийшла документальна кінохроніка перед сном. І лише потім телебачення завершило процес. З цим уже нічого не поробиш. Новини формують у глядача спосіб сприйняття світу. Телевізійні новини — це змодельована реальність, яка викликає емоції глядачів. А реальність стала версією новин. Будемо завжди пам'ятати, що інформація володіє світом, і тому настільки велика міра відповідальності перед телеглядачами кожного учасника творчої групи, яка працює в інформаційному віщанні.

Часто звучить узагальнене визначення будь-якого інформаційного матеріалу — «сюжет». Великий енциклопедичний словник пояснює: «Сюжет (фр., *sujet* букв. — предмет) — в епосі, драмі, поемі, сценарії, фільмі — спосіб розгортання фабули, послідовність і мотивування подачі зображуваних подій. Іноді поняття сюжету і фабули визначають навпаки, іноді їх ототожнюють. У традиційному слововживанні — хід

подій у літературному творі, просторово-часова динаміка зображуваного» (Великий словник іншомовних слів). Зрозуміло, що в більшості хронікальних повідомлень сюжет у літературознавчому розумінні цього терміна відсутній. Теорія довго не визнавала цього визначення, вкоріненого в професійному жаргоні. Проте останнє видання підручника з телевізійної журналістики узаконило слово «сюжет» у розумінні хронікального повідомлення на відеоплівці (Телевизионная журналистика. Учебник. 4-е изд. М., 2002. с.176). У професійній практиці медіаторці використовують поняття «сюжет новин», яке не є визначенням якоїсь конкретної жанрово-видової форми інформації, а навпаки визначає будь-яку жанрово-видову форму, маючи на увазі загальну типологію цих форм. Ця практика вироблялась роками, і було би дивно робити вигляд, що цього не існує; разом і з тим це — ще і зручно.

Саме з сюжетних ниток сплелася інформаційна мережа, в яку всі потрапили, яка створює ірреальний, драматизований, але дуже цікавий світ щоденних телевізійних випусків.

Подобається нам це чи ні, але кращим матеріалом для сюжету стають події, які викликають миттєвий емоційний відгук: смерть, руйнування, розгул преступності, несправедливість, тощо. Особливого розгляду вимагає акцентоване звернення телеінформації до подій, що відхиляються від норми: озброєним конфліктам, катастрофам, природним катаклізмам і так далі. Можна пояснити це явище гонитвою за сенсаційними матеріалами заради підвищення глядацького інтересу, підняття рейтингу і, відповідно, прибутковості компанії, що віщає. Проте, визнаючи цей чинник, необхідно відмітити і інше. Для будь-якої системи — від технічного пристрою до біологічного організму і людського суспільства — важлива інформація саме про відхилення від норми. Машина повідомляє про це включенням відповідного індикатора, живий організм — больовим відчуттям. Прагнення відбивати ненормативні явища в житті суспільства можна вважати таким «індикатором», «больовим відчуттям» соціуму. Цю інформативну функцію і виконують телевізійні випуски новин. Це загальносвітова практика, яка не допускає підміни інформації агітацією. Інша справа — знайти необхідну тональність для повідомлень про катастрофи і війни. Світовий стандарт, перевірений десятиліттями: випуск новин, незважаючи на

велику кількість новин поганих, не повинен залишати у глядачів настрої пригніченості і безвиході.

Основне завдання випуску новин: структурувати свідомість громадян, оповіщаючи їх про новини політики, події, забавні випадки, спортивні вісті.

Випуск новин — це серйозний і відповідальний інструмент інформування. А сюжет — це цікаве шоу на основі фактів і подій, поставлене за драматургічними законами, у якому замість акторів — живі люди, і кров — справжня, і — смерть справжня, шоу, яке несе в собі такий заряд правди і драматизму, якого не здатний досягти жоден блокбастер.

Випуск новин — це організм, який прагне до гармонії, і на три «сухі» інформації має припадати один «справжній» сюжет.

Сюжет не просто перемелює частинки буття. Це мова, на якій репортер розповідає вдячній публіці про деякі реальні явища, створюючи особливий телевізійний «міраж». При всьому тому сюжет новин не має ніякого відношення до публіцистики, в сенсі дослідження нравів і боротьби за краще життя людства. Його завдання не виховувати, а домогтися від глядачів співпереживання. Цей сюжет переконує правдою інформаційного образу, цікавого і емоційного. Він спонукає глядача «голосувати серцем», а не розумом.

Робити сюжет новин — означає моделювати реальність під інтереси глядача. І вибору тут немає. Будь-який інший підхід перетворить телевізійні новини в історичне свідчення. Привчити глядача дивитися один і той же канал щодня в один і той же час можна єдиним засобом — робити новини цікавими. Новини — це те, що цікаво! Причому цікаво буквально все: показали політика — цікаво, показали демонстрацію — цікаво, тощо. Все викликає довіру, і все цікаво! Коли глядачу нудно, коли він не розуміє, що відбувається, він не буде дивитися новини.

Сюжет несе глядачам переживання, яких не отримаєш за гроші в кіно і театрі. Театр життєвих емоцій глядач хоче відчувати безкоштовно щодня в задалегідь відведenu годину. Глядачеві хочеться додивитися, дізнатися, чим же все закінчиться, обернеться і, взагалі кажучи, що ж з усього цього вийде. Глядач бажає співпереживати до кінця. Треба дати йому таку можливість, підігріти цікавість до високого градуса за допомогою майстерно закрученої інтриги; викликати прості

емоції: страх, жаль, радість, гордість, сміх, сльози, ненависть, розчулення і т. ін. Зазнавши їх, співпереживаючи герою, глядач отримує психологічну розрядку, сподівається, що тепер життя налагодиться, або, навпаки, приходить до переконання, що все неминуче впаде в прірву.

Знайти і дати глядачеві просту емоцію, — шлях, який гарантує відданість глядача саме цьому телеканалу.

Цікаві сюжети новин насправді можуть управляти умо-настроями великої кількості людей. І виводити їх туди, куди потрібно людям, що встановлюють політику телеканалу. А нецікаві новини будуть пропущені глядачами. І все, ніякого управління. Тільки даремні витрати ефірного часу.

Таким чином, щоб зробити новину цікавою, перш за все треба пам'ятати, що ключ до створення з реальної події — події для новин, це інформаційний привід.

Коли репортер робить сюжет про об'ємну подію, він, природно, змушений скорочувати кількість дрібних подій до лічених одиниць, або до однієї. Тому те, що глядачі бачать на екранах, і те, що відбувалося насправді, «дві великі різниці».

Зараз не йде річ про редактуру і політичні установки каналу, які впливають на показ подій. Набагато важливіше інше: репортер у принципі ніколи не може повністю і цілком показати подію. Подія в його сюжеті завжди лише мала частина того, що відбувалося в реальності. Це жорстка реальність професії.

Як же визначити, що саме взяти з події життя, щоб зробити сюжет новин? Для цього є принцип «інформаційного приводу».

А як знайти потрібний інформаційний привід? Для цього треба, відповідаючи на запитання: «Що відбувається в сюжеті?», скласти коротке стверджувальне речення, вживши в теперішньому часі дієслово, яке передає, одну, але головну дію події. У цьому реченні має бути не більше семи слів. Вирішивши таку граматичну задачу, ви отримаєте інформаційний привід. Таким чином можна не тільки вибрати з кількох подій одну, найважливішу для сюжету, але і в єдиній події відкрити кілька несхожих сюжетів.

Це перший і найважливіший для репортера ключ до сюжету, тому що він задає кут зору на подію. Яким повинен бути інформаційний привід, щоб «викривати» події? Якими якостями повинен володіти? Сім якостей справжньої події

підходять і для інформаційного приводу. Винятковість, несподіванка, суспільна значущість, дієвість, новизна, візуальність і драматичність визначають інформаційний привід повністю.

Саме з вибору інформаційного приводу починається створення з реальної події — події для новин. Інформаційний привід визначає, що саме буде показано. Подія як би втискується в рамки, які встановлюються цим вибором. І тому може вступати з інформаційним приводом в різні «сміслові відносини».

По-перше, подія може бути значно більше інформаційного приводу. Інформаційний привід може досягнути лише малу частину великої події. Приклад: подія-ураган у Флориді; один з можливих інформаційних приводів — розграбування магазинів бандами мародерів.

По-друге, подія може бути менше інформаційного приводу. У цьому випадку інформаційний привід «роздуває» подію до розміру сюжету. Приклад: подія — наукова конференція, присвячена життю Ломоносова, — нудно і прісно. Сюжет може врятувати інформаційний привід — доля академічної науки в країні.

По-третє, подія може повністю вичерпуватися інформаційним приводом. Таких випадків у реальній практиці багато. Приклад: подія — затримання кишенькового злодія в автобусі. Звичайно, можна зробити інформаційним приводом «Розгул злочинності на транспорті», але сама подія настільки проста, що цілком вміщується в своєму інформаційному приводі — попався шахрай.

І, по-четверте, події може взагалі не бути — інформаційний привід моделює її для сюжету. Найпростіший приклад. На Північний полюс вирушає експедиція на велосипедах. Героїчні підкорювачі снігів навіть не рушили з місця і лише повідомляють про швидкий старт на прес-конференції, а інформаційний привід уже відправив їх у путь і побажав щасливої дороги.

У будь-якому випадку, вибравши один інформаційний привід, не можна підмінити його іншим. Події майже завжди складні, заплутані і незрозумілі, тому інформаційний привід стає компасом, який допомагає не збитися зі шляху. Корисність інформаційного приводу у тому, що він відразу визначає щось на зразок заголовка. Пробігаючи поглядом заголов-

ки на газетній шпальті, читач вирішує, чи варто чи ні читати ту чи іншу статтю. У випуску новин те ж саме. Цікавий чи ні сюжет глядачеві, визначають перші дві-три фрази. Вони ж являють сюжет у «Шпігель» — коротку анотацію всіх новин на самому початку випуску. Ці кілька речень є інформаційний привід. Він визначає якість події, її важливість і міру інтересу для глядача.

Для полегшення вибіру інформаційного приводу є кілька стандартних прийомів.

1. Подія звичайна, повторювана або циклічна. Її вже багато разів знімали, робили про неї сюжети, відомо, як вона сприймається глядачами. Інформаційний привід — звичайний для такої події.

2. У звичній події з'являються нові обставини, в ній беруть участь нові люди, виникають нові ситуації. Інформаційний привід — розгляд події через це «нове». Найкраще — максимально драматизовано.

3. Подія абсолютно нова, ніколи не траплялася, є шанс зняти її першими. У цьому випадку інформаційний привід дорівнює події.

4. Буденна подія повертається несподівано, у ній відкриваються несподівані подробиці. Інформаційний привід — виділення нового.

5. Подія, яка сталася, явно віщує подію майбутню, яка буде мати велике значення для телеаудиторії. Інформаційний привід — майбутня подія.

6. Подія завершилася, і тепер можна робити різноманітні висновки. Інформаційний привід-один з можливих висновків.

7. Подія ось-ось відбудеться, очікується з нетерпінням. Інформаційний привід — майбутня подія.

8. Подія призвела до наслідків, які не можуть бути байдужі великому числу людей. Інформаційний привід — наслідки.

9. Подія стала результатом ланцюжка інших подій. Інформаційний привід — «остання ланка».

Вірна ознака: якщо вам ніяк не вдається знайти у події хоч якийсь інформаційний привід, швидше за все, його там немає зовсім. І знімати нічого й не треба.

Завжди треба пам'ятати, що теленовина — «історія», що розвивається за законами драматургії. Складати сюжет новин необхідно так, як захоплюючу історію. Чому голлівуд-

ські фільми популярні в усьому світі? Тому що майстерно розповідають історії.

У кожному з нас живуть архетипи, образи колективного несвідомого, успадковані від пращурів з печер. Це вроджена любов до історій.. Новини щодня і повноцінно задовольняють давній потяг людини до вислуховування історій. І тому корінне правило новин таке: сюжет — це історія.

У сюжеті глядачі сприймають і бачать історію, а не реальну подію або інформаційний привід. У людини, яка створює випуски новин (режисера, репортера) почуття історії повинно бути в крові. Люди сідають перед «блакитним вогником» не для того, щоб півгодини поглинати раціональні знання. Вони хочуть почути нові історії: страшні, смішні, трагічні або безглузді, що трапилося з простими смертними або з «небожителями», «зірками». Хочуть стати свідками подій, учасники яких страждають, плачуть, сміються, обурюються, борються, протестують, перемагають. Люди хочуть бачити собі подібних у незвичних ситуаціях, про які зрозуміло розказано мовою історій.

Насправді творці новин не винайшли нічого нового. За винятком одного: вони залучають публіку справжньою історією. Історія в новинах відрізняється від історії в кіно тим, що вона відбувалася насправді. Це історія фактів. Що це означає? Подія — це дії. Але дії завжди виробляються кимсь, де, колись і так далі. Тобто виходять від того чи іншого суб'єкта, спрямовані на той чи інший об'єкт і відбуваються при певних обставинах. А це і є факти. Факти можна подати так, що сенс події перевернеться «з ніг на голову». Тому що в реальності репортер має справу не з одним фактом, а з безліччю. Визначивши, який з них потрібен для сюжету, а який — ні (за допомогою інформаційного приводу), репортер створює історію, яка відображає його точку зору на подію, або точку зору редактора, режисера. Історія фактів у сюжеті новин завжди вибіркова, суб'єктивна і «художня». Такою і повинна бути справжня історія!

Виникає законне питання: а за рахунок чого історія викликає емоції?

Та все того ж, чому зобов'язані своїм ефектом фільми та вистави. Це називається драматургія.

Велика сила людської фантазії повинна спадати на голови вдячних глядачів не бурхливим потоком, а струмочком, чия

течія слухняна законам, які відкрив і описав ще Аристотель. Ці закони універсальні для будь-якої творчої діяльності. Відповідно до них історія розвивається за законом єдиної драматичної дії. Що потрібно, щоб цього домогтися?

По-перше, знайти того, з кого починається будь-який твір, – героя.

У будь-якій історії завжди є герой. Він їде у подорож за три моря, або виринає принцес з лап дракона, або валяється на печі та інше. Герой має бути тому, що він закручує історію, бере участь в ній і втілює для глядача комплекс емоцій. Без героя історія просто неможлива.

Це правило повністю відноситься до сюжету новин.

Але з героєм в новинах відбувається незвичайна трансформація. Героєм сюжету може бути не лише окрема особистість, конкретна людина, а й група людей, і навіть цілий народ. Наприклад, натовп розгніваних студентів, які вийшли на вулиці Парижа, або палестинці – шахіди, які не бажають визнавати права за державою Ізраїль. Більш того, героєм може бути якась «незалежна» обставина (наприклад, в місті закривається завод; що призвело до такої ситуації, репортер не зможе розібратися за короткі хвилини сюжету, тому він робить цю обставину головним героєм). Героєм сюжету може бути не людина, а стихія або природний катаклізм. Цей безжальний персонаж створює історії не менш драматичні, ніж люди. І звичайно, героєм може бути тварина. Пам'ятаєте нескінченні сюжети з китайських зоопарків, в яких весь час народжуються панди, хоча запевняють, що в неволі вони не розмножуються? А перелітні пташки, що несуть на своїх крилах привид пташиного грипу? Тільки в новинах тварина може стати в один ряд з лідером країни тому, що стане героєм історії і буде показана у тому ж випуску.

Але одного героя замало. У будь-якій історії герой повинен мати супротивника – антагоніста, антигероя, на якому він може відточувати свою гідність. Відважному лицареві повинен протистояти дракон, паризьким студентам – прем'єр-міністр, палестинцям – євреї.

Герой з антигероєм завжди ходять «пліч-о-пліч». Причому, подібно до героя, антагоніст, не маючий конкретного людського обличчя, може бути групою, натовпом, народом, стихією або незалежною обставиною. Хто в історії -герой, а хто – антагоніст, залежить від репортера. Простий підра-

хунок дає сім варіантів взаємодії героя і антигероя в сюжеті новин.

1. Герой – особистість, антигерой – особистість.

Приклад: зіткнення політиків на виборах будь-якого рівня. Один – «за народ», інший – «за демократію».

2. Герой – особистість, антигерой – група.

Приклад: «добрий» прем'єр Ізраїлю і «злі» палестинці, або навпаки «злий»-«добрі».

3. Герой – особистість, антигерой – стихія або незалежна обставина.

Приклад: «хороший» американський президент і дуже «поганий» ураган «Катріна».

4. Герой – група, антигерой – особистість. Приклад: дуже «хороші» французькі студенти і дуже «поганий» прем'єр-міністр, або навпаки.

5. Герой – група, антигерой – група.

Приклад: футбольні фанати, вболівають за різні клуби. Хто герой, а хто антигерой, залежить виключно від пристрастей репортера-вболівальника.

6. Герой – група, антигерой – стихія або незалежна обставина. Приклад: героїчні, але безвісні поліцейські і пожежні, що рятують людей в Нью-Орлеані, і ураган «Катріна».

7. Герой – стихія або незалежна обставина, антигерой – група.

Приклад: ураган «Катріна» і мародери у зруйнованому Нью-Орлеані.

Що ж пов'яже героя і антигероя? Природний закон драматургії – конфлікт.

Зіткнення, протидія, протиборство, війна, поєдинок, змагання, підступи, змови, зіткнення думок, суперечки, ухвалення вимог, ультиматуми, бійка, вбивство, порушення закону, виклик громадській моралі – все це і багато іншого створює конфлікт героя і антигероя, створює історію, котра викликає емоційний відгук у глядачів.

Без конфлікту, прихованого або явного, неможливо зробити новини.

Вибравши подію і сформулювавши інформаційний привід, репортер одночасно визначає конфлікт, в якому зіштовхує героя і антигероя. Через цей конфлікт розкривається подія. Тільки так народжується телевізійний сюжет.

Тому сюжет без конфлікту – найгірше, що може бути в новинах.

Досить і того, що в кожному випуску є спеціальні «інформушки» – голі новини без будь-якого натяку на сюжет. Або уривки промов перших осіб держави, які даються без коментарів. Драматургія новини, драматургія історії – найважливіше, що треба засвоїти ще до зйомки. Адже драматургія ця проста і ефективна. Немає такої події, яка не несе в собі конфлікт героя і антигероя, не складається в історію. Просто іноді у випускаючих новини не доходять руки до історій і вони вважають за краще видавати голу інформацію.

Факти, що стосуються героя і антигероя, історія з фактів, драматургія фактів, конфлікт фактів – ось що робить телевізійні новини настільки привабливими.

Вам не треба нічого вигадувати. Факти завжди страшніші, яскравіші і цікавіше будь-якої вигадки. Саме тому в історії для особистої думки просто не залишається «емоційного» простору. Глядач хоче вірити фактам і конфлікту. Вони будуть для нього правдою. А ваша особиста думка, пред'явлена відкрито, дасть привід засумніватися. Глядачі схильні не вірити конкретній людині, але завжди довіряють «об'єктивній» інформації, якщо думають, що вона не виходить від когось конкретного.

Для того щоб грамотно вибудувати конфлікт у сюжеті, треба знати ще одну маленьку подробицю: він розвивається по етапах.

Це абсолютно класичні: експозиція; зав'язка; розвиток; кульмінація; розв'язка.

В експозиції треба описати подію, виклавши найпростіші факти: що, де, коли і з ким сталося. Тобто ввести глядача в курс справи та інформаційного приводу.

Зав'язка зображує зіткнення героя і антигероя, роз'яснюючи причину конфлікту. Тобто глядачеві розтлумачують, що за конфлікт, що за історія його очікують.

У розвитку конфлікт героя і антигероя набирає обертів, на доказ чого наводяться нові факти. Глядач поринає в історію, починає співпереживати герою і налаштовуватися проти антигероя.

Кульмінація показує момент або факт найвищого розвитку конфлікту, який викликає у глядача максимальний вибух емоцій.

Розв'язка підводить «підсумок» конфлікту, завершує історію і поволі пропонує висновки.

Звичайно, в реальному сюжеті далеко не завжди присутні всі п'ять етапів конфлікту. Іноді достатньо дати зав'язку (вона ж експозиція) і відразу перейти до кульмінації або навіть розв'язки. Часу на повноцінний розвиток конфлікту завжди обмаль. Подія безжально пресується.

Але скільки б етапів конфлікту ні залишилося, завжди повинна зберігатися інтрига. Навіть якщо сюжет йде дві хвилини, глядач повинен очікувати розв'язки з тою же зацікавленістю, що і останніх кадрів бойовика.

Інтрига створюється невідомістю: чим закінчиться зіткнення героя і антигероя? Невідомість і недомовленість становлять «стрижень» інтересу глядача. Тому підсумкові висновки і факти треба приберігати до самого кінця сюжету. Треба пам'ятати маленький парадокс телебачення: новини не закінчуються. Новини йдуть завжди довше будь-якого серіалу. Чим більш відкритим і драматичним вийде фінал, чим більше питань, тривог і очікувань залишить на завтра, тим більше шансів, що на наступний день глядач ввімкне телевизор, згоряючи від нетерпіння. Він буде чекати продовження сюжету, все сильніше переживаючи і вірячи в подію, яку репортер майстерно драматизує. І подія не підведе. Вона буде підкидати все нові серії.

Якби не приховував автор сюжету свою позицію він завжди буде на боці героя. І завжди — разом з ним — проти антигероя. Інакше й бути не може.. Тому авторське завдання — бути помічником героя. Але так, щоб про це ніхто не здогадався.

«А як же об'єктивність?! Бути помічником — значить бути об'єктивним у тій мірі, в якій це може дозволити собі автор. Аби «об'єктивність» не випирала занадто явно. Інакше це будуть не новини, а пропаганда. Грань між ними дуже тонка. Переступати її не можна.

Щоб зробити хороший сюжет новин треба вміти перевести подію в інформаційний привід, а цей останній — в історію. І вибудовувати історію як конфлікт «свого» героя і «чужого» антигероя.

Існує так звана «велика формула» новинного сюжету.

Велика — тому, що вона дозволяє правильно зробити будь-який сюжет новин, незалежно від діючих осіб, місця,

часу та інших обставин події та політичних уподобань. Формула — тому що вона з математичною точністю показує, що таке сюжет насправді.

Виглядає велика формула напрочуд просто:

Сюжет = 1 Подія = 1 Інформаційний привід = 1 Історія = 1 Емоція = 1 Думка

Чому ця формула життєво необхідна?

При створенні будь-якого сюжету головна проблема — проблема вибору. Треба вирішити, де, з ким, про що, як і навіщо знімати. Але є ще одне питання, як виявляється, ключове для сюжету: скільки?

Скільки може бути подій в сюжеті? Скільки треба знайти інформаційних приводів? Скільки придумати історій? Скільки емоцій викликати у глядача? І скільки ідей донести?

Велика формула відповідає точно: всього — по «штуці».

Формула робить новини зрозумілими! Тому що обмежує і ставить рамки, які, власне, і роблять сюжет тим, що він є, а не творінням відеоарту або маленьким документальним фільмом.

Формула спрямовує зусилля кореспондента в потрібне русло. Скільки б не відбувалося навколо цікавого і важливого, не можна поставити в один сюжет дві події. Вам завжди доведеться вибирати одну, а всі інші події зробити «гарніром» до основної події сюжету. Підказка міститься в тій частині формули, яка говорить: Сюжет = 1 Подія.

Вибравши подію, ви не зможете зробити сюжет до тих пір, поки не зупинитеся на одному-єдиному інформаційному приводі. Якщо інформаційних приводів буде декілька глядачі не зрозуміють взагалі нічого. Що й підтверджує інша частина формули: 1 Подія = 1 Інформаційний привід.

Якщо автори сюжету вміють копати факти, то напевно виявлять таку кількість цікавих людей, несподіваних і хвилюючих подробиць, що захочеться запхнути їх у сюжет всі, забувши про інформаційний привід. Робити цього категорично не рекомендується. Про це якраз і попереджає чергова частина формули:

1 інформаційний привід = 1 Історія.

Всі намагання робочої групи повинні бути спрямовані на те, щоб викликати у глядача чітко виражену емоцію: ненависть чи любов, страх або захоплення тощо. І ця емоція повинна бути одна. Не можна в сюжеті новин спочатку заспо-

коїти, а в кінці заявити: «Все пропало!» Глядачі вас не зрозуміють. Що і підтверджує формула:

1 Історія = 1 Емоція.

Сюжети так легко засвоюються глядачами тому, що не залишають сумнівів щодо того, що «хотів сказати автор». У новинах немає місця різноманітним думкам, витонченим висновкам і складним міркуванням. Формула підтверджує:

1 Емоція = 1 Думка.

До речі, формула не обмежує кількість фактів у сюжеті. Це цілком природно. Скільки фактів використовувати в одному сюжеті, визначає автор. Тут немає формул. Один факт, дуже цікавий, можна розтягнути і на три хвилини, а коли фактів декілька, на один факт має припадати не менше 10-15 секунд сюжету. Інакше глядач просто захлинеється в потоці інформації.

Велика формула відсікає все зайве.

Інформаційні програми є опорними точками сітки мовлення будь-якої телекомпанії, а усі інші передачі розташовуються в інтервалах між випусками новин. Термін «програма» в перекладі із грецької означає порядок окремих частин у цілому. Для телебачення програма — це сукупність цілком певних незмінних елементів, які зв'язані між собою композиційно й мають певне цільове призначення. Верстка програми дає глядачам можливість орієнтуватися в часі, коли той або інший інформаційний блок з'являється в програмі.

Особливість інформаційних програм: регулярна частота виходу протягом дня або тижневого циклу, оперативність у реагуванні на події, використання винятково інформаційних жанрів із чітким тематичним (політика, економіка, культура, спорт, погода й т.д.) і географічним (міжнародні, національні, регіональні) розподілом інформації.

Прикладом інформаційних програм є випуски новин. Телевізійні новини — це певна, обмежена в часі структурна одиниця віщання, що покликана організувати співучасть окремих глядачів за допомогою телеінформації, форма якої з'єднується із змістом винятково інформативним і тематичним зв'язком. Результатом цього зв'язку і є візуальне й вербальне сприйняття окремих телевізійних сюжетів як елементів одного цілого — випуску новин. Новини дійсно глобалізують світ. Тому що з'єднують, змішують, ущільнюють, переробляють і стискають час і простір, дозволяючи глядачам

бути присутніми скрізь і — ніде: з дивана ж вони так і не піднялися. При всій різноманітності новинних сюжетів — вони схожі тому, що не існують самі по собі, а є елементом складної структури — випуску новин; сюжет повинен повністю відповідати політичним, естетичним та економічним настановам телекомпанії.

Якщо окрема телепередача може існувати і в контексті програми, і цілком самостійно, то інформаційні матеріали лише на рівні аналізу можуть розглядатися самі по собі. Опинившись поруч, інформаційні матеріали знаходять інший сенс. І як телепрограмування стає дієвим інструментом впливу на сприйняття аудиторії, так і верстка інформаційної програми вимагає високої майстерності. Верстка інформпрограм — дієвий інструмент інформаційної політики, політичного впливу на аудиторію, на масову свідомість опосередковано, через пропоновану структуру випуску — інструмент, керуючий і спрямовуючий громадську думку. Але верстка — це ще й мистецтво композиції, реальне втілення драматургії новин, що допомагає утримати глядача на піку інтересу до кінця програми, при цьому видавши в ефір все, що пропонує інформаційна картина дня і вимагає статус каналу. Верстка — вирішальний етап створення інформпрограм. Це процес, що складається з відбору матеріалів і структурування випуску, тобто розстановки екранних повідомлень у певній послідовності. Є безліч версій, якою повинна бути верстка інформаційного випуску. Золотого правила на цей рахунок немає, проте є деякі закономірності. Сусідство різних матеріалів майже ніколи не буває випадковим: або вони доповнюють один одного, або створюють певний інформаційний контраст. Послідовність розташування інформаційних матеріалів — досить радикальний інструмент впливу на аудиторію за, здавалося б, повною неупередженістю фактів. Більшість випусків новин укладаються в 15 — 20 хвилин формат (хронометраж основних вечірніх інформаційних програм — 30 хв.) У цьому випадку програма вибудовується таким чином: найбільш важливі новини — початок випуску; сюжети великого об'єму — середня частина; культурні новини і т.п. — кінець випуску; блок спортивних новин; прогноз погоди завершує програму.

Протягом випуску новин глядачі отримують багато негативної інформації — повідомлення про серйозні НП, про-

блеми, про злочинність у місті, тому завершується випуск чимось приємним, наприклад, розповіддю про якийсь наукове відкриття, виставку або прем'єру фільму і т.д.

На закінчення ведучий анонсує події, про які глядачам розкажуть у наступному випуску новин, чи нагадає про найважливіші події дня сьогоднішнього. Професіонали рекомендують починати і закінчувати програму ведучим у кадрі: ведучі — це господарі, які повинні зустрічати і проводити гостей.

Серед інструментів верстки інформпрограми, як і взагалі програмування, — такі поняття, як блок, рубрика, ранжування. Практично всі випуски новин на всіх каналах використовують принцип блочної верстки, як правило, або за тематичною ознакою: політика, економіка, наука, культура, спорт, погода; або за територіальною: новини по країні, регіону, повідомлення з-за кордону.

Рубрика — загальна назва для повідомлень, що розвивають певне тематичне спрямування, розраховане на одну і ту ж аудиторію. Можна вміло поєднувати блочну верстку з рубрикацією.

Ранжування — найважливіший інструмент верстки інформаційного випуску, що припускає визначення ступеня суспільно-політичної важливості, загальнолюдської значимості новин і що обумовлює послідовність їх повідомлення аудиторії. У тих випадках, коли ранжування здійснює саме життя, коли одна новина заступає всі інші, необхідно рішуче піти на ломку розкладу передач.

До інструментів, що стосуються верстки інформвипусків, слід віднести і графічне оформлення заставок, оббивок внутріпрограми еcranного простору, мультіекран, комп'ютерну графіку, нові телевізійні ефекти. Реальний ефірний випуск новин передбачає: шматок інтерв'ю без коментарів; суху і коротку інформацію про подію; закадровий коментар відеоряду; «без коментарів» — чистий відеоматеріал без монтажу; «Флай» — пряме включення в ефір репортера з місця події; оперативне повідомлення; і, звичайно, підводки (коментарі) ведучих; кілька інформаційних сюжетів, які є окремими авторськими матеріалами, створеними репортером для інформаційного випуску, довжиною (хронометражем) не менше однієї хвилини.

Щоб перегляд програми не втомив глядача, вибудовується наскрізний внутрішній ритм випуску. Для цього потрібно, щоб сюжети були різного розміру (хронометражу) і різної глибини за змістом. Наприклад, виділяють: політичний репортаж, соціальний репортаж, актуальний репортаж, журналістське розслідування, репортаж із глибинки, репортаж про незвичайне, екологічний репортаж, репортаж з гарячої точки, ліричний етюд і т. д. Практики, які створюють випуски новин, застосовують такі жаргонні назви:

- «важняк» («цвях», «хедлайн») — сюжет про найважливішу подію дня, тижня, місяця, який завжди йде на початку випуску;
- «ексклюзив» — сюжет про щось дуже важливе та сенсаційне, який вдалося зняти тільки одній телекомпанії;
- «оперативка» — сюжет про подію будь якої значущості, включаючи відеоматеріал, наданий прес-службами МНС, МВС, СБУ і т. ін.;
- АВМ або ВМ — коментар відеоряду за кадром, який пишуть спеціально для провідного випуску;
- «обзорка» («тасовка», «обмін», «супутник») — закадровий коментар на відеоматеріал міжнародного агентства або відеоряд, підібраний з архіву редакції, за подією, на яку шкода посилати знімальну бригаду або у зв'язку з котрим нема чого знімати, наприклад перепис населення;
- «аналітика» — розширене пояснення-коментар до важливої події;
- «паркет» — сюжет, який можна знімати тільки «при піджаку і краватці» в урядових та офіційних установах ;
- «Преска» — сюжет, який присвячений пресконференції, спеціально скликаній — неважливо ким і з якого приводу;
- «соціалка» — сюжет про соціальні проблеми, котрі були, є і будуть завжди;
- «кримінал» — сюжет про черговий труп або грабїж;
- «культур-мультир» — сюжет про все високе і прекрасне, починаючи з вернісажів і закінчуючи театральними прем'єрами і музичними фестивалями;
- «похоронка» — сюжет про хорошу, відому або велику людину, яка пішла назавжди;
- «війна» — сюжет про все, що пов'язано з армією;
- «спецуха» — сюжет про все, що пов'язано з силовими відомствами;

- «обязаловка» — сюжет про щось хороше, що все-таки «примудряються» робити уряд або міські влади;
- «заседалово» — сюжет про будь-яке засідання найважливіших чиновників, про яке вони бажають неодмінно повідомити громадськість;
- «село» — сюжет про суворі будні колгоспників та фермерів, що втрималися на плаву ;
- «развлекуха, черговий» — сюжет про незвичну та забавну людину або маленьку смішну подію — рекорд для Книги Гіннеса.

Реальність інформаційного випуску вимагає від репортера вміння з однаковим блиском робити великий репортаж, в якому є все: інформаційний образ, стиль і т. ін. і маленький коментар до чужого відео ряду; а також написати «Шпигель» (анонс найважливіших сюжетів на початку випуску) або «підводку» (слова ведучого, які упереджують в ефірі сюжет).

Тема 3.Бренд тelenовин — бренд телеканалу

Нинішньому поколінню телеглядачів вже важко уявити, що зовсім недавно, функціонувало всього два загальнонаціональні телеканали, і на обох о 21 годині трансливався один і той же випуск програми «Час». Однак бурхливий розвиток багатопрограмного телемовлення у пострадянський період створило ситуацію вибору. Розуміння того, що обов'язок інформувати суспільство про події в країні та світі, про політику, економіку, науку, культуру, про все невичерпне розмаїття реальної дійсності є найважливіша турбота будь-якої телевізійної компанії, призвело до лавиноподібного зростання кількості новинних програм. Внаслідок чого виникає ряд серйозних проблем, спрямованих на залучення аудиторії або хоча б більш-менш значної її частини до певного телеканалу. Від рівня інформаційної складової істотно залежить місце будь-якого каналу в рейтингових таблицях, в інтересах і перевагах телеглядачів, а з ними рекламодавців, ньюсмейкерів всіх мастей — від політиків до представників шоу-бізнесу. Якісні тelenовини — каталізатор успішного розвитку кожної конкретної телекомпанії і всієї системи вітчизняного ТБ.

Широка можливість вибору створила гостро конкурентну ситуацію. Але така ситуація має свої позитивні моменти.

Вона сприяє підвищенню рівня професійної майстерності працівників ТБ.

Новини — це товар, а товар за законами ринку треба продавати. Він повинен бути красиво запакованим і грамотно запропонованим. Багатопрограмність — це ринок, конкуренція між каналами — це ринкова конкуренція, а новини — це продукт, це бренд.

Розглядаючи теленовини саме як товар, можна не аналізувати ангажованість каналів, їх політизованість або аполітичність, тенденційність чи об'єктивність, а розглядати телевізійні інформаційні програми як бренди. Класичне визначення бренду розглядає його як товар чи послугу, що регулярно використовуються всім населенням або певною групою людей і володіють певним набором властивостей, а крім того, мають в очах споживачів додаткову нематеріальну цінність, що формує прихильність споживачів до даного продукту — товару або послуги. Отже, бренд — це товар або послуга, яка використовується споживачем; для того, щоб стати успішною, вони повинні відповідати запитам споживачів, тобто перевершувати конкуруючі торговельні марки за найважливішими для її споживачів властивостями. Виходячи з цього визначення, можна вважати правомочним застосування поняття «бренд», яке традиційно використовується в менеджменті, до телевізійних інформаційних програм. Критерії очевидні:

- Інформація — це товар для ЗМІ;
- Телеканали надають послугу телеглядачам, надаючи їм інформацію;
- Для того, щоб стати успішною, інформаційна програма повинна відповідати запитам споживачів (надавати їм цікаву для них інформацію);
- Для того, щоб стати успішною, інформаційна програма повинна перевершувати конкуруючі інформаційні програми за найважливішими для її споживачів властивостями (оперативність, достовірність фактів, відчуття у споживача об'єктивності подачі фактів і т.д.)

Справжні новини роблять високий рейтинг. А високий рейтинг викликає приплив рекламодавців. А приплив рекламодавців супроводжується зростанням зарплати унікальних творчих колективів і загальної довіри бізнесу до конкретної програми новин, що ще більше збільшує приплив рекламо-

давців. А творцям нецікавих новин доводиться бігати за кожним рекламодавцем, запевняючи, що їхня програма краще за всіх і улюблена городянами. Але рекламодавець не вірить, зарплати кореспондентів падають, а це ще більше знижує якість сюжетів. І ланцюгова реакція триває.

Бренд забезпечує інформаційному ТВ безліч переваг. Бренд новин — це своєрідний довгостроковий актив для телекомпанії. Рекламодавець замовляє рекламу на телеканалі, розглядаючи і сам телеканал саме як бренд, співпраця з яким принесе або не принесе рекламодавцеві конкретні вигоди. Телеканал по відношенню до телевізійної інформаційної програми є брендом-парасолькою. І маючи на увазі визначення інформаційної програми як візитної картки телеканалу, можна говорити про першорядне значення бренду новин в створенні бренду самого телеканалу. Бренд створює для телеканалу додаткові цінності. Це зниження витрат телеканалу на рекламу іншої своєї продукції. Бренд новинної програми екстраполюється в очах споживача на бренд каналу в цілому, підвищуючи кредит довіри до інших передач даного каналу. Не випадково багато телеканалів ввели у свою практику анонсування в заключній частині інформаційної програми — передачі, яка є наступною по сітці за цією інформаційною програмою. Бренд інформаційної програми має першорядну важливість ще й тому, що новини — програма, що виходить в ефір по кілька разів щодня, у фіксований час, викликає психологічну залежність у своїх телеглядачів, спонукає їх дивитися знову і знову, таким чином формує «повторне споживання». Так народжується прихильність до конкретної новинної програми, а з нею — і до телеканалу.

На створення бренду впливають багато факторів. Наприклад, інтерв'ю з ведучим інформаційної програми в популярному періодичному виданні — це не просто розповідь про нього, як про особистість, а й робота по створенню бренду програми, ведучим якої він є. Якщо в цьому інтерв'ю він викличе до себе симпатію, то свідомо чи мимоволі це може послужити рекламним ходом самої телекомпанії і привернути увагу до інформаційної програми. Такий феномен публічної людини, «селебриті» (англ. *celebrity*), впливати своїм іміджем на бренд в цілому.

Особистість ведучого — тільки одна з складових бренду теленовин. Які ж всі ці складові?

«Упаковкою» можна назвати все те, що презентує споживачеві інформаційну програму. Це логотип, заставка інформаційної передачі, стиль її анонсів, колірна гамма, дизайн студії, комп'ютерна графіка, музичне оформлення.

«Назва» — це не тільки сама назва інформаційної програми, але і всі, що зустрічаються в програмі, вербально або графічно оформлені «назви» (блоки, рубрики, сюжети, фірмові вітання і прощання).

«Людський фактор» — вже згадуваний фактор впливу особистості ведучого, а також кореспондентів, авторів новин. Тут змішуються професійні та особисті якості: вміння вести себе в кадрі, приємна зовнішність, добре поставлена мова з правильними (з точки зору глядача) в кожній конкретній ситуації інтонаціями. Важливі також стиль ведучих і кореспондентів (одяг, грим, поза, міміка, жестикуляція і т.п.).

Метод подачі інформації — персоніфікований, відсторонений або емоційний і т.п.

Порядок підношення новин — верстка інформаційного випуску, акценти (свідчить про позицію творців даного інформаційного продукту).

«Ексклюзив» — все те унікальне, що може запропонувати телеглядачеві інформаційна програма (це не тільки зйомки, репортажі, але й інші унікальні, складні для копіювання особливості інформаційної програми).

«Ідея бренду» — вираз чи фраза, узагальнюючі значення бренду. Це поняття не синонімічно поняттям «рекламне гасло», «слоган програми» — воно може не згадуватися в рекламі. Це те, з чим бренд асоціюється у аудиторії, та фраза, яка приходить в голову споживачам, коли вони чують назву бренду інформаційної програми.

«Послідовність» — підлегла логіці ідея розгортання образу бренду.

Тема 4. Функції режисера у програмі теленовин

Режисер програми новин приступає до роботи на етапі її задуму. У співпраці з редакторським колективом він уточнює формат програми, її складові та зміст. На підставі аналізу ідеї програми він працює разом з художником-постановником (дизайнером) над дизайном випуску, який включає в себе за-

ставку, міжблоковий простір (довга перебивка, коротка перебивка), розробляє макет шрифту для субтитрів.

Спільно з художником (дизайнером) режисер шукає образ програми в цілому, його колористичне рішення (фон), знаходить адекватний фон для кожного з ведучих (дикторів) випуску новин.

У сферу діяльності режисера входить і створення образів ведучих: від зовнішнього вигляду (костюм, грим і т.п.) до манери поведінки в кадрі. В обов'язки режисера входить постійний контроль за правильним формуванням образу ведучого, який повинен відповідати образу програми теленовин. На телебаченні жодна програма новин не обходиться без ведучого. Це не означає, що ні в кого не виникало думки відмовитися від ведучого. Проста річ переконала у неправильності цього підходу. Тривалість монтажного процесу не дозволяє оперативнo втиснути в рамки новинної програми, що йде в прямому ефірі, новини, що надійшли під час трансляції. Ведучий повинен вміти читати новини, що називається, «з листа». Для сприйняття програми в цілому не менш важливо психологічне обличчя ведучого. Одна з назв ведучого на американському телебаченні — «anchorman», тобто, «людина-якір». Ведучий новин, як правило, не красень, але неодмінно викликає симпатію. Він вільно тримається, але не розв'язний. Демократичний, але не вульгарний. Не належить до високочоліх інтелектуалів, проте випромінює розуміння і співчуття. Всі розуміють, що не сам ведучий добував новини, але його обов'язок — вміло і тактовно подати їх. Він — сама впевненість, але не самовпевненість. У нього чітка дикція і виразні інтонації. Невловимим чином він дбає про те, щоб глядачі відчували себе єдиною спільнотою. Однак ведучий не претендує на те, що він вищий і розумніший за всіх: просто він поставлений у джерела новин і намагається прилучити до нього всіх. Саме всіх, що часто викликає невдоволення інтелектуалів.

Рейтинг ведучого також пояснюється щоденною появою в ефірі в один і той же час («прайм тайм»). Фактор віку дуже важливий для глядацької аудиторії. У свій час телекомпанії США намагалися зробити ставку на молодих, енергійних ведучих, але пізніше їм довелося повернутися до більш зрілих чоловіків та жінок. Як виявилось, глядач бачить у ведучому середніх років більш надійний, за американською терміноло-

гією, «якір», людини, який притягує до екрану. Більше того, інформація, що йде від досвідченої, зрілої людини, психологічно сприймається як більш достовірна. До речі, цей прийом активно використовувався на радянському телебаченні. Наприклад, у той час одним з улюблених у глядачів телеведучих був Ігор Кирилов. Тим не менш, зараз явно видно процес «омолодження» провідних новинних програм; в результаті вивчення рейтингів можна стверджувати, що в середовищі телеглядачів сформувалася інша психологічна оцінка молодих ведучих, і це пов'язано з тим, що молоді ведучі показали чесний, сміливий, нестандартний і в той же час професійний підхід до висвітлення новин.

Хоча, за оцінками фахівців присутність режисера на зйомках значно покращує якість сюжетів, у програмах новин рідко практикують виїзд режисерів на зйомки (що пов'язано з економією коштів, і на жаль, дуже часто з особистими амбіціями). Але незалежно від цього режисер залишається керівником знімальної групи. Інакше кажучи, режисер всіма доступними засобами створює цілісність екранного продукту і контролює підпорядкованість цілому всіх його частин.

На етапі виробництва програми режисер контролює роботу творчих груп на предмет відповідності використовуваних виразних засобів для інформаційних матеріалів, що представлені до обробки, конкретній жанрово-видовій формі.

Після численних передач, які дозволяють публіці, заглянувши за куліси, підглянути «таємниці кіно», народився міф, що зйомка — це захоплюючий процес. Жоден професіонал новин, не назве зйомки веселою або забавною справою. Для зйомочної групи це завжди напруга, відповідальність, подолання усіляких труднощів, психологічний вантаж ефіру і просто важка фізична праця. Завдання режисера підтримати знімальну групу емоційно та допомогти підготуватися до зйомок.

Разом з репортером та оператором перед зйомкою режисер уточнює зміст матеріалу, обговорює приблизний план зйомок для того, щоб вірно визначити та відтворити суть події (її кульмінацію), показати людей, що беруть участь в події та людей і предмети, які створюють її атмосферу; відобразити її розвиток (Що відбувається? Як відбувається?). А ще потрібно підказати репортеру, що «пхати носа куди не треба» не зайве, націлити його вишукувати цікаві докладності, опитувати

свідків, задавати питання, знаходити важливі документи. Все це необхідно, щоб відчувати дух події, щоб придумати історію, вибудувати конфлікт героя з антигероем, виробити стиль і в підсумку створити інформаційний образ.

Коли написали текст, то режисеру варто добряче поміркувати, чим його проілюструвати. Режисеру потрібно уявити картинку заздалегідь. Інформаційний сюжет може включати в себе діалоги (монологи) з учасниками події, авторські відступи і коментарі, описи окремих елементів події, характеристики її героїв, пейзажні картини тощо. Режисер в сюжеті виступає головною фігурою в сенсі намагання відображення матеріалу крізь призму власного розуміння, але зробити це він може тільки через співтворчість з репортером, оператором. Багатий інструмент режисера — це композиційна побудова (рух камери, ракурс, внутрішньокадровий монтаж, крупність планів, деталь, темп, ритм, колір, світло тощо). У роботі з оператором він домагається чіткого, знятого у фокусі зображення, грамотної, адекватної задачі композиції кадру, рівної лінії горизонту, знятих у необхідній кількості і потрібної крупності кадрів, дотримання осі зйомки, що забезпечує вірну орієнтацію глядачів у просторі події. Матеріал, що знімається, має бути розбитий на частини і бути послідовним. Перші кадри ілюструють загальні сцени з різних кутів зору. Початкові кадри повинні закріпити в голові глядача загальну картину події, деяку глибину створюють середні плани, а більш пізні за часом плани концентруються на великих зображеннях, адресних планах і деталях. Вітається переміщення знімальних планів у їхній хронікальній послідовності. Кількість планів, що потрібно зняти, — нестала величина, але, як правило, керуються співвідношенням, як мінімум, 5:1 (тобто на п'ять знятих планів — тільки один монтажний). Є винятки — та вони нечисленні. При зйомці інтерв'ю необхідно таким чином розташувати учасників у просторі, щоб забезпечити єдність цього простору, навіть якщо учасники зняті окремими кадрами. Фон за ними, щонайменше, на 1 \ 3 повинен збігатися в обох кадрах. Таким чином, люди, що спілкуються, виглядають присутніми в одному просторі.

У роботі з репортером і оператором режисер досягає відповідності фону, на якому знімається синхрон, суті події, про яку репортер оповідає. Дуже важливо знайти адекватну події крупність кадру з репортером. Це часто залежить від став-

лення до матеріалу самого репортера, тобто ким він вважає себе в даних запропонованих обставинах — свідком, спостерігачем або співучасником. Дуже важливо вибирати адекватний завданню ракурс, оскільки зміна висоти розташування камери може призвести до несподіваного результату.

Є безліч обмежень при монтажі, тому режисер повинен нагадувати оператору, щоб він назімав досить матеріалу про всяк випадок, щоб оператор зняв статичні плани принаймні в три секунди довжиною (тобто не панораму — «panning», і не наїзд-від'їзд — «zooming»). У знімальній групі має бути штатив. І за цим режисеру прослідкувати буде не зайвим. Зйомка з рук незмінно спричиняє хитливе зображення — змінюється його масштаб, і об'єкти постійно блукають.

Це всережисер повинен мати на увазі. Всі ці зауваження часто викликають опір учасників знімальної групи, бо їм здається це безперечним. Але досвід доказує, що безперечно якраз те, що режисер постійно повинен обговорювати ці питання зі знімальною групою, аналізувати в цьому сенсі результати попередніх зйомок. Робити це треба навчитись з достатнім тактом: ніхто не ображається, і в той же час усвідомлює, яка велика на ньому відповідальність.

Режисеру необхідно досить добре знати особливості роботи телекамери. Тільки в цьому випадку він може і має право впливати на якість зйомки.

Наполегливість та ініціатива — основні характеристики режисера. Режисер повинен відстоювати право на керування зйомками.

Оформлення відеоряду, знятого оператором — завдання режисера. Саме він повинен звести воедино текст, написаний репортером, і картинку відповідно до правил монтажу. На етапі монтажу режисер уточнює з випусковим редактором зміст новинних блоків і разом з монтажером монтує кожен сюжет. На цьому етапі можливі зміни текстів у разі їх надмірності щодо знятого відео або навпаки. Часто журналісти пишуть тексти для своїх відеоматеріалів, ігноруючи наявне зображення, перетворюючи відео в якийсь фон для свого тексту, і їх мало цікавить, що в цей момент бачить глядач.

Телевізійний режисер повинен виробити в собі вміння за своєї авторський задум і виявити засоби, за допомогою яких можна втілити його на телеекрані. Неодмінна вимога до професії телережисера — володіння телевізійною технікою, знання

її прихованих можливостей. У багатьох програмах теленовин безпосередній технічний монтаж відеосюжетів здійснюють самі режисери. У деяких програмах завдання режисера — керувати діями відеоінженера, який працює безпосередньо з обладнанням. Керівництво пояснює це матеріальною відповідальністю за монтажне обладнання технічного персоналу студії. Подібне розділення не сприяє швидкості монтажу, тому що відеоінженеру, яким керує режисер, не залишається можливості творчо працювати над сюжетом, і до кінця робочого дня він просто втомлюється, не зацікавлений в кінцевому продукті.

Неузгодженість на зйомках репортера і оператора викликає брак відеоматеріалу, відповідного сценарію. Як наслідок, режисерам доводиться перекривати начитаний текст відео, що не відповідає цьому тексту. Від монтажу таких сюжетів іноді доводиться відмовитися.

Монтаж в хроніці дещо спрощений (С.М. Ейзенштейн навіть називав його „низьким»). Це пояснюється тим, що в процесі розмови інформативними є сенс діалогу, інтонація, міміка, жести. Логічний монтаж, що не знижує документальності сюжету, — стандарт для репортажу. Поеднання двох зображень, в результаті чого „стик» спричиняє значний вплив на смисл кадрів (чи зовсім його „перевертає» — „ефект Кулешова») можна зустріти в сюжетах рідко, в такий монтаж включають кінохроніку чи відеоархів. Іноді можливо застосовувати різномасштабні різкі переходи — „скачки», швидкі „від'їзди» чи „наїзди». Приміром, на екранідорога, вдалині щось темніє — одразу крупний план: труп людини. За допомогою такої склейки ніби звучить вигук: „Ох!». Інодісвідомо „рубають» стики, роблять їх грубішими. Ціприйоми використовують в сюжетах досить рідко, наприклад, якщо йдеться про надзвичайні події. Незавершеність фраз, уривчастістьвідео ряду ніби підкреслює, що зйомка проходила в ненормальних умовах, що оператору неможливо було знімати „правильно». І всеж головне в інформаційному монтажі — не втратити характердокументу.

Режисеру слід мати для монтажу сюжету: оригінал (сценарій) чи стрічку з начитаним текстом; загальне уявлення щодо використання в сюжеті знятого та архівного відеоряду (монтажний лист); звукові чи відео ефекти (де вони доречні).

У монтажній режисер збирає разом ряд розрізаних кадрів, які ілюструють або доповнюють текст. Вони не повинні

різати око, чи скакати, виглядати дивно. Навички монтажера будуть корисні, адже саме режисер відповідає за відеонаповнення. Сюжет повинний мати «застрілочний» план — перший кадр відеоряду. Глядач тоді дуже швидко «в'їжджає» у місце розташування і загальну тему сюжету. Режисеру необхідно думати і про альтернативу, оскільки деякі кадри виявляться не придатними.

Інший важливий момент, режисер може використовувати природний звук, щоб прикрасити сюжет. Режисер повинен пам'ятати, що відеоряд може розповідати сам за себе, тому іноді режисер може дозволити кадрам говорити за себе.

Правила створення інформаційного сюжету, якими керуються більшість режисерів при монтажі інформаційних матеріалів:

Оскільки сюжет поєднання звуку та зображення, то після довгого озвученого уривка краще всього дати зображення та природній звуковий фон (інтершуми). Завдяки цьому варіюється ритм та зберігається інтерес глядачів; Інший важливий момент, режисер може використовувати природний звук, щоб прикрасити сюжет. Режисер повинен пам'ятати, що відеоряд може розповідати сам за себе, тому іноді режисер може дозволити кадрам говорити за себе. Кадри варто розміщувати логічно. Кожен кадр має включатися обґрунтовано, його тривалість мусить бути оправданою. Зображення та слово не мають конкурувати одне з одним за увагу аудиторії. Якщо важливий дикторський текст, він має доповнюватися нейтральним відеоматеріалом. Коли важливий відеоряд, то не можна насичувати текст фактами і подробицями. Хай деякий час переважають зображення і шуми; Обличчя та голоси людей найбільше відображають суть явища. Не забудьте зробити акцент на міміці, жестах та тоні голосу. Саме, правильна композиційна побудова і монтаж є основними завданнями режисера.

Коментар за звичай „будується» репортером. Але режисер повинен слідкувати щоб репортер передав саме ту думку, яка потрібна за змістом. Режисер повинен слідкувати за ритмічним поєднанням слова з відеорядом (щоб текст не відволікав від зображення, і, навпаки, щоб зображення не відволікало від тексту).

Режисер повинен дивитися на теми як звичайний глядач, і робити матеріали простими та зрозумілими. Це насампе-

ред стосується сюжету новин. Йому потрібно пам'ятати один основний факт — у глядача є тільки одна можливість зрозуміти те, що ви сказали. На відміну від читачів газети, телевізійні глядачі не мають можливості повернутися і переглянути сюжет, щоб повторно спробувати зрозуміти плутанину в словах. Сюжет дивляться єдиний раз і якщо виражатися незрозуміло, то канал ризикує втратити глядачів, можливо, на дуже довгий час, можливо, навіть назавжди. Режисеру слід розвинути навички подачі інформації, щоб привертати увагу глядачів до екрана стилем, робити історію ясною і легкою. Це означає, що він мусить чітко усвідомити суть теми.

Коли сюжет йде в ефір, всі люди, що говорять (синхрон) мають бути представлені. Режисер може заощадити на тексті, уникнути незграбного представлення героїв, якщо протитрує їхні імена просто на екрані. Зараз технічне обладнання дозволяє видавати титри на екран за допомогою титрувальної машини чи комп'ютера. Також варто помістити в текстівку сюжету імена і рід занять виступаючого так, щоб монтажер міг точно відтворити ці дані, коли піде звук «синхрону».

Як говорилося раніше, ще до зйомок режисер повинен, по-можливості, втручатися в задуми репортера, передбачити, які плани будуть насамперед потрібні. Вибирати їх так, щоб вони відповідали змісту у тексті; намагатися робити це задовго до появи в монтажній. Під час зйомок належить знімати настільки багато картинок, щоб їх було достатньо. Добре складений сюжет має завжди мати текст і обмірковану послідовність картинок. Коли уміння мислити кадрами стане другим характером режисера, він не матиме великих труднощів у пошуку першокласної картинки навіть в умовах паніки картинці частіше говорити там, де це можливо. Доречно використане відео, додаткова обробка слів і картинки допоможе глядачу глибше зрозуміти й оцінити історію. Режисер повинен переконуватися, що слова і плани відповідають одне одному, не повторювати деталі, що демонструються на екрані. Іноді дозволяти картинкам говорити за себе. Важливо також будувати сюжет за принципами драматургії. Тільки в такому разі його буде цікаво дивитися, він буде доступний і зрозумілий глядачам.

„Окошмарівання факту», компромат — нове «завоювання» сучасного екрану. Вся ця чорнуха пробивається на ТБ не лише через гроші, продажність журналістів, а й тому, що

вона сама по собі драматургічна і конфліктна, і можна не переймаючись професійним клопотом щодо задуму, композиції, зацікавити глядача знайденою «готовою інтригою». Від цієї тенденції, на жаль, нікуди не дітися, але тримати її під контролем, знаходити дозовані розміри негативу — серйозне відповідальне завдання для режисера.

Крім монтажу сюжетів, завдання режисера програми новин — видати програму в ефір. На час ефіру режисер стає головною дійовою особою в студії. Він керує всім процесом виходу в ефір, роботою ведучого, освітлювача, оператора і звукорежисера. У його владі зняти з ефіру будь-який сюжет за причиною, що відома тільки йому. Щоправда, після ефіру він повинен буде відзвітувати про своє рішення перед головним редактором.

Серед основних якостей режисера можна відзначити цілісне психологічне бачення сюжету при монтажі, хорошу реакцію на нестандартні ситуації під час ефіру і вміння згуртувати навколо себе ефірну групу.

Якщо журналіст газети при підготовці матеріалу має справу тільки з героєм репортажу, то журналіст телебачення стає при підготовці передачі членом великої творчої групи, в якій він співпрацює з режисером, оператором, ведучим і технічними працівниками. Тут постає питання команди. Ні для кого не секрет, що навіть за наявності прекрасних ведучих, режисерів та операторів програма може не вийти внаслідок їх особистої неприязні один до одного. На телебаченні досить явно видно процес «міграції» телевізійників з програми в програму. Всі телекомпанії відносяться до процесу «міграції» нормально, тому що розуміють: становлення колективу — річ непроста. У кожній команді новинної програми є свій лідер. Багато в чому від нього залежить, чи складуться відносини в програмі, а значить, настільки вдалим буде ефір. Роль лідера повинен брати на себе режисер, якщо йому не байдужі якість телепрограми і атмосфера, в якій вона створюється.

Необхідно час від часу проводити збори з колективом, де в процесі спілкування режисер повинен наполегливо впроваджувати у свідомість співробітників, що телебачення відрізняється від преси і від радіо, і чим саме. Це часто найнеприємніший обов'язок режисера, оскільки редактори і самі смутно відчують цю різницю. Тим не менш, без цієї роботи важко домогтися єдності стилю випуску та адекватності

екранного продукту його завданню. Таким чином, у процесі виробництва екранного інформаційного продукту режисер виступає таким собі зберігачем якості, яку він покликаний забезпечити на всіх етапах процесу його створення

Тема 5. Особливості зйомок для інформаційного мовлення на телебаченні

Роль репортера на зйомках зводиться до одного — збирати факти, інформацію.

Теоретично репортерів на зйомках навіть не треба підходити до камери. Професійний оператор сам зніме все, що необхідно для сюжету. Просто тому, що займається цим багато років і точно знає, які плани потрібні для сюжету. Потреба у репортері виникає, тільки коли треба записати стендап і синхрон. Цього оператор робити не вміє.

На зйомці сюжет в руках однієї людини — оператора. Вибудувати відносини з оператором — це найважливіше. Зв'язка «репортер-оператор», якщо вона складається, може успішно існувати роками. З людиною, в якому впевнений, не страшно робити найважчий сюжет. Ще до зйомок при сумісній роботі режисера, репортера та оператора останній ознайомлюється з планами щодо сюжету. На зйомках настає черга оператора творчо розробити тему. Будь-яку подію можна зняти по-різному. Є кілька очевидних планів, наприклад, загальний, який дає приблизну картину того, що відбувається, або план доповідача, який виступає з трибуни. У той же час професійний оператор завжди зможе знайти що-небудь нестандартне, план, який при вмілому його використанні може створити психологічний фон сюжету в цілому.

Однак основна маса сюжетів, в принципі, по відеоряду не відрізняються один від одного, і в постійно практикуючого оператора виробляється шаблонний підхід до зйомок. Цей шаблон можна виразити так: спочатку — адресний план місця події, потім — загальний план дії, якісь деталі, обличчя людей і панорамні плани. При оперативних зйомках оператору доводиться працювати швидше, і це змушує його відмовлятися від шаблону. Крім того, з'являються професійна і чисто людська зацікавленість зняти нестандартну ситуацію краще, ніж хто-небудь інший. При цьому цілком виправдана

втрата якості «картинки» для підвищення «репортажності» зйомок, для того, щоб показати ситуацію зсередини.

Час від часу оператор просто не встигає зняти який-небудь план або для спрощення монтажу хоче зняти його з декількох ракурсів. У цьому випадку саме оператор повинен попросити об'єкт зйомок повторити дію, що його зацікавила. Іноді при зйомках інтерв'ю, особливо, якщо це звернення до аудиторії, або політична заява, оператору доводиться зупинити інтерв'ююваного і починати зйомку заново. Це пов'язано зі складністю налаштування камери і часто говорить про професіоналізм оператора. Якість відеоряду безпосередньо залежить від обладнання, яке використовує оператор.

Не бійтеся розмовляти з оператором. Навіть якщо не знаєте, як робити баланс і як підхоплювати тайм-код, — це не саме головне. Ви працюєте не з камерою, а з живою людиною. Оператори говорять на тій же мові, що і всі люди. А для спілкування з оператором треба знати, що тільки оператори вкладають особливий зміст у слова «кадр» (все, що відбувається перед камерою) і «план» (відрізок зйомки від включення до виключення камери). Репортерів треба знати, що при зйомці будь-яка професійна камера, незалежно від формату касети, присвоює кожному кадру запису, тобто 1/24 секунди, унікальний тайм-код — восьмизначний порядковий номер, який визначає місце кадру. Вигляд тайм-коду на лічильнику камери ось такий: 00:00:00:00. За тайм-кодом завжди можна визначити, де знаходиться потрібний кадр і яка довжина знятого плану. Тайм-код завжди цільний. Він показує хронометраж реально знятого матеріалу. Якщо касету не витягали, тайм-код проставляється від початку до кінця. А якщо вийняли з якоїсь причини, оператор завжди може «підхвтити» за тайм-кодом попередній матеріал і запустити продовження. Стане цілком зрозумілим, який корисний тайм-код, коли будуть «розшифровуватися» синхрони і дублі стендапу.

Перед зйомкою треба обговорити з оператором п'ять найбільш важливих питань:

1. Що саме вам би хотілося зняти?
2. Які синхрони ви припускаєте взяти?
3. Який стендап і на якому фоні (бекграунді) ви маєте намір записати?
4. Який хронометраж?

Для того, щоб не допустити помилок, треба використовувати практичні поради, що перевірені часом:

- Знімати спочатку всі активні фази події або ситуації, які можуть швидко підійти до кінця і більше не повторитися.
- Знімати якомога більше планів, які показують розвиток події або його екстремальні моменти.
- Знімати синхрони на початку зйомки тільки в тому випадку, якщо герої можуть зникнути, стати недоступними. У решті ситуацій синхрони треба знімати після відеоряду, прикинувши, кого і про що питати.
- Знімати адресні, тобто загальні, плани, які показують місце дії максимально виразно, з кількох точок і декількох монтажних крупностей.
- Знімати кожний важливий епізод сюжету в кількох монтажних крупностях, тобто з декількох точок, щоб потім вибрати найкращі.
- Знімати для синхронів перебивки, тобто плани, якими можна перекрити на монтажі стик двох шматків синхрону.
- Знімати відеоряд, достатній для монтажу, з розрахунку 1 хвилина ефіру = 6хвилин «ісходника».
- Знімати стендап тільки після того, як активна фаза події закінчиться або почне повторюватися, вибравши фон, який максимально відповідає темі сюжету.
- Знімати складний монтажний стендап тільки для самих нудних сюжетів, коли треба хоч чимось розбавляти картинки і коли на це достатньо часу.
- Знімати монтажний стендап однакової крупності в обох планах, з однаковою швидкістю руху в кадрі, входячи в кадр і виходячи з нього по діагоналі з кутом монтажного стику близько 120°.
- Знімати всі плани тільки зі штатива, щоб відеоряд склався зі статичних «листівок».
- Уникати панорам, наїздів і від'їздів трансфокатора. Такі плани важко монтувати, вони вибиваються із загального монтажного ряду і використовуються тільки, коли камера стежить за об'єктом, що рухається в кадрі або при зйомці прихованою камерою.
- Знімати синхрон такої крупності, щоб у того, хто в кадрі, над головою було «повітря», а надруковані прізвище, ім'я, посада не впиралися в підборіддя.

- При зйомках шукати хоча б маленький, але ексклюзив, кадри або синхрони, яких не буде більше ні в одній телекомпанії, що знімала ту ж саму подію.

- Знімати завжди з трьох-чотирьохсекундними захльостами, на початку і в кінці головної дії в кадрі.

- Завжди починати писати текст по дорозі на студію.

Чого не слід робити на зйомці:

- Не заважати оператору порадами!

- Не змушуйте оператора робити безглузду роботу — знімати проходи з камерою, просто красиві плани, і т. д.!

- Репортеру не треба лізти в кадр, його місце — поруч з камерою!

- Не записувати стендап, коли у репортера за плечима відбувається активна фаза події. Зробити так — вбити сюжет.

- Не кидатися відразу писати синхрони, ще не розібравшись у події!

- Не квапити оператора, він і так знає, що мало часу.

Зйомка деяких планів вимагає підготовки!

- Не ставити оператору абстрактних завдань. «Зніміть мені це красиво!» Не кричати оператору: «Он, он там! Ах ... ти, пташка полетіла!»

- Не нарікати оператору за те, що втрачено унікальний кадр. Вдіяти вже нічого не можна, а відношення зіпсуються.

- Не знімати надто багато відеоматеріалу, все одно в монтаж може увійти лише обмежене число планів, а монтувати великий «ісходник» важко і довго!

- Не змінювати поставленого завдання ніколи. Хай оператор зніме краще щось даремно, ніж зміниться завдання.

- Не просити оператора бігати з точки на точку. Щоб сюжет умонтувався, його треба знімати по одній оптичній осі, тобто не перестрибувати на протилежні точки зйомки!

- Не змушувати оператора робити панорами і наїзди. Камера повинна знімати статичні листівочні плани.

Зйомка синхрону.

Не відводьте мовця в сторону. Знімайте синхрон на фоні події. Наприклад, пожежний повинен говорити на фоні палаючого будинку або працюючого розрахунку.

Якщо ви перехопили потрібну людини на ходу, попросіть його затриматися на хвилиночку. Якщо він відмовився,

знімайте синхрон на ходу, не потрапляючи в кадр. Завжди направляйте мікрофон у бік того, кому задасте питання. Ніколи не звертайте мікрофон до себе, задаючи питання. Ваші питання все одно не увійдуть в сюжет.

Домовтеся з оператором про умовні знаки, за допомогою яких будете спілкуватися на записі синхрону. Якщо вам не вдається заповучити від людини потрібний синхрон, зробіть вигляд, що камера вимкнена, і попросіть сказати те, що вам потрібно, просто так, «без запису». При цьому оператор повинен зробити вигляд, що не знімає, однак кнопку «стоп» натискати не треба. Це називається «знімати на «кодак».

І навпаки, якщо людина «розспівалася» перед камерою, а обірвати її не можна, наприклад, тому, що це важливий чиновник, знімайте на «кодак», вимкнувши камеру.

Кращі синхрони виходять, коли людина не бачить камери. Це можна влаштувати, якщо є радіомікрофон, а камера знімає на довгому фокусі, тобто здалеку або з укриття.

Намагайтеся знімати синхрони на пригодах з ходу, включаючи камеру, перш ніж підійти до людини, і без передмов задаючи найважливіше питання, поки людина не зрозуміла, що йде зйомка.

Ставте людину перед камерою так, щоб вона була повернутою до об'єктиву по діагоналі на дві треті анфас, але не в профіль. При цьому мовець ні в якому разі не повинен дивитися в камеру. Це дозволяється тільки репортерів на стендапі.

Перебуваючи праворуч або ліворуч від камери, намагайтеся триматися якомога ближче до неї, щоб у кадр потрапляла найбільш вигідна діагональ особи, яка відповідає.

Під час синхрону ви не повинні потрапляти в кадр!

Якщо ви знімаєте синхрон на вулиці, не звертайте уваги на тих, хто лізе в камеру або привітно махає рукою в об'єктив.

Якщо у вас в сюжеті тільки одна людина говорить синхрон, його можна зняти по одній діагоналі, тобто з однієї точки. Якщо у вас у першому синхроні у кадрі є одна людина, другий синхрон іншої людини необхідно знімати по протилежній діагоналі.

При зйомках синхрону в кадрі може перебувати скільки завгодно людей, але говорити повинен один — той, хто ближче всіх до камери.

Якщо у вас в кадрі кілька людей, яким треба задати одне питання, не переводити об'єктив з особи на особу, нехай ко-

жен відповідь на одному і тому ж плані. Все одно в монтаж потрапить тільки одна відповідь.

Якщо ви знімаєте *strit talk* (думки випадкових перехожих на будь-яку актуальну тему), поставте камеру на штатив, зупиняйте намічені «жертви», підводьте до камери і записуйте синхрон. Усім їм треба не просто ставити одне і теж питання, його треба повторювати слово в слово. Тоді ви зможете змонтувати дайджест синхронів. Знявши п'ять перехожих, розгорніть камеру і зніміть ще п'ятьох з іншої діагоналі кадру.

Після зйомки синхрону треба записати прізвище, ім'я та посаду тих, хто відповідав на запитання. Ці дані потрібні не тільки для сюжету, але і для піддруковки, яка буде накладатися на синхрон під час ефіру.

Не повинно бути різниці, у кого брати СИНХРОН: у бомжа або генерала. У кожному треба побачити людину, яка може сказати те, що потрібно для сюжету.

Зберігайте вихідні касети з синхронами, в яких вам зробили сенсаційне зізнання, кого-то звинуватили або образили. Це допоможе виграти можливий судовий процес.

Намагайтеся зберігати цілком синхрони відомих людей. Це пам'ять, яка через кілька років стане вашим ексклюзивом. Ніхто не вічний, а матеріал на «похоронку» завжди знадобиться.

Зйомка дуже важливої персони. Специфіка зйомок такого роду полягає в тому, що дуже важливі персони вміють спілкуватися з репортерами. Вони давно вивчили всі прийоми преси, всі дрібні пастки та хитрощі. Крім того, вони точно знають, в якому ракурсі виглядають найкраще та що слід казати. Дуже часто важлива персона поволі підкоряє собі репортера, спілкуючись з ним професійно. Допомагаючи знімати, вона насправді домагається власних цілей. Не попадайтесь в цю пастку!

Якщо важлива персона посміхається, це не означає, що ви їй сподобалися. Це відпрацьований навик. Тому не треба просити домашній або мобільний телефон. Вам дадуть візитку, якщо вважатимуть за потрібне.

Ніколи не ставте питань, які інтересні особисто вам і не мають відношення до зйомки.

Принцип: «Не бійтеся задавати дурні питання» при зйомці дуже важливих персон не працює. Бійтеся! Задавати безглузді питання шановним людям не тільки не ввічливо, але й

безглуздо. Вони відповідають стандартною заготовівлею чи видадуть таке, що не можна взяти в монтаж. А ще вони можуть при нагоді пожурити керівника вашої телекомпанії: що це за дурні працюють у вас в новинах?

Що робити, якщо у важливої особи раптом вирвалося сенсаційне зізнання? По-перше, такого не буває. По-друге, якщо це трапляється, то, швидше за все, вами намагаються маніпулювати, працюючи на власну популярність або зводячи з кимсь рахунки. По-третє, ймовірно, важлива персона п'яна, не віддає собі звіту в тому, що говорить, або просто жартує. Протверезівши, вона буде все заперечувати, заявить, що ви її шантажували, і влаштує для себе маленький піар.

Якщо ж важлива персона насправді вирішила сповідатися, це ваш «золотий квиток». Розкрутіть співрозмовника на повну котушку, випатрайте його. І постарайтеся, щоб у цей момент камера робила, а мікрофон був включений. Так прикро почути і не зняти! Другого разу точно не буде.

Час, який реально потрібно вирвати у важливої особи, становить приблизно п'ять хвилин. Ви встигнете задати близько десяти коротких запитань і отримати на них відповіді. Цього цілком достатньо!

Про зйомки президента країни говорити марно. Якщо вас до нього допустять, для чого треба, як мінімум, потрапити в пул, вам докладно й дохідливо розкажуть, як, звідки й скільки можна знімати першу особу країни, чого робити і говорити не варто, щоб не позбутися акредитації. Приблизно такі ж проблеми, але меншого рівня встануть перед вами при зйомках другої, третьої і четвертої осіб держави.

Зйомка на прес-конференції. З прес-конференції виходять самі нецікаві сюжети. Подумайте, як можна розбавити монологи особи, що скликала журналістів, щоб глядач не нудився, споглядаючи «балакучі голови», який матеріал можна зняти поза стінами інформаційного агентства, де проходить зустріч. Напевно у відеоархіві редакції знайдеться що-небудь придатне для «прикрашання» на монтажі нудного відеоряду.

Знімати те, як репортер піднімається і задає питання, не обов'язково. Нехай краще оператор підготується до зйомки відповіді, ніж буде похапцем знімати все одразу.

Будь-яка відповідь, що прозвучала на прес-конференції, є загальним репортерським надбанням. На нього не розповсюджується авторське право. По цьому можна користувати-

ся відповідями на питання інших журналістів, а вони мають право використовувати відповідь на ваше запитання.

Вам не буде можливості задати більше одного питання. Подумайте і вирішіть, що хочете дізнатися. І не витрачайте свій єдиний шанс на повторення чужого запитання, сформульованого трохи по-іншому. Людина, яка дає прес-конференцію, досить досвідчена, щоб не потрапити в таку пастку. Вона, швидше за все, відповідь як в перший раз.

Якщо, почувши запитання, вам за нього сказали «дякую», мабуть, в запасі у відповідаючого є домашня заготовка. А якщо відрізали: «Без коментарів!», ви потрапили в больову точку, наступили на мозоль.

Суть синхрону не змінюється від того, що він знятий на прес-конференції: у монтаж повинен увійти емоційний, точний і цікавий шматок осмисленої мови героя, розумна емоція. Всю велику кількість інформації слід, відфільтрувавши і спресувавши, загнати в закадровий текст.

Сенс прес-конференції для її організатора полягає в тому, щоб донести до преси свою позицію і, відповідаючи на питання, озвучити те, що треба йому. Прес-конференція не сповідь, а обговорювання домашніх заготовок. Ваше завдання — впоратися з об'ємною інформацією і зрозуміти, що ж було сказано між рядків і навіщо це треба герою. Задавайте тільки ті питання, які герой сподівається почути від вашої телекомпанії.

Якщо на прес-конференції не спалахнула бійка і ніхто не кидався тухлими помідорами, значить, сюжет у вас вийде дуже нудним. Основні сили доведеться витратити на те, щоб придумати, як зробити його цікавим.

Стендап після прес-конференції можна знімати на будь-якому фоні, навіть на вулиці поруч з будинком, де вона проходила.

Спізнватися на прес-конференцію непрофесійно. Всі кращі місця під камери будуть зайняті.

Зйомка виходу до преси. Після важливої події, на яке пресу не допустили, до журналістів виходить впливова особа, уповноважена розповісти про цю подію. Це і є вихід до преси.

Іноді виходу доводиться чекати не одну годину, нудячись і нудьгуючи. Тому для репортера саме важливе — швидка реакція. Вгадавши по шереху за дверима або якимось іншими ознаками, що треба приготуватися до зйомки, він повинен

дати команду оператору. Причому так, щоб не сполошилася вся «згряя». Інакше вам не вдасться зайняти саме вигідне місце, випередивши десяток колег.

На виході ви повинні завжди перебувати поруч із камерою або трохи попереду неї, щоб протягнути мікрофон.

Вихід мало відрізняється від прес-конференції. Журналістам повідомляють інформацію, яку треба довести до відома громадськості. Іноді висока особа обмежується тим, що вимовляє короткий спіч, не дозволяючи журналістам поставити жодного запитання.

На виході принципово важливо задати питання першим, бо можна просто не встигнути його задати. Вихід зазвичай триває від сили десять хвилин, так що кількість питань різко обмежена. На виході все синхроні будуть зняті по одній діагоналі — просто тому, що ви не зможете переставити камеру. Це не вважається помилкою. На виході необхідно запитувати тільки те, що відноситься до самої події. Права на всі відповіді преси належать всім присутнім при виході журналістам. Не ображайтеся, якщо ваше вдале питання буде кочувати з каналу на канал, з програми в програму. На виході впливова персона більш беззахисна, ніж на прес-конференції, і тому їй можна задавати більш жорсткі питання.

Робити стендап в тому ж місці, де відбувався вихід, не можна. Ви не зможете змонтувати сюжет правильно.

Тема 6. Особливості монтажу в інформаційному мовленні на телебаченні

Кожен режисер знає, що фільм народжується на монтажі. Якою буде якість кіно, невідомо до того моменту, поки кадри не встали «пліч-о-пліч». Сенс і образність фільму можуть при монтажі помінятися кардинально. Велике кіно за століття існування виробило досить прийомів монтажу, які дозволяють вирішити будь-яке художнє завдання. Заради цього експериментували найкращі режисерські уми: Лев Кулешов, Сергій Ейзенштейн, Дзига Вертов. Накопичено величезний досвід, враховуючи який можна шляхом монтажу добитися виразності і надати нового змісту знятому матеріалу. Але більшість монтажних прийомів протипоказана новинним жанрам. Це єдині твори екранного мистецтва, при створенні яких мон-

таж виконує суто технічні функції, дозволяє вичистити порядок відеоряду, з'єднати його із закадровим текстом. Сюжет народжується на монтажі тільки з технічної точки зору. Ніякої виразності і образності, крім тієї, що репортер заклав в закадровому тексті, монтаж не привносить. На монтажі відеоматеріал вганяють у потрібний хронометраж, відібравши найкращі плани відповідно потрібному змісту.

Порівнявши монтаж сюжету новин з тим, що практикується у великому кіно, ви зрозумієте: він не переступив зародкового стану. Залишився приблизно таким, яким був при братах Люм'єр, які склеювали короткі шматки плівки.

При монтажу інформаційних матеріалів не можна використовувати цілий ряд прийнятих у кіно прийомів:

- паралельний монтаж, коли на очах глядача розвиваються відразу дві дії;
- ритмічний монтаж, коли кадри клеять під ритм закадрової музики;
- асоціативний монтаж, коли в пошуках нового образного рішення змішують непок'єднані плани;
- аналітичний монтаж, коли з окремих, часом ніяк не пов'язаних між собою кадрів створюють віртуальну подію;
- «флешбек» (повернення в минуле) і «погляд у майбутнє», коли в тканину історії впроваджують плани спогадів і мрій героїв;
- нагнітання напруги перед подією шляхом збільшення кількості проміжних планів;
- прискорення дії за рахунок скорочення довжини планів і їх кількості;
- розподіл руху (ударів або падінь) героїв на різні монтажні фази;
- будь-які візуальні шедеври, включаючи спеціальну «немонтажність» планів;

У новинах не застосовують вільної довжини плану — від надкоротких, в 12 кадрів (2 секунди), до наддовгої, в 20 секунд і більше, — а працюють з планами не коротше 2 секунд і не довше 5 секунд.

Тут неприпустимо використовувати навіть такі прості прийоми з'єднання кадрів, як мікшер (наплив) або спеціальні ефекти шторок і витіснення. Єдине, що дозволено, — це пряме склеювання.

Ви не зможете навіть вибирати між дублями одного і того

ж плану, зважаючи на їх повну відсутність (оператор новин не може попросити, наприклад, демонстрацію пройти ще раз перед камерою).

Але і при цих обмеженнях достатньо можливостей, щоб вирішувати будь-які завдання, які постають перед режисером на монтажі. Просто тому, що монтаж є монтаж. Незважаючи на всю свою вбогу технічність, він робить те, що мусять, — створює нову просторово-часову віртуальність, яка на відміну від кіно, відображає не художній задум, а зовсім реальний простір і не менш реальний час події. Завдання монтажу — ущільнити, стиснути, згустити до максимуму і відтворити візуальний образ простору і часу події. Щоб глядач зрозумів, що, з ким і де сталося.

Монтаж сам по собі не створює інформаційного образу; він лише візуалізує те, що несе закадровий текст. Тому головний закон монтажу в інформаційному ТБ дуже простий: кращий монтаж — це той, що не помітний глядачеві. Якщо вдалося так склеїти відеоряд, що глядач не помітив жодного склеювання і впевнився, що йому показали всю подію від початку до кінця, значить, монтаж зроблений дуже добре. Він зроблений професійно.

Короткий сюжет в ряду інших коротких сюжетів випуску створює таку концентрацію візуальної енергетики, яка недостатня жодному фільму. І тому завдання монтажу полягає не в тому, щоб посилювати художню виразність, а в тому, щоб зробити те, що відбувається перед очима глядача простим і зрозумілим.

У новинах «картинка» не може бути сильніше слова. Сказане репортером за кадром завжди буде нести більше інформації, ніж показане. Тому монтаж покликаний вибудувати такий відеоряд, який би не заважав закадровому тексту, не здавався б виразнішим за нього. Якщо дотримана така підпорядкованість, що «картинка» і слова не вступають в протиріччя, то вони разом викличуть до життя єдиний інформаційний образ.

Вся суть монтажу зводиться до склеювання картинок, що рухаються. У прямому сенсі слова. Монтаж повинен створити динаміку навіть там, де її не було. Глядачеві нецікаво дивитися на статичні кадри або «балакучі голови». Йому хочеться, щоб на екрані весь час щось рухалося, хтось кудись йшов, десь щось вибухало і падало. Глядач вимагає екшену.

І монтаж повинен виправдати його сподівання. Тому найважливіший закон монтажу говорить: із двох рівних планів треба вибрати той, де є дія, екшен.

Що ж залишається для інформаційних матеріалів із загальних прийомів монтажу?

По-перше, в сюжеті використовується послідовний принцип монтажу. Дія, що відбувається перед камерою, монтується так, як вона була знята з різних точок, але в одному просторі і часі.

По-друге, замість довільних планів підбирають монтажні фрази — візуальні ряди, котрі дають однозначний опис якоїсь однієї частки простору, дії або часового відрізка події.

По-третє, у монтажі сюжету присутній ритм, тобто плани однакової довжини повторюються з рівномірною послідовністю.

І по-четверте, при монтажу треба жорстко додержуватися принципу оптичної осі. Це означає, що плани треба монтувати так, щоб одна і та ж демонстрація не йшла назустріч самій собі, щоб учасники діалогу були звернені обличчям один до одного, а не дивилися в різні боки і щоб реальний вектор руху об'єктів зберігався. Наприклад, якщо машина А їде за машиною Б, то в сюжеті глядач повинен побачити те ж саме.

Крім того, при монтажі сюжету дотримуються принципів монтажу, згідно з якими добре склеюються плани:

- різної крупності (спільний з великим);
- різні за композицією;
- різні по оптичних осях (зняті з різних точок);
- однакові по світу;
- однакові по руху;
- однакові по фазі руху;
- однакові за темпом руху;
- однакові по динаміці камери (статичний зі статичним, динамічний з динамічним).

Всі ці плани є монтажними, тому що глядач не бачить їх зміни і не помічає монтажу. Він сприймає їх як «правильні». Вся ця багата спадщина монтажу отримана від «старшого брата» — кіномонтажу. З ними і працює режисер монтажу.

Як відбувається монтаж у реальній практиці?

Перш за все відбувається «розшифровка» матеріалу, що знято, — переглядаються синхрони, відбираються стендапи і цікаві лайви; визначається хронометраж потрібних (від од-

ного тайм-коду до іншого) і зазначаються їх вхідні / вихідні тайм-коди.

Крім того, необхідно перевірити, чи не вкралися в стендап обмовки і помилки. Якщо вони присутні в кращому дублі, доведеться обійтися без стендапу, обмежившись одним закадровим текстом. (Однак те, що неприпустимо в стендапі, допускається в синхроні. Синхрони можуть бути з помилками у вимові, різними кумедними звуками, які видає мовець. Глядач сприйме їх як фарби живої мови. Можна сказати, що маленькі помилки оживляють синхрон, вносять своєрідність.)

Далі за комп'ютером готується закадровий текст, включаючи всі синхрони і лайв. За цим текст начитується в тон-студії.

Рекомендації, що потрібно враховувати, для правильного начитування закадрового тексту:

- заспокоїти подих перед початком роботи;
- «розігріти» артикуляційний апарат (органи мовлення) на акторських скоромовках («На траві — дрова ... » і т. д.);
- визначити, де в тексті треба зробити акценти;
- прорепетирувати читання тексту перед мікрофоном стільки разів, скільки треба;
- окремо опрацювати слова, що важко вимовляються;
- з першого речення зловіть правильну інтонацію і звучання;
- надати голосу м'яку, співчутливо-нейтральну інтонацію;
- розкріпачити голос, уникайте «кам'яної» дикторської манери;
- тримати один ритм і темп, не прискорюючи і не уповільнюючи мови;
- начитувати весь текст при однаковому рівні гучності і звукового тиску на мікрофон;
- не дозволяти провінційній «говірці» нагадати про себе під час читання тексту;
- якщо вийшла помилка і запис зупинився, треба вміти підхоплювати інтонацію вже записаного речення, починаючи читати нове;
- в закадровому тексті найкраще звучить природний, м'який, трохи простакуватий баритон (у чоловіків) і нерізка сопрано (у жінок).

Перш за все вам треба зробити «болванку» — скласти закадровий текст, всі синхрони і стендап в єдиний монтажний ряд.

Потім треба перевірити отриманий хронометраж. Якщо він відповідає запланованому, можна рухатися далі. Якщо ні, скорочується текст або синхрони.

У результаті виходить багато чорного поля, на якому звучить голос, з вкрапленнями синхронів і фінальним стендапом. Ось ці «порожні» місця плівки належить заповнити при монтажі.

Як зробити це правильно? Особливо важливо на монтажі правильно працювати з синхронами. Знайти вісім секунд зв'язного тексту в трьох хвиликах розмови іноді складно. Якщо ви бачите, що жодного цілого речення вам не знайти, клеїте синхрони з двох шматків — іншого виходу немає. Для цього можна скористатися одним з трьох прийомів:

1) перебивка — стик двох шматків синхрону перекривається сторонніми кадрами (наприклад, зображенням руки мовця, або мікрофона, або камери, націленої на нього); довжина перебивки не може бути коротше двох секунд;

2) флеш — стик перекривається одним кадром (1 / 24 секунди) білого поля, що створює ефект спалаху: око глядача мимоволі заплющує і пропускає стик кадрів;

3) ЗТМ або фейдер — стик перекривається трьома кадрами чорного поля, причому перший з них наполовину розмиває план, з якого треба піти, другий — повне чорне поле, третій — наполовину розмиває план, що стикується; в цьому випадку глядач бачить м'який перехід через чорне затемнення (ЗТМ), яке ховає монтажний стик.

Користуватися будь-яким з цих способів в одному синхроні і взагалі в сюжеті можна тільки один раз! На другий — глядач помітить обман.

Прослуховуючи синхрони при розшифровці, треба завжди відбирати найкоротший, найбільш яскравий і найпростіший. Тобто той, який відповідає формулі: 1 синхрон = 1 думка. Принципово важливо, щоб обраний синхрон не був вирваний із контексту. Інакше вийде, що людина мала на увазі одне, а репортер змінив сенс висловлювання, відрізавши початок або кінець фрази. Такі експерименти в кращому випадку закінчуються скандалом і болісними вибаченнями.

Дуже рідко, але виникає необхідність вставити в сюжет дайджест думок або street talk, щоб донести до глядача «глас народу», думку «людей з вулиці». В цьому випадку монтувати підряд три синхрона можна тільки в наступних випадках:

- люди зняті в різних ракурсах;
- кожен з них вимовляє одне коротке речення без перебивок;
- дайджест стоїть у монтажі не раніше 20-ї секунди від початку сюжету, щоб глядач встиг увійти в курс справи.

Дайджест синхронів виконує в сюжеті роботу ведучого випуску або функцію спеціального інформаційного відео.

Не можна починати з синхрону. Глядачі не зрозуміють, хто говорить, чому і навіщо.

Не ставити перед статичним синхроном плани з активним рухом.

Не використовувати в монтажі більше чотирьох синхронів.

Перший синхрон може з'явитися не раніше трьох речень закадрового тексту, в яких ви вводите глядача в курс події.

Якщо закадровий текст повідомляє про людину, яка з'явиться в синхроні, людина ця повинна бути в кадрі з перших слів, які називають її. Якщо людину називають безпосередньо перед синхроном (за 3-5 секунд до нього), необхідно зробити «занесення» по відео з синхрону, тобто на це речення закадрового тексту розтягнути план кажучого без склеювань.

Виходячи з синхрону, особливо короткого, на закадровий текст необхідно залишити говорючого в кадрі з занесенням по відео ще на дві секунди.

План, що стоїть відразу після синхрону, повинен повертати глядача в простір чинної події.

Після першого синхрону не можна ставити встик синхрон другого учасника сюжету, слова якого перекриваються закадровим текстом.

Не можна стикувати в монтажі синхрон і лайв.

У синхрон не можна брати виголошене репортером питання. Питання має проговорюватися в закадровому тексті. Якщо питання репортера вклинюється в середину короткого і дуже важливого синхрону, так що його неможливо розрізати на два самостійних або склеїти якимось чином, то це питання можна залишити.

Не закінчувати сюжет синхроном, висновки повинні бути за репортером.

Є такі правила монтажу, про які завжди треба пам'ятати:

Починати сюжет треба з адресного плану, тобто з показу на загальному плані місця, де розгортатиметься подія. У цьо-

го плану має бути двосекундний захлест для видачі сюжету в ефір.

Починати сюжет з лайва можна тільки у виняткових випадках, коли в лайв міститься зав'язка події або це ексклюзивні кадри.

Використовувати при монтажі знятий план тільки один раз.

Використовувати в монтажі тільки плани, зняті зі штатива.

Не використовувати плани, в яких камера робить наїзд трансфокатором, або повільну панораму.

Не використовувати плани, в яких камера здригнулася або помітно хитання горизонту зйомки.

Не використовувати плани, в яких є операторський брак: расфокус, неправильний баланс, розвалена композиція, неправильна діафрагма, скошені вертикалі.

Максимально використовувати плани, в яких є рух і видно активність учасників події — екшен.

Як можна рідше використовувати плани, в котрих нічого не відбувається або статичні («говорючі голови»).

Більш динамічні плани поміщати в початок і середину, а наприкінці використовувати більш спокійні.

Відмовитися від планів, хронометраж яких менше 2 секунд і більше 5 секунд. Панораму можна брати починаючи з середини руху, але завжди слід доводити її до фінальної точки, не обриваючи статичним планом, синхронном чи стендапом.

Монтувати осмислені, послідовні і прості монтажні фрази, а не набір випадкових кадрів.

Щоб не виник ефект акценту на склеюванні, текст і кадр повинні бути зміщені один щодо одного не менш, ніж на секунду. Треба дотримуватися такої послідовності: спочатку повинна йти розповідь за кадром, а потім відеоряд.

Дотримуватись єдиної просторової топографії події — не допускати «стрибків» з приміщення на вулицю і назад, різкої зміни місця дії.

Не порушувати реального просторового руху учасників події по осі зйомки.

Не порушувати реального ходу події в часі, монтувати його так, як воно відбувалося.

Вкрай рідко ставити великі плани.

Не ставити статичний план між двома панорамами.

Не прагнути створити художньо-виразний відеоряд, використовувати один кадр-образ на весь сюжет.

Позбавитися гарних планів, що зняті оператором для власного задоволення.

Закінчувати сюжет загальним планом.

Після короткого лайва необхідно продовжити план самого лайва на закадровому тексті не менше двох секунд;

План, за яким іде стендап, повинен бути довше передостаннього плану на одну секунду.

Не можна монтувати встик стендап з лайвом.

Завжди треба перевіряти змонтований матеріал на «проскоки» — кілька кадрів чужого плану, які можуть виникнути при підклеюванні до синхрону.

Завжди треба перевіряти змонтований матеріал на «дірки» — один кадр чорного поля, що випадково залишився між двома планами, що стикуються.

План, який йде за стендапом, повинен по композиції різко відрізнятись від фону стендапу, інакше в змонтованому матеріалі репортер з'явиться з нізвідки.

Не робити захлести закадрового тексту на стендап.

Перед стендапом треба робити паузу в закадровому тексті і знижувати голос.

Якщо в монтажі використовується архівний відеоматеріал, закадровий текст про нього повинен знаходитися точно над архівними планами, не переходячи на сучасні кадри.

Треба зберігати інтершум планів, на яких йде закадровий текст.

При монтажі треба відсторонитися від події, при якій були присутні, і побачити відзнятий матеріал, як перший раз.

Якщо до монтажу потрапляє матеріал, знятий прихованою камерою, або зйомка оперативних служб, головним і єдиним правилом монтажу буде: показати найцікавіше і ексклюзивне, не звертаючи уваги ні на що, включаючи технічну якість картинки, освітленість, скачки камери і т.ін.

Треба знати, що 30-40 планів, які можна поставити в сюжет, не в змозі донести більше, ніж 100-120 слів закадрового тексту.

Щоб перевірити, наскільки простий і зрозумілий змонтований сюжет, треба виключити звук і запустити змонтовану картинку. Якщо можна зрозуміти, що до чого, дивля-

чись на німі кадри, значить, сюжет змонтований правильно: послідовність планів логічна, кожен стоїть на своєму місці, монтажні фрази не порвані, дія не перескакує з інтер'єру на натуру і назад; ви зробили відеоряд, який зручно дивитися глядачу, відеоряд, що не заважає закадровому тексту, а працює на нього; монтаж вийшов непомітним, а значить, правильним.

Всі ці правила, безумовно, потрібно знати режисерові.

Щоб уникнути проблем, треба засвоїти важливе правило: монтаж новин — це швидкий монтаж

Висновки

1. Сьогодні телебачення за рахунок практично повного охоплення аудиторії і сформованої у значної частини суспільства високої довіри до нього залишається найбільш потужним інструментом впливу на уми та настрої населення країни, на формування громадської думки.

2. Якісні теленовини — каталізатор успішного розвитку кожної конкретної телекомпанії і всієї системи вітчизняного ТБ.

3. Аванпост ТБ — новини, інформаційні програми перетворилися на домінуючий спосіб створення уявлень про реальність, реальність стала одним з фрагментів потоку новин.

4. Своєчасність (сьогоденність), масштабність, конфліктність (дієвість), незвичайність (унікальність), персоніфікація, візуальність, драматичність — якості, які необхідні події, для того, щоб вона стала основою для сюжету теленовин.

5. Привчити глядача дивитися один і той же канал щодня в один і той же час можна єдиним засобом — робити новини цікавими.

6. Новини щодня і повноцінно задовольняють архетипичний потяг людини до вислуховування історій, і тому корінне правило новин таке: сюжет новин — це історія.

7. Історія розвивається за законом єдиної драматичної дії. Природний закон драматургії — конфлікт.

9. Факти, що стосуються героя і антигероя, історія з фактів, драматургія фактів, конфлікт фактів — ось що робить телевізійні новини настільки привабливими.

10. Для того, щоб грамотно вибудувати конфлікт у сюжеті, треба знати: він розвивається по етапах. Це абсолютні класичні: експозиція; зав'язка; розвиток дії; кульмінація; розв'язка.

11. Невідомість і недомовленість становлять «стрижень» інтересу глядача. Тому підсумкові висновки і факти треба приберігати до самого кінця сюжету. Треба пам'ятати маленький парадокс телебачення: новини не закінчуються.

12. При всій різноманітності новинних сюжетів — вони схожі тому, що не існують самі по собі, а є елементом складної структури — випуску новин; сюжет повинен повністю відповідати політичним, естетичним та економічним настановам телекомпанії.

13. Верстка програми дає глядачам можливість орієнтуватися в часі, коли той або інший інформаційний блок з'являється в програмі.

14. Верстка інформпрограми (послідовність розташування інформаційних матеріалів) — дієвий досить радикальний інструмент інформаційної політики, політичного впливу на аудиторію, на масову свідомість опосередковано, через пропоновану структуру випуску — інструмент, керуючий і спрямовуючий громадську думку.

15. Жанр у журналістиці визначається життєвим матеріалом, завданням, що існує щодо цього матеріалу, а також засобами рішення цього завдання. Основна особливість, що характеризує жанр, — єдність змісту і форми при провідній ролі змісту.

16. Головний закон монтажу в інформаційному ТБ: кращий монтаж — не помітний глядачеві; тому завдання монтажу полягає не в тому, щоб посилювати художню виразність, а в тому, щоб зробити те, що відбувається перед очима глядача простим і зрозумілим. У новинах «картинка» не може бути сильніше слова. Сказане репортером за кадром завжди буде нести більше інформації, ніж показане. Тому монтаж покликаний вибудувати такий відеоряд, який би не заважав закадровому тексту, не здавався б виразнішим за нього.

17. Головний інформаційний продукт телебачення — новинні програми. У результаті наявності у аудиторії можливості вибору джерела інформації між каналами виникає конкуренція. Отже, кожен канал прагне зробити свою програму максимально привабливою для глядача, зробити свій

продукт унікальним. Характеризуючи теленовини саме як товар, можна розглядати телевізійні інформаційні програми як бренди.

18. Маючи на увазі визначення інформаційної програми як візитної картки телеканалу, можна говорити про першорядне значення бренду новин в створенні бренду самого телеканалу.

Розділ 2

Типологія жанрово-видових форм інформаційного мовлення

Вузлові питання:

Жанрово-видові форми інформаційного мовлення. Репортаж — головна жанрово-видова форма в інформаційному мовленні. Складові репортажу.

Базові терміни:

Замітка, усне повідомлення та відео замітка, телезвіт, відеозвіт, телевиступ (монолог у кадрі), інформаційне інтерв'ю, репортаж, синхрон, стендап, закадровий текст, відеоряд, інтершум, або лайв.

Тема 1. Жанрово-видові форми інформаційного мовлення

Жанрові структури засобів масової інформації конденсують великий історичний досвід. Їх використання визначається різноманіттям функцій ЗМІ. Ці функції понад усе пов'язані з певними жанрами (наприклад, інформаційна — з коментованим і некоментованим коротким інформаційним повідомленням та його різновидами, з репортажем; виховна — з нарисом, що містить унікальний досвід участі героя в суспільному житті, і таке інше).

Всі ці жанри взаємодіють між собою, впливаючи один на одного, взаємозбагачуючись, переходячи з одного вигляду в

іншій. У цьому — складність проблеми опанування законів створення телепередач певних жанрів. Основна особливість, що характеризує жанр, — єдність змісту і форми при провідній ролі змісту.

«Думай про форму, а зміст підтягнеться!»,— цим висловом Б. Брехт прагнув підкреслити виняткову роль форми при створенні художнього твору, зрозуміло, не в збиток змісту. Питання форми особливо гостро стоїть в телевізійній журналістиці, де зміст не рятує передачу від провалу, якщо вона не вдягнулася у відповідну форму.

Не рятує і раз назавжди придумана форма, якою, до речі, безсоромно користується всякий, благо використання форми не вважається плагіатом.

Єдність форми і змісту можна виявити тоді, коли наявна чистота жанру, що виражається в класичному чотиричастному розділенні драматургічної дії: експозиція, розвиток дії, кульмінація, розв'язка. Таке розділення відноситься до будь-якого жанру малої або великої форми. Звичайно, не можна абсолютизувати поняття жанру, впадати в крайності, головний акцент робити на незмінності вказаних критеріїв жанру. В той же час не слід і розмивати поняття жанрових різновидів.

Для журналіста головна зброя — жанр, що включає весь спектр художніх прийомів (таке поєднання способів зображення, яке допомагає найефективніше розкрити тему твору).

Жанр допомагає знайти потрібну форму. К.С. Станіславський якось сказав: «Якщо відчуття не відгукується відразу, потрібно знати прийоми для його пробудження». До нових прийомів «пробудження відчуттів» і удаються тележурналісти, коли шукають при створенні передачі розумне поєднання думки і пристрасті, віддзеркалення великих проблем в конкретних проявах.

Не дивлячись на різну міру прояву, творам телепубліцистики властиві межі: документальність факту, авторська думка (виражена самим журналістом або його героями) і, нарешті, авторська концепція, яка пронизує всю тканину твору, в якому б жанрі воно не було створене.

Необхідно чітко розуміти, що жанр у журналістиці визначається життєвим матеріалом, завданням, що існує щодо цього матеріалу, а також засобами рішення цього завдання.

Замітка: усне повідомлення та відеозамітка

Замітка — інформаційний жанр журналістики, коротке повідомлення, у якому викладається який-небудь факт. Це загальжурналістський жанр, використовуваний у пресі, на радіо, телебаченні. На телебаченні в цьому жанрі виступають усне повідомлення й відеозамітка (відеоповідомлення). Відеозамітка показує основні моменти події в їхній природній послідовності. Що стосується практиків телебачення, то в їхньому побуті існують назви «інформація» (про будь-яке повідомлення, у тому числі усне), «сюжет» (як правило, про відеозамітку, іноді про окрему «сторінку» складної сценарної передачі).

Замітка — найпоширеніший інформаційний жанр, основний елемент випусків новин. Усне повідомлення — це замітка у вербальній формі, тобто без відеоряду. У практиці сучасного ТБ замітка (усне повідомлення) начитується ведучим у студії, у т.ч. з використанням «рирпроекції», комп'ютерної графіки, фотознімків й іншого ілюстративного матеріалу. Обставина, що виправдує її використання, коли новина представляє безумовний і загальний інтерес, а зйомки по тій або іншій причині неможливі, або відеоматеріали ще не отримані. Новина одним реченням повідомляє, хто, що, де й коли зробив. Причинно-наслідкові зв'язки дії залишаються «за кадром». Цей журналістський жанр не дає відповіді на питання: як? і чому? Якщо новина того заслуговує, вона буде прокоментована, проаналізована, одержить належну оцінку, але для цього існують інші жанри. Підготовка й передача усного повідомлення в ефір зводиться до відбору, редагування й відтворення в кадрі. Критерії відбору — суспільна важливість, значимість повідомлюваного матеріалу або його пізнавальна цінність.

Розрізняють два способи подачі короткої новини, якою є замітка: твердий і м'який. У першому випадку журналіст оперативно інформує глядача про подію, що відбулася. Це короткий, точний варіант, у якому основне місце посідає опис суті події й дається чітка відповідь на питання: Що? Де? Коли? Як? В «м'яких» новинах акцент робиться на якійсь деталі, на цікавій подробиці. Такий підхід виправданий, наприклад, при зниженій значимості події або коли потрібно якийсь певний тон при його описі.

Відеозамітки можна умовно розділити на два різновиди. Перший – повідомлення про офіційну, традиційну за формою подію. При зйомці таких заходів досвідчений оператор не має потреби у вказівках журналіста. Стандартний монтажний аркуш містить у собі кілька загальних планів залу, великий план виступаючого, панораму по президії, кілька кадрів слухаючих, що конспектують виступ учасників зустрічі (у першому випадку – депутатів, у другому – журналістів); питання з місця – відповідь з трибуни. Такий візуальний матеріал, що надходить у редакцію. Подальша робота складається в монтажі знятого на плівку й написанні закадрового тексту.

Другий різновид можна назвати сценарним, або авторським. Тут більше відчутна участь журналіста у всьому творчо-виробничому процесі і його вплив на якість інформації. Автор підбирає вартий показу на екрані факт, заздалегідь продумує характер зйомки й монтажу, вивчає об'єкт зйомки. Може знадобитися сценарний план, у якому викладається короткий зміст (тема, ідея, фактичний матеріал сюжету), образотворче рішення, звичайно поепізодно. Такий відеосюжет являє собою міні-репортаж. Автор-журналіст обов'язково присутній на зйомці, на нього покладається організація роботи, рішення будь-яких виробничих і творчих питань, що виникають на знімальній площадці.

У всіх випадках текст повинен бути лаконічним, давати відповідь на питання, які можуть виникнути у глядача. Тут особливо важливо, щоб вербальна частина сюжету не дублювала відеоряд. Що досить добре видно на екрані, не має потреби в словесних поясненнях. При написанні тексту варто також урахувати відмінність усного мовлення від письмового. Навіть офіційні матеріали можна «олюднити», зробити їх не казенними, не сухими. Для цього уникають довгих речень, природних при читанні «про себе», але важких для відтворення при усному виконанні. Телевізійна лексика не терпить канцеляризмів, професіоналізмів і чисто наукової термінології.

Закадровий текст офіційного сюжету звичайно читає ведучий або диктор інформаційної програми. Закадровий текст авторського сюжету звичайно до ефіру записує автор-журналіст; тембр його голосу підкреслює своєрідність даного інформаційного матеріалу.

В зв'язку з тим, що основне функціональне призначення жанру замітки полягає в передачі актуальних новин, то і її структурно-композиційна побудова повинна визначатися цим фактором. Як правило, замітку будують за принципом «переверненої піраміди», тобто починають із найбільш значимого факту, а інші факти розташовують в порядку зменшення значимості й інтересу аудиторії. Рідше вчиняють навпаки, коли основний факт повідомляють наприкінці – тобто будують замітку за принципом «прямої піраміди».

Отже, основа замітки, її смисловий центр, що визначає структуру тексту, полягає в тім, що репортер, виклавши суть факту, потім розширює інформаційне поле матеріалу, доповнюючи його новими даними: цифрами, цитатами, посиленнями на джерела отриманої інформації.

Часто можна почути про те, що замітка по своїй суті й визначенню сама по собі об'єктивна. Але який би точний і правдивий не був би матеріал, він у кожному разі суб'єктивний! По-перше, замітка пропонує факт, витягнутий з реальності. А це означає, що репортер і редактор з якихось причин віддали перевагу саме цьому факту. Виходить, вже втручається суб'єктивне, особисте відношення авторів, тому зберегти повну об'єктивність у викладі фактів неможливо навіть у жанрі замітки.

Телезвіт. Відеозвіт

Теорія журналістики трактує телезвіт як інформаційний жанр, що повідомляє про важливі суспільно-політичні, спортивні, культурні акції й т. ін. Метою телезвіту є оперативний і повний показ самої події. Особливість жанру телезвіту полягає в тому, що автор чітко й вичерпно, іноді відповідно до офіційного протоколу події, повідомляє новину.

Короткий хронікальний телезвіт відрізняється лаконічністю викладу інформації, «сухою» констатацією фактів. Як правило, хронометраж його коливається від 30 до 90 секунд. Характерний він для інформаційних й інформаційно-розважальних програм.

Коментований хронікальний телезвіт також характеризується оперативною інформацією про подію, але в ньому вже можливе використання репортажних синхронів (інтерв'ю-думки, інтерв'ю-репліки) з учасниками події. Хронометраж такого телезвіту, як правило, не перевищує 2-х хвилин.

Відеозвіт від телезвіту відрізняється, у першу чергу, своєю тривалістю, що може становити від 10 хвилин до півтори години.

Некоментований відеозвіт покликаний відновити у ефірі тривали за часом акції (конференції, засідання, збори, зустрічі) шляхом відеозапису і монтажу.

Коментований відеозвіт поєднує в собі специфіку некоментованого відеозвіту з авторськими коментарями журналіста або інтерв'ю-коментарем якого-небудь безпосереднього учасника події.

В основі звіту лежить максимально повна розповідь про конкретну окрему подію, за якою автор спостерігає особисто. Оповідання обмежене певними просторово-часовими рамками, які охоплюють описувану подію. Істотним змістовним елементом звіту є деталізація події, виклад подробиць. Варто враховувати, що в якості таких подробиць виступають не предметні описи, а, як правило, репліки діючих осіб.

Тематична основа звіту, як правило — офіційна подія значного соціального, нерідко державного значення. Цим і пояснюється необхідність «протокольної» фіксації, детального й тривалого показу.

Сценарний план звіту звичайно не пишеться заздалегідь, однак доцільно, щоб журналіст був присутній на зйомці: це допоможе йому при написанні тексту, яким супроводжується показ знятого матеріалу.

Звіт може вийти в ефір і без журналістських коментарів. Так вчиняють у тих випадках, коли необхідно продемонструвати неупередженість у висвітленні події. Той чи інший захід повністю записують на відеомагнітофон, потім показують його в зручний для глядачів час у скороченому виді. Скорочення, як правило, погоджують із офіційними представниками учасників заходу (так вчиняють при підготовці звітів із засідань парламентів суверенних держав, сесій місцевих органів влади й та інше).

У цьому випадку жанрові особливості звіту повністю збігаються з некоментованим репортажем. Нерідко звітом також називають пряму трансляцію тієї або іншої офіційної події.

Телевиступ (монолог у кадрі).

Теорія журналістики трактує телевиступ як звернення до глядачів з деяким конкретним наміром з телеекрану

конкретної особи, яка і є безпосереднім об'єктом показу. Виступ — це скоріше не жанр, а метод, за допомогою якого автор може донести до глядача практично будь-яку інформацію. Метою виступу на телебаченні є оперативне й компетентне інформування, оцінка окремого факту або явища. Виступаючий звертається до об'єктива телекамери, подумки представляючи за ним розосереджену в просторі, як правило, досить численну аудиторію.

Прикладом телевиступу можуть служити новорічне звертання Президента до народу й т.д.

«Чистий», без ілюстративного матеріалу телевиступ, як правило, використовується тоді, коли тема настільки актуальна й оперативна, що технічно неможливо розкрити її, використовуючи виразно-образотворчі засоби.

Що стосується ілюстрованого телевиступу, його відмінність від «чистого» полягає в тім, що слова носія інформації можуть бути проілюстровані яким-небудь матеріалом, що перебуває в момент виступу в безпосередній близькості від носія інформації. Виступ може супроводжуватися показом кінокадрів, фотографій, графічних матеріалів, документів; якщо виступ відбувається за межами студії, може бути використаний показ навколишнього оточення, ландшафту, однак основним змістом виступу завжди служить монолог людини, що прагне донести до телеглядачів не тільки конкретну інформацію, але й своє відношення до неї.

Особливість телевиступу: той, хто виступає — носій важливої й актуальної інформації. Такою людиною може бути політик, суспільний або державний діяч, учений, спортсмен і т.д. Важливо, що глядач має можливість одержувати інформацію безпосередньо від її носія й без «втручання» журналіста, тобто «віч-на-віч».

Найпростіший різновид виступу в кадрі — усне інформаційне повідомлення (замітка).

Саме масовість телеаудиторії, масштаб публічності виступу по телебаченню висувають особливі вимоги до особистості виступаючого. Насамперед, це повинна бути саме особистість — людина, що представляє безумовний інтерес для багатьох або в силу свого суспільного становища (політичні, державні діячі), або за родом діяльності (винахідники, учені, артисти, письменники), або людина, що володіє ексклюзивною інформацією (типова або унікальна біографія, свідки

історичних або рідких подій). Нарешті, приводом для появи на телеекрані служить уміння виступаючого яскраво й оригінально мислити, аналізувати відомі явища й події глибоко й всебічно, виходячи з відомих фактів робити несподівані й вірні висновки. От чому виправдана поява на телеекрані не тільки видатних людей, але й людей, на перший погляд, звичайних, а також журналістів, чия професія саме й припускає суспільну діяльність, пов'язану з поширенням масової інформації всіма способами, у тому числі, шляхом опосередкованого спілкування з аудиторією за допомогою технічних засобів (аудіовізуальних).

В основі будь-якого публічного, у тому числі телевізійного, виступу, безумовно, лежить ідея, думка, що розкривається за допомогою строго відібраних і розташованих відповідним чином фактів, аргументів, доказів. Саме доказів, тому що в процесі публічного виступу завжди повинна бути присутньою необхідність переконати в чомусь; є переконуючий і що переконує, іде боротьба поглядів, думок — і перемога повинна бути досить переконливою. Текст виступу повинен бути «активним», а сам виступ будуватися за законами драматургії.

І знову виникає питання: як же так — драматургія вимагає діалогічності, а виступ завжди монолог? Але в тому-то й справа, що діалогічна природа телебачення накладає свій відбиток на телевізійний виступ, допускаючи своєрідний діалог між виступаючим й аудиторією, діалог умовний, уявний, коли сам виступаючий заздалегідь обмірковує, намагається припустити, які питання можуть виникнути в глядачів, і відповідає на ці питання, відповідним чином вибудовуючи свою мову.

Основні вимоги до композиції виступу: спочатку визначити тему, залучити слухача в коло обговорюваних питань (вступ), потім познайомити його з основними фактами, доказами (основна частина) і зробити короткі й точні висновки зі сказаного (висновок). Зрозуміло, що складові частини виступу повинні бути відповідного розміру. Якщо вступ триваліше основної частини, виступ зробить враження легковажного, недостатньо аргументованого. Затягнутий висновок створить відчуття в глядачів, що автор не впевнений у своїх висновках, зробить мову непереконаливою.

Успіх виступу в кадрі багато в чому залежить від техніки прийомів, що використовуються в авторській мові. Увага лю-

дей збуджується простим, цікавим і близьким до того, що, напевно, переживав і випробував кожний. Виходить, перші слова повинні бути надзвичайно прості, доступні, зрозумілі й цікаві (повинні «зачепити» увагу). І таких «гачків» може бути дуже багато: що-небудь із життя, який-небудь парадокс, несподіване питання. Щоб знайти такий початок, треба обміркувати, зважити основні положення майбутнього виступу й зміркувати, яку з тез поставити на перше місце. Це робота цілком творча.

У кожному разі тому, хто має виступати в кадрі, або готувати до цього інших людей, варто познайомитися з основними риторичними операціями (членимість мови, відповідність між текстом та матеріалом, надмірність тексту, редукція – зведення складного до простого й ін.) і типами риторичних фігур (метафора, метонімія, синекдоха, синонімія, гіперболізація, евфемізм і т.д.). До числа чисто технічних прийомів проголошення виступи ставляться дикція, правила літературної вимови, логічне читання складних періодів (логічна пауза й логічний наголос).

Психологи вважають, що до 40% інформації може нести інтонація. Додайте сюди міміку, жест, весь зовнішній вигляд виступаючого, стереотип сприйняття, що виник у результаті його попередніх появ у кадрі, або ефект першої появи на екрані. Все це робить телевізійний виступ аж ніяк не простою справою, а жанрові різновиди, що включають у це поняття, заслуговують серйозного освоєння.

На ТБ виділяють 3 основні форми виступів у кадрі:

- так званий «текстовий виступ», написаний самим виступаючим і відредагований редактором;
- тезовий виступ, де заздалегідь позначена тема, основний хід думки, коротко прокоментовані центральні питання. Таким чином, тези – це своєрідний сценарний план, що визначає зміст виступу й характер супутнього показу (фотографії, карти, схеми, макети й ін.);
- імпровізований виступ, де попередньо позначені лише тема й тривалість (хронометраж) виступу.

При підготовці цих форм виступу варто враховувати, що текстовий виступ найменш бажаний на телебаченні; тезовий й особливо імпровізований виступи досить органічні на телеекрані й вимагають ретельного підбору виступаючих (рівень компетентності, мова, «телегенічність» та ін.).

У чистому виді виступу у кадрі, тобто монологу людини на екрані, надається перевага перед іншими формами телевізійних передач у тих випадках, коли саме особистість виступаючого, його думка становлять суспільний інтерес. Такі передачі нерідко носять офіційний характер: звернення президента до народу, заява лідера парламентської фракції та ін. У цих випадках важлива точність формулювань, тому такі виступи вимовляються по заздалегідь написаному тексту. Це не означає, що людина на екрані говорить, не відриваючись від паперу. Уміле використання телесуфлера створює ілюзію прямого звернення виступаючого до телеаудиторії.

У цьому випадку, як і в інших, виступ передбачає активну участь у підготовці до ефіру телевізійного журналіста як редактора. Навіть якщо у виступаючого, що займає високий державний пост, є спічрайтери, телевізійний редактор відредагує текст, щоб наблизити його до законів усного мовлення, з використанням індивідуальної манери виступаючого. У цілому ж на ТБ, з огляду на його звукозорову природу, заздалегідь підготовлений текст для запрошеної людини (не актора) небажаний, тому що сковує виступаючого, позбавляє його органічності.

Є випадки, коли для розкриття теми необхідне образотворче рішення. Тоді можна говорити про сценарії, частіше — про сценарний план ілюстрованого виступу. Тут режисер допомагає скомпонувати відповідний образотворчий матеріал (відеоряд). Звичайно, ілюстрований виступ як один з розмовних жанрів вирішується, насамперед, за допомогою слова — домінуючого засобу вираження. Особистість виступаючого — стрижень, центр повідомлення; образотворчий матеріал — лише ілюстрація, що супроводжує слово, що підтверджує, документує його та сприяє більш повному й ефективному сприйняттю передачі.

Монолог тележурналіста — це або коментар, або елемент більш складної форми, пов'язаної з показом якого-небудь образотворчого матеріалу в студії (огляд), або дійсності, що оточує журналіста (у позастудійній передачі). Широко розповсюдженою формою журналістського монологу останнім часом стали «прямі включення» з місця події, з «гарячих точок» — найбільш оперативні форми усного інформаційного повідомлення. Досить істотні тісний контакт із глядачем, наочність, вірогідність повідомлюваної інформації, ефект

емоційно-логічного впливу. З погляду техніки показу виступ у кадрі — найпростіша форма передачі. Для виступаючого, у тому числі журналіста, це максимальна реалізація всіх його духовних, творчих можливостей.

Виступ людини в кадрі з інформацією, яка прямо або побічно пов'язана з його діяльністю, обставинами життя, подіями, свідком яких вона була, відрізняється суто особистісним характером (персоніфікація, розмовність стилю й інтонації).

Основна умова успішного виступу в кадрі — уміння привселюдно думати, говорити просто про складне, переконувати глядача, робити це ненав'язливо, без зайвої дидактики — легко, жваво, артистично. Адже глядач оцінює не тільки те, що говорить виступаючий, але й те, як він говорить, який він сам. Враження від особистості виступаючого телеглядачі схильні переносити на предмет розмови.

Інтерв'ю в інформаційному телемовленні.

Журналіст одержує необхідну інформацію, будучи присутнім на важливих подіях, знайомлячись з документами й іншими джерелами, але, насамперед, спілкуючись з людьми-носіями інформації. Будь-який процес людського спілкування, як правило, проходить у формі діалогу — питань та відповідей.

Інтерв'ю (від англ. Interview) — буквально зустріч, бесіда.

Інтерв'ю для журналіста — це, з одного боку, спосіб отримання інформації шляхом безпосереднього спілкування з людиною, що володіє цією інформацією, а з іншого — публіцистичний жанр у формі бесіди, діалогу, у якому журналіст через систему питань допомагає людині-носію інформації якомога повніше, логічно послідовніше розкрити задану тему.

Інтерв'ю як жанр посідає особливе місце на телеекрані. Фактично немає жодного випуску новин, де б журналісти не ставили питань компетентним людям, не зверталися до учасників різних подій, не цікавилися думкою оточуючих про ті, або інші важливі події. Цей вид інтерв'ю називають інформаційним.

Мета інформаційного інтерв'ю — одержати вичерпну інформацію від людини, що найбільш компетентна у певному питанні («інтерв'ю-думка», «інтерв'ю-факт»), з'ясувати думки людини (а іноді й групи людей) про подію, явище, факт. У

глядача складається враження, що він одержує інформацію «з перших вуст», адже в кадрі говорить сама людина — експерт, учасник або очевидець події. Відповіді співрозмовника не є офіційною заявою, тому тон розмови близький до звичайного, наповнений емоціями, що сприяє кращому сприйняттю інформації.

Інформаційне інтерв'ю — найпоширеніша форма екранного діалогу. В інформаційних випусках переважна більшість зустрічей журналістів з їхніми співрозмовниками відбувається з метою одержання конкретних відомостей від людини, що володіє необхідною інформацією. Найчастіше такі інтерв'ю виконують два взаємозалежних завдання: одержання суспільно значимої інформації плюс виявлення характерних рис носія цієї інформації. В інформаційному інтерв'ю кожне питання індивідуалізоване, розраховане саме на ту людину, з якою у даному конкретному випадку розмовляє журналіст. В зв'язку з притаманним інформаційному інтерв'ю лімітом часу воно відрізняється підвищеною динамікою. У ситуації, наприклад, катастрофи, коли потрібно з'ясувати силу вибуху й передбачувану кількість жертв, у журналіста, не завжди знайдеться час на всі стадії комунікації, зокрема для початку розмови, що рекомендує етикету — «розминка». Однак, незважаючи на жорсткі обмеження часу, дух діалогу, толерантне відношення до співрозмовника повинні бути.

Для типового інформаційного інтерв'ю основні питання є хто? що? де? коли? яким чином? Як правило, їх цілком достатньо, однак, у разі необхідності більш тонкого пророблення сюжету, журналісти використовують додаткові питання, що уточнюють або фільтрують інформацію. Формуючи питання, журналіст при дослідженні ситуації і її причинно-наслідкових зв'язків частіше покладається на свою спостережливість.

Інформаційне інтерв'ю для журналіста не є одержанням абсолютно нових для нього повідомлень. Професіонал знає, що почує у відповідь, помірковано веде бесіду. Це не означає, що співрозмовники до зйомки обговорили питання. Екранні питання ніколи, ні за яких умов при підготовці інформаційного інтерв'ю не повідомляються співрозмовнику (принаймні в тих формулюваннях, у яких пролунають у кадрі). Інакше буде втрачений елемент імпровізаційності, феномен слова, що народжується на очах телеглядачів, без чого

інтерв'ю втратить безпосередність, природність, необхідні для повноцінного сприйняття.

Зміст і структура інтерв'ю жорстко визначаються завданням, яке вирішує журналіст. Демонстрація точки зору співрозмовника з питання, що обговорюється, передбачає наявність певної позиції в самого журналіста. Мистецтво інтерв'ю полягає у вмінні створити глядачеві можливість співвіднести погляд журналіста з поглядом і позицією його співрозмовника, та й своїм також.

В інтерв'ю найбільш повно проявляються ознаки процесу спілкування, у якому основним зображувально-виразним засобом є слово, а формою існування - діалог.

Інформаційне інтерв'ю, як правило, становить фрагмент інформаційної програми (фрагмент сюжету або сюжет повністю), інтерв'ю може входити в репортаж і т.ін.

Для програм інформаційного типу існує класифікація інтерв'ю залежно від їхньої екранної подачі й візуального рішення:

інтерв'ю як компонент інформаційної програми

інтерв'ю в сюжеті

інтерв'ю-уточнення

Інтерв'ю як компонент інформаційної програми підрозділяється на два види:

інтерв'ю, зняте на відеоплівку й змонтоване до ефіру

інтерв'ю в студії під час ефіру

Інтерв'ю, зняте на відеоплівку й змонтоване до ефіру: журналіст за допомогою системи питань допомагає людині, що дає інтерв'ю, повно, логічно й послідовно розкрити тему. Використовується тоді, коли існує необхідність в оперативній реакції на подію

Інтерв'ю «у студії», що проводить ведучий під час прямого ефіру, практикується, коли немає технічних можливостей або часу для зйомки, монтажу й передачі матеріалу до моменту виходу програми. Існує кілька варіантів: співрозмовник перебуває з ведучим в одній студії; ведучий перебуває в студії, а співрозмовник у сусідній приміщенні, наприклад, у редакції; ведучий перебуває в студії, а співрозмовник на вулиці міста й т.д. При цьому спілкування відбувається за допомогою телекамери й монітора. Переваги: є можливість оперативно представити думку експерта або свідчення очевидця. Крім того, глядач має можливість бачити й чути цих людей,

скласти власну думку про те, що вони говорять, завдяки інтонаціям, міміці, жестам і т.д. Недоліки: «екстремальність» прямого ефіру, коли треба дуже ретельно стежити, щоб вписатися у відведений час, тому учасники нервують особливо, якщо ведучий розуміє, що співрозмовник іде убік від основного питання й т.д.

Метою інтерв'ю в рамках окремого сюжету є одержання інформації від людини, що сама по собі є джерелом новин, а також набрати якнайбільш інформації, фактів, які доповнювали б подію, розширювали її рамки, уточнювали вже наявну інформацію. Композиційно таке інтерв'ю може бути розташоване в будь-якій частині матеріалу.

Питання журналіста в цьому варіанті інтерв'ю, як правило, «вирізують» під час монтажу з метою економії ефірного часу. У такої тактики є свої прихильники й свої супротивники. Зокрема, супротивники затверджують, що прибрані питання журналіста позбавляють матеріал його природності, коли думка розвивається й формується в процесі бесіди, спілкування. Крім того, практика «вирізання» питань журналіста погана й у тому випадку, коли журналістові не вдається підвести закадровий текст до тієї думки, що висловлював співрозмовник під час інтерв'ю.

Практика сучасного інформаційного віщання свідчить про те, що авторські питання все-таки мають право на існування в тих випадках, коли: а) вони оригінальні й не можуть бути повністю замінені закадровим текстом; б) якщо авторські питання вносять додаткову інформацію, що важлива для розуміння змісту сказаного.

Інтерв'ю-уточнення може використовуватися в тематичному зв'язку з окремим інформаційним сюжетом, при цьому не входить до його складу, а у контексті програми є самостійним елементом. Як правило, інтерв'ю-уточнення приєднується до сюжету підводкою ведучого або через відбиття.

Оперативне інтерв'ю — різновид інформаційного, тільки в ще більш стислому варіанті. Персонаж може говорити перед камерою довго, однак у випуск новин з інтерв'ю ввійде фрагмент на 20-40 секунд, а цитата буде чітко вписана в контекст сюжету. Такі оперативні висловлення експертів, фахівців у якій-небудь області по досить конкретних приводах є обов'язковою складовою новинних інформаційних сюжетів телебачення.

Тема 2. Репортаж – головна жанрово-видова форма в інформаційному мовленні.

Подієвий репортаж. Репортажність – природна властивість телебачення. Відповідно репортаж – найпоширеніший, діючий, ведучий жанр тележурналістики. Термін «репортаж» походить від фр. *reportage* й англ. *report*, що означає «повідомляти». Таким чином, репортаж – жанр журналістики, що оперативно повідомляє про яку-небудь подію, спостерігачем або учасником якої є тележурналіст. У репортажі на перший план виходить особистісне сприйняття події, явища, відбір фактів автором, що не суперечить об'єктивності цього інформаційного жанру. По суті, вся історія журналістики – історія становлення й удосконалювання репортажу, з його максимальною наближеністю до життя, здатного представляти явища дійсності в їхньому природному розвитку.

Репортаж є тим жанром, що сьогодні становить естетичну унікальність телебачення. Не випадково репортаж називають королем жанрів, живою історією події. Жанровий елемент, що є стрижнем репортажу – відбиття події в тому виді, у якому воно відбувалося насправді. У той же час, як і будь-якому іншому ТБ жанру, репортажу властиво специфічне відтворення часу й простору. Час у репортажі дискретний, тобто переривчастий. Він умовний, тому що не відповідає по тривалості реальному часу описуваної події, але завжди рухається тільки в одну сторону – від початку опису події до його завершення. Подієвий репортаж є фабульним жанром. Основу оповідання тут становить послідовний опис події. У сполученні з наочністю, тобто відтворенням деталей і подробиць, така послідовність опису створює ефект присутності репортера на місці події. І що дуже важливо: ефект присутності – не імітаційний прийом, а реальний доказ того, що журналіст описує події, які він реально спостерігав. Говорячи про репортаж і про його жанрові особливості, не можна обійти стороною одне питання, про яке не перестають і сьогодні сперечатися теоретики журналістики, а саме – наскільки важлива присутність журналіста на місці подій, і чи можна підготувати репортаж із чужих слів?

Із цього приводу існують дві діаметрально протилежні точки зору. Перша – це погляд на репортаж, як на матеріал, підготовлений безпосереднім учасником або спостерігачем

події. Інакше кажучи, репортаж із цього погляду — жанр, що дає наочне подання про подію через безпосереднє сприйняття автора — очевидця або учасника події.

Звідси впливають структуруючі елементи репортажу:

- послідовне відтворення події, динамізм оповідання, пов'язаний з довжиною дії в часі й просторі;

- наочність, створення образної картини дії, що відбувається шляхом зображення деталей, приведення подробиць ситуації, учинків і реплік діючих осіб;

- гранична документальність, репортаж не терпить ні реконструкції, ні ретроспекції, ні творчого вимислу;

- відповідаючи на запитання, яким образом відбувалася подія, журналіст виступає в ролі дослідника;

- емоційно пофарбований стиль оповідання, що надає розповіді додаткову переконливість;

- активна роль особистості самого репортера, що дозволяє не тільки побачити подію очима оповідача, але й залучити увагу аудиторії до самостійної роботи.

Таким чином, репортаж неможливий без наявності двох компонентів: події й репортера, що перебуває й повідомляє з місця події.

Однак на практиці репортажем не завжди називають матеріал, що дійсно підготовлений відповідно до канонів цього жанру. Репортажем називають і новину вчорашнього дня, і матеріал, підготовлений журналістом, що не перебував на місці події, і матеріал про якийсь факт, що сам по собі не є подією й т.д.

Можна погодитися з тим, що тематика, спосіб викладу матеріалу, візуальне рішення репортажу можуть бути різними, але що стосується жанрової характеристики, то репортаж повинен мати, насамперед, інформаційний привід, а за основу репортажу береться факт; репортаж повинен бути оперативним.

При створенні репортажу телекамери спостерігають саме життя; репортер дивиться на подію очима телеглядача (точніше, телеглядачі бачать події очима оператора й репортера). А оскільки описова функція здійснюється камерами, репортерів залишаються закадрові пояснення, розповідь про неочевидні обставини, що відбуваються.

Тому немає ніякого протиріччя в тім, що, з одного боку, телерепортаж відбиває життя у формах самого життя, тобто максимально наближений до реальної дійсності, об'єктив-

ний по суті, а з іншого боку, сутнісною властивістю жанру стає те, що суб'єктивне сприйняття події репортером виходить на перший план, журналіст у більшості випадків виступає свідком, а іноді й учасником відбиваної дії.

По засобу трансляції розрізняють прямий репортаж і фіксований.

Прямий репортаж транслюється в ефір у момент здійснення дії й здійснюється за допомогою пересувної телевізійної станції (ПТС). Неможливість показати подію в момент її здійснення або в її реальному тимчасовому обсязі вимагає її фіксації.

У подієвому репортажі мова йде про показ реальної події, що протікає незалежно від репортера, завдання якого — по можливості точно й досить докладно проінформувати про це.

Некоментований репортаж (або трансляція) використовується в прямому ефірі при показі найважливіших суспільно-політичних, спортивних або культурних подій, де інтерес для глядачів представляє все що відбувається, без яких би те не було виключень.

У коментованому репортажі активно діючою фігурою поряд з оператором стає репортер. І хоча, як правило, протягом всієї передачі він залишається за кадром, для глядача саме репортер як очевидець події найбільш обізнаний у тім, що відбувається по ту сторону екрана. Репортер — це «гід» телеглядача, своїм живим словом, всебічним знанням матеріалу, емоційним відношенням до події він допомагає зрозуміти суть екранної дії.

У подієвому репортажі визначальною є сама подія, послідовність її розвитку. Слово репортера не організує, не веде дію, воно йде за нею. Підготовка до репортажу зводиться до збору попередніх відомостей про майбутню подію, до написання «заготівель», де були б й яскравий, що запам'ятовується образ, і дотепна фраза. Подія недоторканна. На неї можна дивитися, вдивлятися, але змінити, адресуючи її глядачеві, не можна. Підкоряючись лише своїй логіці, у реальному часі й просторі, вона тече перед об'єктами й мікрофонами телевізійної техніки. Оператор камерою, режисер, що веде монтаж, виділяють якісь деталі, забирають «зайве» — для того, щоб глядач побачив своєрідну видовищно-звукову інтерпретацію події.

Репортер на місці події повинен вирішити: чи дійсно інтерв'ю необхідно, чи може співрозмовник доповнити повідомлюване? Тут може знадобитися розповідь очевидця, щось суб'єктивне: такі інтерв'ю нерідко доповнюють один одного. Такі висловлення необхідні, якщо репортаж ведеться слідами події, а сам репортер його не бачив. Про суть наукового відкриття також доречніше повідати вченому, а не репортерові, що лише допомагає зробити сюжет цікавим, але ручатися за вірогідність наукових даних йому не треба. Репортер не можна брати на себе роль носія істини. Глядач бачить у репортері подібну до себе людину, що має своє судження, але це зовсім не означає, що в репортера є ліцензія на коментар і випинання свого «я». Прояви цього «я» безперечно можливі лише у розумінні загальнолюдських цінностей: співчуття родичам потерпілих у катастрофі, дітятам-сиротам і т.п.

Є два принципово різних способи створення сценарію репортажу. Спосіб перший: спочатку пишеться текст (іноді навіть до зйомок, до події, якщо її зміст відомий заздалегідь), і він служить керівництвом для зйомок відповідних кадрів, а потім репортер начитує текст перед початком монтажу зображення; монтаж здійснюється чітко під фрази журналіста. Спосіб другий: спочатку робиться монтаж зображення, виходячи з логіки самої «картинки», під приблизний план репортера, а потім пишеться й наговорюється текст. Перший спосіб дозволяє працювати швидше, тому він частіше використовується в телехроніці. Другий — ближче до кінематографа з його традиційною перевагою зору перед слухом. У випадках не занадто оперативних репортажів можна діяти так й у телехроніці. Що робити спочатку — писати текст або відбирати кадри — залежить від літературних здатностей репортера. Але щораз треба прагнути до того, щоб левина доля інформації втримувалася в зображенні. Отут буде у пригоді одне класичне правило: «передавати в розповіді лише те, що не може бути показано».

Перші кадри сюжету, що вводять глядача в курс подій, — це, як правило, загальний план. Далі кадри телехроніки монтуються в тій послідовності, у якій розвивалася подія. Треба лише простежити, щоб були по можливості зафіксовані фази розвитку (експозиція, «затягування вузла», розв'язка). У більш складних формах можливий монтаж, що не відповідає хронології, однак у хроніці ці вишуки можуть лише нашко-

дити, заплутати глядача. Одна з операторських турбот — так називані «перебивання», тобто допоміжні кадри, необхідні для монтажу основної дії. Репортер може підказати що-небудь по ходу зйомок, щоб «перебивання» несли інформаційне навантаження, — через деталь можна одержати образне враження про всю подію.

Але іноді репортер отримує завдання зняти не конкретну подію, але репортаж на ту чи іншу тему, коли редакція не обмежує журналіста ні місцем, ні персонажами, ні проблематикою майбутнього репортажу. У будь-якому разі подію, яка підходить заданій темі, репортер обирає сам. Такий репортаж називається тематичним. Це може бути репортаж з міських вулиць про стан дорожнього руху або будівництва нових житлових будинків, репортаж з майстерні художника, з балетного класу, з міської галереї тощо. Подією в цих випадках можна вважати сам приїзд телегрупи на об'єкт, сам факт показу буденного життя широкому глядачеві.

Такий репортаж вимагає ґрунтовної сценарної підготовки, визначення ключових моментів дії й послідовності показу. Слово репортера тут веде за собою режисуру (у випадку прямого ефіру); репортер стає учасником дії. Він є одночасно допитливим екскурсантом (на об'єкті) і почасти екскурсоводом (для глядачів), не підмінюючи, однак, тих, хто працює тут постійно й може дати більш глибокі й цікаві відомості. Роль репортера — «одягнути» всю інформацію в популярну, захоплюючу форму. Репортаж не повинен бути шаблонним. Гарного репортера відрізняє нестандартний погляд на те, що відбувається, уміння помітити у ньому цікаві для всіх подробиці.

Нарешті, тележурналіст може сам змоделювати подію. Цей метод одержав назву «спровокована ситуація». Точніше було б говорити про ситуацію, «спроєктовану» журналістом, адже провокація — виклик до дій, які можуть спричинити важкі наслідки для того, кого провокують, а в репортажі подібне неприпустимо. Передбачається лише природна реакція людей на ті або інші запропоновані обставини.

Часто метод сполучається з використанням схованої камери. Наприклад, якось телевізійні камери було таємно встановлено неподалік від будівельного майданчика. Репортер попередив глядачів, що зараз на їхніх очах відбудеться групове розкрадання державного майна. У цей час у штабелів із

цеглою зупиняється вантажівка, і робітники в комбінезонах (насправді це друзі репортера) починають вантажити будматеріали у кузов машини. Через якийсь час хтось із будівельників вирішує все-таки поцікавитися, що ж відбувається. Коротка відповідь: «Начальство веліло» його цілком задовольняє. Після цього машина їде, а репортер може вийти зі свого прикриття й повести безсторонню розмову про збереження державного добра.

В спеціальній літературі можна зустріти визначення цього метода як постановочний репортаж. Це не відповідає сенсу репортажу. Спровокована ситуація — це тільки метод, який може використовувати репортер в роботі над проблемним репортажем або над журналістським розслідуванням.

На жаль, телевізійна практика знає так звані постановочні репортажі, коли репортер, що не встиг зафіксувати реальну подію, намагається її відновити. Але робити цього не треба.

Оскільки подієвий репортаж виконує інформаційну функцію, атематичний (проблемний) — найчастіше культурно-освітню й соціально-педагогічну, досліджуючи життя у різних його проявах, жанр репортажу є перехідним і може вирішувати завдання, властиві аналітичній публіцистиці.

Також існують спеціальні репортажі — це більш тривалі за хронометражем, матеріали, тема яких, зазвичай, виходить за рамки інформаційної картини дня. Якщо користуватися прийнятою класифікацією, з якою ми познайомилися вище, це тематичні репортажі. Частіш за все — це репортажі-розслідування.

Також слід згадати про спортивні репортажі. Репортаж зі спортивного змагання — передовий жанр спортивної журналістики, сутність якого — опис безпосередньо того, що відбувається на місці події. Свою розповідь про те, що відбувається, спортивний репортер повинен вміти доповнити іншою маючою відношення до справи інформацією. Якщо говорити, наприклад, про велоспорт, то слухачам мало знати хто зараз у відриві, а хто у відвалі; їм можна повідомити у якій місцевості пролягають змагання, про складність траси, про те, хто зараз яке місце займає у генеральній або гірській кваліфікації, про те як готувалися вболівальники до цього змагання тощо.

Під час репортажу спортивний коментатор не має права демонструвати власні симпатії та антипатії. Навіть якщо до-

водиться розповідати про міжнародні змагання, коли практично вся аудиторія вболіває за свою національну збірну, треба зберігати об'єктивність в оцінці виступу, хоча це й дуже важко.

У спортивному репортажі іноді атмосфера змагань говорить не менше, ніж найкваліфікований коментар. Коли гул трибун буває виразніше слів, коментатор повинен зробити паузу.

Проблема мови та стилю, мабуть, ніде не стоїть так гостро, як у спортивному репортажі. Для спортивного коментатора не підходить занадто емоційна мова вболівальників. У той же час небезпечно зловживання специфічним спортивним жаргоном.

Досвідчений режисер, який здійснює пряму трансляцію матчу, постійно варіює опис: то деталь, то загальний план ігрового майданчика, то учасники матчу на середніх.

Складові частини репортажу

Джерело у репортажу всього одне — подія. А ось складових частин — цілих чотири:

синхрон;стендап; закадровий текст; відеоряд. Є ще одна частина — інтершум (лайв), — але її цілком можна вважати різновидом відеоряду.

Синхрон — відеоматеріал, в якому використана частка прямого інтерв'ю з учасниками сюжету.

Назва залишилася з тих часів, коли новини знімали на кіноплівку. Для інтерв'ю доводилося синхронізувати зняте кінокамерою і запис звуку на окремій плівці. Це називалося «зйомкою на дві плівки» або просто «синхронном». Техніка пішла далеко вперед, а термін залишився

Стендап — відоматеріал, де репортер присутній в кадрі і безпосередньо коментує подію, що відбувається. Цей термін, запозичений у англомовних телевізійників, походить від англійського STAND UP — вставати. І дійсно, 95% стендапів репортер робить стоячи (за тими рідкісними винятками, коли він лежить — під обстрілом, або сидить — в театральному залі). З появою прямих новин виник такий варіант стендапу, як флай — пряме включення репортера з місця події.

Закадровий текст — текст до сюжету, який репортер сам пише і вимовляє за кадром.

Термін теж прийшов з кіно. Коли в сценаріях ставлять позначку «З / К», це означає, що цю картинку повинен супро-

воджувати той чи інший звук, наприклад музика. Новини перейняли «З / К» в якості важливої частини сюжету.

Відеоряд — вся сукупність монтажних планів, які репортер показує в сюжеті. Все, що зняла на виїзді камера телевізійного журналістського комплексу (ТЖК), а потім змонтував і видав в ефір режисер, вважається відеорядом. За винятком стендапу. Відеоряд — оригінальний термін новин.

Інтершум, або лайв, — це невеликий шматок відеоряду, який видається в ефір з природним звуком, записаним камерою.

Поняття «інтершум» взято з тієї ж термінології кіно. Коли було потрібно записати звук, наприклад той, що виробляє рухомий поїзд чи вітер, це і був інтершум. Живий звук у кадрі. Але тепер його частіше називають лайв (від англійського — «живцем»).

Ці складові частини — універсальні інструменти, за допомогою яких можна створити будь-які сюжети. Але самі по собі синхрон, стендап, закадровий текст і відеоряд не коштують нічого. Тому загальне правило створення сюжету говорить: Частини сюжету існують тільки в сукупності і у взаємозалежності.

Необхідно розібратися з кожною частиною сюжету окремо.

Синхрон — це висловлена учасником події одна закінчена думка, яка має начало і кінець, цілком вміщується в декілька речень і однозначно прояснює відношення учасника до події і його особисту оцінку події.

З цього визначення випливає, що синхрон завжди жорстко прив'язаний до події, що вибрана для сюжету. Сенс синхрону зовсім не в тому, щоб хтось з'явився в кадрі і видав абстрактну мудру сентенцію.

Синхрон для репортера — це пряме свідцтво героя або антигероя, яке підтверджує, прояснює і поглиблює розвиток конфлікту в межі обраної історії. Причому важливість цього свідчення зовсім не в тому, що людина в кадрі озвучить якісь цифри чи факти. Синхрон потрібен для того, щоб, по-перше, емоційно пояснити подію, по-друге, емоційно прояснити ставлення учасника до події і, по-третє, емоційно оцінити подію.

Це правило застосовується до всіх осіб, що з'являються у кадрі, навіть офіційних і державних. У синхроні повинна бути присутня не суха інформація, а словесне, вербальне,

затвердження емоційного ставлення героя до події. Заради цього і ставляться питання.

Синхрон в сюжеті зовсім не схожий на правдиві свідчення в суді. Це суб'єктивна думка, на яку репортер вважає можливим спертися, розповідаючи історію. Тому синхрон завжди свідчить на користь героя, а значить, на користь позиції репортера. І якщо в сюжет буде вставлена «інша думка», тобто слова опонента чи антигероя, вони все одно мають бути подані так, щоб стверджувати остаточну правоту героя. Репортеру належить опитати і вислухати багато людей, яким в ефірі дається лише декілька секунд. Треба зробити так, щоб ці секунди були найкращими для сюжету і для свідка. Без свідків новини не могли б існувати. Популярними їх зробив парадокс синхрону, тобто телевізійне відкриття, яке є у тому, що поданий у сюжеті новин випадковий учасник події викликає таку ж довіру, як і лідер країни.

Як показує досвід, «людина з вулиці» може змістовно і емоційно утримувати синхрон 3-5 секунд. Більш підготовлений учасник події здатний витягнути синхрон тривалістю 8-12 секунд. Завзятий балакун — 20 секунд. Президенту чи іншим особам з першої п'ятірки держави дозволено говорити до 45 секунд. Правда, в сюжет такі довгі синхрони потрапляють рідко. Так що звичайна довжина синхрона лежить в межах 8-15 секунд.

І що можна сказати за цей час?

Дуже мало і дуже багато. Адже синхрон — це не просто емоційне повідомлення про подію, але ще і осмислене. Почата і закінчена на одному диханні одна думка — розумна емоція. При цьому розумну емоцію для синхрону майже завжди доводиться добувати похашцем, інколи в екстремальних умовах. Адже синхрон треба ще встигнути змонтувати і видати у випуску.

У розпорядженні репортера дуже часто лише декілька хвилин і лише одне питання. Найголовніше. І задавати його доводиться під дощем або кулями. Ставлячи питання для синхрону, репортер полює за розумною емоцією. Щоб її отримати, треба :

- запитувати лише про подію;
- цікавитися лише найголовнішим в події;
- ставити питання так, щоб той, що відповідає поділився враженнями про подію;
- знати предмет розмови не гірше того, хто відповідає.

Ці правила говорять про одне: роблячи синхрон, треба ставити ті питання, які розкривають інформаційний привід і історію сюжету.

Потрібно знати чотири закони синхрону. Прості і дуже корисні..

Перший закон синхрону свідчить: завжди добивайтесь тієї відповіді, яка потрібна вам. Серйозною помилкою є незнання, які відповіді ви хотіли б отримати для сюжету..

Другий закон синхрону, уточнює перший: правильне питання те, відповідь на яке ви знаєте заздалегідь.

Не менш важливим є третій закон: не запитуйте про те, що можна сказати за кадром. У репортера завжди під рукою рятівне посилання «за словами...». Готуючи закадровий текст, замість крапок можна підставити прізвище того, хто відповідає на ваші питання або якихось абстрактних «експертів», «спостерігачів» або «фахівців».

«По словах...» дозволяє швидко і чітко переказати те, що люди можуть пережовувати декілька хвилин. У синхрон треба брати лише те, чого переказати не можна. А саме: яскраві розумні емоції.

Четвертий закон синхрону: не питати про те, що можна розповісти в кадрі у стендапі репортера. Навіщо питати про це героя? Ефірний час дуже дорогий, щоб допускати повтори.

А ще репортери всього світу використовують правило «5W+H». Це означає, що будь-якій людині можна поставити шість найпростіших питань:

- 1) Who? (Хто?); 2) What? (Що?); 3) Where? (Де?); 4) When? (Коли?); 5) Why? (Чому?) і
- 6) How? (Як?).

Вони сповна придатні для отримання вичерпної інформації у синхронах. Лише пам'ятайте, що до синхрону повинна увійти розумна емоція. Для цього формули «5W+H» інколи буває недостатньо. Треба щось придумувати на ходу. Інколи допомагає «питання Познера» (яке шанований метр з неповторною інтонацією ставить всім, незважаючи на посади). Воно звучить просто: «А чому?».

«Чорний список» того, чого ніколи не можна робити при підготовці синхрону.

1. Не запитуйте про цифри. Ви отримаєте точну відповідь, абсолютно даремну для сюжету. У ній не буде розумної емоції. Вам потрібна оцінка цифр, а не самі цифри.

2. Не ставте уточнюючих питань. Люди більш всього люблять заглиблюватися у дрібниці. Але вам дрібниці ні до чого.

3. Не запитуйте зайвого. Для цього потрібна велика витримка і досвід.

Будь-яке зайве питання відводить від потрібного синхрону.

4. Уникайте питань, в яких вже полягає відповідь (так званих закритих).

5. Не ставте питань, на які можна відповісти «так чи ні».

6. Ніколи не починайте питання із слова «скажіть». Людина підсвідомо налаштовується відповідати, як школяр перед вчителем, замість того щоб розкритися перед вами.

7. Ніколи не кажіть фрази «І останнє питання...». Ніколи наперед не знаєш, яке з безлічі питань буде останнім. Зазвичай ця репортерська приказка викликає роздратування або сміх в того, що відповідає.

8. Не заглиблюйтеся в область емоцій. Питання: «Що ви відчували?», «Ви переживали?», «Вам було страшно?» і тому подібні бентежать більшість людей, неначе пропонуючи їм публічно роздягтися. Прямо цікавлячись переживаннями, ви не отримаєте в синхроні розумної емоції.

9. Ніколи прямо або побічно не ображайте співрозмовника. Навіть якщо ця людина вам украй неприємна. На це можна піти лише в тому випадку, якщо вам потрібна провокація.

10. Ні до кого не звертайтеся на «ти», навіть якщо вам «тикають».

11. Не запитуйте відповідальну особу про те, що не має відношення до сфери її діяльності. Ви отримаєте відповідь коротку, безглузду, або таку, від якої нема ніякої користі. Ніколи не ставте питання так, щоб від нього можна було відбутися короткою відмовкою. Ваш «об'єкт» знаходиться в стані стресу, і якщо зможе не думати над відповіддю, він не стане замислюватися. (Це правило відміняється лише в тому випадку, якщо вам для сюжету потрібна саме така відповідь.)

12. Не намагайтеся жартувати, формулюючи питання. Багатьох важливих персон репортерська дотепність дратує,

а прості люди або сміються, або відповідають щось не зовсім зрозуміле.

13. Не формулюйте прості питання занадто складно. Це збентежить співбесідника. Він відповідь в міру свого розуміння, і ви не доб'єтеся того, про що запитали.

14. Не прагніть блиснути обізнаністю. Чим довше триває питання, тим коротше буде відповідь. Тому що ваш «об'єкт» або розгубиться, або забуде початок питання.

15. Не втискуйте в одне питання відразу декілька. Ви не отримаєте відповіді ні на одне.

Краще не поставити жодного питання, ніж одне погане. Пам'ятайте: хороший синхрон може звестися до трьох речень, а хороше питання — до трьох слів. Вся справа в тому, щоб їх знайти.

Майстерність репортера на синхроні починається з того, що він вчиться слухати відповіді, щоб почути в них кілька корисних секунд, тобто, по суті, знайти синхрон. Зазвичай люди не особливо слідкують за своєю мовою і вихлюпують цілий потік інформації. Поставивши запитання, репортер повинен вловити той момент, коли той, хто відповідає починає «говорити синхрон». Треба почути початок думки, простежити за її перебігом і зловити кінець. Якщо все це становить кілька речень, зрозумілих на слух, і уміщується в хронометраж до 10 секунд, значить, на плівці вже є один готовий синхрон.

Люди не говорять синхронами. Треба навчитися ловити синхрони в звичайному потоці слів. Тільки досвідчені політики вміють так моделювати свою промову, що будь-яке висловлювання стає синхроном. Але це легкий випадок.

Кількість питань для синхрону залежить, по-перше, від часу, який відведено, а по-друге, від самого «клієнта». У будь-якому випадку, є простий спосіб допомогти собі.

Перед тим як робити синхрон треба визначити, яке питання є ключовим, тобто таким, без якого сюжет буде неповним. Відповідь на нього слід отримати за будь-яку ціну. Ключове питання завжди повинно бути першим. На самому початку розмови людина ще не встигає включити захисні механізми і може проговоритися. Якщо лобова атака не дала потрібної відповіді, треба поставити те ж питання в іншій формулюванні. Якщо і це не допомагає, різко змінюється тема, присипається увага співрозмовника, а потім знову задається ключове

питання. Дуже часто, увійшовши в ритм бесіди, люди розповідають все, що потрібно. Якщо знову результату немає, можна скористатися прийомом «биття дурня». Репортер прикидається, ніби не розуміє, просить пояснити точніше і тут же задає «на блакитному оці» потрібне питання. Зазвичай цей прийом добре працює у тендітних дівчат-репортерів, які виглядають наївними і довірливими.

Є ще технологія «сладкоголосий соловейко». Людині наговорюють компліментів, хвалять його, тощо. Зазвичай після дифірамбів «об'єкт» пом'якшає душею і готовий на все. Тут і треба ставити ключове питання.

Досить часто хороші синхрони виходять, коли людина не очікує питання і навіть не знає, що його знімають.

Багато репортерів намагаються придумати і поставити «гострі» питання, від яких у співрозмовника мурашки біжать по спині. Безумовно, для сюжету гостре питання дуже важливе. Але, швидше за все, у відповідь можна бути почути: «Без коментарів» або просто невиразне мукання. Якщо потрібен такий синхрон для сюжету — будь ласка! Але гостре питання практично ніколи не буває ключовим.

А ось якщо питання викликає посмішку на обличчі співрозмовника або слова: «Спасибі за гарне питання!», значить, репортер випадково потрапив на його коник або «домашню заготовку». У цьому випадку синхрон буде хорошим, принаймні для співрозмовника. Чи потрібен такий хороший синхрон для сюжету — велике питання.

Скільки синхронів взагалі потрібно для сюжету? Є кілька загальних правил.

1. У сюжеті хронометражем до двох хвилин може бути не більше чотирьох синхронів. Якщо їх буде п'ять або більше, сюжет перетвориться на повідомлення учасників події з короткими підводками між ними. Тобто замість справжнього сюжету ви зробите інформаційну одиницю випуску.

2. У сюжеті не може бути більше трьох синхронів однієї людини. Якщо синхронів героя поставити більше трьох, сюжет перетвориться на монолог. Краще всього обмежитися двома синхронами героя на сюжет. А ось одного мало.

3. Оптимальне число синхронів для сюжету хронометражем до двох хвилин становить два для героя і два — для свідків.

Для правильного розвитку історії перший синхрон героя повинен стояти на початку сюжету, потім йдуть два синхро-

на різних свідків, і ближче до кінця з'являється ще один синхрон героя. Але ця схема дуже приблизна.

Важливе питання: а чи може існувати справжній сюжет без синхрону? Теоретично — може. Особливо якщо вважати сюжетом інформаційні матеріали випуску або зйомку з місця події, аварії, катастрофи. Але справжній сюжет без синхрону практично неможливий.

Чому? Синхрон — обов'язкова умова виникнення в сюжеті якісного інформаційного образу. Звичайно, якщо синхрон яскравий, короткий, емоційний і зрозумілий. Інакше це вже не синхрон, а слова, що випадково потрапили в сюжет.

Глядачі не здогадуються, що іноді репортер робить синхрон, не витрачаючи взагалі ніяких зусиль і не задаючи жодного питання. Коли трапляються особливо гарячі і нервові події, синхрони самі сиплються в руки. Треба лише вчасно включити камеру і записати слова людини, розпаленого подією. Він полегшить душу, а ви просто виберете з цього потрібний синхрон.

Наприклад, досить піднести мікрофон до рота учасника несанкціонованого мітингу, який отримав кийком по ребрах, щоб отримати прекрасний, емоційний і яскравий синхрон. Уміння репортера вчасно включати мікрофон дозволяє взяти відмінний синхрон, навіть не відкривши рота.

Буває, що синхрон-подарунок підносить оператор. Коли камера знімає картинку, вона одночасно записує і звук. І тому, продивляючись матеріал, ви можете раптом виявити приголомшливі слова, які учасник події прокричав у камеру. З точки зору теорії це лайв. Але для сюжету просто «подарунковий» синхрон. І яка різниця, як він називається, якщо є результат?

Синхрони без питань виходять найчастіше, коли знімають людину, що промовляє з трибуни, або при виході VIP-персони до преси. В останньому випадку взагалі можна скористатися відповіддю на чуже питання

Сюжет новин — єдиний твір мистецтва, в якому автограф став самостійною і дуже важливою частиною. Тому що він зробився стендапом.

Глядач дивиться новини. Йому подобається сюжет, він майже вірить всьому, що показують.. Він чує голос автора за кадром, бачить кадри та синхрони, які відібрані автором, він переймається довірою до історії, яку розповідає автор. Потріб-

но, щоб глядач побачив самого автора на місці події. І тоді глядач переконається: репортер все бачив своїми очима і розповів своїми словами. Глядач повірить в новину остаточно.

Стендап служить для глядача гарантією реальності і правдивості того, що відбувається в ефірі. Своєрідний віртуальний сертифікат якості інформації.

Як стендап перетворився з «технічного появлення репортера на початку, в середині або наприкінці новин з показом себе на місці подій» в найважливішу складову сюжету, сьогодні не скаже ніхто. Вже на радянському телебаченні стендап був дозволений, правда, називався просто «В / К», тобто «в кадрі». Перейняте в західного телебачення красиве слово «стендап» миттєво прижилося на самому початку 1990-х років.

Ще не так давно стендапи не були настільки розповсюджені. У деяких телекомпаніях навіть діяли негласні правила, які дозволяли робити стендап тільки обмеженому колу обраних репортерів. Але сьогодні практично жоден оригінальний сюжет не обходиться без стендапу, який став не просто модним репортерським прийомом, а неодмінною частиною сюжету. Стендап став авторською домінантою сюжету. Все, що автор не зможе витягнути з синхрону, все, що не зуміє проілюструвати кадрами зйомки, все, що не хоче говорити за кадром, — все це можна помістити в стендап.

Але найголовніше, що стендап наближає глядача до місця подій на відстань витягнутої руки. Стендап змушує глядача мимоволі асоціювати себе саме з репортером, а не з героєм або антигероєм. У кінцевому рахунку глядач повірить не словам героя, не історії, а коментарю репортера в кадрі, повірить його стендапу, тому що мимоволі поставить себе на його місце. Репортер єдиний учасник сюжету, який спрямовує довгий і уважний погляд прямо в очі глядачеві, встановлюючи таким чином прямий психологічний контакт. Його завдання — донести до людини по той бік екрану живі емоції, що бушують перед камерою. А крім того, поставити всі крапки над «і», завершити історію і підтвердити перемогу героя. А ще висловити суб'єктивну оцінку і зробити логічні висновки, яких чекає глядач.

Стендап:

- олюднеює сюжет і вдихає в нього душу репортера;
- пропускає подію сюжету через репортера;

- закінчує створення інформаційного образу сюжету;
- являє собою емоційний пік сюжету.

Якщо синхрон вимагає максимальної об'єктивності, то стендап допускає максимальну суб'єктивність, яку автор може дозволити собі в сюжеті. Стендап — це найсерйозніша перевірка, професійне випробування для репортера. Якщо він здатний справитися з самим собою в кадрі, показати вміння стримувати мову та емоції і при цьому виглядати живою людиною, значить, він може робити новини.

Стендап не пробачить ні однієї помилки, не дозволить сховатися за монтаж і покаже репортера таким, яким він є. Тому готуватися до стендапу треба ретельно.

Поганих стендапів в ефірі не буває. Їх просто викидають із сюжету, замінюючи закадровим текстом. Для стендапу репортеру потрібен внутрішній кураж і чітке розуміння того, що і навіщо він робить. Адже стендап важливий не тільки для нього, але і для телекомпанії. Якщо людина з мікрофоном лякливо бекає незрозумілі слова, вона не тільки виявляє власну безпорадність, але опускає в очах глядачів всю телекомпанію. А такого не допустять: репортерів багато — рейтинг один.

Що ж робити, щоб витримати випробування стендапом?

Як мінімум, опанувати елементарну техніку підготовки.

Найперше питання: скільки часу має тривати стендап? У середньому в межах 15-25 секунд. Якщо менше — вийде два речення, в яких нічого не скажеш. Якщо більше — «просяде» динаміка сюжету. На єдину появу в кадрі є приблизно 20 секунд. Це чотири-п'ять речень. Цілком достатньо, щоб сказати все. Щоб скласти текст стендапу правильно, треба прикинути, що піде в закадровий текст, що ввійде у синхрон, а що треба сказати в стендапі. Не варто повторювати слова героя і свідків, які вони сказали в синхроні. Не потрібно називати цифри і факти. Зате слід дати точно сформульовану відповідь на одне з декількох питань:

- Яким чином буде розвиватися подія?
- Яка доля чекає героя сюжету?
- Які висновки хоче повідомити репортер глядачам?
- Яких загроз або вигод слід очікувати телеглядачам від події?

Сенс стендапу завжди націлений не в минуле, а в майбутнє, у те, що станеться після сюжету. У стендапі висновки

робляться про минуле для того, щоб передбачати майбутнє!

Велика формула сюжету наказує вибрати тільки одну думку і одну емоцію, які повинно донести до глядачів. Так само в стендапі треба вибрати одну головну думку-підсумок. І щоб не заплутатися з висновком, тримати перед собою два рятувальні кола: інформаційний привід та історію сюжету. Виходячи з них, і будується стендап: інформаційний привід треба розкрити, а історію — завершити. Стендап — це крапка. Адже ним завершується сюжет. А якщо стендап треба помістити на початку або всередині? Тоді змінюється тільки одне — мета. На початку сюжету стендап стає драматургічною експозицією, яка розгортає початок історії. А в середині стендап повинен вивести сюжет на кульмінацію або перевести на новий рівень розвитку історії. Не існує ніяких законів, які диктують, де в сюжеті повинен стояти стендап. Це залежить від внутрішніх правил телекомпанії.

Імпровізація перед камерою практично неможлива. (У всякому разі, для початківця.) Треба вивчити текст, тільки так можна робити дублі. На зйомці не буде палички-виручалочки ведучих випуску новин — телесуфлера. Якщо написати текст на папірці і приклеїти скотчем до краю об'єктиву, або попросити оператора потримати аркуш поруч з камерою, все одно буде видно, що текст читається.

Запам'ятавши текст, повторивши його разів зо три, з метою визначити хронометраж треба провести репетицію з оператором. Коли оператор запустить камеру, не можна починати говорити відразу, повинно витримати «захльост» — три секунди мовчання на початку стендапу і стільки ж в кінці. Це необхідно для монтажу і входу / виходу сюжету з ефіру.

Ніколи не треба починати стендап «непомітним» кивком оператору, мовляв: «Зрозумів, починаю!» Це просто брак. На монтажі доведеться закривати «кивок» відеоматеріалом. Треба починати говорити дубль так, як ніби він сам «мимоволі» вискакує.

Просто відбарабанити слова не вийде. Треба показати інтонацією своє особисте ставлення, позначити емоції, які вирають у грудях, навіть якщо репортер абсолютно байдужий до події.

Для того щоб стендап вийшов, необхідне повідомляти інформацію, а спілкуватися. Щоб цього домогтися, є одне

дуже просте правило: роблячи стендап треба уявити конкретну людину: кохану дівчину, батька, мати, тещу...кого завгодно. Головне, спілкуватись не з об'єктивом камери, мертвим і бездушним «оком», а з улюбленими людьми.

Є чотири способи зняти стендап:

1. Стояти перед камерою, встановленою на штативі. Стендап без руху, коли репортер, завмерши на місці, промовляє весь текст. Більшу частину стендапів знімають саме так.

2. Рухатися на камеру, яка віддаляється від репортера, у міру того як відступає оператор або від'їжджає спеціальний візок. Таким складним способом можна користуватися лише зрідка, оскільки до помилок репортера нерідко додаються помилки оператора (упав, втратив фокус і т. д.), а, значить, число дублів збільшується непередбачувано. Робити такий стендап має сенс тільки в тому випадку, коли треба пройти повз рядку різних об'єктів, що мають пряме відношення до події.

3. Рухатися повз камеру, яка стоїть на місці й панорує, слідкуючи за рухом репортера. Сенс такого стендапу в тому, щоб показати пейзаж за спиною. Наприклад, з вершини гори. Зробити його легше, ніж попередній варіант, але треба пам'ятати, що репортер неминуче повернеться до глядача не тільки обличчям, але і боком, а можливо, і спиною.

4. Монтажний стендап на русі. Це робиться досить рідко, коли треба з'єднати два різні простори». Цей вид стендапу — найважчий. Треба не тільки зробити дублі фактично двох стендапів, але в обох говорити з однаковою інтонацією і рухатися з однаковою швидкістю. А ще треба дуже точно закінчити першу частину тексту на самому «виході» з кадру і розпочати другу частину на самому «вході» в інший кадр. Звичайно, такий стендап виглядає в сюжеті дуже ефектно, але сил і часу вимагає багато.

Звичайно, дуже добре, якщо за спиною розгортається подія. Але, якщо є проблеми можна записати стендап на фоні кущика, і це буде схоже на ліс або гори, можна записати стендап на нейтральному тлі, і це буде схоже на що завгодно, можна навіть записати стендап на «довгому фокусі» (при цьому задній план кадру розмитий). У монтажі глядач бачить те, чого не було насправді. Якщо він бачить демонстрацію, а потім в стик стендап на фоні якоїсь сірої стіни, йому здається, що репортер стоїть на фоні будинку, повз якого йдуть

демонстранти. Ця магія кіно повністю передалася в сюжети новин. Тому треба думати не про місце стендапу. Нехай про це болить голова в оператора. Фон (бекграунд) — справа не першої важливості, значно важливіше, що і як буде сказано.

При зйомці стендапу необхідно дотримуватися нескладних правил:

1. Робіть стендап після закінчення активної фази події або коли воно стало повторюватися, а потрібні епізоди вже зняті.

2. Не намагайтеся наблизитися до місця події. По кадру воно буде краще видно здалеку. Не переживайте через зіпсований дубль. Переписати стендап можна навіть у дворі телестудії.

3. Записуючи дубль, треба дивитися в об'єктив, в точку, що лежить на два сантиметри вище від його центру, щоб глядач відчув на собі погляд. Тоді виникне ілюзія погляду в очі.

4. І ось, дивлячись прямо в об'єктив і не звертаючи уваги на світло, треба проговорити весь текст на одному диханні, без затримок і не моргаючи.

5. Не просіть оператора поставити камеру низько. Вона повинна завжди знаходитися на рівні вашого прямого погляду, навіть якщо хочеться показати щось високе у вас за спиною.

6. Не копіюйте манеру і інтонації відомих тележурналістів або їх спосіб виголошення стендапу. Знайдіть свою інтонацію!

7. Вирівняйте і заспокойте дихання. Без цього ви не зможете говорити тексту.

Особливу увагу треба звернути на те, що і як говорить репортер. виправити на монтажі помилку в мові неможливо. Репортерів треба:

1. Правильно вимовляти назви місцевості, прізвища учасників сюжету і назви офіційних установ;

2. Не допускати швидко «на ході» виправлених обмовок;

3. Дотримуватися норм мови;

4. Позбавитися характерних ознак провінційної мови;

5. Правильно підбирати слова, не лінуватися зайвий раз уточнити їх зміст у тлумачному словнику, щоб не потрапити в халепу;

6. Не використовувати в близькому контексті омоніми — слова, однакові за звучанням, але різні за змістом, це може заплутати глядача;

7. Правильно ставити наголос у кожному слові, якщо є сумніння, краще подивитися у словник, який завжди повинен бути під рукою;

8. Не використовувати мовні штампи будь якої свіжості;

9. Слова, які прийняті в даній місцевості, можна вживати тільки в стендапу, розрахованому на місцеву аудиторію;

10. Не вдаватися до порад членів знімальної групи, у них можуть бути дуже складні відношення з рідною мовою.

Ще не так давно репортер, записуючи стендап, тримав перед собою мікрофон з набалдашником, на якому красувався логотип телекомпанії. Сьогодні частіше застосовують петличку (або «журавель» (направлений мікрофон на довгій вудці). Значить, у репортера звільнилися руки. Треба придумати, що з ними робити. «Затиск» виявляється не лише в звучанні слів, і в скутості рухів теж. З цим доведеться справлятися самостійно.

Вирази, які у стендапі не треба вживати ніколи:

- «Я стою на тому місці, де ...»;
- «За мою спиною тягнеться ...»;
- «Подивіться! Он там ...»;
- «Незабаром тут буде ...».

Такі холодні і безглузді штампи вбивають довіру глядача. І в кінці стендапу репортер повинен обов'язково назвати прізвища тих, хто працює на нього за кадром, — це гарний тон.

Сюжет новин неможливий без відеоряду, як неможливий він без репортера. Але сюжет новин приховує в собі неочевидний парадокс: він повністю залежить від відеоряду і при цьому абсолютно вільний від нього. Тому що відеоряд — це візуальна низка образів реальності (події), яка підпорядковується драматургії сюжету, не маючи самостійного значення.

Відеоряд сюжету — відібране і відсіяне, пропущене через особистість репортера і осмислене їм візуальне рішення події. Камера встигає зняти зовсім небагато. Монтаж залишить ще менше. А глядач взагалі побачить інформаційний образ. Тому відеоряд сюжету повністю залежить від волі автора. Насправді подіями в кадрі управляє репортер. Завжди! Це закон професії. (Йдеться саме про сюжет. У випуску новин може бути скільки завгодно відеоматеріалів, які цілком і повністю вичерпуються показаною картинкою. Такий відеоряд — одиниця інформації.)

Будь-яка надзвичайна пригода, аварія чи катастрофа мають відмінний візуальний матеріал. Але якщо придивитися уважніше, то виявиться, що навіть у разі таких наддинамічних подій, відеоряд не такий вже і важливий для сюжету, важливі один-два, максимум три, ключових плана, які показують найцікавіше, тобто саме страшне з того, що сталося. Всі інші плани мають для репортера відносно значення. У сюжеті він за просто може замінити один кадр іншим без шкоди для змісту.

У кожному події можна знайти так багато різноманітних «картинок», придатних для відеоряду, що репортер у своєму розпорядженні повну свободу у частині їх вибору і заміни.

Звичайно, зняти рідкісну подію — стрибок з даху або розстріл заручників — дуже важливо. Для новин. А для сюжету це лише пік історії, її кульмінація, але далеко не все. У відриві від позиції репортера, його трактування фактів, драматургії і конфлікту самий рідкісний кадр залишиться просто дивною. Ексклюзивне відео стане частиною сюжету тільки під руками репортера. Іноді знімати відеоряд взагалі не потрібно. Кожна телекомпанія має в своєму розпорядженні великий відеоархів, який можна використовувати в будь-якому сюжеті. Однакові події, що повторюються хоча б раз на рік, схожі для глядача. А ще є комп'ютер з його необмеженими можливостями. І добру частину сюжету, наприклад графіки біржових курсів або план-схему реконструкції вбивства, можна «виліпити» разом з комп'ютерщиком. З-Б-графіка легко стане повноцінною картинкою!

Щоб працювати з відеорядом, репортер та режисер повинні володіти умінням відбирати з матеріалу на монтажі найяскравіші виразні кадри. Якщо під час зйомок відеоряд невіддільний репортерові, то на монтажі режисер — повний його володар.

Деякі поняття з професійного сленгу жаргону операторів, які працюють з сюжетами новин, котрі відповідно повинні знати репортери та режисери:

кадр — це те, що відбувається перед камерою, включаючи репортера в стендап, у правильній візуальній композиції та крупності;

план — відрізок запису на плівці від запуску до стопа, тобто окремий шматок, знятий в кадрі;

крупність плану — Все розмаїття планів підрозділяється на п'ять видів:

- загальний план -в кадр потрапляє максимум з того, що відкрито погляду: вулиця, гори, море;
- середній план – людина потрапляє в кадр повністю;
- поясний план – чоловік видний вище пояса;
- крупний план – чоловік видний вище грудей, включаючи обличчя;
- деталь (надвеликий план) – маленький фрагмент об'єкта зйомки (очі людини, пляма крові на асфальті).

Велика частина відеоряду у сюжеті новин зазвичай представлена середніми і поясними планами. Менше знімають загальних планів. Ще менше великих. І зовсім мало деталей. Якщо підрахувати, то вийде приблизно таке співвідношення планів: середні і поясні – 70%, загальні – 25%, великі – 4%, деталі – 1%.

Ці цифри відносні, ніхто не змусить репортера рахувати кількість планів по крупності. Не варто давати оператору команду: «Зніми мені стільки-то таких-то планів і стільки-то інших». У кращому випадку він покрутить пальцем біля скроні. Важливо зрозуміти, що на зйомці основний акцент роблять на таке укрупнення ситуації, при якому, глядач без напруги роздивиться основних дійових осіб, а тому перевагу віддають середнім і поясним планам. Саме вони дозволяють найкращим чином показати в новинах, що люди переживають, що вони роблять, як спілкуються один з одним. Пам'ятайте про це, коли будете передивлятися зйомочний матеріал і готуватися до монтажу.

Загальні плани потрібні для того, щоб ознайомити глядача з місцем події.

Крупні плани треба застосовувати дуже вибірково, якщо ви хочете показати особливо виразні емоції (на жаль, частіше горе).

Деталь взагалі рідкісне явище для сюжету. Вона з області художнього кіно.

Довжина плану. У звичайному сюжеті довжина плану, тобто час його показу в ефірі, не може бути менше двох секунд і більше п'яти незалежно від крупності. Ці дві цифри визначають, плани якої довжини треба знімати. При цьому оператор обов'язково робить «захлести» – кілька секунд на початку і наприкінці плану. Якщо раптом були зняті плани, довжиною в секунду або менше, прийдеться на монтажі скористатися Рапідом, , або стоп-кадром.

Звідки взялася така довжина планів? Сюжет не відеокліп. Глядач повинен спостерігати спокійний, навіть повільний монтаж, а не шалене мелькання. Для цього необхідні плани усередненої, трьохсекундної довжини.

Якщо потрібно зловити ексклюзив для відеоряду, доведеться його «передбачати»: на жаль, оператори не відразу реагують на ситуацію, а камери не раптом запускаються до запису. Інколи тривалість плану здобуває особливе значення. Наприклад, коли ви знімаєте, як біжить скупа сльоза по щоці суворого бійця. У цьому разі план треба тримати стільки, скільки відбувається подія. Адже це найважливіша складова відеоряду — кадр-образ.

Що таке кадр-образ?

У житті все здається однаково нецікавим. Але якщо ви подивитесь на світ через камеру, вас чекають різючі відкриття. Виявляється, прямо перед вашими очима знаходяться художні образи, які говорять про подію з дивовижною емоційною силою. (зігнуті люди похилого віку, що бредуть повз виблискуючих вітрин; малюк-палестинець з «Калашниковим» у руках; ...) Це кадри-образи. Вони цвяхами вбиваються у свідомість глядача. Вони зміцнюють інформаційний образ сюжету. Це важлива виразна частина відеоряду. Причому крупність плану для кадру-образу не має ніякого значення. Художній образ може виникнути хоч на загальному, хоч на крупному плані. Головне, щоб він зчитувався відразу.

Але спеціально шукати або конструювати кадр-образ не варто, це буде виглядати неприродно. У новинах це не прийнято. Такий кадр треба навчатися бачити, відразу бачити: тут є цікавий кадр, а поруч вже немає. Це бачення виробляється дуже швидко. Бачити життя через кадр й бачити в житті кадри стане звичкою, яка суттєво ускладнює нормальне людське існування. Для репортера, режисера слово «кадри» має другий зміст.

Композиція кадру. Під композицією кадру треба розуміти розташування об'єктів зйомки в визначеному геометричному порядку, який об'єднує деталі на площині картинки.

Оскільки камера знімає проекцію обсягу реальності на площину кадру, прийнято розрізняти в композиції кадру три рівні «віддаленності», тобто відстані від об'єктиву і, природно, очей глядача. У кадрі є:

- перший (передній) план — все, що знаходиться максимально близько до камери;
- другий план — все, що розміщується на деякій віддаленні від першого плану;
- третій (далекий) план — все, що знаходиться по фоні.

Зрозуміло, плани всередині кадру і план самого кадру — це різні речі. Просто звучить схоже.

Сюжет новин виробив непомітний, «листівковий» стиль композиції кадру, який дозволяє з максимальною зручністю спостерігати подію, що відбувається. Сенс композиції кадру в новинах, на відміну від кіно, вичерпується технічною зручністю фіксації події. Щоб усе було видно і зрозуміло. Без хитрих ракурсів і інших вишукувань. Відеоряд сюжету — це ряд листівок. У великих телекомпаніях принцип «строго і просто», відносно до новин, є залізним законом. Забороняються наїзди і від'їзди, навіть панорами. Відеоряд повинен як би не лізти до глядача в очі.

Глядачі по всьому світу вже зробили свій вибір. Вони з задоволенням дивляться новини BBC і CNN, які максимально догматичні та жорсткі в тому, що стосується композиції кадру і правил вибудови відеоряду. Простота композиції дуже зручна глядачам і сприймається без зусиль.

Відеоряд повинен бути знятий так, щоб ніхто не помітив особливої композиції навіть у кадрі-образі.

Правило простої композиції поширюється і на стендап. Репортер повинен стати маленькою частиною кадру, залишаючи його велику частину для показу події.

Не можна ототожнювати стендап з відеорядом. При монтажі стендап — невід'ємний елемент відеоряду. Але під час зйомки це окрема складова роботи, яка певною мірою відокремлена від створення «чистого» відеоряду.

Зрідка репортер може стати частиною відеоряду. Репортер входить в кадр і починає активно взаємодіяти з учасниками події. А камера все це знімає.

Відеоряд з репортером потрібен, коли його появи в стендапі недостатньо, він входить в кадр для того, щоб показати якісь важливі подробиці події за своєю участю. Репортеру треба бути абсолютно природнім, не затьмарювати учасників сюжету, по-справжньому вжитися в сюжет. Ці випадки на-практиці трапляються рідко. Зате досить часто репортери можуть стати активними учасниками відеоряду, знятого за

допомогою прихованої камери. Наприклад, проводячи репортажські розслідування.

Відеоряд прихованої камери легко впізнати за жахливою якістю картинки, моторошними скачками камери і повним розвалом композиції. Але якраз таку фактуру глядачі обожають. Погано знятий відеоряд прихованої зйомки викликає максимальну довіру та інтерес глядачів. Не забувайте тільки, що прихована камера повинна писати не одне відео, але також і інтершум.

У відеоряді потрібен лайв для того, щоб глядач «відчув шкірою» живе дихання події. Наприклад, почув рев натовпу демонстрантів або гуркіт ракети на старті.

Закадровий текст

Саме монтаж робить набір різних планів закінченим відеорядом. Але, якщо показати телеглядачу змонтований ряд виразних кадрів (які інколи пускають в рубриці «Без коментарів»), він побачить в ньому тільки те, що відповідає його поняттям. І більш нічого. Ні трактування події через інформаційний привід, ні історії, ні емоції, ні думки, ні навіть інформаційного образу в «чистій» картинці немає і не може бути. Просто тому, що всі вони виникають за допомогою медіаторця: репортера, режисера, його творчої особистості. Єдиний спосіб проявити для глядача ці всі такі необхідні для сюжету новин якості — написати та прочитати закадровий текст.

Є такий професійний жарт працівників ефіру: «У відео головне — аудіо!» Значно обігнавши радіо завдяки картинці, телебачення залишилося рабом слова. Без розповіді, без словесного пояснення, коментаря, описів, висловлювань новини перестають існувати. Мало показати щось цікаве, що рухається і вибухає. Треба ще пояснити, чому, як, коли, що буде далі, хто винен і що робити.

У сюжеті сказане значно важливіше за показане. Картинка може збрехати, її можна замінити, змонтувати, а слова дійсно не вирубаєш. Якщо дивитися новини без звуку — зрозуміло мало. Якщо слухати без картинки — майже все. Як не дивно, телевізійні новини недалеко пішли від радіо. Хоча глядачі впевнені, що дивляться відеоряд і при цьому дивним чином все розуміють. «Невидимість» закадрового тексту робить його магічним інструментом, який повністю підпорядковує глядача. Вкрадливо й непомітно він нашіптє на вушко гля-

дачам все, що хоче репортер. Це свого роду гіпноз. Щоб донести думки, емоції та ідеї, щоб управляти глядачами, щоб лякати і захоплювати, треба говорити. Треба скласти осмислений ряд слів, котрий розкриває сенс показаного.

Без мови телевізійна картинка мертва. Якими б різними ми не були, до яких би психологічним типів не належали, все одно 80% інформації про світ ми отримуємо за допомогою зору. А ось 80% сенсу осягаємо за допомогою слуху.

Людиною керують Звук і Слово. Переконати і обдурити можна тільки словами. Ми слухаємо і розуміємо. Ми слухаємо і віримо. Навіть у великій книзі написано: «На початку було Слово, і Слово було у Бога, і Слово було Бог» (Ів. 1:1).

У сюжеті новин принцип «краще один раз побачити, ніж сто разів почути» перестає працювати. Але виникає новий: «краще один раз розповісти і показати, ніж сто разів дивитися».

Закадровий текст тільки здається непомітним. Насправді він всемогутній. Саме під нього будується монтажний ряд. Саме під нього вибудовуються синхрони і пишеться стендап. Тому що закадровий текст — стрижень і каркас всього сюжету.

Для репортера створити історію — означає перш за все написати її.

У сюжеті дуже мало часу. Треба сильно спресувати реальність, щоб розтягнута в часі подія влізла у дві-три хвилини екранного часу. Для цього потрібно універсальний «прес». Відеоряд демонструє уривчасті кадри, які самі по собі мало що говорять. Значить, потрібен універсальний «змішувач». А ще доводиться розбиратися з безліччю фактів, учасників події і інших деталей. Значить, необхідний ще й універсальний «фільтр», що відокремлює зайве.

Це і є слово. Закадровий текст — «прес», «змішувач» і «фільтр», піддає обробці сенс відеоряду. А ще він універсальний «замінник». Відеоряд може вмістити далеко не все, що потрібно сюжету. Хоча б тому, що не все відбувалося перед камерою. Але в закадровому тексті ви може сказати те, що вам потрібно, показавши у відеоряді картинку, приблизно відповідну словам. Все одно глядач побачить одне, а повірить іншому. І не помітить невеличкий обман. Він буде стежити не за відповідністю картинки і слів, а за розвитком конфлікту.

По суті, закадровий коментар — це особливий прийом відволікання уваги від картинки, щоб глядач не дуже вдивлявся в те, що йому показують. Майже що шулерський фокус. Насправді показати щось реальне можна дуже рідко. Фактів, знятих на плівку, в десять разів менше, ніж фактів, зібраних без камери. Дивно, але кращі сюжети ті, де картинка не дуже цікава, а закадровий текст вибудований майстерно за законами драматургії. Відеоряд прив'язує репортера до картинки, а закадровий текст повністю звільняє. Можна взагалі нічого не зняти з події, замінити будь-які кадри, але лише за умови, що буде розповідатися захоплююча історія в закадровому тексті.

«Правда» сюжету новин полягає не в картинці, а в закадровому тексті. Саме він формує то ставлення до реальності, яке потрібно репортеру. Камера може знайти двох-трьох щасливих пенсіонерів, не помітивши сотні тисяч скривджених і знедолених, але саме закадровий текст може пояснити одиничний факт так, що він здасться глядачеві загальним правилом.

Закадровий текст дозволяє відеоряду обманювати глядача, видаючи одне за інше. Одну й ту ж подію в різних коментарях нерідко представляють двома різними подіями.

Закадровий текст створює історію сюжету, і відповідно інформаційний образ. А ось буде це образ ворога чи друга, справа рук і совісті репортера. Значення кожного слова в закадровому тексті настільки велике, що може повністю змінити ставлення до «нейтральної» картинки у глядача. Слово медіаторця визначає сенс того, що глядач бачить у сюжеті.

Іноді текст допомагає побачити у відеоряді навіть те, чого там немає зовсім. Наприклад, вам показують якісь громіздкі об'єкти і людей у будівельних касках. А голос за кадром говорить, що Іран готовий зробити атомну бомбу. Чи має будівництво хоч якесь відношення до ядерного реактора, чи існує він взагалі нікого не хвилює. Репортер говорить, — це означає, що так воно і є. Глядач «бачить» те, що йому повідомляють у закадровому тексті.

Втім, закадровий текст не тільки вирішує «інформаційно-політичні» завдання. Він задає ритм і темп сюжету.

Коли людина спокійна, її мова неспішна, вона викладає свої думки за допомогою повних, розгорнутих речень, хвилюючись, переходить на плутану, уривчасту скоромовку, якщо у неї ліричний настрій, словесний потік ллється при-

вільною рікою. Від ритму мови залежить, наскільки уважно буде слухати співрозмовник, чи переконається він чомусь. Ритм закадрового тексту буде визначати, чи зможе сюжет привернути увагу глядача чи ні.

Чим довші речення, чим більше в них, тим менше шансів, що вони будуть зрозумілі глядачу, тим важче йому вловити зміст. І навіть сама цікава картинка тут не допоможе. У сюжеті новин, як у будь-якому творі мистецтва: пісні, вірші, фільмі, спектаклі, повинен бути присутнім ритм.

Звичайно, зміна ритму можлива тільки в сюжетах хронометражем від двох хвилин. У коротких треба поспівати вміщувати інформацію, тому жорсткий, напружений ритм не змінюється.

Ритм може бути будь-яким, аби він був. Якщо ваш текст звучить як монотонне бубоніння або, навпаки, вихор слів, сюжету не буде. У сюжеті факти повинні бути викладені в правильному ритмі.

Написавши закадровий текст, треба проговорити його про себе, щоб вивірити ритм. Правильно ритмізований текст зручно читати вголос. Не виникає збоїв і зупинок, збудований ритм тексту наповнює сюжет «повітрям сенсу», яким «дихає» глядач.

Вміння правильно задати ритм закадрового тексту — це запорука того, що репортер зможе опанувати увагою глядача.

А що ж темп сюжету? Він повністю пов'язаний з ритмом.

Швидше або повільніше розповідається історія за кадром, залежить від того, з якою частотою звучать слова. Темп сюжету — швидкість проголошення слів за кадром — визначає емоційну наповненість. Чим швидше говориш, тим тривожніше звучить текст і тим більше нервує глядач. І навпаки, повільний, спокійний темп мови змушує глядача розслабитися, як легкий гіпноз.

Скоромовка вимагає чудової, акторської дикції. І потім, глядач краще сприймає спокійну мову. Так, ритм може бути напруженим, але не треба поспішати! Краще прочитати текст трохи повільніше, і відразу стане відчутно, що в сюжеті з'явилось внутрішнє напруження. Значить, ритм і темп працюють, множачи загальний ефект.

За допомогою ритму і темпу закадрового тексту визначається, як і з яким почуттям глядач буде дивитися відеоряд,

що побачить. Безумовно, закадровий текст залежить від відеоряду. Без відеоряду він перетворюється на ніщо. Не може бути такого, щоб відеоряд показував одне, а закадровий текст розповідав про інше. Картинки і слова повинні мати спільну тему, оповідати про одну подію, тобто бути осмислено порівнянними для глядача. Але закадровий текст не коментар до картинок, не словесний опис того, що глядач спостерігає в кадрі. Це сила, що рухає та направляє сюжет. Відеоряд, з'єднуючись із закадровим текстом, не «плюсується», а «множиться», створюючи ефект, який поневоле глядача і формує інформаційний образ сюжету.

Як же писати закадровий текст, щоб він мав владу над умами?

Дуже просто. Треба дотримуватися закону драматургічного розвитку історії. Для цього в закадровому тексті повинен бути присутнім конфлікт, який про ходить звичайні фази: експозицію, зав'язку, кульмінацію і розв'язку.

Показуючи ці етапи зіткнення героя і антигероя, репортер збуджує у глядача інтерес, притягує його увагу, а значить, зможе розповісти все, що потрібно.

На практиці експозиція і зав'язка в сюжеті часто співпадають. Але кульмінація і розв'язка необхідні. Причому розв'язка цілком може відбутися в стендапі репортера. Тобто знову на словах.

Закадровий текст — основа новин.

По суті, закадровий текст — це сценарій сюжету. Відеоряд, синхроні і стендап стають єдиним цілим — сюжетом, тому що їх об'єднує закадровий текст. Монтаж лише збирає кращі плани, відсіваючи зайве. А сюжет народжується, коли над ним виникає закадровий текст.

При монтажі сюжету репортер спочатку начитує текст, а потім вже під нього підбираються плани. А не навпаки. Професійний закадровий текст веде за собою відеоряд.

Скільки слів можна вимовити в хвилину, щоб люди зрозуміли сказане?

Практика дає досить точну відповідь — 60 слів. Але і 60 слів становлять межу слухового сприйняття. Реальна кількість слів, яке не змусить глядача з напруженою встигати за промовою, налічує від 30 до 40 слів за хвилину. Тільки при такому темпі глядач буде сприймати інформацію, а не гадати, що ж було сказано.

Тому найважливіший закон закадрового тексту говорить: кількість слів завжди обмежується хронометражем сюжету і порогом слухового сприйняття.

Дотримуючись обмежень на кількість слів, що задані ритмом і темпом, треба розгорнути історію, розвинути конфлікт так, щоб глядачі зрозуміли подію.

Сказати за відведений час занадто багато не вийде. Глядачі нічого не зрозуміють із швидкочитання. Тому в закадровому тексті кожне слово буквально на вагу золота. На довгий вступ, нудні коментарі, повтори, неквапливі роздуми немає часу! З першої секунди ефіру сюжет відчуває дефіцит часу. Кожне слово повинно стояти на своєму місці. Все, що можна скоротити, має бути скорочено безжально.

Відредагований на папері текст повинно перевірити, як він читається вголос. Закадровий текст повинен легко сприйматися на слух, бути зрозумілим і однозначним.

Важливі прийоми, перевірені практикою:

- Закадровий текст готується вже по дорозі на зйомку.
- Знімаючи сюжет, думати, який текст «покласти» на картинку.
 - Формулювати основні ідеї й самі важливі речення тексту відразу після зйомки, коли ще відчувається подих події.
 - Писати текст тільки після того, як будуть відібрані синхрони і стендап. Закадровий текст повинен плавно входити в синхрон і так само плавно виходити з нього. Це означає, що останнє речення закадрового тексту має вводити в синхрон, а перше речення, наступне за синхроном, — розвивати висловлену думку. Так само останнє закадрове речення перед стендапом повинно бути написано з урахуванням слів, сказаних репортером в кадрі.
 - За хронометражем зразкове співвідношення закадрового тексту до суми стендапів і синхронів становить 3:2, тобто 60% часу сюжету відводиться під закадровий текст, 40% — під стендап та синхрони. У хорошому сюжеті закадрового тексту не може бути менше, ніж синхронів.
 - Історія повинна розвиватися з кожним словом закадрового тексту. Не можна, щоб він повторював те, що говориться в синхроні або стендапі.
 - Ніколи не потрібно описувати в тексті те, що глядач бачить своїми очима. Завдання — узагальнювати факти, аналізувати подію, а не коментувати картинки.

- Завжди починайте з самого головного, з заголовка, ударної фрази або гостро сформульованої теми сюжету. А по суті, з інформаційного приводу.

Краще всього, щоб першою фразою сюжету стала та, яку випусковий редактор зможе поставити в Шпигель — відео-дайджест всіх сюжетів. Точно так само останнім закадрове речення перед стендапом повинно бути написано з урахуванням слів, сказаних вами в кадрі. Американці називають першу фразу сюжету «лід» (от англ. вести, бути попереду).

В тексті повідомляються не більше трьох цифр, якщо є крайня необхідність. Глядач перестане розуміти, про що йде мова, вже на четвертій цифрі. Навіть у сюжеті про трагічну подію велика кількість цифр нічого не додає до інформаційного образу.

- Якщо необхідно згадати в тексті складну цифру, наприклад двісті шістдесят сім, її треба округлити в ту або іншу сторону : «почти триста» або більш двохсот. На слух сприймаються цифри від одного до десяти.

- Уникайте перерахування однакових фактів. Вже на третьому глядач перестане розуміти сюжет, тому що забуде про конфлікт.

- Одна і ту ж дійову особу називайте однаково на всьому протязі сюжету.

- Не перераховувати всіх регалій персонажу. У закадровому тексті треба використовувати тільки скорочені найменування чинів і титулів.

- Вживайте тільки прості слова.

- Якщо все-таки необхідно вжити складний термін або незрозуміле для багатьох глядачів слово, не ставте його в початок речення. Уникайте складних речень та зворотів мови.

- Украй рідко використовуйте прикметники. Вони вносять пряме емоційне забарвлення. Глядач повинен сам народити емоцію, слухаючи нейтральний текст.

- Ніколи не пишіть від першої особи. Вираз «Я бачив, як ...» у сюжеті неприпустимі. Оповідання має вестися від третьої особи множини або однини, тобто знеособлено.

- Завжди використовуйте велику формулу сюжету. Вона допоможе прибрати зайве і виділити головне навіть на рівні слів. В одному реченні тексту повинна міститися ще одна думка.

- Дотримуйтеся прямого лінійного розвитку подій. Не можна, щоб потім у монтажі кадри «стрибали» з кінця події в початок і навпаки.

- Не ставте смислову крапку в кінці тексту. Пишіть фінал так, щоб історію можна було продовжити, щоб глядач очікував розвитку події.

- Враховуйте топографію події. Не можна, щоб, слідуючи за текстом, відеоряд «стрибав» з натури в інтер'єр і назад.

- Написавши текст, обов'язково відредагуйте його двічі: спочатку виправте мову і сенс, потім-ритм, темп і звуковий лад, щоб ви встигли все сказати, а глядачі — почути.

- Читаючи текст вголос, перевірте, чи вкладається він у хронометраж сюжету з урахуванням синхронів і стендапу і при необхідності зробіть скорочення.

- Хронометраж тексту повинен бути трохи менше того, який передбачений для нього в сюжеті. У цьому випадку ви зможете правильно витримати ритм, не прискорюючи темпу.

- Не намагайтеся за рахунок збільшення темпу впхнути в текст побільше слів. Глядача не цікавить об'єм інформації, він хоче зрозуміти головне і співчувати історії. Більше слів — гірше для сюжету.

- Викиньте без жалю всі зайві слова і речення, в першу чергу ті, що вам особливо подобаються. Хороший текст — щільний і ритмічний, нічого не відняти не прибавити.

- Глядач повинен спочатку почути текст, а потім побачити картинку. Треба, щоб текст випереджав у відеоряді події приблизно на дві секунди

- На монтажі піддайте текст остаточній правці, особливо якщо цього вимагає яскравий та виразний кадр-образ.

- Текст сюжету остаточно народжується у начитці репортера. Читайте текст так, щоб глядач зрозумів, що ви йому хочете сказати. Зберігайте спокійну, відсторонену інтонацію оповідача і свідка, а не емоційного учасника події.

В закадровому тексті треба позбавити глядачів від професіональних «фішок».

І вже що абсолютно неприпустимо в закадровому тексті, так це використання кличок і слів, що мають образливий зміст. Закадровий текст — найважливіша частина сюжету. Але ще не весь сюжет. Він основа стилю сюжету.

Висновки

1. Замітка — інформаційний жанр, використовуваний у пресі, на радіо, телебаченні. На телебаченні в цьому жанрі виступають усне повідомлення й відеозамітка (відеоповідомлення). Відеозамітка показує основні моменти події в їхній природній послідовності.

2. Телезвіт є оперативний і повний показ самої події. Особливість жанру телезвіту полягає в тому, що автор чітко й вичерпно, іноді відповідно до офіційного протоколу події, повідомляє новину. Відеозвіт від телезвіту відрізняється, у першу чергу, своєю тривалістю, що може становити від 10 хвилин до півтори години. Істотним змістовним елементом звіту є деталізація події, виклад подробиць. Тематична основа звіту, як правило — офіційна подія значного соціального, нерідко державного значення. Цим і пояснюється необхідність «протокольної» фіксації, детального й тривалого показу.

3. Телевиступ — звернення до глядачів з деяким конкретним наміром з телеекрану конкретної особи, яка і є безпосереднім об'єктом показу. Метою виступу на телебаченні є оперативне й компетентне інформування, оцінка окремого факту або явища. Основна умова успішного виступу в кадрі — уміння привселюдно думати, говорити просто про складне, переконувати глядача, робити це ненав'язливо, без зайвої дидактики — легко, жваво, артистично.

4. Інтерв'ю — жанр телевізійної публіцистики, у якому основним зображувально-виразним засобом виступає слово, жива людська мова, а формою існування — діалог, має особливе значення для телебачення, оскільки комунікативний процес являє собою одну з основ телебачення як соціальної системи.

5. Репортаже тим жанром, що сьогодні становить естетичну унікальність телебачення. Не випадково репортаж називають королем жанрів, живою історією події. Жанровий елемент, що є стрижнем репортажу — відбиття події в тому виді, у якому воно відбувалося насправді.

6. Складові частини репортажу: синхрон; стендап; закадровий текст; відеоряд; інтершум (лайв), Джерело у нього всього одне — подія.

7. Синхрон — це висловлена учасником події одна закінчена думка, яка має начало і кінець, цілком вміщується в декілька речень і однозначно прояснює відношення учасника до події і його особисту оцінку події.

8. Стендап перетворився з «технічного появлення репортера на початку, в середині або наприкінці новин з показом себе на місці подій» в найважливішу складову сюжету; він служить для глядача гарантією реальності і правдивості того, що відбувається в ефірі — своєрідний віртуальний сертифікат якості інформації.

9. Відеоряд — все, що зняла на виїзді камера оператора, а потім змонтував і видав в ефір режисер, вважається відеорядом. За винятком стендапу. Відеоряд — оригінальний термін новин; це візуальна низка образів реальності (події), яка підпорядковується драматургії сюжету, не маючи самостійного значення.

Інтершум, або лайв, — це невеликий шматок відеоряду, який видається в ефір з природним звуком, записаним камерою.

10. Закадровий текст — основа новин; це сценарій сюжету. Відеоряд, синхрони і стендап стають єдиним цілим тому, що їх об'єднує закадровий текст. Монтаж лише збирає кращі плани, відсіваючи зайве. А сюжет народжується, коли над ним виникає закадровий текст. При монтажі сюжету репортер спочатку начитує текст, а потім вже під нього підбираються плани. Професійний закадровий текст веде за собою відеоряд.

Телеканали змінюють власників або просто зникають; телекомпанії переходять з рук в руки; відомі телеперсонажі зникають з екранів, а їх місце займає молода і у всіх відносинах «зелена» поросль. Це ж на поверхні. У надрах ТБ-системи, поступово зріє нове цивілізоване вітчизняне телемовлення, де все розмаїття форм власності буде служити єдиній меті: максимально повному задоволенню ринку глядацьких інтересів при максимально високому професійному рівні діяльності телевізійних журналістів.

Увага політиків, соціологів, психологів до природи ТБ — це не тільки данина його популярності. Це прояв розуміння великої ролі домашнього екрану в сучасній культурі і соціальному житті, занепокоєння щодо подальшої долі суспільства.

Контрольні питання:

1. Класифікація видів телевізійного мовлення на основі цілей та завдань напрямку мовлення.
2. Телевізійна журналістика, як галузь виробництва інтелектуального продукту в сфері журналістської діяльності
3. Якості, які необхідні події, для того, щоб вона стала основою для сюжету теленовин.
3. Як зробити новини цікавими для глядача?
5. Що таке інформаційний привід? В які зв'язки він вступає з подією?
6. Що таке «історія» новин? По яким законам вона вибудовується?
7. Що мають на увазі професіонали-практики, говорячи про «формулу сюжету»?
8. Творчо-виробничі функції режисера в процесі виробництва інформаційного телевізійного продукту.
9. Сучасні жанрово-видові форми екранного продукту в інформаційному телевізійному мовленні.
10. Поняття інформаційного повідомлення та розширеного інформаційного повідомлення, як журналістських жанрово-видових форм в інформаційному телевізійному мовленні.
11. Замітка, як найпоширеніший інформаційний жанр, основний елемент випусків новин.
12. Специфіка використання журналістських жанрів звіту в телевізійному інформаційному мовленні.
13. Телевиступ, як звернення до глядачів з деяким конкретним наміром з телеекрану конкретної особи, яка і є безпосереднім об'єктом показу.
14. Поясніть, що таке інформаційна замальовка і чи можна її вважати фрагментом потоку життя та розкрийте суть вимог до змістовної та формальної сторони цієї жанрово-видової форми.
15. Інтерв'ю, як спосіб отримання інформації шляхом безпосереднього спілкування з людиною, що володіє цією інформацією.
16. Інтерв'ю, як публіцистичний жанр у формі бесіди, діалогу, у якому журналіст через систему питань допомагає людині-носію інформації розкрити задану тему.

17. Типологія репортажу як інформаційного тележурналістського жанру.
18. Природа подієвого репортажу, вимоги до звукозорового ряду в цій жанрово-видовій формі.
19. Природа жанрово-видової форми тематичного репортажу.
20. Джерело та складові частини репортажу.
21. «Stand-Up», як невід'ємна частина сучасного репортажу на телебаченні.
22. Синхрон, особливості його створення.
23. Закадровий текст, особливості його створення; співвідношення з відеорядом.
24. Відеоряд, як візуальна низка образів реальності (події); його значення; співвідношення з закадровим текстом.
25. Що таке інтершум, або лайв?
26. Особливості монтажу в інформаційному ТБ.
27. Верстка програми, як орієнтир для глядачів у часі; як радикальний інструмент інформаційної політики, політичного впливу на аудиторію.
28. Технологічна модель творення інформаційного випуску.
29. Режисерська функція при творенні інформаційного випуску.
30. Режисерська функція при творенні авторського журналістського матеріалу.
31. Основні етапи виробництва авторського журналістського матеріалу.
32. «Хронікальна зйомка» та логіка документування події.
33. Структура інформаційного мовлення телевізійного каналу.
34. Особливості роботи режисера з ведучим інформаційного випуску.
35. Що таке бренд теленовин та бренд телеканалу?
36. Складові бренду телеканалу.

Термінологічний словник

Атмосфера — насичення екранного простору концентрованими почуттями.

Верстка — вирішальний етап створення інформпрограми; процес, що складається з відбору матеріалів і структуруван-

ня випуску новин, тобто розстановки екранних повідомлень у певній послідовності.

Відеоряд — вся сукупність монтажних планів, які репортер показує в сюжеті; відеоряд — оригінальний термін новин.

Видовище — спеціально організована в часі і просторі публічна демонстрація соціально значущої поведінки.

Драма — родлітературного твору, що написаний у формі діалогу і призначений для виконання акторами на сцені.

Драматургія — теорія драми; закони її універсальні для будь-якої творчої діяльності: відповідно до них історія розвивається за законом єдиної драматичної дії. Образна основа спектаклю, фільму.

Еклектика — неорганічне, суто зовнішнє поєднання поглядів, точок зору, методів, які внутрішнє не можуть бути поєднані.

Естетичний — такий, що належить до сфери ціннісних відношень між людиною і світом в галузі художньої діяльності людей; вишуканий, прекрасний.

Жанр — рід, вид; різновиди художніх творів, які історично склалися.

Ілюзія — обман чуттєвого сприйняття; те, що примарилося.

Інтершум, або лайв, — це невеликий шматок відеоряду, який видається в ефір з природним звуком, записаним камерою.

Інформація — відомості про навколишній світ і процеси, що протікають в ньому, сприймані людиною або спеціальним пристроєм.

Іманентний — притаманний природі самого предмету, внутрішнє.

Інтерпретація — тлумачення, розкриття смислу, змісту чого-небудь. Інтерв'ю — буквально зустріч, бесіда — жанр публіцистики, що представляє собою розмову журналіста із соціально значущою особистістю, протягом якої вони розглядають актуальні питання.

Кадр — зображення предмета чи явища, фіксоване на плівці і виникаюче на екрані як статична чи рухома картинка; монтажний кадр — частка знятої на плівку дії від включення до вимикання камери, вихідний художній елемент фільму.

Кіно — оптико-хімічний комунікативний засіб.

Кіномистецтво — техногенне просторово-часове мистецтво.

Композиція кадру — зв'язок, розташування предметів то людей у кадрі, їхнє об'єднання в єдине образне тіло відповідно до загального ідейно-естетичного завдання даного епізоду і усього фільму в цілому.

Комунікація — спілкування, передача інформації від людини до людини.

Лид — (от англ. вести, бути попереду) — перша фраза новостійного сюжету.

Новина — це недавно отримана звістка, повідомлення раніше невідомої інформації, яка представляє актуальний інтерес для певної аудиторії

Об'єктивний — пов'язаний із зовнішніми умовами, незалежний від чийої волі, можливостей.

«Об'єктивна» камера — рух камери, коли вона виражає точку зору стороннього свідка або не стороннього — глядача.

Образ — узагальнене художнє відображення дійсності, втілене у формі конкретного індивідуального явища.

Оператор — спеціаліст, який проводить кіно — або телезйомку, відповідальний за технічну бездоганність зображення.

План — умовний масштаб зображення в кадрі (плани бувають крупні, середні, загальні і деталь).

Повсюдність — одночасна передача інформації численній розосередженій аудиторії.

Подія — те, що сталося, те чи інше значне явище, факт суспільного, особистого життя

Принцип — основне положення, теорії, вчення, теоретичної програми.

Програмність мовлення — об'єднання окремих творів у єдиний системно організований процес соціальної інформації.

Ракурс — точка зору камери, що створюється шляхом нахилу чи підйому оптичної осі апарату при зйомці, допомагає виразити погляд героя чи автора на подію.

Режисер — керівник, творчий робітник, художній організатор.

Режисура — мистецтво створення будь-якого видовища.

Репортажність — природна властивість телебачення.

Репортаж — найпоширеніший, діючий, ведучий жанр

тележурналістики. (Термін «репортаж» походить від фр. *reportage* й англ. *report*, що означає «повідомляти»).

Рубрика — загальна назва для повідомлень, що розвивають певне тематичне спрямування, розраховане на одну і ту ж аудиторію.

Ранжування — найважливіший інструмент верстки інформаційного випуску, що припускає визначення ступеня суспільно-політичної важливості, загальнонародської значимості новин і що обумовлює послідовність їх повідомлення аудиторії.

«Суб'єктивна» камера — будь-який рух камери, коли вона стає на точку зору діючої особи.

Сюжет — в епосі, драмі, поемі, сценарії, фільмі — спосіб розгортання фабули, послідовність і мотивування подачі зображуваних подій.

Синхрон — відеоматеріал, в якому використана частка прямого інтерв'ю з учасниками сюжету.

Сюжет — в епосі, драмі, поемі, сценарії, фільмі — спосіб розгортання фабули, послідовність і мотивування подачі зображуваних подій.

Телебачення — електронний комунікативний засіб.

Телемистецтво — техногенне просторово-часове мистецтво, що володіє часовими властивостями радіо і має аудіовізуальну мову кіно.

Темпо-ритм — темп, швидкість з якою спливає екранний час; ритм — внутрішня напруга, яка виражає ступінь напруження дії.

Техногенний — такий, що виник в результаті промислової, технічної діяльності людини.

Стендап — відоматеріал, де репортер присутній в кадрі і безпосередньо коментує подію, що відбувається.

Світло і колір — засоби екранної виразності, що служать для художньої характеристики персонажів, атмосфери дії, розвитку подій.

Символ — те що служить умовним знаком якогось поняття, явища, ідеї.

Симультанність — одночасна, миттєва передача звукового чи звуко-зорового образу події на велику відстань.

Система — певний порядок, форма організації; ціле, що являє собою єдність закономірно розташованих у взаємному зв'язку частин.

Стиль — спільність образної системи, засобів художньої

виразності, яка обумовлена єдністю ідейно – художнього змісту.

Суб'єктивний – притаманний тільки даному суб'єкту, особі. Суб'єктивна» камера – будь-який рух камери, коли вона стає на точку зору діючої особи.

Телебачення – електронний комунікативний засіб.

Телемистецтво – техногенне просторово-часове мистецтво, що володіє часовими властивостями радіо і має аудіовізуальну мову кіно.

Темпо-ритм – темп, швидкість з якою спливає екранний час; ритм – внутрішня напруга, яка виражає степінь накалювання дії.

Техногенний – такий, що виник в результаті промислової, технічної діяльності людини.

Умовність – зовнішнє правило, домовленість, що закріпилися у суспільній поведінці.

Функція – роль, значення чого-небудь.

Щпигель – коротка анотація всіх новин на самому початку випуску.

Додаток.

Методичні рекомендації до практичних, індивідуальних занять та самостійної роботи студентів

Практичні заняття

Практичні заняття мають на меті допомогти студентам систематизувати знання по темі та навчити застосуванню їх на практиці. Всі практичні заняття проходять під керівництвом викладача, усі етапи творчого процесу проходять за його безпосередньою участю.

Практичне заняття

Тема: підготовка, зйомка та творення екранної роботи на документальному матеріалі, відзнятої методом хронікальної зйомки в ході становлення соціально значимої події, виконаній в жанрово-видовій формі звукозображальної оповіді (документальна новела), хронометражом від 3 до 5 хвилин, без використання авторського пояснювального тексту.

Мета: напрацювати вміння творення екранного твору в основі котрого звукозорова оповідь про конкретну подію певного соціального масштабу. Дати можливість в ході практичної роботи впевнитись в необхідності напрацювання вміння швидко реагувати на перебіг розвитку подій, точного відслідковування та фіксації на камеру основних моментів ходу розвитку події, як в плані фіксації архітектонічного фрагменту події в розмаїтті зображальних жанрів, так і в плані точного інформаційного взаємодоповнення змістовних інформаційних одиниць на оповідному рівні екранного твору.

Методика виконання:

1. Вибрати для відображення таку громадську подію, яка за масштабами не має великого соціального значення, але яскраво свідчить про хід розвитку певних процесів в соціумі. Такий вибір дасть змогу ретельно відпрацювати основні моменти розвитку події в плані їх кінематографічної фіксації та ретельно підготуватись до проведення зйомки, бо невеликих масштабів громадські події мають, в своїй більшості примітивну схему розвитку та уповільнений хід становлення у часі.

2. Підготовчий період до зйомки складає декілька етапів: адміністративний, сценарний, технічний. В ході адміністративного етапу завдання полягає в отриманні якомога більшого обсягу інформації стосовно як самої події, так і про явище, що викликає її до життя. Друга сторона підготовчого періоду – отримання акредитації у розпорядників події, стосовно проведення зйомки. Ні в якому разі не намагайтесь поставити організаторів події перед фактом появи знімальної групи на події без попередньої домовленості.

Сценарний етап підготовки: якщо в вашому розпорядженні є сценарний план проведення заходу, який вам люб'язно надали організатори заходу, скористайтесь ним для розробки сценарного плану проведення зйомки та розробки сценарного плану екранного твору над яким ви працюєте. Особливу увагу приділіть розробці структурних одиниць екранної оповіді на рівні сцен та епізодів, але пам'ятайте, що чим ретельніше ви це зробите, тим зручніше вам буде в ході реальної роботи під час зйомки події вносити необхідні зміни до вашого сценарію. Якщо у вас немає сценарного плану

проведення події, зробіть його самі на основі типологічної моделі проведення таких заходів за аналогією.

Технічний етап підготовки до зйомки: перевірте наскільки працездатна ваша знімальна техніка, по технічному журналу зйомочної камери впевнитесь, що вона має певний запас ресурсу до наступного технічного профілактичного огляду і повинна забезпечити вам якість відзнятого матеріалу. Особливу увагу приверніть перевірці запису звуку на камерний мікрофон та технічному стану камерного штативу. Що стосується системи живлення камери (акумуляторні батареї), то на зйомці завжди краще мати їх декілька. Виходячи з того, що студенти у своїй практиці працюють побутовими знімальними камерами, ця вимога може вважатися обов'язковою. При всякій нагоді використовуйте не камерне світло, але пам'ятайте, що треба пильну увагу приділяти балансу освітлення в кадрі та єдності кольорової температури зображення.

3. В процесі проведення зйомки перш за все пам'ятайте, що не подія для вас, а ви як хронікер, що розповідає глядачеві про подію.

4. Намітити просторові координати дослідження теми, звести їх в перелік місць зйомок (просторові об'єкти та визначити часові координати в яких тема найбільш виражена в своєму матеріалі).

5. Сформувати знімальну групу з 2 – 3 осіб, бажано студентів свого курсу, або студентів факультету ТКМ, що дасть змогу ефективно провести зйомочний період, розробити план проведення зйомок на основі сценарного плану даної роботи.

6. Під контролем фахового куратора курсу студентом проводиться ідейно-тематичний аналіз творчої заявки та сценарного плану екранного твору.

7. Знімальний період творча група проводить самостійно, звітуючи перед фаховим куратором про хід зйомок та пред'являючи для перегляду та фахового аналізу відзнятий матеріал.

8. По закінченню знімального періоду під контролем фахового куратора автором роботи проводиться сортування відзнятого матеріалу та підготовка до монтажного періоду в ході якого розробляється режисерський сценарій екранного твору в якому визначається оповідна структура роботи та йде пошук необхідного шумового та музичного оформлення

екранної оповіді, уточнюється перелік начальних та фінальних титрів, проходить декілька пробних монтажних змін в ході яких уточнюється принцип, методологія та прийоми творення оповідної структури роботи.

9. Монтаж роботи студентом проводиться самостійно під контролем та з практичними консультаціями фахового куратора. По закінченні первинного монтажу роботи вона вноситься на перегляд фаховому куратору і детально аналізується з точки зору як технічної так і творчої якості. Після внесення правок та змін і доповнень, які студентом виконуються самостійно, робота здається як завершена виробництвом з відповідною рецензією фахового куратора.

10. До практично виконаної роботи яка повинна бути записана в форматі DVD, додається пояснювальна записка, виконана як режисерський проект екранного твору. Режисерський проект екранного твору складається за типовою схемою, розробленою кафедрою телебачення і затвердженою методичною радою факультету ТКМ.

11. Захист практичної роботи проходить в рамках модульного контролю в умовах відкритого перегляду і оцінюється за 12 бальною шкалою, якщо робота виконана і здана в термін визначений учбовим планом. В разі зриву графіку виробництва, коли робота здана з порушенням терміну виробництва, сума нарахованих їй балів не може перевищувати 9 балів.

Практичне заняття

Тема: підготовка, зйомка та творення авторського журналістського матеріалу інформаційного мовлення.

Мета: оволодіння методикою роботи над авторськими журналістськими матеріалами сфери інформаційного мовлення, напрацювання умінь та первинних навичок творення екранної оповіді в рамках канонічної жанрово-видової екранної інформаційної форми (інформаційне повідомлення, звіт, інтерв'ю).

Методика виконання:

1. Практичне завдання виконується в три етапи, кожен з котрих є творенням канонічної інформаційної жанрово-видової форми: інформаційного повідомлення, звіту, інтерв'ю. Порядок виконання етапів послідовний щодо переліку жанрово-видових форм. Проблематика матеріалів на розсуд студента з обов'язковою вимогою актуальності або злободенно-

сті матеріалу. Хронометраж кожного матеріалу від 1 хвилини до 2 хвилин.

2. Робота над виконанням завдання починається з визначення теми, її актуальності або злободенності для певної соціальної групи, яка виступає в якості адресату інформаційного повідомлення, та пошуку інформаційного поводу для звертання до даної тематики. В якості інформаційного поводу завжди виступає факт реальності (дійсності) від якого відштовхується в своєму повідомленні автор.

3. Розробляючи структуру матеріалу треба виходити з природи жанрово-видової форми, над якою ви працюєте.

4. Пошук прийому подачі інформації (аналог сценарного ходу) залежить від конкретики змісту повідомлення, його соціальної значущості для суспільства та стилю викладення повідомлення. Наприклад: для інформаційного повідомлення в якості прийому подачі інформації може виступати принцип «перевернутої піраміди», а в інтерв'ю, ви підете шляхом «від загального до конкретного».

5. Творення основної змістонесущої структури повідомлення починається з викладення інформації в ієрархії її значимості для розуміння змісту повідомлення. В інформаційному мовленні основні змістонесущі елементи повідомлення, як правило, завжди розміщені в звуковому ряду інформації, що передається. Зображальна інформація виступає, формально, в ролі додаткової, але в творенні образу події (про яку йдеться в повідомленні) виходить на перший план.

6. Визначення ролі візуальної інформації та номенклатури зображень, необхідних для викладення змістовного обсягу повідомлення.

7. Використання принципу взаємодоповнення інформаційних потоків (звукового та зображального) при творенні повідомлення.

8. Складання сценарного плану зйомки та визначення обсягу необхідної номенклатури зображень для формування оповідної структури матеріалу.

9. Проведення зйомки методом імпровізації на основі розробленого сценарного плану матеріалу.

10. Перегляд відзнятого матеріалу, структурування зображального ряду відносно основної змістонесущої структури твору, уточнення авторського тексту виходячи з наявності конкретики зображення.

11. Звукозапис авторського тексту.
12. Монтаж матеріалу.
13. Редакторський перегляд та внесення змін, формування остаточної версії матеріалу.

Виконання завдання повинно йти з урахуванням загальних положень, визначених в методичці виконання завдання № 1

Практичне заняття

Тема: творення авторського журналістського матеріалу в жанрово-видовій формі подієвого репортажу.

Мета завдання: оволодіння методикою роботи над інформаційним матеріалом в жанрово-видовій формі репортажу з місця події, придбання практичного досвіду творення репортажної форми, пізнання в практиці творення жанрової природи репортажу.

Методика виконання:

1. Робота починається з уточнення жанрової природи репортажу як розповіді про подію в часо-просторових координатах становлення події як факту реальності учасником або свідком події.

2. Визначення природи поведінки репортера як свідка події. Людина в кадрі — як дійова особа події. Завдання дійової особи ведучої розповідь про подію. «Стенд-ап» — як прийом спілкування репортера з глядачем, основний формообразуючий прийом творення репортажу.

3. Підготовка до зйомки репортажу: подія як матеріалізація явища в конкретиці його становлення в часо-просторових координатах розвитку. Збір інформації стосовно події та явища. Основні принципи відображення події. Сценарний хід та сценарний план, структурування оповіді. Принципи: три «стенд-ап»а, два закадра — типова схема структурування репортажу з місця події.

4. Підготовча робота на місці розвитку події: огляд просторової точки розвитку події, вибір найбільш сприятливих точок показу масштабу події, прив'язка сценарного плану до конкретики простору події, уточнення кількості точок прямого спілкування репортера з глядачем.

5. Зйомка репортажу методом підготовленої імпровізації. Особливості роботи з номенклатурою зображального ряду,

проблема монтажної (оповідної) погодженості зображення. Генеральний напрям зйомки матеріалу, часо-просторові координати оповіді.

6. Особливості роботи над репортажем з місця події в монтажному періоді — вибудова оповідного каркасу твору. Роль «стенд-ап»у та «жанрової картини» в вибудові матеріалу в формі репортажу з місця події. Прийом «паралельного монтажу» в роботі над репортажем.

7. Редагування. Внесення змістовних та формальних коректив.

Практичне заняття

Тема: тематичний (проблемний репортаж як авторський журналістський матеріал.

Мета завдання: набути первинного досвіду в роботі над жанрово-видовою формою тематичного репортажу в інформаційному мовленні.

Методика виконання:

1. Уточнення природи жанрово-видової форми.
2. Проведення підготовчого періоду на основі методик виконання практичних завдань №№1 — 3
3. Особлива увага повинна привертатись к проблемі зображальної культури матеріалу та пошуку сценарного ходу в побудові сюжетної (драматургічної) структури твору.
4. В ході роботи над завданням, фаховим куратором повинно акцентуватись не тільки природа жанрової форми репортажу, але і його близькість до художніх оповідних форм, що й дає цьому жанрові розглядатись як форма оповідної екранної мініатюри.

Практичне заняття.

Тема: творення інформаційного екранного продукту в формі інформаційного випуску.

Мета: надати можливість набути первинного досвіду творення екранного цілого (як самодостатнього екранного продукту) використовуючи відносно самостійні журналістські форми; сформувати вміння змістовної та формоутворюючої структуризації та естетичного узгодження якісно нового цілого на підвалинах колективної авторської роботи, націленої на єдиний результат.

Методика виконання:

1. Колективне обговорення (складом курсу) змісту завдання: створення моделі випуску інформаційного електронного періодичного видання – інформаційного випуску (випуску телевізійних новин). Уточнення змістовної та формоутворюючої структури екранного продукту, її адресної спрямованості, моделі ефірного існування (міські, обласні новини), тематичного напрямку (загального змісту, тематичний інформаційний випуск – спорт, економіка, культура, освіта, тощо). Результатом цього етапу роботи стає розробка індивідуального проекту моделі інформаційного випуску. Проект містить: а) загальну частину в якій оговорюються адресна спрямованість, періодичність виходу видання, його тематичний напрямок, цільова аудиторія; б) загальні принципи побудови: ідеологічні засади видання, типологічна структура випуску, жанрово-видова номенклатура авторських журналістських матеріалів, вимоги до стандарту авторських матеріалів – хронометраж мінімальний, максимальний, заборона чи бажаність використання тих чи інших прийомів зйомки, використання архівних та сторонніх відеоматеріалів, включення до матеріалів цитат з екранного продукту сторонніх виробників, принципи субтитрування, вимоги до якості звуку, тощо; в) загальні принципи оформлення видання: естетичні вимоги та ескізи початкової та кінцевої заставок, рубрикаційні заставки, ескіз оформлення студійної частини випуску, модель звукового оформлення випуску, темпоритмічна структура випуску; г) макет верстки випуску з синопсисом матеріалів випуску; д) вимоги до ведучого випуску: одяг, зачіска, манера спілкування з глядачем, мовна культура.

2. Паралельно з розробкою індивідуального проекту інформаційного випуску, в ході практичних занять йде робота над моделюванням колективної версії випуску. В ході виконання практичних робіт №№ 2 – 4 на курсі утворюється банк з інформаційних матеріалів. Розробляється кожна з позицій, що входить до проекту, пов'язується тематика авторських журналістських матеріалів, над якими працюють студенти, щоб вони могли стати частинами випуску. В залежності від творчої активності студентів розподіляються виробничі обов'язки і в ході творення студенти мають змогу сформувати не тільки фахові уміння, але й уміння з сфери споріднених спеціальностей. Зйомка студійної частини та

монтаж авторських матеріалів, складання випуску в цілому, все це під керівництвом фахового куратора студенти виконують на виробничій базі факультету ТКМ.

3. В ході роботи над випуском студенти реально працюють як журналісти, оператори, звукооператори, інженери монтажу, монтувальники декорацій, освітлювачі та режисери. Це дає можливість розуміння фахової природи спорідненої спеціальності. До того ж, у студентів є можливість використати на практиці ті знання, уміння та навички, які вони отримали в ході учбових дисциплін «Мова на телебаченні», «Майстерність оператора», «Акторська майстерність» та інші. Робота виносить на відкритий перегляд з подальшим обговоренням.

Література: [1], [3], [4], [5], [7], [11], [19], [21]

Індивідуальні заняття

Мета: Поглиблене вивчення кожним студентом питань, зміст яких наведено нижче, в зв'язку з тим, що їх професійне вирішення має особливе значення в роботі телережисера над екранним твором в інформаційному віщанні на телебаченні. Ці питання, що були темою групових практичних занять, на індивідуальних заняттях проробляються з кожним студентом окремо на прикладі його навчальної роботи.

Завдання: Кожен студент повинен підготувати зняти та змонтувати екранну роботу в жанрово-видовій формі тематичного репортажу хронометражем до 5 хвилин.

Зміст:

1. Визначити коло питань, що автор вважає актуальними або злободенними, сформулювати тему екранного твору як актуальну соціально значиму проблему.

2. В ході підготовчої роботи до проведення зйомок зафіксувати низку фрагментів реальності які репрезентують тему, розкриваючи реально існуючу в житті конфліктність.

3. В ході підготовчої роботи до проведення зйомок, проаналізувати обрану тему на предмет пошуку в ній того явища, що спонукає людей до конфліктного протистояння відносно їх ставлення до існуючої в нашому житті проблеми.

4. Віднайти той пласт реальності в котрому дана проблема найбільш виразно виявлена в зовнішніх проявах, тобто віднайти той матеріал на якому буде проблему досліджено,

сформулювати предмет оповіді, як реально існуючий в своєму становленні процес.

5. Намітити просторові координати дослідження теми, звести їх в перелік місць зйомок (просторові об'єкти та визначити часові координати в яких тема найбільш виражена в своєму матеріалі).

6. Складання творчої заявки її ідейно-тематичний аналіз.

7. Створення сценарного плану даної роботи, його ідейно-тематичний аналіз.

8. Розробка сценарного плану, вибудова драматургічного каркасу екранного твору, який проробляється як з позицій архітектонічної, так і композиційної структур будучого твору.

9. Сформувати знімальну групу з 2 – 3 осіб, бажано студентів свого курсу, або студентів факультету ТКМ, що дасть змогу ефективно провести зйомочний період, розробити план проведення зйомок на основі сценарного плану даної роботи.

10. Знімальний період творча група проводить самостійно, звітуючи перед фаховим куратором про хід зйомок та пред'являючи для перегляду та фахового аналізу відзнятий матеріал.

11. Сортування відзнятого матеріалу та підготовка до монтажного періоду, розробка режисерського сценарію екранного твору, в якому визначається оповідна структура роботи та йде пошук необхідного шумового та музичного оформлення екранної оповіді, уточнюється перелік початкових та фінальних титрів.

12. Проводиться декілька пробних монтажних змін, в ході яких уточнюється принцип, методологія та прийоми монтажу в творенні тематичного репортажу.

13. Монтаж роботи студентом проводиться самостійно під контролем та з практичними консультаціями фахового куратора. По закінченні первинного монтажу роботи вона виноситься на перегляд фаховому куратору і детально аналізується з точки зору як технічної так і творчої якості. Після внесення правок та змін і доповнень, які студентом виконуються самостійно, робота здається як завершена виробництвом з відповідною рецензією фахового куратора.

14. До практично виконаної роботи яка повинна бути записана в форматі DVD, додається пояснювальна записка, виконана як режисерський проект екранного твору. Режисерський проект екранного твору складається за типовою схемою, розробленою кафедрою телебачення і затвердженою методичною радою факультету ТКМ.

15. Захист індивідуальної практичної роботи проходить в рамках модульного контролю в умовах відкритого перегляду і оцінюється за 12 бальною шкалою, якщо робота виконана і здана в термін визначений учбовим планом. В разі зриву графіку виробництва, коли робота здана з порушенням терміну виробництва, сума нарахованих їй балів не може перевищувати 9.

Всі теми проробляються викладачем з кожним студентом індивідуально.

Література: [2], [5], [12], [22], [23]

Самостійна робота

Завдання №1.

Мета: Поглиблення теоретичних знань з історії становлення телевізійних служб новин.

Теми рефератів: 1. Інформаційна функція телебачення

2. Становлення сучасних моделей інформаційного телевізювання

3. Специфіка створення інформаційного контенту

4. Тележурналіст в службі новин

5. Тенденції розвитку новостійного телебачення

Завдання №2.

Мета: Перевірка студентами вміння самостійно проаналізувати випуск теленовин як самостійний екранний продукт інформаційного телевізювання.

Зміст та послідовність виконання:

1. Переглянути випуски новин кількох телеканалів (2-3).

2. Зробити письмовий аналіз якості теленовин за наступною схемою:

2.1. За якими принципами верстаються випуски новин на цих каналах; які інструменти верстки використовуються ;

2.2 Якість наповнення новин ;

2.3. Які жанрово-видові форми використовуються , відповідність їм змісту новин;

2.4. Стиль програми;

2.5. Образ ведучих програми.

Завдання №3.

Мета: Перевірка студентами вміння самостійно створити бренд випуску теленовин.

Зміст та послідовність виконання:

Розробити бренд випуску теленовин віртуального телеканалу за наступною схемою:

1. Упаковка (логотип, заставка інформаційної передачі, стиль її анонсів, колірна гамма, дизайн студії, комп'ютерна графіка, музичне оформлення);

2. Назва (всі, що зустрічаються в програмі, вербально або графічно оформлені «назви», блоки, рубрики, сюжети, фірмові вітання і прощання).

3. Людський фактор (фактор впливу особистостей ведучого, а також кореспондентів, авторів новин);

4. Метод подачі інформації (персоніфікований, відсторонений або емоційний і т. ін.);

5. Порядок підношення новин (верстка інформаційного випуску, акценти);

6. Ексклюзив (все те унікальне, що може запропонувати телеглядачеві інформаційна програма);

7. Ідея бренду (вираз чи фраза, узагальнюючі значення бренду);

8. Послідовність (підлегла логіці ідея розгортання образу бренду).

Література: [6], [9], [11], [12], [13], [14], [15], [16], [17], [18]

Рекомендована література

Основна

1. Васильєва Л. Делаем новости /Л. Васильєва – М. 2002.

2. Гаврилов К. Как делать сюжет новостей /К.Гаврилов – СПб, Амфора, 2007.

3. Князев А. Основы тележурналистики и телерепортажа /А.Князев -Бишкек, КРСУ, 2001

4. Ким М. Технология создания журналистского произведения /М.Ким –СП., 2000.

5. Кузнецов Г. ТВ-журналистика: критерии профессионализма /Г.Кузнецов – М., 2002.

6. Матвеева Л., Аникеева Т., Мочалова Ю. Психология телевизионной коммуникации /Л.Матвеева, Т.Аникеева, Ю. Мочалова – М., 2002.

7. Медынский С.Е. Мастерство оператора-документалиста: Изобразительная емкость кадра /С.Медынский— М. Изд-во «625», 2004.
8. Петров Г.Н. Телевизионная драматургия Г.Петров— СПб. СПбГУ, 1999.
9. Пронина Е., Проблемы медиапсихологии /Е.Пронина — М., 2002.
10. Раушенбах В.В. Геометрия картины и зрительное восприятие /В. Раушенбах— СПб. Азбука, 2001.
11. Саруханов В. Азбука телевидения /В.Саруханов — М., 2002.
12. Соколов А.Г. Монтаж /А.Соколов — М. Изд-во «625», 2000.
13. Цвик В.Л. Телевизионная журналистика /В.Цвик — М., Аспект Пресс,2004.
14. Цвик В.Л. Телевизионная служба новостей /В.Цвик — М., ЮНИТИ-ДАНА, 2008.

Додаткова

15. Аграновский В. Вторая древнейшая. Беседы о журналистике -/В. Аграновский — М., 2000.
16. Бакланова Н. Психологические основы профессионального мастерства— / Н. Бакланова — Л., 1998.
17. Горпенко В.Г. Архітектоніка фільму: Режисерські засоби і способи формування структури екранного видовища /В.Горпенко — К. ДІТМ, 2000.
18. Кузнецов М., Цыкунов И. Практическая психология PR и журналистики— / М.Кузнецов, И. Цыкунов — М. 2003.
19. Медынский С.Е. Мастерство кинооператора хроникально-документальных фильмов /С.Медынский — М. Искусство, 1984.
20. Муратов С. ТВ-эволюция нетерпимости. История и конфликты этических представлений /С. Муратов — М., 2001.
21. Свешников А.В. Композиционное мышление /А.Свешников — М. ВГИК, 2001
22. Шостак М. Журналист и его произведение /М. Шостак — М., 1998.
23. Шостак М. Репортер: профессионализм и этика /М. Шостак — М., 2002.

Розділ 3

Екранна оповідь методом відтворення

Тема 9. Метод відтворення як вибудова екранної реальності

Вузлові питання:

відображення реальності, суб'єктивне бачення, сприйняття зображення на екрані, специфіка екранної реальності.

Базові терміни:

форма, зміст, відтворення, вибудова зображення.

Від свого народження екранне мистецтво заявило про намір розповідати, тобто організувати чергування зображень (а далі і звуків) у певну послідовність — від «зображення» (передачі форми) до «відображення» (передачі змісту). «Кінематограф створює у глядача ... ілюзію реального життя» (Зосимовський). Якщо зазирнути в історію розвитку кінематографа, то ми побачимо, що кіно виникло як хроніка — фіксація на плівці реального перебігу часу. Справжність відображуваного світу, впізнавання себе в кадрах кінострічки справляло на глядачів перших сеансів глибоке враження. У нарисах теорії документального фільму С. Дробашенко цей ефект називається «феноменом достовірності». Надалі оформилися чіткі відмінності головних видів кіномистецтва. Документальне кіно являло собою хроніку поточних подій, було прямим віддзеркаленням дійсності. У подальшому виникла

необхідність в аналізі життєвих ситуацій і перехід на інший рівень узагальнення. У ігровий кінопростір стала «проникати» реальна дійсність. Ю. Лотман пов'язує це з природою кінематографа: «Чим більше перемога мистецтва над фотографією, тим потрібніше, щоб глядач якоюсь частиною своєї свідомості вірив, що перед ним — тільки фотографії, тільки життя, яку режисер не збудував, а підглянув». Створення такої умовності було вирішено за допомогою монохромного — чорно-білого кольору. На тлі переплутаних гри і життя, що стала грою, цей колір виконує функції простої реальності.

Технологічні витоки вказують на дві принципові складові кінематографа: фотографія (фіксація світлових променів) і рух (динаміка візуальних образів). Фотографічний принцип пов'язує кіно з образотворчою традицією, що йде від живопису, тобто пов'язує кіно з ідеєю мистецтва. «Рухома картинка» веде свій початок від балагану, ярмаркових атракціонів, ілюзійон, тобто традиції масового, розважального видовища.

Можливість безпосереднього «перетікання» життєвого змісту в вербально-візуальний за своєю природою образ, створює особливий тип художньої реальності. Так звана фотографічна природа кінематографічного образу, складова важливу особливість виразності кінематографічного твору, часом на практиці призводить до простої констатації факту існування відтвореної на екрані дійсності. С.Ейзенштейн писав, що «не існує можливості» безпосередньо «бачити». Соціальна дійсність завжди відбивається, трансформується згідно з ідейними та художньо-технологічними установками художника.»

«Кіно перемогло рухому фотографію, зробивши її активним засобом пізнання дійсності. Відтворений їм світ — одночасно і самий об'єкт, і модель цього об'єкта» (Лотман). Специфіка кінематографічної реальності полягає в тому, що на відміну від театру кінематограф вибудовує зображення поза зв'язком з локалізацією в реальному просторі та часі. Він має справу з віртуальною реальністю і передбачає відповідні їй форми сприйняття.

У німому кіно існує дві тенденції, два стилі. В одному випадку відбувається формування реальності за допомогою засобів кіно для досягнення сенсу, сформульованого режисером (С. Ейзенштейн, Л. Кулешов). В іншому випадку явно проглядається спроба висловити дійсність у формах самої дійсності (Д. Вертов, Р. Флаєрті).

Процес документування йшов через суб'єктивне фіксування до суб'єктивного бачення. Відтворення відбувається на основі суб'єктивного бачення дійсності. Програмна всемогутність авторського «Я» у фільмі «Людина з кіноапаратом» стає предметом відтворення, своєрідно заміщуючи змістовність об'єкту зйомки. Виражено це засобами трансформації зображуваного в кадрі, логікою причинно-наслідкових зчеплень, а зрештою, природою утворюваного цілого, сутність якого — ліричне самовираження автора. Д. Вертов ствердив у документальному кіно право бути потрібним глядачеві своїми роздумами, причому не у дуалістичній формі співіснування реального світу з авторським коментуванням, а у вигляді вже зафіксованих кінозображень реального світу (форма) згідно зі своїми суб'єктивними уявленнями (зміст).

Своєрідність авторського погляду на світ обумовлює вибір засобів. Рухливість кіноапарата і різноманітна оптика дають можливість представити в кадрі величезні простори і великі маси людей (загальний план), невеликі групи людей у їхніх взаєминах (середній план), людський портрет або окрему деталь (крупний план). Завдяки цьому в межах кадру можуть бути виділені найбільш істотні, естетично важливі сторони зображуваного об'єкта. З'єднання кадрів в монтажі служить виразом думки автора, створює безперервність розвитку дії, організовує зорову розповідь, дозволяє шляхом зіставлення окремих планів метафорично тлумачити дію, формує ритм фільму. За допомогою монтажу з'єднуються фрагменти дійсності, чергуються плани зображуваного, вибираються значущі деталі, просторові ракурси і т.д. Саме монтаж обумовлює змістовну наповненість зображуваного і служить розкриттю конкретного художнього змісту і змісту екранного твору.

Все, що використовується для відображення реальності з метою її «консервації», є текстом. Текст, що провокує нас до рефлексії — твір, в якому закладено змістовне ціле. Кінематографічний текст включає в себе проблему співвідношення видимого і невидимого, образу і неймовірного. Правило цілого: кожне ціле складається з частин, кожна частина є «співмножником» змісту, а не його складовою. Правило достовірності: кожен навколо себе бачить лише те, що йому потрібне (воно є або немає), всі разом бачать лише обставини (часу, простору, образу дії інших), тобто сприймається форма, а не зміст. Правило пізнання: сприймання йде спо-

чатку за формою, а пізнання — за змістом. Структура розповіді співвідноситься з принципами кінематографічного, живописного, театрального, музичного мислення. Подібне тяжіння до використання засобів суміжних видів мистецтв пояснюється тим, що на початку ХХ ст. головним предметом літературно-художнього зображення стає саме мислення. І оскільки образне мислення синтетичне за своєю природою, то літературну мову і відображає ці різні форми образного ставлення до світу.

У кінематографі з особливою ясністю виявляється складний і суперечливий процес створення і сприйняття художнього образу. Матеріалом вибудови образу є зафіксована на плівці реальна дійсність. Художній образ, будучи ідеальним утворенням, сприймається людиною суб'єктивно, але його здатність до сприйняття і розуміння образної природи твору мистецтва, крім всіх інших факторів, детерміновано естетичною реальністю часу. Естетична реальність є продуктом активності естетичного свідомості. Будучи відображеною у свідомості дійсністю, вона дає людині історично-конкретні і соціально-певні уявлення про «закони краси», про способи розшифровки образів, про художні «коди», що дозволяють адекватно сприймати твори мистецтва.

Основний принцип екранної образності — принцип руху, відтворений за допомогою безперервних або дискретних зв'язків і зумовлений смисловою, логічною, емоційною, ритмічною і мелодійною закономірностями. На екрані відтворюються певні процеси, тобто закономірні, послідовні зміни явищ в часі, в просторі, мають початок і кінець. При безперервному з'єднанні (так званих лінійних зв'язках) використовується і метод дедукції (розвиток дії від загального до окремого, від загальних суджень до приватних), і метод індукції (від приватних, одиничних випадків до загального висновку, від окремих фактів до узагальнень).

Уявлення про природу кінематографічного образу сформульовані в теоретичних працях класиків радянської кінотеорії: Л.Кулешова, С. Ейзенштейна, В.Пудовкіна, О.Довженка та багатьох інших. В силу того, що в їх роботах критична думка спиралася на особистий творчий досвід і розвинену теорію природи кіно як нового виду мистецтва, вони змогли закласти загальнотеоретичні та методологічні основи мистецтва кіно.

Тема 10. Запропоновані обставини: структура, значення.

Вузлові питання:

акторське і режисерське розуміння матеріалу, вплив обставин, розвиток характеру.

Базові терміни:

герой, обставини, сюжет, конфлікт.

Для драматичного мистецтва, для мистецтва актора обставини не передбачаються, а пропонуються. Запропоновані обставини — невичерпна робота для уяви режисера і актора. Треба уявити собі не тільки епоху, побут, взаємини всіх діючих осіб, але й зрозуміти, що в діючих осіб крім сьогодення було минуле і буде майбутнє. «Це фабула п'єси, її факти, події, епоха, час і місце дії, умови життя, наше акторське і режисерське розуміння п'єси, додавання до неї від себе, мізансцени, постановку, декорації і костюми художника, бутафорію, освітлення, шуми і звуки та інше, що пропонується акторам взяти до уваги при їхній творчості» (Станіславський).

Зрозуміти епоху у якій живуть зображувані особи, означає розкрити одну із основних запропонованих обставин. Вивчаючи епоху, ми почнемо вивчати й обстановку, що оточує героїв. Щоб ясно уявити собі ці запропоновані обставини, треба уявити місце та час дії, навколишнє середовище, взаємини дійових осіб, національні особливості побуту і характеру тощо, а потім задати собі питання: що б я робив в даних запропонованих обставинах? І ось тут і приходить на допомогу магічне «якби». Його значення Станіславський формулює так: «Слово «якби» — збудник нашої внутрішньої творчої активності». Обидва ці поняття тісно між собою пов'язані.

Акторові пропонується відразу ж діяти у запропонованих обставинах і діяти від себе, поступово уточнюючи і ускладнюючи магічні «якби», перетворюючи їх з найпростіших в «багатоповерхові». Ідучи від себе, тобто представляючи себе в запропонованих автором обставинах, артист поступово вживається в образ і діє так, як якщо б те, що відбувається з ним, відбувалося вперше тут, сьогодні, зараз. Так відбувається перевтілення артиста в сценічний образ. Оточивши себе

запропонованими обставинами ролі і тісно з ними сжившись, виконавець вже не знає, «де я, а де роль».

Живий сценічний образ народжується лише від органічного злиття актора з роллю. Він повинен прагнути до «можливо більш влучним і глибоким досягнення духу і задуму драматурга», в той же час творчість драматурга знаходить нове життя у творчості актора, що вкладає в кожен виконуваний ним роль частку самого себе». Для цього актор повинен оточити себе обставинами життя п'єси, намагаючись дією відповісти на питання: «Що б я став робити сьогодні, тут, зараз, якби знаходився в обставинах дійової особи»? Цей момент чинного аналізу Станіславський назвав початком зближення актора з роллю, вивчення себе в ролі або ролі в собі.

Запропоновані обставини поділяються на обставини: малого кола (подія, дія), середнього кола (наскрізну дію) і великого кола (надзавдання). Тільки запропоновані обставини великого кола можуть бути за рамками п'єси. Кожному колу запропонованих обставин відповідає певна мета і дія. Крім того, аналізуючи п'єсу, необхідно визначити:

1. Провідну запропоновану обставину події та обставини малого кола, які визначають боротьбу у події (адже у події — сума різноманітних обставин малого кола).

2. Провідну запропоновану обставину п'єси — вона визначає боротьбу за наскрізною дією п'єси.

3. Початкову запропоновану обставину п'єси — те серцевище, в якій зосереджена проблема п'єси, авторський біль; ми досягаємо його в процесі розвитку п'єси. Початкова і провідна запропонована обставини п'єси часто конфліктні по відношенню один до одного, але не завжди.

Цілеспрямована, органічна дія актора у запропонованих автором обставинах — основа акторського мистецтва за системою К.С. Станіславського. Вона відрізняється від більшості раніше існуючих театральних систем тим, що будується не на вивченні кінцевих результатів творчості, а на з'ясуванні причин, що породжують той чи інший результат. У ній вперше вирішується проблема свідомого оволодіння підсвідомими творчими процесами, досліджується шлях органічного втілення актора в образ.

Тема 11. Дійові особи як персонажі історії.

Вузлові питання:

категорії персонажів, елементи образу персонажів.

Базові терміни:

герой, персонаж, дійові особи.

Автор утілює свій задум за допомогою героїв, персонажів, дійових осіб. Герой — головний персонаж. Образи-характери героїв виступають у драматичному творі у взаємодії, в боротьбі, у потоці хвилюючих подій. Характери розвиваються у рішучих конфліктах, зіткненнях і випробуваннях. Поняття «герой» асоціюється не лише з більшими чи меншими надприродними властивостями певної особи, а й, далеко не в останню чергу, з її функцією — бути вершителем дій, вчинків, вагомість яких особливо значуща, історично-актуальна.

Персонажем називається образ дійової особи, що виступає у творі як об'єкт розповіді і сприймається насамперед як певна жива або умовно жива істота. По суті поняття «персонаж» є збірною назвою тієї сукупності засобів зображення, завдяки яким окреслюється образ дійової особи, яку творять її портрет, костюм, мова, вчинки, характеристики з боку інших персонажів, що ведуть розповідь. Стосовно художніх функцій, виконуваних ними у творі, персонажі поділяються на два різко відмінні типи, перший з яких умовно можна назвати суб'єктом дії (дійова особа в буквальному розумінні цього слова), другий — суб'єктом свідомості (персонаж, який розкриває сутність внутрішнього світу людини, певних типів людської поведінки).

При аналізі творів багато уваги доводиться приділяти композиції системи персонажів, тобто діючих осіб твору (підкреслимо — аналізу не самих персонажів, а їх взаємних зв'язків і відносин, тобто композиції). Для зручності підходу до цього аналізу прийнято розрізняти персонажів головних (які в центрі сюжету, мають самостійними характерами і прямо пов'язані з усіма рівнями змісту твору), другорядних (також досить активно беруть участь у сюжеті; в ряді випадків їх функція — допомагати розкриттю образів головних героїв) і епізодичних (що з'являються в одному-двох епізодах сюжету, часто не мають власного характеру та стоять на периферії

авторської уваги; їх основна функція — давати в потрібний момент поштовх сюжетній дії або ж відтіняти ті чи інші риси персонажів головних і другорядних).

Категорію персонажа (головний, другорядний або епізодичний) можна визначати за двома різними параметрами. Перший — ступінь участі в сюжеті і, відповідно, обсяг тексту, який цьому персонажу відводиться. Другий — ступінь важливості даного персонажа для розкриття сторін художнього змісту.

Закон доцільності в драматургії: автору необхідно лише те і в такій кількості, що забезпечує безперервний розвиток дії в творі. Як наслідок, рівень індивідуалізації дійової особи залежить від її ролі в розвитку сюжету твору.

Можна виділити два аспекти аналізу композиції твору на рівні персонажів:

- композиція у побудові одного образу персонажа;
- композиція у системі персонажів (йдеться про типи персонажів, їх кількість, порядок і способи введення у твір, роль в описаних подіях, групування персонажів).

Композиція у побудові кожного окремого персонажа являє собою сукупність і взаєморозташування основних елементів, які формують образ персонажа. Це такі елементи:

- зовнішня портретна характеристика — обличчя, фігура (постать), костюм; зовнішня характеристика часто виражає авторське ставлення до персонажа;

- психологічний портрет — докладне, в деталях, відтворення почуттів, думок, мрій, прагнень, бажань, внутрішнього світу персонажа, його „діалектики душі“;

- мовленнєва характеристика персонажа;
- пряма авторська характеристика — вона може бути позитивною, негативною, іронічною тощо;

- характеристика персонажа іншими персонажами;
- самохарактеристика персонажа — коли персонаж сам розповідає про свої вчинки, поведінку, життя у формі усної розповіді або ж записок, щоденників листів;

- зображення дій, у яких бере участь або які здійснює персонаж;

- зображення умов, у яких живе персонаж (інтер'єр);

- зображення картин природи, які опосередковано характеризують персонажа (пейзаж);

- зображення соціального середовища, суспільства, у якому живе і діє персонаж;

– передача різноманітних характеристик персонажа у художніх деталях.

Зазначені елементи образу персонажа можуть бути представлені повністю або частково, можуть мати різну вагу і свою внутрішню композицію – залежно від індивідуального стилю автора, особливостей літературного напрямку, до якого він належить, від родової, жанрової, видової приналежності твору.

Щоб вичерпно пізнати художній твір, необхідно усвідомити твір як ціле на рівні первинного сприйняття, потім провести скрупульозний аналіз його по елементах і, нарешті, завершити розгляд системно – цілісним синтезом. Тільки при цілісному погляді на систему можна визначити, які сторони, елементи та зв'язки в ній більш істотні, а які носять допоміжний характер. У першу чергу необхідно пізнати «закон цілого», принцип його організації, а вже він потім підкаже, на що конкретно звернути увагу. Тому розгляд твору необхідно починати не з аналізу, а з синтезу. Необхідно перш за все усвідомити своє цілісне перше враження і, перевіривши його головним чином перечитуванням, сформулювати на понятійному рівні. На цьому етапі вже можливо провести ключову операцію для подальшого цілісно – вибіркового аналізу – визначити змістовні та стильові домінанти твору. Це і є той ключик, який відкриває цілісність побудови твору і визначає шляхи та напрямки подальшого аналізу. Так, якщо домінанта змісту лежить в області проблематики, то тематику твору цілком можна не аналізувати, зосередившись на зв'язку проблематики та ідеї; якщо в області пафосу – то аналіз тематики необхідний, оскільки в пафосі природним чином з'єднуються об'єктивний і суб'єктивний моменти, проблематика ж у цьому випадку виявляється не так важлива. Більш конкретне визначення домінант підказує і більш конкретні шляхи аналізу: так, ідейно-моральна проблематика вимагає пильної уваги до індивідуальної «філософії» героя, до динаміки його поглядів і переконань, при цьому його зв'язки з соціальною сферою виявляються, як правило, другорядними. Проблематика ж соціокультурна, навпаки, диктує підвищену увагу до статичності, до незмінних рис зовнішнього та внутрішнього вигляду персонажів, до зв'язків героя з його середовищем. Виділення стильових домінант також вказує на те, чим у творі слід займатися в першу чергу.

Так, аналізувати елементи сюжету не має сенсу, якщо ми спостерігаємо в якості стильової домінанти описовість або психологізм; стежки та синтаксичні фігури аналізуються в тому випадку, якщо стильова домінанта — риторичність; складна композиція спрямовує увагу на аналіз позасюжетних елементів, оповідних форм, предметних деталей і т. д. В результаті досягається поставлена задача: економія часу і зусиль поєднується з осягненням ідейно-художньої своєрідності твору, вибіркового аналізу виявляється одночасно і цілісним.

Тема 12. Подійний ряд: аналіз фактів, подій, їх взаємодія.

Вузлові питання:

подія як основа розвитку сюжету, оцінка фактів, логіка і послідовність вчинків і дій персонажів.

Базові терміни:

подія, дія, обставини, конфлікт.

К.С.Станіславський категорично відкидав механічне запам'ятовування авторського тексту, він вимагав глибокого аналізу всіх тих обставин, що породили даний текст. Призиваючи до заглибленого аналізу п'єси, Станіславський вказує шлях справжнього проникнення в сутність твору. Він вважає, що найбільш доступне проникнення в драматургічний твір за допомогою аналізу фактів, подій, тобто фабули п'єси. Тому Костянтин Сергійович пропонував починати систематичний аналіз п'єси з визначення подій чи, як він говорив, діючих фактів, їхньої послідовності і взаємодії. Визначаючи події і дії, актор мимоволі захоплює усе більш широкі пластини запропонованих обставин життя п'єси. Станіславський наполягав на тому, щоб актори вчилися розбирати п'єсу по великих подіях. Радячи акторам перевіряти всяке положення прикладом з їхнього власного життя, Костянтин Сергійович говорив, що, визначаючи головну подію, актор побачить, що протягом даного відрізка часу в нього в житті були і більш дрібні події, якими він жив не місяць і навіть не тиждень, а один день чи навіть кілька годин, поки якась нова подія не відволікла його і не заслонило собою старого.

Дія не може існувати без мотивів, через які вона виникає. Не можна собі уявити питання «Що я роблю?» без паралельно виникаючого питання «Чому я роблю так?», тобто кожна дія має обов'язково спонукання, його зухвалі. У кожній п'єсі одні діючі особи прагнуть до одного, інші — до іншого. В одних одна мета, в інших — інша. Унаслідок цього відбуваються зіткнення, відбувається боротьба. Визначити причини цих зіткнень, зрозуміти мету і мотиви поведінки тих і інших персонажів п'єси — значить зрозуміти п'єсу, тобто визначити ідею твору. Станіславський писав: «Справді, що значить оцінити факти і події п'єси? Це значить знайти в них схований внутрішній зміст, їхню духовну сутність, ступінь їхнього значення і впливу. Це значить підкопатися під зовнішні факти і події і знайти в глибині під ними інші, глибоко сховані події, що часто викликають і самі зовнішні факти. Це значить простежити розвиток душевної події і відчувати ступінь і характер її впливу, простежити лінію прагнення кожного з діючих осіб, зіткнення цих ліній, їх перетинання, сплетення, розбіжності. Словом, пізнати ту внутрішню схему, що визначає взаємини людей».

Вивчаючи події п'єси, логіку і послідовність вчинків і дій персонажів, актор починає поступово оцінювати їх, починає усвідомлювати мотиви вчинків своїх героїв.

Подія — зміна дій усіх персонажів. Після звершення події, дія починає розвиватися у новому напрямку. Всі події пов'язані між собою причинно-наслідковим зв'язком: кожна подія — причина подальших змін, і наслідок попередніх. Одна подія породжує іншу. Факт міняє дію окремого персонажа чи кількох персонажів, але не має того істотного впливу, як подія на весь хід п'єси. Основні події є частиною подійного ряду, частини найбільш значущі, факти ж заповнюють внутрішній простір п'єси, створюючи її оригінальну композицію, її особливу атмосферу.

Подія, на загальну думку, є виразником конфліктного розвитку твору, тому основною ознакою, що відрізняє подію, буде виявлений факт, який в свою чергу викликає конфліктні відносини та спонукає їх до подальшої дії. Цей етап виявлення подій, їх послідовності та взаємодії К.С. Станіславський називав початком «системного вивчення п'єси». «Визначаючи події і дії, актор, мимоволі захоплює все більш і більш широкі пласти запропонованих обставин життя п'єси».

Для визначення події Аристотелем був придуманий «метод виключення». Згодом його ввів у режисерську практику К.С. Станіславський: необхідно виключити будь-яку дію, пригоду і подивитися, чи не змінилося щось у дії п'єси. Якщо так, то це подія; якщо — ні, то це факт. «Частини подій повинні бути так складені, щоб з перестановкою або вилученням однієї з частин змінювалося б ціле, бо коли присутність або відсутність чогось непомітно, не є частиною цілого».

Сюжет — це подробиці дії, а фабула є порядок розташування епізодів сюжету в ході розповіді.

Подія — основа будь-якого сюжету. У кожній події беруть участь люди — персонажі твору. Подія складається з дій, вчинків, рухів, взаємин персонажів. Дії супроводжуються жестами, мімікою, монологами або репліками. Не всяка подія, згадана у творі, має відношення до сюжету. Сюжетними є ті події, які безпосередньо показані, а не ті, про які тільки повідомляється. Як правило, повідомлення про події важливі для характеристики героїв, доповнюють або уточнюють загальну картину того, що відбувається, спонукають героїв до скоєння вчинків. Якщо ж автор воліє не показувати події, а розповідати про них, це уповільнює сюжет, робить його пухким, нединамічним.

В основі сюжету можуть бути не тільки такі дії персонажів, в яких проявляється їх характер, воля, ставлення до інших людей. Персонажі стають учасниками подій, що відбуваються крім їх волі і намірів. До таких подій належать стихійні лиха, бунти, війни, революції. Події в таких сюжетах залежать не тільки від вчинків персонажів, а й від тих сил, які не підкоряються окремій людині або групі людей. Це дає можливість простежити взаємовідносини особистості і суспільства, поставити проблему зв'язку долі людей з ходом історії, показати, як в локальних конфліктах між людьми відображаються конфлікти більш масштабні — соціальні, історичні тощо.

У сюжеті дуже важлива мотивування подій, тобто обумовленість кожної наступної події попередньою. Випадковість, незв'язність подій, умовчання створюють враження невмотивованості, руйнується цілісність сюжету, оскільки порушується логіка подій або їх тимчасова послідовність.

Подійний аналіз твору.

1. Драматургічна подія — істотний для даного сюжету злам дії, що призводить до повороту у розвитку основного

конфлікту драматургічної дії і, отже, зміні перипетії. Ланцюг подій і утворює дієвий ряд драматургії. Побудова сюжету на екрані — завжди хід від події до події. Драматургічний розвиток і загострення події визначається провідною обставиною цієї події і провідною обставиною всього твору.

2. Провідна обставина — основна обставина, що штовхає все дію твору до розвитку і, по підсумку, до надзавдання.

3. Знаходження нової події: відбувається щось значне, що викликає зміну співвідношення сил персонажів, провідних дій і (або) їх цілей, мотивування вчинків, викликане зміною ведучої обставини, вчинком героя або т.п. Після зміни події персонажі вже не можуть існувати так само, як раніше.

4. Ціна події — наскільки воно істотно для всього ходу дії і для всіх зав'язаних в конфлікті персонажів, тобто як сильно змінює співвідношення сил персонажів.

5. Початкова обставина — загострена конфліктна ситуація, що лежить в основі всієї історії сюжету. Саме її результат і бачить глядач на початку, про неї і повідомляється в експозиції.

6. Початкова подія — подія, без якої дія сюжету не може розпочатися. У вихідній події лежить природа почуттів твору і завжди є ключ до розв'язки конфлікту. Початкова подія може відбуватися на початку або (частіше) до початку сюжету і повідомлятися автором по ходу розвитку дії, в будь-якому місці. З'ясування вихідної події може бути навіть фінальним поворотом — розв'язкою дії (детектив). Початкова подія породжується вихідною обставиною або навіть знаходиться в ній.

7. Перша (основна) подія (подія — зав'язка) — подія, що створює конфлікт, драматургічна дія. Це перше важливе «рапгтом» твору, де стикаються персонажі і розвивається дія сюжету.

8. Головна подія — основна подія сюжету, що розкриває головні риси характерів основних персонажів і авторський задум, кульмінація твору.

Тема 13. Інтрига та конфлікт.

Вузлові питання:

конфлікт як рушійна сила в драматургічному творі, інтрига як засіб напруження дії.

Базові терміни:

задум, інтрига, конфлікт, дія.

Конфлікт — основа сюжетного задуму. Конфлікт трактується як результат різних поглядів на тему, як основне питання твору, що проявляється у різниці напрямків векторів дії персонажів. Конфлікт також можна сприймати як зіткнення двох правд, у розвитку його проявляються основні етапи розвитку відносин дійових осіб, поперед усього — героя та антагоніста: боротьба, катастрофа, примирення. Конфлікт — це рушійна сила дії. В ході розвитку конфлікту, становлення та розвитку дії в сюжеті розвиваються і взаємовідносини між персонажами.

З конфлікту неминуче випливають певні події, у взаємозв'язаному ряду яких він виникає, розвивається і завершується. Конфлікт — зіткнення протилежних сил, боротьба за досягнення мети, подолання перешкод, а також протиріччя між невідомістю і бажанням розкрити її. Він виникає з двох причин: 1) прагнення персонажів до різної мети; 2) досягнення однієї мети різними шляхами. Важливо в цьому процесі визначити основний предмет конфлікту, тобто за що йде боротьба. Крім того, необхідно пам'ятати, що боротьба повинна розпочатися і завершитися в рамках твору. Інтерес глядача — чим це закінчиться? — має бути задоволеним.

У конфлікті розкривається характер, сутність персонажів. Це складний драматургічний організм, в основі якого завжди лежить боротьба, зіткнення інтересів («я хочу» персонажів). Основна відмінність драматургічного конфлікту від конфлікту в реальності полягає в тому, що суперечності завжди загострені до крайності. Конфлікт може бути глобальним (історичний, суспільний, державний і т.п.), соціальним (між соціальними, громадськими, виробничими групами) або приватним (персонами, сім'ями і т.п.). Драматургічний конфлікт виникає, розвивається і дозволяється тільки у зіткненні окремих характерів. Конфлікт — це завжди процес. Драматургічний конфлікт зобов'язаний нести в собі, крім загостреності, так само відчуття несподіванки, художньої необхідності та достовірності для глядача. Відчуття художньої необхідності виникає тоді, коли самі несподівані події, ситуації і повороти викликані діями персонажів. Відчуття достовірності досягається точної мотивацією дій персонажів.

За характером конфлікт у драматургії має два типи: антагоністичний, тобто ворожий, непримиренний (трагедія, драма) та неантагоністичний, тобто конфлікт відносно мирного характеру (драма, комедія). За змістом конфлікт поділяється на три типи: світоглядний (філософський), моральний (зустрічається переважно в психологічній драмі), соціально- побутовий.

Конфлікт розвивається в дії. Дія — це усвідомлена цілеспрямована активність, зосереджена на досягненні певної мети, а виявляється вона у словах, вчинках, тобто в драматичній дії. Чому у словах? Саме в драматичному творі, де люди борються, слово є не лише містком між двома діями — воно саме є дією, ритмізованою, поетично перетвореною, іноді незрівнянно гострішою, страшнішою, ніж дія фізична. Адже команда «стріляти» може пролунати не дуже голосно. Завдяки дієвій природі діалогу драма є, водночас, літературним твором і сценічним матеріалом.

Інтрига — складне і напружене сплетіння активних вчинків персонажів як спосіб організації сюжетної дії або фабули; виникає унаслідок гострого зіткнення інтересів і цілеспрямованої, нерідко таємної боротьби героїв. Інтрига — сукупність вчинків персонажів, що долають різного роду перешкоди і конфліктні ситуації; послідовність перипетій, несподіваних подій, надзвичайних положень і обставин, що порушують помірний розвиток дії, додають динамізму, гостроту і цікавість сюжету. Розвиток інтриги завжди супроводжується зіткненнями інтересів, заплутаними відносинами між персонажами, грою випадку і різного роду непорозуміннями, коли одна особа приймається за іншу, як в «Дванадцятій ночі» В. Шекспіра, «Весіллі Фігаро» П. Бомарше або «Ревізорі» Н.В. Гоголя). Творам, у яких є інтрига, властиві концентричні сюжети з переважанням причинно-наслідкових зв'язків, в яких провідну роль відіграють герої авантюрного плану, що домагаються своїх цілей за допомогою всіляких вивертів і хитрощі.

Розвиток інтриги визначає характер дії, рух твору, що закінчується перемогою однієї з протилежних сторін.

У творі може бути кілька інтриг — паралельних або пересічних (наприклад у «Борисі Годунові» Пушкіна інтрига В. Шуйський — Годунов, Самозванець — Марина, Самозванець — Годунов). Розвиток інтриги (або, при складній групи-

ровці персонажів, паралельних інтриг) веде або до усунення протиріч, або до створення нових протиріч. У сенсі взаємин дійових осіб інтрига може мати самий різний характер: любовна, політична, пригодницька і т. д.

Сюжет — це розвиток дій у творі, де неодмінно присутні такі елементи дії, як інтрига і колізія. Сюжетні лінії, які проходять крізь усю п'єсу і утворюють її стрижень й опору, називаються головними, а решта — побічними сюжетними лініями. Основою сюжету є конфлікт і наскрізна дія в ньому. Вони є художнім відображенням філософського закону, згідно з яким боротьба протиріч не тільки лежить в основі процесу розвитку всіх явищ, але і необхідно пронизує кожен процес від його початку до його кінця. «Драма повинна бути строго і наскрізь дієва» (Горький). Наскрізна дія — головна діюча пружина твору. Вона спрямована до загальної, центральної ідеї, до «надзавдання» твору (Станіславський). Якщо немає наскрізної дії, всі шматки п'єси існують окремо один від одного, без будь-якої надії ожити (Станіславський). Кожна наскрізна дія в органічному художньому творі має своє контрдію, яка підсилює наскрізну дію.

Тема 14. Деталь як елемент виразості.

Вузлові питання:

суб'єктивність творчої діяльності режисера, правдивість відтворення типових характерів, образне мислення автора.

Базові терміни:

деталь, характер, обставини зміст.

Пушкін писав: «... над вигадкою сльозами обіллюся». Флобер ридав, коли описував, як вмирала Емма Боварі. Мільйони глядачів проливали сльози над долею Анни Кареніної, Овда, шолоховської Аксінії. Зрозуміло, вони прекрасно знали, що мають справу з вигадкою. І в той же час вірили в нього. В перетворенні вимислу у вищу життєвість, в перевтіленні живого артиста в образ, створений уявою геніального письменника або режисера, — в цьому і полягає чудо мистецтва. Сприйняття екранного твору в якійсь мірі аналогічно процесу його створення. Об'єктивна, незалежна від людини

реальність і суб'єктивна творча діяльність режисера синтезуються в єдності. Якби мистецтво було простим відображенням дійсності, його можна було б звинуватити в тому, що з цілковитою точністю, з абсолютною повнотою воно ніколи не в змозі відтворити реальне явище. Однак мистецтво — не дзеркальне відображення, а осягнення і відкриття. Безпосереднє споглядання не може з ним змагатися. «На портреті, зробленому великим живописцем, людина більш схожа на себе, ніж на своє відображення в дагеротипі, бо великий живописець різкими рисами вивів назовні все, що таїться всередині цієї людини і що, може становити таємницю для самої цієї людини», — справедливо говорить Белінський. Портрет, написаний Брюлловим, — «вже не тільки портрет, а й художній твір, в якому схоплено не тільки зовнішню схожість, але вся душа оригіналу». Справжнє мистецтво поглиблюється в дійсність, за зовнішньою видимістю розкривається потаємне.

Режисер повинен вміти вдивлятися в життя, користуючись і «телескопом», широко охоплюючи незмірні простори дійсності, і «мікроскопом», вловлюючи найменші її характерні штрихи. Одним словом, він потребує витонченої спостережливості і надточності образного зору. У 1933 році було вперше опубліковано російською мовою лист Енгельса до англійської письменниці Маргарет Гаркнесс. Воно містило знамените визначення реалізму: «На мій погляд, — писав Енгельс, — реалізм передбачає, крім правдивості деталей, правдивість відтворення типових характерів у типових обставинах». Формула «типові характери в типових обставинах» надовго потрапила в центр уваги критиків, теоретиків та істориків культури. Однак при всьому загостреному інтересі до класичної формули залишилося зовсім в тіні зауваження про «правдивості деталей». Якось само собою склалося переконання, що «магістраллю» формули є типізація. Іншими словами, поєднання широти узагальнення з глибиною індивідуалізації як метод відтворення мистецтвом дійсності. Поряд з цією універсальною ідеєю, деталь представлялася, так сказати, периферійним моментом образного мислення. Їй приписувалася функція наочного, чуттєво відчутного підтвердження достовірності, правдивості, життєвої повноти художнього образу, всієї образної системи. В одному з листів Достоевський, наприклад, писав: «... я вивів нездоланий висновок, що письменник... повинен знати до найдрібнішої

точності (історичної та поточної) змальовувану дійсність ... Ось чому, готуючись написати один дуже великий роман («Брати Карамазови»), я і задумав зануритися спеціально у вивчення — не дійсності власне, я з нею і без того знаком, а подробиць». В даному випадку подробиці розглядаються як вкрай потрібне, але все ж лише додаток до загального глибокому знанню дійсності. Але доповнення абсолютно необхідне. Його цінність — в створенні цільної картини дійсності, невідпорно переконуючої своєю життєвістю.

Іноді деталі, що представляються в далекій перспективі загального плану уривками й окремо, потім наче самі собою групуються біля головної події і зливаються в загальному показі життя. Отже, вони необхідні для розуміння загального. Деталі, виявляється, споріднені узагальненню.

Деталь, будучи свого роду точкою, має тенденцію розширитися в коло. Має іноді мало помітне, часом зовсім непомітне, а часом дуже сильне прагнення зімкнутися з основним задумом: характерами, конфліктами, долями, — і цим надати екранному твору бажану рельєфність, закінченість, граничну виразність.

«Нескінченно малі моменти» (Л. Толстой) не зводяться до того, що режисер пильно помічає і фіксує найдрібніші порухи душі, риси характеру. Сенс і сила деталі в тому, що в нескінченно малому вміщено образне ціле. Така природа мистецтва. Приклади багатьох фільмів, що вважаються класикою, доводить про підвищене ідейно-художнє навантаження на деталь: нові художні ресурси асоціацій, зближення речей і явищ. Деталь прагне бути виділеною на перший план. Зупинити глядача, прикувати на мить цілком його увагу. Навіть вразити його. Лаконічній деталі властива потенційна тяга до змістового і образного розширення.

В.Пудовкін звертав увагу режисерів ще й на те, що їм необхідно проаналізувати явище, проникнути в його глибину, схопити деталі і водночас зрозуміти взаємну зв'язок, що поєднує окремі компоненти в органічне ціле ... Тільки в цьому випадку вдається створити ясне і яскраве зображення цього явища на екрані. А от що саме побачить художник, які зв'язки будуть їм встановлені і розкриті — залежить від особистості творця, його світогляду та світовідчуття.

Тема 15. Організація події на екрані.

Вузлові питання:

режисерський аналіз твору, акцентування подій, цілісність екранного твору.

Базові терміни

подія, сюжет, фабула, зовнішня дія, внутрішня дія.

Простежування закономірностей розгортання дії, тобто пошуків наскрізної дії, яка, власне, й виступає організуюче-змістовим стрижнем структури твору, відкриває нові можливості для режисерського аналізу будь-якої літературно-драматичної основи. Визначення початкової події — надзвичайно важливий і відповідальний момент режисерської роботи. У практичній роботі воно позначається на формуванні “шлейфу”, з яким актор починає сцену, наповнює реальним змістом запропоновані обставини, що їх присвоює собі виконавець, детермінує поведінку. Наполегливе, активне, проникнення в надра драматургічного твору має відбуватися одночасно з пошуками режисерського вирішення, тобто того шляху, способу або прийому, який режисер обере для втілення сюжету і донесення його ідеї. Сюжет, таким чином, це вся послідовність дії, як зовнішньої (що знаходить концентрований вияв у подієвості), так і внутрішньої (пов’язаної з переживаннями, душевними станами зображуваних персонажів, і взагалі всім тим, що є передумовою для визрівання події), яка художньо конкретизує і образно збагачує фабулу, розгортає її в усій повноті, виявляючи при цьому певну авторську концепцію дійсності та людини. Вихідна подія розглядається як детонатор майбутньої дії, її рушійна сила, і водночас вона встановлює закономірності використання виражальних засобів, адже стає ясно, що відтворювати, в якому порядку з’єднувати, як розставляти акценти важливості. Виникає «лакмусовий папірець», за допомогою якого автор може вивірити «на доцільність» кожен часточку творення. Точність у вирішенні цього питання дає можливість уникнути помилок, виступає певною передумовою органічності та цілісності створюваного.

Організація події на екрані.

1 . Щоб глядач зрозумів, що в дії відбулась нова подія, вона обов'язково має бути акцентована, підкреслено виявлена на екрані. У цьому випадку нова подія також стає «гачком уваги».

2 . Акцентування повинно відбуватися тільки художніми засобами з обов'язковим використанням візуальних засобів (незалежно від художньої, смислової і кількісної насиченості тексту).

3. Сила використовуваних художніх засобів повинна бути жорстко співвіднесена з ціною події.

4. Зміна події обов'язково повинна нести в собі зміну темпоритму і зміну способу подачі матеріалу (способу зйомки, атмосферно-тонального, мізансценічного, звукового рішення і т.п.).

5. Побудова події завжди має нести в собі всі елементи побудови архітекtonіки : від експозиції через кульмінацію до драматургічного повороту — розв'язки.

6. Фінальний поворот події завжди повинен стати одночасно і зав'язкою наступної події.

7. У кожній події необхідно виявити і сформулювати свій провідний мотив — основну чуттєво-емоційну тему, «зерно» події , яке буде в ньому розвиватися і загострюватися.

Зв'язки всередині епізодів і між ними можуть читатися як лінійні або мозаїчні з'єднання. Але і в тому, і в іншому випадку в основі лежать причинно-наслідкові зв'язки, в яких задіяні як логічна, так і емоційна сторони. С.Ейзенштейн і В.Пудовкін довгий час сперечалися про принципи цих зв'язків. Перший стверджував, що головний принцип — зіткнення кадрів, другий наполягав, що правильніше бачити зв'язки як зчеплення. «Виходець із кулешовської школи, він завзято відстоював розуміння монтажу як зчеплення шматків. У ланцюг. «Цеглинки». Цеглинки, рядами показували б думку. Я йому протиставив свою точку зору монтажу як зіткнення. Точка, де від зіткнення двох даностей виникає думка».

Часто екранна дія будується на основі зчеплення. Але ланцюг може бути не тільки лінійний, а і у вигляді кілець, з яких можна сплести кольчугу. «Зв'язок — з'єднання, зчеплення, злягання, співвідношення, залежність, причинне споріднення. Все, що зібрано з різних частин, але представляє одне ... послідовно розказане» (В.Даль).

В кожній кінокартині, якщо її зв'язати з покладеним в основу її сценарієм, можна розрізнити тему, сюжетну обробку теми і, нарешті, кінематографічне (екранне) образне оформлення сюжету, яке здійснено в процесі постановки режисером. Всі три моменти повинні бути органічно пов'язані між собою.

Американський режисер-документаліст Майкл Рабігер ввів для своїх студентів таке поняття, як самоінвентаризація. На наш погляд, було б не зайвим всім майбутнім режисерам скористатися його порадами, і перш ніж почати трудитися над новими проектами, провести попередній самоаналіз, відповісти на питання: що хочу відтворити на екрані, навіть і як? Максим Горький писав, що кожен раз, приступаючи до твору нового твору, він задавав собі саме ці три питання. Вони далеко не пусті, відповіді на них укладають в собі сенс творчості.

Тема 16. Режисерські завдання у роботі з актором.

Вузлові питання:

почуття і певна форма його вираження, робота режисера з актором, ланцюг дій, творче перевтілення в образ.

Базові терміни:

сюжет, запропоновані обставини, акторський штамп, органічна творчість.

Одним з найбільш шкідливих способів режисерської роботи є такий, коли режисер одразу вимагає від актора певного результату. Результатом в акторському мистецтві є почуття і певна форма його вираження (жест, інтонація). Якщо режисер вимагає від актора, щоб той негайно дав йому певне почуття в певній формі, — він вимагає результату. Але актор при всьому бажанні не може це виконати без насильства над собою. «Тут ви повинні засміятися», — каже режисер. І актор, долаючи внутрішній опір, намагається засміятися. Сміх виходить штучний, нещирий. «Тут ви повинні заплакати», — і актор щосили вичавлює з себе сльози. Виходять фальшиві, штамповані ридання. І це цілком закономірний результат. Почуття, як і зовніш-

ня форма його вираження, — результат певного процесу. Для того щоб прийти до почуття і зовнішній формі вираження, потрібно пройти певний шлях. Режисер і повинен допомогти акторові відшукати цей шлях, а не вимагати від нього відразу кінцевого результату. Якщо актор піде по вірному шляху, він і сам не помітить, як прийде до потрібного результату. Почуття і зовнішня форма його вираження виникнуть в цьому випадку зовсім мимоволі як неминучий наслідок правильної підготовки. Допомогти акторові здійснити цю підготовку — ось істинна задача режисера. В чому ж полягає ця підготовка? У тому, щоб підказати акторові не почуття і не форму його вираження, а ту дію, яка призведе актора до потрібного почуття і викличе потрібну реакцію.

Припустимо, актор повинен зіграти закохану людину. Якщо актор відразу почне грати кохання, у нього навряд що-небудь вийде. Прагнення зіграти почуття неминуче приведе його до акторських штампів. Ще гірше буде, якщо і режисер почне вимагати від нього почуття: «Любити треба! Ви її зовсім не любите!». Ось актор і намагається з усіх сил «любити». Але природа почуттів така, що чим більше людина намагається викликати в собі те чи інше почуття, тим менше шансів, що воно виникне. В цьому випадку замість почуття зазвичай народжується його сурогат — мускульний акторський темперамент, примітивний штамп, шаблонне зовнішнє зображення почуття. Зовсім інша справа, якщо актор за допомогою режисера намічає ланцюг найпростіших дій, які властиво виконувати закоханим молодим людям, і, не чекаючи ніяких почуттів, дійсно почне ці дії виконувати. Припустимо, що сюжет, запропоновані обставини, характеристика діючої особи дозволяють побудувати такий ланцюжок найпростіших людських дій:

1. Прикинусь байдужим до неї (прихована закоханість), щоб не стати предметом насмішок.
2. Уважно стежу за нею, щоб попередити будь-яке її бажання.
3. Придумаю гостроту, щоб здатися дотепним і сподобатися їй.
4. Кидаюся подати їй пальто, щоб випередити свого суперника.
5. Ловлю її погляд, щоб прочитати в ньому схвалення мого вчинку.

6. Розмовляю з іншою, щоб викликати її ревності.
7. Відмовляюся виконати її прохання, щоб покарати її.
8. Чекаю зручного моменту, щоб попросити у неї вибачення.
9. Відхожу до вікна, щоб приховати свої муки і т.п.

Не так важко виконати всі ці прості психофізичні завдання: прикидатися, приховувати, гострословити, подавати пальто, ловити погляд, відмовлятися, шукати зручний момент, відійти до вікна. Але спробуйте це зробити — і глядач повірить в вашу закоханість. Більш того, виконуючи цей ланцюг дій, ви й самі не зможете залишитися байдужим, ви мимоволі почнете хвилюватися і зрештою насправді відчуєте себе закоханим. Дія — це пастка для почуття. Тому режисер повинен вимагати від актора не зображення почуттів, а виконання певних дій.

Висновки

1. У сучасній екранній культурі є два види продукції. У першому випадку ми маємо справу з вигаданою реальністю, існуючою спочатку в уяві авторів, а потім відтвореною на екрані. У другому — матеріалом служить навколишня дійсність. Але в обох випадках автори осмислюють матеріал в образній формі, розкривають свої світогляд, світовідчуття, філософію. Кінематограф поряд з відтворенням образів життя, також і трансформує їх. Своєрідність авторського погляду на світ обумовлює вибір виразних засобів.

2. Для вірного і глибокого уміння відтворити задум автора величезне значення мають запропоновані обставини. Найважливіший етап народження режисерського задуму — визначення вихідної запропонованої обставини, того середовища, незмінного протягом усього розвитку п'єси, яка «вагітна» проблемою твору.

Творчість починається з припущення «якби» і отримує свій подальший розвиток і конкретизацію в запропонованих обставинах. Система К.С. Станіславського будується не на вивченні кінцевих результатів творчості, а на з'ясуванні причин, що породжують той чи інший результат.

3. Автор утілює свій задум за допомогою героїв, персонажів, дійових осіб. Категорії персонажів: головний, другоряд-

ний або епізодичний. Для характеристики образу персонажу треба зібрати весь розрізнений матеріал, систематизувати його, згрупувати в єдине ціле.

Наполегливе, активне, проникнення в надра драматургічного твору має відбуватися одночасно з пошуками режисерського вирішення, тобто того шляху, способу або прийому, який режисер обере для втілення сюжету і донесення його ідеї.

4. Подія — основа будь-якого сюжету. Режисер повинен глибоко вивчити весь ланцюг діючих фактів сценарію. Оцінити факти — означає знайти ключ для розгадки багатьох таємниць «життя людського духу» ролі, схованих під фактами. Основна задача первісного періоду — зрозуміти основні події, не відволікаючись на дріб'язки, що можуть повести убік, зрозуміти, у чому дія і контрдія, тобто визначити на основі глибокого аналізу драматургічний конфлікт. У сюжеті дуже важлива мотивування подій, тобто обумовленість кожної наступної події попередньою.

5. Конфлікт — основна рушійна сила твору. У конфлікті розкривається характер, сутність персонажів. Наскрізна дія у драматургічному творі проявляється як процес розвитку конфлікту в його становленні. Інтрига — складне і напружене сплетення активних вчинків персонажів як спосіб організації сюжетної дії або фабули. Розвиток інтриги визначає характер дії, рух твору, що закінчується перемогою однієї з протилежних сторін

6. Показ характерів, обставин неможливий без деталей. Деталі властива потенційна здатність до образно-сміслового розширення змісту екранного твору. Деталі надають екранному твору бажану рельєфність, закінченість, граничну виразність.

7. Наполегливе проникнення в надра драматургічного твору має відбуватися одночасно з пошуками точного режисерського вирішення. Подію на екрані необхідно акцентувати різними виразними засобами. Ретельна режисерська розробка є певною передумовою органічності та цілісності створюваного екранного твору.

8. Почуття, емоційна реакція — результат зіткнення дій людини з навколишнім середовищем. Якщо актор добре зрозуміє і відчусь ту мету, до якої прагне в даний момент його герой, і почне цілком серйозно, з вірою в правду вимислу,

виконувати певні дії, щоб досягти цієї мети, — потрібні почуття самі собою почнуть до нього приходити і всі його реакції будуть вільними і природними. Режисер повинен вміти підказати акторові не почуття, а вірну дію. Виконуючи вірно знайдені дії в запропонованих обставинах, актор знаходить вірне самопочуття, необхідне до творчого перевтілення в образ. Підказуючи акторові потрібні дії, режисер спрямовує його на єдино правильний шлях органічної творчості.

Контрольні запитання з дисципліни

1. Взаємозв'язок змісту і форми в екранному мистецтві.
2. Характеристика первинного етапу відображення дійсності.
3. Еволюція зображення дійсності на екрані.
4. Метод відображення у створенні екранної реальності.
5. Роль обставин у створенні сюжету.
6. Типологія обставин.
7. Рівні обставин.
8. Герой — основна дійова особа в творі.
9. Методика аналізу взаємовідношень між персонажами під час розвитку конфлікту в драматургічному творі.
10. Початковий період аналізу твору: основні етапи.
11. Аналіз у роботі режисера і актора.
12. Подія як основа сюжету.
13. Організація події на екрані.
14. Конфлікт — основа сюжетного задуму.
15. Інтрига як засіб концентрації уваги за розвитком перебігу подій.
16. Деталь як важливий елемент виразності в екранному творі.
17. Аналітична діяльність в роботі режисера.
18. Організація події на екрані.
19. Почуття і зовнішня форма його вираження як результат режисерської роботи і певної підготовки актора.
20. Режисерські завдання у показі почуттів актором.

Термінологічний словник

Герой (грец. святий,богатир) – це тип літературного персонажу, виразник сюжетної дії, яка розкриває зміст творів, наділений певними героїчними рисами.

Герой ліричний – образ особи, що постає в уяві читача на основі сприйняття виражених почуттів, переживань, роздумів у тексті поетичного твору.

Деталь художня – виразна подробиця у творі, за допомогою якої автор підкреслює характерну ознаку змалюваної ним картини життя чи характеру персонажа, що вирізняє їх серед інших і надає можливості зрозуміти їх значення в загальному контексті твору, в розкритті задуму. Деталі можуть викликати певні асоціації, символізувати явища, готувати до розуміння образу, створювати відповідний настрій тощо.

Діалог – розмова двох або більшої кількості осіб.

Дійова особа («той, хто діє») – це образ широко і всебічно зображений, наділений яскравими характеристиками, окреслений взаєминами з довкіллям, зв'язками з соціальним, національним та історичним контекстом. По-іншому, це образ в літературному творі, який є носієм точки зору письменника на дійсність, на самого себе.

Драматизм – загострена напруженість дії в художньому творі.

Інтерпретація – тлумачення тексту літературного твору, роз'яснення його головної думки, композиції, системи образів тощо.

Інтонація – основні виражальні засоби мовлення, які дають можливість передати емоційне ставлення до певної події, до якогось явища чи співрозмовника.

Інтрига – підступні дії, що приховано спрямовані проти якоїсь особи або групи людей; є засобом створення сюжетної напруженості в літературному творі.

Лейтмотив – конкретний образ, головна думка, визначальна інтонація, часто згадувана художня деталь, ключова для розкриття задуму автора.

Мотив – тема ліричного твору, змістовий компонент художнього твору, що визначає вчинки, переживання і роздуми персонажів.

Образ-тип (грец. – зразок, відбиток) – це тип художнього образу, в якому чуттєвий образ є формою вияву такої ідеї,

яка певним чином розширює та узагальнює зміст одиничного предмета, у ньому змальованого і не виходить за його межі.

Образ-персонаж — це дійові особи твору, з якими пов'язані розгортання сюжету, розвиток конфлікту, його розкриття. Прийоми творення образів-персонажів: портретна характеристика, опис зовнішності; розповідь про вчинки, поведінку героя в певних обставинах; зображення внутрішнього світу героя, його мрій, прагнень, бажань та почуттів; стосунки з іншими героями-персонажами, їхні відгуки про героя, та характеристики; пряма авторська характеристика; самохарактеристика героя; мова персонажа.

Персонаж (лат. *persona* — роль, особа) — це діюча особа, істота художнього (мистецького) твору, постать людини, з особистісними моральними, ідеологічними якостями, зображена письменником у художньому творі, загальна назва будь-якої дійової особи.

Підтекст — прихований зміст висловлювання, образу чи ситуації в художньому творі.

Сюжет — організація системи подій у художньому творі. Елементи сюжету: експозиція, зав'язка, розвиток дії, кульмінація, розв'язка.

Характер (грец. *χαρακτήρ* — відмітна риса, ознака, особливість) — це образ людини, відтворений глибоко і переконливо.

Додаток.

Методичні рекомендації до практичних, індивідуальних занять та самостійної роботи студентів.

Практичні заняття

Практичні заняття мають на меті допомогти студентам систематизувати знання по темі та навчити застосуванню їх на практиці. Всі практичні заняття проходять під керівництвом викладача, усі етапи творчого процесу проходять за його безпосередньої участю.

Практичне заняття 1. Перегляд і аналіз екранізацій віршу.

Мета: робота режисера у досягненні емоційного впливу екранного твору на глядача.

Методика виконання.

1. Проаналізувати літературну основу екранної роботи.
 2. Виявити використані засоби виразності в екранізації віршу.
 3. Проаналізувати ефективність використання екранних засобів виразності.
- Література [12,16,19,21].

Практичне заняття 2. Відбір літературної першооснови для екранізації.

Мета: обрати твір для подальшої роботи над його екранізацією на 3 курсі.

Методика виконання.

1. Вивчення особистості автора та умов створення твору.
2. Аналіз основного змісту твору.
3. Визначити особливості авторського стилю.

Література [3,4,5,6,7,19,22].

Практичне заняття 3. Зображально-звукове рішення екранного твору.

Мета: посилити вербальну інформацію за допомогою звукової складової екранного твору на глядача.

Методика виконання.

- Сформулювати і обґрунтувати власний режисерський задум.
 - Виявити найбільш важливі за змістом епізоди.
 - Розробити принципи зображального рішення.
4. Обрати доцільні музичні, звукові засоби виразності для акцентування глядацької уваги.

Література [8,10,11,15,20].

Практичне заняття 4. Аналіз практичних робіт, створених на оригінальному матеріалі.

Мета: сформувати уміння створення певної екранної форми.

Методика виконання.

1. Переглянути попередні практичні роботи за темою.
2. Виявити проблемні питання у сюжетотворенні та формуванні.

3. Проаналізувати типові помилки.

Література [8,9,10,11,13,14].

Практичне заняття 5. Уточнення задуму режисерського етюдю на оригінальному сценарному матеріалі.

Мета:закріпити аналітичну діяльність над екранною драматургією.

Методика виконання.

1. Обґрунтувати тему екранної роботи, визначити цільову аудиторію.

2. Визначити ролі персонажів, коло обставин, конфлікт.

3. Перевірити вибудову драматургічної структури на логіку послідовності розвитку дії.

Література [8,13,14,18,20].

Практичне заняття 6. Підготовка до знімального періоду режисерського етюдю на оригінальному сценарному матеріалі.

Мета:сформулювати вміння самостійної роботи на знімальному майданчику.

Методика виконання.

- Підготувати «Постановочний проект екранного твору».

- Створити календарно-постановочний план виробництва екранного проекту.

Література [10,11,12,14].

Практичне заняття 7. Аналіз і оцінка відзнятого матеріалу.

Мета: знайти максимально виразне звуко-зорове рішення у досягненні емоційного впливу екранного твору на глядача.

Методика виконання.

1. Оцінити творчу і технічну якість вихідного матеріалу.

1. На основі обраних дублів створити монтажний лист.

2. «Чорновий» монтаж відзнятого матеріалу.

3. Перевірка темпо-ритмічної побудови екранного твору.

4. Перевірка доцільності використаних засобів звукової та зображальної виразності.

5. Чистовий монтаж екранного твору.

Література [10,12,16,17,19,21,22].

Практичне заняття 8. Почуття і зовнішня форма його вираження на екрані.

Мета: аналіз власного досвіду режисерської роботи з актором.

Методика виконання.

- Переглянути практичні роботи студентів.
 - Проаналізувати окремі епізоди з точки зору режисерських завдань і акторського перевтілення.
 - Запропонувати різні варіанти дій для органічного акторського перевтілення.
- Література [1,8,11,14,20].

Індивідуальні заняття

Індивідуальне заняття 1. Специфіка роботи режисера над екранізацією вірша.

Мета: визначити особливості творчого завдання режисера у роботі над створенням екранізації вірша.

Індивідуальне заняття 2.Режисерський аналіз майбутнього екранного твору.

Мета:аналітична діяльність в роботі над екранним твором.

Індивідуальне заняття 3. Виразні засоби створення атмосфери у кадрі.

Мета: визначити доцільні засоби звукової та зображальної виразності.

Індивідуальне заняття 4. Затвердження власної творчої заявки режисерського етюду.

Мета: сформувати первинні навички роботи з авторським матеріалом.

Індивідуальне заняття 5. Підбір музичного оформлення екранного твору.

Мета: визначити звукову партитуру режисерського етюду.

Індивідуальне заняття 6.Робота режисера з актором на знімальному майданчику.

Мета: визначити особливості роботи актора перед телевізійною камерою.

Індивідуальне заняття 7.Уточнення режисерського задуму етюду.

Мета: доречно використовувати виразні екранні засоби та музично-шумовий ряд.

Індивідуальне заняття 8. Форми режисерських завдань.

Мета: переваги спілкування режисера з актором за допомогою словесного пояснення, режисерського показу.

Самостійна робота

Самостійна робота 1. Опрацювання рекомендованої літератури з теми.

Мета: проаналізувати еволюцію документування дійсності в екранних мистецтвах від «зображення» до «відображення».

Питання: відображення дійсності в екранних мистецтвах.

Методика виконання.

1. Переглянути на вибір фільми, що стали класикою світового кінематографа.

2. Визначити елементи вибудови змісту та форми на основі суб'єктивного бачення режисера.

Література [3,4,5,6,7,8,10,12,19].

Самостійна робота 2. Аналітична робота режисера над літературною першоосною.

Мета: детальний аналіз літературної першооснови у роботі режисера.

Питання: придатність матеріалу для подальшої екранізації.

Методика виконання.

1. Проаналізувати тему, ідею, конфлікт твору.

2. Обрати засоби екранної виразності ключових епізодів твору.

Література [8,10,11,20].

Самостійна робота 3. Виразні складові екранного образу.

Мета: виявити основні виразні елементи майбутньої екранної роботи.

Питання: аудіовізуальне мислення автора.

Методика виконання.

1. Визначити тему, ідею, конфлікт майбутньої екранної роботи.

2. Обґрунтувати вибір виразних засобів з точки зору можливостей режисерської інтерпретації.

Література [8,10,12,13,16,17].

Самостійна робота 4. Аналітична діяльність в роботі над екранним твором.

Мета: аналіз режисерського задуму майбутнього екранного твору.

Питання: розробка режисерського задуму на життєвому матеріалі.

Методика виконання.

1. Обґрунтувати тему, актуальність екранної роботи, визначити цільову аудиторію.

2. Сформулювати і деталізувати власний режисерський задум.

Література [9,13,14,15,18].

Самостійна робота 5. Пошук творчої групи, виконавців, локацій.

Мета: вдосконалення творчих та організаційних якостей режисера.

Методика виконання

1. Разом з оператором визначити місця для натурних та інтер'єрних зйомок, провести проби, створити схеми освітлення.

2. Разом з художником створити ескізи, підібрати необхідний реквізит

Література [9,10,12,21].

Самостійна робота 6. Перевірка творчої групи до знімального періоду.

Мета: вдосконалити фахові якості керівника творчої групи.

Питання: творчі та організаторські якості режисера.

Методика виконання.

1. Узгодити з членами творчої групи терміни знімального періоду.

2. Підготувати і перевірити необхідні технічні засоби.

3. Перевірити наявність необхідного реквізиту.

Література [11,16,17,19,21].

Самостійна робота 7. Аналіз роботи режисера над створенням екранного твору.

Мета: оцінювання проведеної роботи, рівня режисерської майстерності.

Питання: аналіз творчої якості власної практичної роботи.

Методика виконання.

1. Аналіз зображального ряду екранного твору.

2. Аналіз музично-звукового ряду екранного твору.

3. Аналіз співвідношення вербального і візуального ряду.
Література [3,4,5,6,12,19,21].

Самостійна робота 8. Розкриття творчої індивідуальності актора.

Мета: розвивати і вдосконалювати акторські фарби, підказати форми виявлення, спрямовувати і організовувати його творчість, здійснюючи таким чином основну свою режисерську функцію.

Питання: інструменти режисерської майстерності.

Методика виконання.

- Визначити основні засоби творчого спілкування режисера з актором.

- Обрати самостійне творче рішення задля розкриття істотної сторони образу в залежності від творчих можливостей актора.

- Заразити актора потрібним для даної ролі темпераментом, уявляючи його на пошуки таких особливостей зовнішньої характерності образу, як хода, манера говорити, жестикулювати, рухатися і т.п., надавши акторові повну можливість самостійно розпорядитися отриманим матеріалом при вирішенні того чи іншого конкретного моменту ролі.

- Література [1,8,9,10,11,22].

Рекомендована література

Основна

1. Гипшиус С.В. Актерский тренинг. Гимнастика чувств / С.В. Гипшиус. — СПб.: Прайм-Еврознак, 2007. — 377 с.

2. Горпенко В.Г. Кіносценарій як специфічна форма організації дії / В.Г. Горпенко. — К., 1999. — 21 с.

3. Горпенко В.С. Монтажене кадрозчеплення / В.С. Горпенко. — К., 1999. — 73с.

4. Горпенко В.С. Телевизійна специфіка цвета. Цвето-музыка / В.С. Горпенко. — К, 1999. — 68 с.

5. Горпенко В.Г. Функції кольору в кіно та телебаченні / В.С. Горпенко. — К, 1999. — 55 с.

6. Горпенко В.Г. Архітектоніка кадру. Кадр, Монтаж / В.С. Горпенко. — К, 1997. — 231 с.

7. Горпенко В. Г. Монтаж: кино, телевидение / В.Г. Горпенко. — К., 2004. — 271 с.

8. Гужва В.К. Уроки режиссуры / В.К. Гужва. — Х.: Л.М., 2012. — 122 с.

9. Ершов П.М. Режиссура как практическая психология / П.М. Ершов. — М., Мир искусства, 2010. — 158 с.

10. Ілляшенко В. Книга режиссури / В.Ілляшенко. — К.: Вік, 2002. — 144 с.

11. Кнебель М.О. О действенном анализе пьесы и роли / М.О. Кнебель. — М.: ГИТИС, 2005. — 73 с.

12. Медынский С.Е. Компонуем кинокадр / С.Медынский. — М.: Искусство, 1992. — 241 с.

13. Нехорошев Леонид. Драматургия фильма : Учебное пособие / Л.Нехорошев. — М. : ВГИК, 2009. — 342 с.

14. Поламышев Александр Мастерство режиссера Действенный анализ пьесы / А.М. Поламышев. — М.: Просвещение, 1982. — 224 с.

- Соколов, Алексей Георгиевич. Монтаж: телевидение, кино, видео: учебник. Ч. 1 / А. Г. Соколов. — М. : [Изд. А. Дворников], 2005. — 241с.

- Соколов, Алексей Георгиевич. Монтаж: телевидение, кино, видео: учебник. Ч. 2. / А. Г. Соколов. — М. : [Изд. А. Дворников], , 2007. — 208с.

- Соколов, Алексей Георгиевич. Монтаж: телевидение, кино, видео: учебник. Ч. 3 / А. Г. Соколов. — М. : [Изд. А. Дворников], , 2003. — 205с.

- Туркин В.К. Драматургия кино. Очерки по теории и практике киносценария: Учебное пособие / В.К. Туркин — 2-е изд. — М.: ВГИК, 2007. — 320 с.

19. Утилова, Наталия Ивановна. Монтаж: Учеб. пособие для студентов вузов/ Н.И. Утилова — М.: Аспект Пресс, 2004. — 167 с.

20. Цветков Всеволод Иванович. Основы классической режиссуры: Учеб.пособие / В.И. Цветков. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2002. —272с.

21. Ширман Р. Н. Телевізійна режиссура. Майстер-клас. — К.: ЗАТ „Телерадіокур`ер“, 2004. — 200с.

22. Ширман Р.Н. Алхимия режиссуры / Р.Ширман. — К.: ТРК, 2006. — 432 с.

Додаткова

1. Ждан В.Н. Введение в эстетику фильма / В.Н. Ждан. — М., Искусство, 1972. — 328 с.
2. Макки Роберт. История на миллион долларов: мастер-класс для сценаристов / Роберт Макки; пер. с англ. — 4-е изд. — М.: Альпина нон-продакшн, 2012. — 456 с.
3. Новиков А.А. Телевидение и театр — пересечения закономерностей / А.А. Новиков. — М., 2004, 174 с.
4. Чубасов В.Л. Введение в специальность «Кинотелемастерство» / В.Л. Чубасов. — К., 2005. — 483 с.
5. Эблан Дэн. Цифровая съемка и режиссура / Д.Эблан. — С.Пб., «Вильямс», 2003. — 216 с.

Інформаційні ресурси

1. Книги і методичні матеріали . — [Електрон. ресурс]. — Режим доступу:
URL: <http://www.twirpx.com/files/journalism/foundations/>
2. Учбова література з драматургії — [Електрон. ресурс]. — Режим доступу: URL: <http://www.kinodrama.com/учебная-литература/>
3. Література для режисерів — [Електрон. ресурс]. — Режим доступу:
URL: <http://monolog.com.ua/>.
4. Інтернет-видання «Телекритика» [Електрон. ресурс]. — Режим доступу: URL: <http://www.telekritika.ua>
5. Учбова література і аналітичні матеріали [Електрон. ресурс]. — Режим доступу: URL: <http://www.eartist.narod.ru/>
6. Станіславський К.С. Работа актера над собой. — [Електрон. ресурс]. — Режим доступу: URL: <http://bookz.ru/authors/stanislavskii-ks/akter/1-akter.html>.
7. Станіславський К.С. Работа актера над ролью. — [Електрон. ресурс]. — Режим доступу: URL: http://az.lib.ru/s/stanislavskij_k_s/text_0080.shtml.
8. Сюжет художнього твору. — [Електрон. ресурс]. — Режим доступу: URL: <http://www.ukrlit.vn.ua/info/criticism/subject.html>

НАВЧАЛЬНЕ ВИДАННЯ

РЕЖИСУРА АУДІОВІЗУАЛЬНИХ ТВОРІВ

Навчальний посібник: Частина 1. Частина 2.
до курсу «Режисура аудіовізуальних творів»

для студентів 1 та 2 курсів спеціальності 021

Петрова О.П.
Фарафонов Б.Я.
Міславский В.Н.
