

ქ.ე. ც.ა.ი.ე.
(საერთაშორისო)

სატელევიზიო რეპორტაჟი

პრაქტიკული სახელმძღვანელო
პროფესიონალებსათვის



ქ.ე. ც.ა.ი.ე. "საერთაშორისო"
INTERNEWS GEORGIA
საერთაშორისო
2001

წინამდებარე სახელმძღვანელო გამოიცა ამერიკის შეერთებული შტატების საერთაშორისო განვითარების სააგენტოს, ფონდ „ევრაზიისა“ და ფონდ „ღია საზოგადოება – საქართველოს“ ფინანსური დახმარებით

სახელმძღვანელოში მოცემული თვალსაზრისი და შეფასებები ეკუთვნის ავტორს და არ გამოხატავს გამომცემლის ან დამფინანსებლების აზრს.

This publication is supported by the United States Agency for International Development, Eurasia Foundation and Open Society – Georgia Foundation

The views expressed in this publication are those of the author and do not necessarily reflect the views of the publisher or the funders

© 2001 INTERNEWS GEORGIA

All rights reserved. No part of this publication may be photocopied, recorded or otherwise reproduced, stored in a retrieval system or transmitted in any form or by any electronic or mechanical means without prior permission of the copyright owner and publisher.

ISBN 966-7048-10-1

© 2001 ფონდი «ინტერნიუსი»

ყველა უფლება დაცულია. წინამდებარე გამოცემა არ შეიძლება იქნეს, მთლიანად ან ნაწილობრივ, კომპიუტერული, ჩაწერილი მაგნიტურ მატარებლებზე, ან აღდგენილი სხვა რაიმე სახით, შენახული ინფორმაციის დამუშავების სისტემაში და აგრეთვე გადაცემული ნებისმიერი ელექტრონული ან მექანიკური ხერხით გამომცემლის და საავტორო უფლებების მფლობელის წინასწარი ნებართვის გარეშე.

**Paul Steinle
University of Miami
School of Communications
PO Box 248127
Coral Gables, FL 33124-2030**



ფონდი "ინტერნიუსი"
თბილისი, 380062
ჭავჭავაძის გამზ., 74,
მე-6 სართული,
საქალაქმშენბროექტის
შენობა.

ტელ.: (+995 32) 25-38-60/61/62/63
ფაქსი: (+995 32) 25-38-65
ელ. ფოსტა: office@internews.ge

სარჩევი

შესავალი	7
I ტელეშურნალისტიკის ძირითადი ასპექტები	9
1.1 საზოგადოებრივი ინტერესებისათვის სამსახური	9
1.2 სიზუსტე მაყურებელთან პარტნიორული ურთიერთობის საფუძველია	9
1.3 სიცხადე მასალის გადმოცემაში	10
1.4 მონტაჟი	12
1.5 გუნდური მუშაობა და ურთიერთობები გუნდის წევრებს შორის	13
1.6 პასუხისმგებლობა	14
1.7 პროფესიული პრინციპები	14
II მოვლენის ადგილზე მუშაობა: გადასვლითი ჯგუფი	15
2.1 რეპორტიორი ლიდერის როლში	15
2.2 პარტნიორობა	15
2.3 სპეციფიკური მოთხოვნები	16
2.4 ოპერატორის დამოუკიდებელი მუშაობა	17
2.5 აპარატურის ტექნიკური შესაძლებლობები	18
2.6 მიკროფონები	18
2.7 რეპორტიორი პროდიუსერის როლში გადაღების ადგილზე	19
III საბანგებო ახალი ამბავის მიწოდება	20
3.1 სამისამართო (მისანიშნებელი) ხედი	20
3.2 მსხვილი ხედი	21
3.3 გადასაფარი კადრები	22
3.4 დეტალები მოვლენის ადგილის შესახებ	23
3.5 პანორამა	24
3.6 ინტერვიუები მოვლენის მონაწილეებთან და თვითმხილველებთან	24
3.7 ძირითადი მომენტები	25
3.8 დამამთავრებელი კადრი	26
3.9 არ შეწყვიტოთ ურთიერთკავშირი	27
3.10 შეგიძლიათ თუ არა თქვენი სიუჟეტის შინაარსის გადმოცემა?	27
IV ტელენარკვევი	29
4.1 ტელენარკვევის სცენარი	30
4.2 ვიდეოტექნიკის გამოყენების ეფექტურობა	31
4.3 ვიდეომასალის შერჩევა	31
4.4 ვიდეომეტაფორები	33
4.5 კონსულტაციები გუნდის წევრებს შორის	35

V ინტერვიუ	36
5.1 თვისობრივი ფუნქცია	36
5.2 რაოდენობრივი ფუნქცია	37
5.3 თვალსაზრისი	37
5.4 მოვლენების ადამიანური ასპექტი	38
5.5 მოვლენის აღწერა	39
5.6 უნიკალური მანერით თხრობა	39
5.7 პიროვნების შეცნობის საშუალება	39
5.8 დაადასტურეთ ინფორმაციის წყაროს უტყუარობა	40
5.9 საუბარი თანასწორ დონეზე – გვერდი აუარეთ ოფიციალურ პირებს	40
5.10 »რა გრძნობა გეუფლებათ?“	41
5.11 მაქსიმალურად მოკლედ	42
5.12 გჭირდებათ თუ არა ინტერვიუ?	43
VI ინტერვიუს ტექნოლოგია	44
6.1 შეამზადეთ რესპონდენტი	44
6.2 განმეორებითი კითხვებისთვის მომზადება	45
6.3 ნუ დასვამთ უხეშ კითხვებს	46
6.4 არა უმეტეს ერთი კითხვისა ერთ ჯერზე	46
6.5 მიეცით რესპონდენტს საკუთარი აზრის გამოთქმის საშუალება	47
6.6 არ მისცეთ რესპონდენტს პასუხისთვის თავის არიდების საშუალება	47
6.7 გაიმეორეთ შეკითხვები	46
6.8 გამოიყენეთ რესპონდენტის პაუზა	48
6.9 თავი აარიდეთ კითხვებს, რომლებზედაც შეიძლება გიპასუხონ ერთი სიტყვით – “დიახ” ან “არა”	49
6.10 რესპონდენტი უნდა ხვდებოდეს, რომ თქვენ დასვით შეკითხვა	49
6.11 დაეხმარეთ რესპონდენტს, რომ ნორმალურად გამოიყურებოდეს	50
6.12 უფროთხილდით ყურადღების გამფანტავ მოძრაობებს	51
6.13 დაეხმარეთ რესპონდენტს, თუ მას ლაპარაკისას ენა ებმის	51
6.14 მიმართეთ თითოეულს ცალ-ცალკე	52
6.15 «გსურთ, რომ გამოჩნდეთ ტელეეკრანზე?»	52
6.16 ინტერვიუ პირდაპირ ეთერში – ყველა რჩება თავის ადგილზე	53
6.17 დაუსვით სტანდარტული დამამთავრებელი კითხვა	53
6.18 მას შემდეგ, რაც კამერა გამოირთვება	54

VII ვიდეოგადაღების ტექნიკა	55
7.1 ისტორიების თხრობა	55
7.2 ოპერატორის ამოცანა	56
7.3 აქტიური ოპერატორი	56
7.4 ვიდეოგამოსახულების ენა	57
7.5 სიუჟეტისათვის აუცილებელია დასაწყისი, შუაგული და დასასრული	58
7.6 ოპერატორი ყურნალისტის როლში	58
7.7 კადრის კომპოზიცია	59
7.8 მიკროფონით მუშაობა	59
7.9 ერიდეთ “ზუმისა” და პანორამების გამოყენებას	60
7.10 უფრთხილდით კაშკაშა მზის სინათლეს	60
7.11 მოძრაობის მიმართულება ეკრანზე	61
7.12 მსხვილი ხედი	61
7.13 დამამთავრებელი კადრები	61
VIII მოქვეით ყველაფერი ისე, როგორც არის	62

შესავალი

წინამდებარე პრაქტიკული სახელმძღვანელოს მიზანია ტელერეპორტიორებისა და ოპერატორების შრომის ნაყოფიერების მაქსიმალურად ამაღლება.

სახელმძღვანელო განკუთვნილია ორივე სპეციალობის თანამშრომელთათვის, რადგან ხშირად ინფორმაციის მოპოვებისას, გადაღებებისას, დამონტაჟებისას და სიუჟეტების საეთეროდ გამზადებისას რეპორტიორისა და ოპერატორის საქმიანობა განუყოფელია. გარდა ამისა, ბევრ ტელეკომპანიაში ჟურნალისტები ორივე სამუშაოს ითავსებენ.

სახელმძღვანელო შეიცავს პრაქტიკულ რჩევებს, რომლებიც ხელს შეგიწყობთ საუკეთესო შედეგების მიღწევაში. იგი დაგეხმარებათ პროფესიული ცოდნის გაღრმავებაში და გააცნობთ ტელერეპორტაჟის შექმნის ცალკეულ დეტალებს.

წინამდებარე სახელმძღვანელოს ძირითადი მიზანია რეპორტიორებისა და ოპერატორებისათვის სამუშაოს გაადვილება და მათი მუშაობის ეფექტურობის ამაღლება.

I

ტელეჟურნალისტიკის ძირითადი ასპექტები**1.1 საზოგადოებრივი ინტერესებისათვის სამსახური**

ამერიკის შეერთებული შტატების 1927 წლის «ფედერალური კანონი რადიოს შესახებ» სამაუწყებლო კომპანიების მისიად მიიჩნევს «საზოგადოების ინტერესებისთვის, მისი მოთხოვნილებებისა და საჭიროებებისათვის» სამსახურს. ამერიკაში სამაუწყებლო ლიცენზიის გაცემის ერთ-ერთ საფუძვლად დღესაც ეს მიზანი რჩება.

საინფორმაციო პროგრამების მომზადება და გადაცემა ბევრი ტელეკომპანიის ყოველდღიური საქმიანობის ძირითადი ნაწილია. სატელევიზიო ახალი ამბები ორიენტირებული უნდა იყოს მრავალფეროვან აუდიტორიაზე – თქვენს მაყურებელზე. რეპორტიორის ამოცანაა მაყურებლისათვის შინაარსობრივად გამართული და სასარგებლო ინფორმაციის მიწოდება.

- მაყურებელი ამ ინფორმაციას უნდა საჭიროებდეს, რომ თავი კარგად ინფორმირებულად იგრძნოს;
- მაყურებელს უნდა სურდეს ამ ინფორმაციის მიღება.

1.2 სიზუსტე მაყურებელთან პარტნიორული ურთიერთობის საფუძველია

იმისათვის, რომ მოიპოვოთ და შეინარჩუნოთ მაყურებლის ნდობა და შექმნათ თქვენდამი ლოიალური აუდიტორია, რეპორტაჟი სარწმუნო უნდა იყოს.

რეპორტაჟში მიწოდებული ინფორმაცია უნდა იყოს ზუსტი და დასაბუთებული, რათა მაყურებელთან შეძლოთ პარტნიორული ურთიერთობების დამყარება.

მაყურებლის ნდობის მოსაპოვებლად რეპორტიორმა უნდა გადმოსცეს მხოლოდ შემოწმებული ფაქტები. თქვენი ამოცანაა იმ ძირითადი მასალის შეგროვება, რომელიც უშუალოდ უკავშირდება გასაშუქებელ თემას, და მაყურებლისათვის მიწოდება ინფორმაციის წყაროს მითითებით.

მაყურებლის ნდობის შესანარჩუნებლად რეპორტიორი ინფორმაციის მოპოვებასა და გადაცემას ყოველგვარი მიკერძოების გარეშე უნდა მიუდგეს.

აუდიტორიის ნდობით აღჭურვილი საინფორმაციო სამსახურები ჭორებს არ გადასცემენ და არ მარჩიელობენ იმაზე, თუ რა შეიძლება მომხდარიყო. მაყურებელი ვერ ენდობა ჭორებს, რადგან ჭორი უმეტეს შემთხვევაში არადამაჯერებლად ჟღერს; ვერ ენდობა საექვო ინფორმაციასაც, რადგან უმეტეს შემთხვევაში მოვლენები ისე არ ვითარდება, როგორც ეს ერთი შეხედვით ჩანს.

1.3 სიცხადე მასალის გადმოცემაში

მაყურებლის მიერ მასალის კარგად აღქმის მიზნით, რეპორტაჟი გასაგებად უნდა ჩამოყალიბდეს. ეს ძალიან მნიშვნელოვანი მოთხოვნაა. სიცხადის გარეშე ტელერეპორტაჟის სხვა ასპექტები აზრს კარგავს.

სატელევიზიო რეპორტაჟები იმდენად გარკვევით უნდა იყოს დაწერილი, გადაღებული და გადმოცემული, რომ ერთი ნახვით აღიქმებოდეს.

თქვენ, როგორც ტელეჟურნალისტს, უმეტეს შემთხვევაში, მხოლოდ ერთხელ გაქვთ შესაძლებლობა მიმართოთ

მაცურებელს, რადგან მას არ შეუძლია, ხელმეორედ იხილოს თქვენი სიუჟეტი. ამიტომ, ძირითადი მოთხოვნებია: ცხადი, გარკვეული სტილი და ლოგიკური მონტაჟი.

ავტორის კომენტარი უნდა იყოს ადვილად გასაგები და კარგად ჩამოყალიბებული.

რეპორტიორის ლექსიკა უნდა იყოს ზუსტი და ადვილად გასაგები.

არტიკულაცია უნდა იყოს მკვეთრი.

სიუჟეტის ტემპი და რიტმი მაცურებელს საშუალებას უნდა აძლევდეს, მიჰყვეს თხრობას ყურადღების გაფანტვის გარეშე.

ინტონაცია უნდა ესადაგებოდეს სიუჟეტის შინაარსს.

ბუნებრივი ხმა და გამოსახულება უნდა ავითარებდნენ და აძლიერებდნენ სიუჟეტის შინაარსს და აადვილებდნენ მის აღქმას.

ყველა ამ ელემენტის – კომენტარის, ლექსიკის, ინტონაციის, ტემპის, ბუნებრივი ხმისა და გამოსახულების – მოხერხებული შერწყმა უზრუნველყოფს სატელევიზიო რეპორტაჟის მთლიანობას.

თუ ერთ-ერთი ამ ელემენტთაგანი არ შეესაბამება მთელ მასალას, საბოლოო ჯამში მაცურებელმა შეიძლება არასწორად გაიგოს სიუჟეტი.

ტელეჟურნალისტმა უნდა შეისწავლოს პროდიუსერის საქმიანობა – ეს აუცილებელია თითოეული სიუჟეტის საეთეროდ მომზადებისათვის; ჟურნალისტური ხელოვნება – აუცილებელია იმ ფაქტებისა და ვიდეომასალების მოსაპოვებლად, რომლებიც შემდეგ ერთ სიუჟეტად შეიკვრება. მან უნდა აითვისოს მთხრობლის ხელოვნებაც,

საეთერო მასალის მაყურებლისათვის მისაწოდებლად.

1.4 მონტაჟი

მონტაჟი გულისხმობს მოვლენის ყველაზე მნიშვნელოვანი ნაწილის ამორჩევასა და რეალური დროის შეკვეცას. ჩვენ იშვიათად ვუჩვენებთ მოვლენებს სრული სახით – წინააღმდეგ შემთხვევაში საინფორმაციო გამოშვებები გაგრძელდებოდა არა რამდენიმე წუთის, არამედ რამდენიმე საათის განმავლობაში.

ვიდეომონტაჟი თავისი არსით ტექსტის რედაქტირებას ჰგავს.

როგორც პრესაში მომუშავე ჟურნალისტი რესპონდენტის გამონათქვამებს ჩართავს სტატიის მთელ მოცულობაში საჭიროების მიხედვით და არა იმ წყობით, როგორც გამოთქმული იყო, ტელეჟურნალისტიც ამოირჩევს და ამონტაჟებს კადრებსა და ხმოვან მასალას იმ თანამიმდევრობით, რომელიც სიუჟეტის ლოგიკურ წყობას შეესაბამება. როგორც ერთ, ისე მეორე შემთხვევაში თხრობის მსვლელობის გასაუმჯობესებლად რეპორტიორები გადაადგილებენ და გადააჯგუფებენ ფაქტებსა და გამონათქვამებს.

მონტაჟისას და ტექსტის რედაქტირებისას ნუ შეიყვანთ მაყურებელს (ან მკითხველს) შეცდომაში. თუ თქვენ ამზადებთ სიუჟეტს იმ მოვლენის შესახებ, რომელიც მთელი დღის განმავლობაში მიმდინარეობდა და შუადღისას ნახევარწუთიანი შეხლა-შემოხლა მოხდა, ცნობამ ამ ინციდენტის შესახებ, მისი სიტუაციური კონტექსტისა და მისი ხანგრძლივობის მითითების გარეშე, შეიძლება შეცდომაში შეიყვანოს მაყურებელი.

დაიმახსოვრეთ შემდეგი წესები:

- თქვენ ხართ ტელემაყურებელთა წარმომადგენელი მოვლენის ადგილზე;
- თქვენი ამოცანაა დამონტაჟებული სიუჟეტის საშუალებით მაყურებელს სწორად გადასცეთ მოვლენის შინაარსი.
- თუ თვლით, რომ თქვენ მიერ საეთეროდ გამზადებულ მასალას აკლია აუცილებელი ელემენტი და სწორად ვერ ასახავს მოვლენას, ყველანაირად ეცადეთ, გამოასწოროთ ეს ხარვეზი.

თქვენგან ხშირად მოითხოვენ მცირე დროში მაღალპროფესიული რეპორტაჟების მომზადებას. მაგრამ თუ გრძნობთ, რომ მასალა ეთერში გასასვლელად მზად არ არის (ასეთი შემთხვევა აუცილებლად გექნებათ), აცნობეთ პროდიუსერს გადაცემის დაწყებამდე რაც შეიძლება ადრე, რათა მან შეძლოს შემცვლელი მასალის მონახვა.

1.5 გუნდური მუშაობა და ურთიერთობები გუნდის წევრებს შორის

ტელეჟურნალისტები - სხვა ყანრებში მომუშავე ჟურნალისტებზე უფრო მეტად - ვალდებულნი არიან ისწავლონ გუნდური მუშაობა.

- მოვლენების წარმატებით გასაშუქებლად და საინფორმაციო პროგრამების მოსამზადებლად საჭიროა რეპორტიორების, ოპერატორების, რედაქტორებისა და პროდიუსერების ურთიერთშეთანხმებული მუშაობა.
- რეპორტიორებსა და ოპერატორებს სჭირდებათ უწყვეტი ურთიერთკავშირი სიუჟეტის გადაღების ადგილზე ინფორმაციის მოპოვების კოორდინირების მიზნით.

- პროგრამის ეთერში გადაცემისას აუცილებელია რეპორტიორების, ოპერატორების, პროდიუსერების, გრაფიკის სპეციალისტების და თვით პროგრამის დირექტორების კავშირი და ურთიერთდახმარება.

1.6 პასუხისმგებლობა

მასალის საეთეროდ მომზადება და გადაცემა ახალი ამბების რედაქციის სხვადასხვა თანამშრომელთა (აგრეთვე ტელესტუდიის სხვა განყოფილებების - დამდგმელების, ინჟინრების და სხვ.) ერთობლივი ძალებით ხდება. საბოლოოდ კი მხოლოდ რეპორტიორმა - ინფორმაციისა და ფაქტების უშუალო შემგროვებელმა - უნდა იტვირთოს პასუხისმგებლობა გადაცემული მასალის სიზუსტეზე, სანდოობასა და სიცხადეზე.

ის უნდა იყოს ეთერში გასული ინფორმაციის ყოველმხრივ გაწონასწორებულობისა და სიზუსტის გარანტი.

1.7 პროფესიული პრინციპები

მასობრივი ინფორმაციის საშუალებებში:

- სიზუსტე უფრო მეტად ფასობს, ვიდრე ოპერატიულობა;
- სამართლიანობა უფრო მეტად ფასობს, ვიდრე სენსაცია;
- მოვლენის ყოველმხრივ გაწონასწორებული ასახვა უფრო მეტად ფასობს, ვიდრე ეკრანზე ეფექტურად გამოჩენა.

II

მოვლენის ადგილზე მუშაობა: გადამღები ჯგუფი

თანამედროვე მსუბუქი აპარატურის არსებობის პირობებში ტელეკომპანიათა უმეტესობა მოვლენის ადგილზე სამუშაოებს ორკაციანი გადამღები ჯგუფების საშუალებით ასრულებს. გადამღებ ჯგუფში შედიან რეპორტიორი და ოპერატორი. ზოგიერთი ტელეკომპანია ამ ორ ფუნქციას ერთ პიროვნებას უთავსებს.

2.1 რეპორტიორი ლიდერის როლში

ორკაციან გუნდში ორივე წევრი ყურნალისტია. რადგან მთელი პასუხისმგებლობა ეთერში გადაცემული მასალის სიზუსტესა და სანდოობაზე, ჩვეულებრივ, რეპორტიორს ეკისრება, გუნდის ლიდერის როლსაც ის ასრულებს.

2.2 პარტნიორობა

გუნდის თითოეული წევრი აქტიურად მონაწილეობს ინფორმაციის მოპოვების პროცესში. გამოცდილება გვიჩვენებს, რომ საუკეთესო შედეგს მხოლოდ რეპორტიორისა და ოპერატორის შეთანხმებული მუშაობის შედეგად ვაღწევთ.

თითოეული პარტნიორი ვალდებულია, იცოდეს, რა მიზნების მიღწევას ცდილობს კოლეგა. რეპორტიორმა უნდა მოიპოვოს სიუჟეტის ოპერატიული მომზადებისთვის საჭირო ინფორმაცია. ოპერატორიც ასევე განიცდის დროის ფაქტორის ზეწოლას, როდესაც კამერით ხელში ცდილობს,

გადაიღოს სიუჟეტის შემავსებელი საუკეთესო კადრები.

თითოეული პარტნიორი უნდა გაერკვეს, რა არის რეალურად შესაძლებელი მოცემულ სიტუაციაში გუნდისთვის გამოყოფილი დროის, არსებული აპარატურის, ხელმისაწვდომი ინფორმაციის, გადაღების პირობებისა და პროდიუსერის მოთხოვნათა გათვალისწინებით.

რეპორტიორი და ოპერატორი წინასწარ უნდა თათბირობდნენ სიუჟეტის გადაღების გეგმაზე, თუ განსაკუთრებულ სიტუაციაში არ უხდებათ მუშაობა.

რეპორტიორმა ოპერატორს უნდა მიაწოდოს თავის ხელთ არსებული მთელი ინფორმაცია. ოპერატორი, თავის მხრივ, რეპორტიორს უნდა უზიარებდეს თავის ყველა პროფესიულ მოსაზრებას.

ძირითადი ამოცანაა გუნდური მუშაობა როგორც ინფორმაციის შეგროვებისას, ისე გადაღებების დროს.

გუნდის ორივე წევრს აუცილებლად უნდა ჰქონდეს თანხმობა შემდეგ საკითხებში:

- სიუჟეტის დედააზრი;
- სიუჟეტის ხანგრძლივობა (რეჟისორის მიერ შემოთავაზებული);
- მზა მასალის ჩაბარების დრო.

2.3 სპეციფიკური მოთხოვნები

რეპორტიორმა ყოველთვის უნდა აცნობოს ოპერატორს, რომელი კონკრეტული სცენები ან კადრები სჭირდება სიუჟეტის მოსამზადებლად.

მაგალითად, თუ რეპორტიორი აპირებს რომელიმე პირის

შესახებ საკმაოდ დიდი ხნის განმავლობაში (ათი წამი ან მეტი) საუბარს, მან წინასწარ უნდა უთხრას ოპერატორს, რომ მან შესაბამისი ხანგრძლივობის ვიდეომასალა გადაიღოს.

თუ სიუჟეტისათვის აუცილებელია განსაზღვრული კადრები, რეპორტიორმა ამის შესახებ წინასწარ უნდა გააფრთხილოს ოპერატორი.

რამდენადაც ტელესიუჟეტში დომინირებს გამოსახულება, ოპერატორიც ვალდებულია, რეპორტიორს აცნობოს მის მიერ გადაღებული მოულოდნელი და ეფექტური კადრების შესახებ, რომ მან ეს კადრები კომენტარის წერისას გაითვალისწინოს. ოპერატორმა რეპორტიორს ისიც უნდა აცნობოს, სიუჟეტისათვის აუცილებელი რომელი კადრების გადაღება ვერ შეძლო.

რეპორტიორსა და ოპერატორს უნდა ჰქონდეთ უწყვეტი პროფესიული დიალოგი, ერთმანეთს უზიარებდნენ იდეებსა და მოსაზრებებს და ეხმარებოდნენ ერთმანეთს მუშაობაში.

2.4 ოპერატორის დამოუკიდებელი მუშაობა

დამოუკიდებლად მუშაობისას ოპერატორის პასუხისმგებლობა იზრდება. ამ შემთხვევაში მან უნდა იტვირთოს რეპორტიორის როლიც – მასალის მოსამზადებლად საჭირო დოკუმენტური ფაქტებისა და ინფორმაციის შეგროვება. შეიძლება ეს ფაქტები სიუჟეტის გასაკეთებლად რეჟისორს ან სხვა რეპორტიორს მისცენ, ან თავად ოპერატორმა გაამზადოს მასალა საეთეროდ.

2.5 აპარატურის ტექნიკური შესაძლებლობები

რეპორტიორი უნდა ერკვეოდეს თანამედროვე ვიდეოაპარატურაში და ესმოდეს, რის გადაღება შეიძლება კონკრეტული კამერით და რის – არა.

ინტერვიუს დროს რესპონდენტი არ უნდა იჯდეს კონტრასტული ფონის წინ (მაგალითად, მუქი სახე ნათელი ცის ფონზე). რეპორტიორი ოპერატორისგან დაჟინებით არ უნდა ითხოვდეს ტექნიკურად არასასურველი რაკურსებიდან გადაღებას.

რეპორტიორი ოპერატორს უნდა მოეთათბიროს გადაღებამდე, რომ შემდეგ არ მოითხოვოს მისგან ისეთი კადრები, რომელთა გადაღება კამერის ტექნიკური მახასიათებლების ან სხვა მიზეზების გამო შეუძლებელია.

2.6 მიკროფონები

მიკროფონების გამოყენება დაკავშირებულია განსაკუთრებულ პრობლემებთან.

ხელისა და გულზე დასამაგრებელი მიკროფონების მაღალი მგრძნობიარობის გამო რეპორტიორმა ჩაწერისას თავი უნდა შეიკავოს თითების ზედმეტი მოძრაობისაგან მიკროფონსა და კაბელზე.

მიკროფონი უნდა გეჭიროთ ხმის წყაროსთან საკმაოდ ახლოს ჩაწერის მაღალი ხარისხის უზრუნველსაყოფად განსაკუთრებით მაშინ, როცა ჩაწერის ადგილზე ძლიერი ხმაურია (სატვირთო ავტომანქანების, თვითმფრინავების ან კონდიციონერების), მაგრამ არც ისე ახლოს, რომ ისმოდეს ადამიანის სუნთქვა, რაც არასასიამოვნო ფონს ქმნის.

2.7 რეპორტიორი პროდიუსერის როლში გადაღების ადგილზე

ორკაციანი ჯგუფის მუშაობისას რეპორტიორს ხშირად უხდება პროდიუსერის ფუნქციების შესრულება აპარატურის ტრანსპორტირების, გადაღების გრაფიკის დაცვის, მასალების მომზადების, გადაგზავნისა და სხვათა უზრუნველსაყოფად. ხანდახან ამის შესრულებას მხოლოდ ოპერატორს აკისრებენ, მაგრამ საერთო სამუშაოს გაადვილების მიზნით უფრო მიზანშეწონილია ამ სახის მოვალეობების გადანაწილება გუნდის წევრებს შორის.

III

საგანგებო ახალი ამბავის მიწოდება

საგანგებო სიუჟეტების გადაღებისას დრო ძალიან ძვირად ფასობს.

ამ შემთხვევაში რეპორტიორსა და ოპერატორს კონსულტაციებისთვის ცოტა დრო რჩებათ. გადამღები გუნდის წევრები უნდა მოქმედებდნენ სწრაფად და დამოუკიდებლად, რათა შეძლონ ამომწურავი ინფორმაციის მოპოვება.

ქვემოთ მოყვანილია საგანგებო სიუჟეტების გასაკეთებლად საჭირო რეკომენდაციათა ნუსხა. განსაკუთრებული წესების წინასწარ შემოთავაზება ძნელია, მაგრამ, თუ რეპორტიორი და ოპერატორი იხელმძღვანელებენ ჩვენი მითითებებით და ერთმანეთთან ითანამშრომლებენ, შეძლებენ დროის დეფიციტის პირობებში ისეთი სიუჟეტის გაკეთებას, რომელშიც ტექსტი და გამოსახულება ერთმანეთს სათანადოდ შეეწყობა.

თუ ჩვენს რჩევას მიჰყვებიან, რეპორტიორი, ოპერატორი და მემონტაჟე შეძლებენ თავიანთი სამუშაოს მაქსიმალურად შედეგიანად შესრულებას.

3.1 სამისამართო (მისანიშნებელი) ხედი

ყოველი რეპორტაჟი, განსაკუთრებით კი საგანგებო, უნდა იწყებოდეს სამისამართო ხედით.

სამისამართო ხედი არის მკაფიო სტატიკური კადრი, რომელიც გადაღებულია მოვლენის ადგილზე. ის ეხმარება მაყურებელს,

გაიგოს, თუ სად მოხდა მოვლენა, გაიცნობიეროს სხვადასხვა ობიექტებს შორის ურთიერთკავშირი და წარმოიდგინოს მოვლენის მასშტაბები. სამისამართო ხედი ასევე ეხმარება რეპორტიორს, უშუალოდ გადავიდეს მოვლენათა თხრობაზე და დრო არ დაკარგოს შესავალზე.

სამისამართო ხედს, ჩვეულებრივ, ფართოკუთხიანი ობიექტივით იღებენ. თუ სიუჟეტი ავიაკატასტროფის შესახებ მოგვითხრობს, მაშინ სამისამართო ხედში უნდა ჩაჯდეს თვითმფრინავი, რომელსაც ავარია შეემთხვა, და შემოგარენი, რაც შეძლებისდაგვარად შეგვიქმნის წარმოდგენას კატასტროფის ადგილზე.

სამისამართო ხედი შეიძლება არ გამოვიყენოთ ყველა რეპორტაჟში მოვლენის ადგილიდან, მაგრამ, რადგანაც ის მონტაჟისათვის ყველაზე მოსახერხებელი კადრია, ამიტომ ოპერატორმა აუცილებლად უნდა გადაიღოს, სულ ცოტა, ათწამიანი სამისამართო ხედი.

3.2 მსხვილი ხედი

მსხვილი ხედი მაყურებელზე დიდ შთაბეჭდილებას ახდენს.

თუ კეთდება რეპორტაჟი ხანძრის შესახებ, შთამბეჭდავი იქნება აღმოდებული სახლის ფანჯრებიდან გამოვარდნილი ცეცხლის ენების მსხვილი ხედით ჩვენება.

მოვლენის თვითმხილველთა მსხვილი ხედით ნაჩვენები ემოციური სახეები ყოველთვის ახდენს შთაბეჭდილებას.

ხანძრის მოწმეთა შეშფოთებული სახეების მსხვილი ხედით ჩვენება სიუჟეტის მონტაჟისას საშუალებას გაძლევთ, ხაზი გაუსვათ მოვლენის სერიოზულობას. მომგებიანი მსხვილი ხედების ჩამონათვალი უსასრულო იქნება, ამიტომ

ოპერატორი ყოველთვის უნდა ეძებდეს ისეთ კადრებს, რომლებიც მაყურებელს თავისთავად შეუქმნის წარმოდგენას მომხდარის შესახებ.

3.3 გადასაფარი კადრები

გადასაფარი კადრი კლასიკური ხერხია, რომელიც საჩვენებელი მოქმედების შეკუმშვისათვის გამოიყენება.

მაგალითად, ქუჩაზე გადასვლელი კაცის თავიდან ბოლომდე გადაღებამ ოც წამამდე გასტანოს, როცა ამ პროცესის ასახვა შესაძლებელია 5-6 წამამდე შეკუმშოთ. ამას მიაღწევთ გადასაფარი კადრების საშუალებით.

დამონტაჟებულ ვარიანტში პირველ კადრად უნდა აიღოთ იმ ოცწამიანი ვიდეორჩანაწერის პირველი ორი წამი, უფრო ზუსტად კი ის მომენტი, როდესაც კაცი იწყებს ქუჩაზე გადასვლას.

პროცესის შეკუმშვის მიზნით მეორე კადრად ამონტაჟებთ ორ-სამწამიან გამოსახულებას სხვა ჩანაწერიდან – იმ საგზაო მაჩვენებელს მსხვილი ხელით, საითაც მიემართება კაცი (საგზაო მაჩვენებელს საკმაოდ დიდ ხანს უნდა უჩვენებდეთ, რომ მაყურებელმა შეძლოს მისი წაკითხვა). ასეთ კადრს ეწოდება გადასაფარი კადრი იმიტომ, რომ იგი გადაფარავს ძირითადი პროცესის მსვლელობას, რომელიც მოსიარულე კაცს ასახავს.

დამამთავრებელია მესამე კადრი – ოცწამიანი ვიდეორჩანაწერის ბოლო 2-3 წამი, რომელიც გვიჩვენებს უკვე ქუჩაზე გადასულ კაცს.

ამ სამი კადრის ურთიერთშეწყობით რეალური დროის 20 წამი შეიკუმშა საეკრანო დროის 6 წამამდე.

გადასაფარ კადრებად შესაძლებელია გამოიყენოთ იმავე მოქმედების ამსახველი კადრებიც.

მაგალითად, მეორე კადრი შეიძლება იყოს მსხვილი ხედით ნაჩვენები ფეხები, როდესაც კაცი მიაბიჯებს გადასასვლელზე.

ეს ხერხი უფრო რთულია, რადგან მოქმედების სინქრონიზაციას მოითხოვს.

მაგალითად, თუ პირველი კადრის ბოლოს ჩვენ ვხედავთ, რომ კაცი გადასასვლელზე აბიჯებს მარჯვენა ფეხით, მაშინ მეორე კადრი უნდა იყოს მისი მარჯვენა ფეხის გამოსახულება იმავე მდგომარეობაში, რათა თავიდან ავიცილოთ მოქმედების წყვეტა.

კარგი მონტაჟისა და მოქმედების უწყვეტობის უზრუნველსაყოფად ოპერატორებს ვურჩევთ, გააკეთონ რამდენიმე (ოთხი-ხუთი) გადასაფარი კადრი.

3.4 დეტალები მოვლენის ადგილის შესახებ

მსხვილი ან საშუალო ხედით ნაჩვენები დეტალები მაყურებელს წარმოდგენას შეუქმნის მოქმედების ადგილზე, და შეიძლება თავისთავადაც შეიცავდეს ფასეულ ინფორმაციას. საგზაო ნიშნები, ფირნიშები და ანალოგიური დეტალები მშვენიერი გადასაფარი კადრებია.

მაგალითად, სახანძრო მანქანის კარებზე გამოსახული მსხვილი ხედით ნაჩვენები ხანძარსაწინააღმდეგო სამსახურის ემბლემა თავისთავად იძლევა აუცილებელ ინფორმაციას და კომენტარებს აღარ საჭიროებს.

3.5 პანორამა

პანორამები, ერთი მხრივ, მონტაჟისათვის სირთულეებს უფრო ქმნის, ვიდრე დამატებით შესაძლებლობებს, რადგან სტატიკურ კადრებთან შედარებით მეტი საეკრანო დრო მიაქვთ.

მეორე მხრივ, ხანდახან პანორამის გარეშე შეუძლებელია დასახული მიზნის მიღწევა – მაგალითად, სიუჟეტი ჩამოვარდნილი ვერტმფრენის შესახებ გაცილებით მოიგებს შემთხვევის ადგილის პანორამის წყალობით, რადგან ეს იძლევა მკაფიო წარმოდგენას ობიექტების ურთიერთგანლაგებასა და ურთიერთკავშირზე.

პანორამა უნდა შეირჩეს ოპერატორსა და რეპორტიორს შორის კონსულტაციების შედეგად.

3.6 ინტერვიუები მოვლენის მონაწილეებთან და თვითმხილველებთან

ინტერვიუებს მოვლენის მონაწილეებთან ადამიანური ელემენტი შემოაქვს სიუჟეტში. როგორც წესი, ინტერვიუ მოვლენის ემოციური ასპექტის გამოსახვის საუკეთესო ხერხია. მაგალითად,

«ხომ ვერ გვეტყოდით, რა მოხდა, როცა ხიდი ჩაინგრა?»

ხელისუფლების წარმომადგენელს, რომელიც მაქსიმალურად ფლობს დეტალებს, საუკეთესოდ შეუძლია, შეაჯამოს მოვლენა და განსაზღვროს მისი მნიშვნელობა.

ოფიციალურ პირებს ასევე შეუძლიათ მოვლენის ადგილის განსაზღვრა საერთო სურათში:

«ახლა საავადმყოფოს მთავარი ექიმი აგვიხსნის, რამდენად

სერიოზულია ეს დაავადება».

3.7 ძირითადი მომენტი

ძირითადი მომენტი – ეს არის ის, რასაც იმანსოვრებს მაყურებელი ნებისმიერი სიუჟეტიდან.

მაგალითად:

- აღმოდებული სახლიდან გამოყვანილი ბავშვი;
- კამერის წინ ატირებული პოლიტიკური მოღვაწე;
- ასაფრენ ბილიკზე აფეთქებული თვითმფრინავი.

მაგრამ ტელევიზიისათვის ეს საკმარისი არ არის.

თუ თქვენ ბედმა გაგიღიმათ და შეძელით მოვლენის ძირითადი მომენტის დაფიქსირება, წარმოიდგინეთ თავი რეჟისორის ადგილზე და დაუსვით თქვენს თავს შემდეგი კითხვები:

- როგორ მივიღე ძირითად მომენტამდე და როგორ გავაკეთო გადასვლა შემდგომ თხრობაზე?
- როგორი იქნება ყველაზე შთამბეჭდავი გადასაფარი კადრები?
- კიდევ რა რაოდენობის ვიდეომასალაა საჭირო იმისათვის, რომ ვაჩვენოთ მთელი სიუჟეტი?
- მაქვს თუ არა ვიდეომასალა ამ სიუჟეტიდან მომდევნო სიუჟეტზე ლოგიკური გადასვლისათვის?

თუ ყველა ამ კითხვაზე გაქვთ დამაკმაყოფილებელი პასუხი, შეძლებთ კარგი სიუჟეტის გაკეთებას ძირითადი მომენტის ამსახველი კადრების გამოყენებით.

მხედველობაში უნდა იქონიოთ ისიც, რომ ხშირად,

ძირითადი მომენტების შემცველი კადრების მოპოვების შემდეგ, მოვლენის ასახვით გატაცებულ რეპორტიორს ავიწყდება უფრო ზოგადი, საერთო სიტუაციის ამსახველი კადრების გადაღება.

3.8 დამამთავრებელი კადრი

«უთხარით მაყურებელს, რის მოყოლას აპირებთ. შემდეგ მოუყევით. და ბოლოს შაახსენეთ რა მოუყევით.»

პოლ უაიტი, »სი-ბი-ეს«- ის ყოფილი პრეზიდენტი.

შესავალში მაყურებელს გააცანით სიუჟეტის თემა; შემდეგ გადმოეცით სიუჟეტი; ბოლოს შეაჯამეთ ნათქვამი დამამთავრებელი წინადადებით.

პირველი კადრი მაყურებელს ამზადებს იმისათვის, რასაც იხილავს. ბოლო კადრი – საშუალებას გაძლევთ, შეაჯამოთ ნათქვამი. გადაღების დროს შეეცადეთ, იპოვოთ შემაჯამებელი კადრი, რომელიც დაასრულებს თხრობას. ასეთი კადრები ხშირად გვინახავს საფეხბურთო რეპორტაჟებში, როცა დაღლილი მოთამაშეები მინდორს ტოვებენ და გზადაგზა მაისურებს იხდიან.

ჯერ შეარჩიეთ დამამთავრებელი კადრი, შემდეგ გადაიღეთ სულ ცოტა 15 – 20 წამის განმავლობაში, რათა რეპორტიორმა შეძლოს სიუჟეტის დამაგვირგვინებელი ფრაზის თქმა და ავტორების წარდგენა.

დამამთავრებელი კადრი უნდა დაამახსოვრდეს მაყურებელს. თუ გიჭირთ ასეთი კადრის შერჩევა, გაიმეორეთ მისანიშნებელი ხედი, რომელიც ფართოკუთხიანი ობიექტივით გაქვთ გადაღებული.

3.9 არ შეწყვიტოთ ურთიერთკავშირი

ოპერატიულ საინფორმაციო სიუჟეტზე მუშაობისას რეპორტიორი და ოპერატორი წინასწარ უნდა შეთანხმდნენ, სად და როდის შეხვდებიან ერთმანეთს, რადგან, როგორც წესი, მოვლენის ადგილზე მისვლის შემდეგ მათ ცალ-ცალკე, ერთმანეთისაგან დამოუკიდებლად, მოუწევთ მუშაობა.

ისინი პერიოდულად უნდა აცნობებდნენ რედაქტორს თავიანთ ადგილსამყოფელს და იმას, თუ როგორ მიმდინარეობს სიუჟეტზე მუშაობა.

რედაქტორი შეიძლება დაგეხმაროთ ინფორმაციის მოპოვებაში ან დაზუსტებაში, მოგიგვაროთ შეხვედრა და ა.შ. მან უნდა იცოდეს თქვენი ადგილსამყოფელი, რომ შეძლოს დაკავშირება.

3.10 შეგიძლიათ თუ არა თქვენი სიუჟეტის შინაარსის გადმოცემა?

დასასრულ, რეპორტიორმაც და ოპერატორმაც უნდა უბასუხონ შემდეგ კითხვებს:

- გვაქვს თუ არა საკმარისი მასალა სიუჟეტის იმ სახით გადმოსაცემად, როგორც წარმოგვიდგენია?

ერთმანეთთან საუბრებსა და კონსულტაციებს არსებითი მნიშვნელობა აქვს. როდესაც საქმე გაქვთ ოპერატიულ ახალ ამბებთან, ნუ დაეყრდნობით თქვენს ვარაუდს. გახსოვდეთ, რომ მუშაობთ გუნდურად და იქონიეთ ერთმანეთთან ურთიერთკავშირი.

ვალდებულები ხართ, ყოველნაირად შეუწყოთ ხელი ერთმანეთს. დაიხსომეთ, პროფესიული მომზადება და პიროვნული თვისებები დაგეხმარებათ მოვლენის სხვადასხვა

Television Reporting

მხრიდან დანახვაში, რისი წყალობითაც თქვენს თხრობას ამ მოვლენის შესახებ მაქსიმალური ეფექტი ექნება.

IV

ტელენარკვევი

საგანგებო სიუჟეტისაგან განსხვავებით, როცა იძულებული ხართ, ფეხდაფეხ მისდიოთ მოვლენებს, ტელენარკვევის შემუშავებისას შეგიძლიათ, წინასწარ დაგეგმოთ, რისი თქმა გასურთ და როგორ შეკრავთ ერთ მთლიან მასალად ინფორმაციასა და გამოსახულებას.

ნარკვევის სიუჟეტი მრავალგვარია. ერთი მხრივ, ის შეიძლება იყოს საგანგებო სიუჟეტის თემა, უფრო ღრმად დამუშავებული, რათა მასალას მიეცეს მეტი პერსპექტივა. მეორე მხრივ, შესაძლოა იყოს რომელიმე პირის ან პროექტისადმი მიძღვნილი სიუჟეტი, რომელიც არ იქნება დროის ჩარჩოებით შეზღუდული და შესაძლებელი იქნება მისი პროგრამაში ჩასმა საჭიროების მიხედვით.

ნარკვევის შემუშავებისას მოსამზადებელ საკითხებს უფრო მეტი მნიშვნელობა ენიჭება, ვიდრე საგანგებო სიუჟეტზე მუშაობისას. აქ არ გჭირდებათ მოვლენებზე სპონტანური რეაგირება ან ძირითადი მომენტის ოპერატიული ძებნა. შეგიძლიათ მშვიდად დაგეგმოთ მასალების მოპოვება და შეიმუშაოთ გადაღებების გეგმა, რომ მაყურებელს მასალა საუკეთესო სახით მიაწოდოთ.

ნარკვევი ისევე უნდა იპყრობდეს მაყურებლის ყურადღებას, როგორც საგანგებო სიუჟეტი. კადრების თანამიმდევრობასაც დიდი მნიშვნელობა და ყურადღება უნდა მიექცეს, მაგრამ მასალის დაგეგმვისა და წინასწარი შემუშავების წყალობით ნარკვევს შეუძლია წინა პლანზე წამოსწიოს უფრო რთული და სოციალურად უფრო მნიშვნელოვანი საკითხები.

4.1 ტელენარკვევის სცენარი

ტელენარკვევის სცენარის შემუშავებამ შეიძლება მოითხოვოს რამდენიმე წუთი ან რამდენიმე თვე. ყველაფერი დამოკიდებულია მის სირთულესა და ეთერში გასვლის ვადაზე.

(ჭეშმარიტად შემოქმედ რეპორტიორს ყოველთვის მოეპოვება სათადარიგოდ - «შავი დღისათვის» - გადანახული რამდენიმე გრძელვადიანი პროექტი, რათა არ მოუხდეს უქმად გაჩერება).

რეპორტიორისთვის საქებრად ითვლება რთული მასალის სწრაფი ათვისებისა და სიუჟეტის ოპერატიულად მომზადების უნარი, მაგრამ ეს პროცესი ერთგვაროვანია, მიუხედავად იმისა, თუ რა დროში შესრულდა.

ნარკვევის იდეა შესაძლებელია დაებადოს თვითონ რეპორტიორს, ოპერატორს, ან შესთავაზოს პროდიუსერმა, რეჟისორმა, ტელეკომპანიის თანამშრომელმა.

ადგილობრივი მასშტაბის სიუჟეტი შეიძლება იყოს რომელიმე საერთო ეროვნული მასშტაბის მოვლენის გამოძახილი; შესაძლოა, საგანგებო სიუჟეტის თემამ მისი ღრმად გააზრებისაკენ გვიბიძგოს. ხანდახან სიუჟეტის შექმნის სტიმული ხდება მასობრივი ინფორმაციის სხვა საშუალებებში გამოქვეყნებული მასალაც.

ნარკვევზე მუშაობისას რეპორტიორმა მაქსიმალურად უნდა მოიძიოს საჭირო ინფორმაცია, რათა მინიმუმამდე დაიყვანოს ოპერატორის სამუშაო.

მაგალითად, არ უნდა სთხოვოთ ოპერატორს სიუჟეტის პერსონაჟებთან პირველ შეხვედრებზე თქვენთან ერთად წამოსვლა, თუ არ აპირებთ ინტერვიუების ჩაწერას.

4.2 ვიდეოტექნიკის გამოყენების ეფექტურობა

როგორც წესი, ტელეკომპანიების უმრავლესობაში ყველაზე შეზღუდული რესურსი ოპერატორის სამუშაო დროა.

კომპანიის ადმინისტრაცია ყოველთვის ისწრაფვის, რომ ოპერატორის სამუშაო დრო შეძლებისდაგვარად ეფექტურად გამოიყენოს ვიდეომასალის მაღალი ხარისხის შენარჩუნებით.

ბუნებრივია, ადმინისტრაციას სურს, ჰქონდეს იმის გარანტია, რომ ოპერატორის მიერ გადაღებული მასალა ეთერში გავა ან იმავე დღეს, ან მომავალ გადაცემებში, თუ სტუდიის მატერიალური რესურსები სიუჟეტის გადაღების საშუალებას იძლევა.

4.3 ვიდეომასალის შერჩევა

ტელენარკვევის დაგეგმვისას შეადგინეთ საჭირო ვიდეომასალის თუნდაც მიახლოებითი სია. ეს სია არ უნდა იყოს არც რთული და არც ზედმეტად დაწვრილებითი. შეეცადეთ, წინასწარ წარმოიდგინოთ, როგორი კადრებით გადმოსცემთ თქვენს სათქმელს. ამის შემდეგ შეუდექით ვიდეომასალის შერჩევას.

ეს ნარკვევის შექმნის ერთ-ერთი კონცეფციათაგანია, რომელიც შეგიძლიათ, გამოიყენოთ. ნურასოდეს შეეცდებით სიუჟეტის ერთბაშად, სრულად წარმოსახვას გონებაში – ასეთ შემთხვევაში ძალზე ადვილია დაიბნეთ და რამე გამოგრჩეთ.

სიუჟეტი დაყავით ძირითად ელემენტებად – ძირითად ფაქტებად, რომელთა ჩვენებასაც აპირებთ. შემდეგ ეს ელემენტები შეკარით ერთად გონებაში ან ქალაღზე, თითქოს

სატვირთო მატარებელს ადგენდეთ - ვაგონი (ძირითადი ელემენტი) მოსდევს ვაგონს (ძირითად ელემენტს).

ეს ანალოგია იმითაა კარგი, რომ სურათები ან კადრების ჯგუფები, რომლებსაც თქვენ ამონტაჟებთ, ჰგავს სატვირთო ვაგონებს. თითოეული კადრი (ან ურთიერთდაკავშირებული კადრების ჯგუფი) არის ვიდეომოდული, მსგავსი სატვირთო მატარებლის ვაგონისა.

ახლა წარმოიდგინეთ, რომ მატარებელი ნელ-ნელა გადის ვიდეოსამიზნებლის წინ, სადაც თითოეულ მომენტში მაყურებელს მხოლოდ ერთი ვაგონის დანახვა შეუძლია.

კადრები (ურთიერთდაკავშირებული კადრების ჯგუფები) ლაგდება თანმიმდევრობით, ერთიმეორის მიყოლებით, თქვენ კი კომენტარს წერთ ამ კადრების (კადრების ჯგუფების) შესაბამისად. შემდეგ ეს მოდულები ლაგდება ლოგიკური წყობის მიხედვით და საბოლოო ჯამში იღებთ სიუჟეტს.

ამგვარად, კომენტარის გარკვეული ელემენტები ბუნებრივად ესადაგება გამოსახულებას, რაც გეხმარებათ ამა თუ იმ ეპიზოდისთვის საჭირო კადრების შერჩევაში. საბოლოოდ დარწმუნდებით, რომ სურათები ესადაგება სიტყვებს და პირიქით.

ეს საკმაოდ მოქნილი ხერხია, რომელიც საშუალებას გაძლევთ, ცვალოთ კადრების და მათთან ერთად კომენტარის თანამიმდევრობა ისე, რომ ყოველთვის ყველაფრის თავიდან დაწყება არ მოგიხდეთ. ასევე შეგიძლიათ გარკვეული რაოდენობის ელემენტების გადაჯგუფებაც.

თუ დაინახეთ, რომ თქვენი თხრობის თანამიმდევრობა არალოგიკურია, ან გამოგრჩათ რაიმე სათქმელი, ამ შემთხვევაში გაცილებით ნაკლები ელემენტების (კადრებისა და მათთან დაკავშირებული კომენტარის) გადაჯგუფება

მოგიწევთ.

ასეთი მონტაჟი ამარტივებს ხელახალ მონტაჟს. გაცილებით ადვილია რამდენიმე ვაგონის გადაადგილება ან დამატება, ვიდრე მთელი შემადგენლობის თავიდან ფორმირება.

4.4 ვიდეომეტაფორები

ტელერეპორტაჟებში საჩვენებლად ყველაზე ძნელია აბსტრაქტული იდეები. მაგალითად, მოხუცებულობა, ეკონომიური მდგომარეობა, ფასების ზრდა, სამომავლო გეგმები, სოციალური ტენდენციები და ა.შ.

რეპორტაჟებში აბსტრაქციების ჩვენება ძნელია იმდენად, რამდენადაც არსებობს ერთი და იმავე იდეის გამომსახველი ვიზუალური სიმბოლოების ფართო სპექტრი, რომელთა შორის მცირე განსხვავებები მაინც არსებობს.

საგაზეთო სტატიაში ან რადიორეპორტაჟში ავტორი გამოიყენებს რომელიმე «დამაინტრიგებელ» სიტყვას, მაგალითად, «სიყვარული» და ამით ჩართავს მკითხველის ან მსმენელის წარმოსახვას. ჩვენს ტვინში გაიხსნება ქვეცნობიერი სარკმელი, საიდანაც შემოდის სიყვარულთან დაკავშირებული ყველა შთაბეჭდილება და ხატი.

სატელევიზიო გამოსახულება კი დომინირებს წარმოსახვაზე და ჩვენ მიერ გონებაში წარმოდგენილი სურათები იჩრდილება უფრო ძლიერი ვიდეოსურათებით.

ეკრანის ყურებისას გამოსახულება გადაიქცევა განსახილველი იდეების ან ცნებების ვიდეომეტაფორებად, რომლებიც დომინირებენ წარმოსახვაზე.

აბსტრაქტულ იდეებზე საუბრისას სატელევიზიო თხრობის ყველაზე მარტივი საშუალება ასეთია – აჩვენეთ თემასთან

დაკავშირებული მოქმედებების ამსახველი
გამოსახულებები.

ვთქვათ, საუბარია ეკონომიკაზე ზოგადად, შეიძლება აჩვენოთ სხვადასხვა სფეროში მომუშავე ადამიანები. სიუჟეტი რომ თანამედროვედ გამოიყურებოდეს, მონტაჟში ჩართეთ მძიმე მრეწველობაში, უახლეს ტექნოლოგიებში, მომსახურების სფეროში მომუშავეთა ამსახველი კადრები და არა ეტლების სახელოსნოები და სოფლის სამჭედლოები.

თანამედროვე კადრების შერჩევითაც კი შეუძლებელია რამდენიმე ვიდეოგამოსახულების საშუალებით მთლიანი ეროვნული ეკონომიკის ასახვა და მოსახლეობის მთელი საქმიანობის ჩვენება. ამიტომ სურათების ერთობლიობა უნდა გაქციოთ გამომსახველობით მეტაფორად - კადრების მცირე რაოდენობით გადმოვცეთ მნიშვნელოვანი მოვლენა ან ცნება.

ეს ხერხი კარგია, თუ კადრები ჰარმონიულად ერწყმის თქვენ მიერ მაყურებლისადმი მიწოდებულ ინფორმაციას. მხიარული მუშების ამსახველი კადრების ფონზე დისონანსად გაიჟღერებს კომენტარი ეკონომიკური კრიზისის შესახებ. ვიდეომეტაფორა და კომენტარები ერთმანეთს უნდა ემთხვეოდეს.

ვიდეომეტაფორები უნდა შეგროვდეს და შეირჩეს დიდი გულმოდგინებითა და სიფრთხილით.

შემთხვევითი, შეცდომაში შემყვანი და ცუდად გადაღებული კადრები გაფანტავენ მაყურებლის ყურადღებას. ძალიან ხშირად რეპორტიორის ან რეჟისორის მიერ უხეიროდ შერჩეული ვიდეომასალა კი არ აძლიერებს სიუჟეტის იდეას, პირიქით, აკნინებს მას.

ვიდეორეპორტაჟზე მუშაობისას თქვენ უნდა შექმნათ

სიუჟეტის განვითარებისთვის საჭირო შესაბამისი ვიდეომეტაფორები. ამით საშუალება გეძლევათ, შეცვალოთ მაყურებლის წარმოდგენაში დამკვიდრებული სტერეოტიპული ვიდეოხატი და აჩვენოთ რამე განსხვავებული და უფრო შთამბეჭდავი.

მაგალითად, სიუჟეტში ხნიერი ადამიანების შესახებ გადაიღებთ პენსიონერებს, რომლებიც მისდევენ ენერგიული, სასარგებლო ცხოვრების წესს. ასეთი სიუჟეტი დაგეხმარებათ, გამოდევნოთ მრავალი მაყურებლის წარმოდგენაში მოხუცებულობასთან დაკავშირებული სტერეოტიპი მარტოობასა და გაჭირვებაზე. სხვა სიუჟეტში კი უფრო სევდიანი მხრიდან ასახავთ მოხუცებულობის პრობლემას; მასში უპრიანი იქნება ნაღვლიანი ხასიათის ვიდეომასალის გამოყენება.

რეპორტიორი უნდა მოეთათბიროს ოპერატორს და წინასწარ გადაწყვიტოს, სახელდობრ რომელი კადრები შეესაბამება მისი სიუჟეტის მოთხოვნებს.

4.5 კონსულტაციები გუნდის წევრებს შორის

ტელენარკვევზე მუშაობისას ვიდეომასალის შერჩევასთან დაკავშირებული მოულოდნელი გადაწყვეტილებების მისაღებად ოპერატორი საუკეთესო წყაროა.

ოპერატორები გამომსახველობითი ცნებებით აზროვნებენ. მათ იციან, როგორი კადრების გადაღება შეიძლება და როგორისა – არა. გამოცდილ ოპერატორს ჩვეულებრივი ტელერეპორტაჟისაგან ხელოვნების ნამდვილი ნიმუშის შექმნა შეუძლია.

V

ინტერვიუ

ინტერვიუებს უნდა მივმართოთ მხოლოდ განსაკუთრებულ შემთხვევაში. ტელერეპორტაჟში ინტერვიუებს ორი ფუნქციის შესრულება შეუძლია:

- თვისობრივი ფუნქცია: ინტერვიუ მაყურებელს აცნობს რესპონდენტის აზრს, თვალთახედვას, მსჯელობას. ეხმარება მისი ზოგიერთი შინაგანი თვისებისა და ხასიათის წარმოჩენაში.
- რაოდენობრივი ფუნქცია: ინტერვიუში წარმოჩინდება კონკრეტული ფაქტები ან მოვლენის ამსახველი და დამაზუსტებელი ინფორმაცია.

5.1 თვისობრივი ფუნქცია

ტელერეპორტაჟში ინტერვიუ ყველაზე ეფექტურად გამოიყენება მაშინ, როცა მისი საშუალებით მაყურებელს აცნობთ თვისობრივად ახალ ინფორმაციას. რესპონდენტის აზრი რეპორტაჟში მოცემულ მასალას გარკვეულ წონას მატებს.

თქვენი აზრით, რა უფრო მეტ შთაბეჭდილებას ახდენს:

- რეპორტიორის ნათქვამი «სენატორი გოლდუოტერი თვლის, რომ პრეზიდენტი უნდა გადადგეს», თუ
- ტელეკამერის წინ თვით სენატორ გოლდუოტერის მიერ წარმოთქმული მოთხოვნა: «პრეზიდენტი უნდა გადადგეს!».

ეს მაგალითი ტელეინტერვიუს უნიკალური შესაძლებლობების

საუკეთესო ილუსტრაციაა. ჩვენ პირისპირ ვხვდებით ინფორმაციის წყაროს. გარდა ამისა, ტიტრების საშუალებით მაყურებელი იღებს დამატებით ცნობებს რესპონდენტის შესახებ.

5.2 რაოდენობრივი ფუნქცია

ხმოვანი ჩანართის ყველაზე ნაკლებეფექტური გამოყენებაა რაოდენობრივი ხასიათის ინფორმაციის გადაცემა.

შეადარეთ, რომელია უფრო მოკლე და გასაგები ფორმა:

- პოლიციელის ნათქვამი: «ავტომობილი მოძრაობდა 60 მილის სისწრაფით საათში, გადაკვეთა შუა ხაზი და შეეჯახა ავტომანქანას, რომელიც მოძრაობდა შემხვედრ ზოლზე», თუ

- რეპორტიორის კომენტარი: «სწრაფად მომავალი მანქანა გადავიდა საწინააღმდეგო ზოლზე და შეასკდა შემხვედრ მანქანას».

ცხადია, მეორე ვარიანტი უფრო ეფექტურია, განსაკუთრებით პროგრამის ტემპის შესანარჩუნებლად.

ამ აუცილებელი შენიშვნების შემდეგ უნდა აღვნიშნოთ, რომ ინტერვიუ ხშირად რეპორტაჟის ყველაზე მნიშვნელოვანი და დასამახსოვრებელი ნაწილია.

5.3 თვალსაზრისი

ინტერვიუ მშვენიერი შესაძლებლობაა სიუჟეტში შეფასებითი თვალსაზრისის შემოსატანად.

თუ რესპონდენტი კარგად არის ინფორმირებული მოვლენის

წინასტორიის შესახებ, მისი აზრის გადმოცემა საუკეთესო ხერხია ამ მოვლენის ინტერპრეტაციისთვის. რესპონდენტს შეუძლია, შეაფასოს მოვლენა, რაც თქვენს მასალას შემატებს »ადამიანურობის“ აუცილებელ ელემენტებს, ამასთან სუბიექტური აზრის წყარო საკმაოდ თვალსაჩინო იქნება მაყურებლისათვის.

როდესაც მაყურებელი ხედავს რესპონდენტს, შეუძლია შეაფასოს რამდენად სანდოა მისი ნათქვამი.

5.4 მოვლენების ადამიანური ასპექტი

მოწმის ინტერვიუ ძალიან ხშირად იძლევა ემოციებით გამდიდრებულ აუცილებელ დეტალებს.

მოწმის კომენტარები აუდიტორიას ეხმარება მოვლენის ადამიანური, შინაგანი ასპექტების გაცნობიერებაში. სიუჟეტში ასეთი ხმოვანი ჩანართები გვაძლევს ნებისმიერი მნიშვნელობის მქონე მოვლენის კომუნიკაციურ დონეზე დაყვანის საშუალებას. ამ დროს მაყურებელი უკეთესად აღიქვამს ფაქტებს. მაგალითად,

»ბატონო ლინდბერგ, რა აზრებმა გაგიელვათ თავში, როდესაც მიხვდით, რომ მართვის პულტთან ჩაგთვლიმათ?“

»ბატონო დიმაჯო, როგორ ახდენთ საკუთარი ძალების კონცენტრაციას თქვენი ცნობილი ილეთის შესრულების წინ?“

»ბატონო ნიქსონ, აი, უკვე 25 წელია, რაც პოლიტიკურ მოღვაწეობას ეწევით. როგორ აღიქვით თქვენი «ოვალური კაბინეტის ჩანაწერების» გამოქვეყნება?“

5.5 მოვლენის აღწერა

საინფორმაციო პროგრამები, როგორც წესი, უნდა აჩვენებდნენ იმას, რის შესახებაც საუბრობენ.

მაგრამ, როცა ხელთ არა გაქვთ საჭირო ვიდეომასალა, მაგალითად, თუ სიუჟეტი ეძღვნება მოვლენებს, რომლის ფირზე ასახვაც ვერ მოხერხდა, მაშინ ამ მოვლენის აღწერის ერთადერთ საშუალებად რჩება ინტერვიუ – თვითმხილველის სიტყვები.

5.6 უნიკალური მანერით თხრობა

ხშირად საინტერესო ადამიანები თავიანთ იდეებს გამოხატავენ მხოლოდ მათთვის დამახასიათებელი უნიკალური მანერით. თავიანთ ინტერვიუებში მათ შეუძლიათ ინფორმაცია მოგვაწოდონ სრულიად მოულოდნელი კუთხით, ხატოვანი მეტაფორების საშუალებით, და თანაც ისე დამაჯერებლად, რომ ამის გაკეთებას თვით ნიჭიერი რეპორტიორიც ვერ შეძლებს.

5.7 პიროვნების შეცნობის საშუალება

თუ შეერთებული შტატების პრეზიდენტი გამოდის ვიდეოკამერის წინ, საზოგადოებას უფლება აქვს გაიგოს, რა აქვს პრეზიდენტს სათქმელი.

თუ პრეზიდენტს არ შეუძლია საკუთარი აზრის ჩამოყალიბება ან მისი საკმაოდ დამაჯერებლად გადმოცემა, საზოგადოებას ამის გაგების უფლებაც აქვს.

ყოველივე ზემოთ თქმული თანაბრად ეხებათ როგორც პრეზიდენტებს, ისე მუნიციპალიტეტების თანამშრომლებს.

ტელევიზია თვალსაჩინოდ წარმოადგენს ადამიანის ხასიათს. ამაში მას პრესა ვერ შეედრება. აჩვენეთ მაცურებელს საზოგადოების აქტივისტები და ისინი თვითონ გააკეთებენ დასკვნას, ვისთან აქვთ საქმე.

5.8 დადასტურეთ ინფორმაციის წყაროს უტყუარობა

თუ რეპორტაჟი უნდა ჩაეტიოს მინიმალურ საეთერო დროში, ან რესპონდენტს დიქციასთან დაკავშირებული პრობლემები აქვს, მაშინ უმჯობესია, რაც შეიძლება ცოტა ხნით გამოჩნდეს ეკრანზე.

შეგიძლიათ, ინტერვიუ ჩართოთ მხოლოდ რამდენიმე წამით, რათა დადასტუროთ ინტერვიუსა და ინფორმაციის წყაროს არსებობის ფაქტი. ამის შემდეგ რეპორტიორი თავად გადმოსცემს რესპონდენტის ნათქვამის შინაარსს.

5.9 საუბარი თანასწორ დონეზე - გვერდი აუარეთ ოფიციალურ პირებს

«უბრალო ხალხი რას ამბობს?»

მეფე არტური («კამელოტი»).

ნუ შემოიფარგლებით მხოლოდ ოფიციალური პირების ინტერვიუებით – წინააღმდეგ შემთხვევაში ხაფანგში აღმოჩნდებით.

ნუ მოიხიბლებით ოფიციალური პირებითა და მათი წარმომადგენლებით. თუ მოვლენა უბრალო ადამიანებს ეხება (ასეთია მათი უმეტესობა), უფრო გონივრული იქნება, გადმოსცეთ რიგითი მოქალაქეების აზრი.

მაგალითად, აშშ მთავრობამ გადაწყვიტა, ხანდაზმულებს დაურიგოს სპეციალური ბარათები, რომელთა საშუალებითაც

ისინი მიიღებენ გარკვეულ სოციალურ შედეგებს. ნუ დაკმაყოფილდებით პროგრამის ხელმძღვანელთან საუბრით, დაელაპარაკეთ იმ ადამიანებსაც, ვისაც ეს პროგრამა უშეულოდ ეხება.

ნუ უგულებელყოფთ ქალაქის მერის აზრს, მაგრამ არ არის აუცილებელი, რომ ქალაქის პრობლემებთან დაკავშირებით მაინცდამაინც ის გამოჩნდეს ეკრანზე.

თუ რიგით მოქალაქეს აქვს საკუთარი შეხედულებების გამოთქმის საშუალება, ეს ძალიან კარგ შთაბეჭდილებას ახდენს მაყურებელზე, რადგან ხედავს, რომ ტელეკომპანიას აინტერესებს «უბრალო ადამიანების» აზრი.

5.10 »რა გრძნობა გეუფლებათ?«

ხშირად ტელეჟურნალისტებს აკრიტიკებენ იმის გამო, რომ ბოროტად იყენებენ ასეთ შეკითხვებს: «რა გრძნობა გეუფლებათ ამის და ამის გამო?» მართლაც, კატასტროფის ადგილზე არ უნდა მიაჩირო მიკროფონი ადამიანს, რომელსაც ახლობლები დაეღუბა, და ჰკითხო რას გრძნობს იმ წუთში.

მაგრამ, მეორე მხრივ, პიროვნული ელემენტის შემოტანით ინტერვიუ მოიგებს. თქვენი ამოცანაა საუბრის ემოციურ დონეზე წარმართვა ისე, რომ არ შეეხოთ არც რესპონდენტის და არც აუდიტორიის გრძნობებს.

ვიჩივთ, დაუსვათ ასეთი სახის შეკითხვა: «თუ შეიძლება გვითხარით ორიოდ სიტყვა ამა და ამ ადამიანის შესახებ, რათა ჩვენმა მაყურებელმა უკეთ წარმოიდგინოს ის».

აუდიტორიას მაქსიმალურად ტაქტიანად გადაეცეთ დანაკარგით გამოწვეული სევდა.

5.11 მაქსიმალურად მოკლედ

ტელეპროგრამებში ხმოვანი ჩანართები სულ უფრო და უფრო მოკლდება - ერთ ან ორ წამამდე. შესაძლოა, ასეთი მოდა MTV-მ შემოიღო, მაგრამ გახსოვდეთ, რომ MTV-ს უპირველესი მიზანი დრამატული და ემოციური მუხტის შექმნაა, თქვენი მიზანი კი - მაყურებლისთვის ახალი ამბების მიწოდება.

MTV - ს მუსიკალური კლიპები ისეა გადაღებული, რომ მაყურებელს ერთი ნახვით აღქმა გაუჭირდეს და რამდენჯერმე უყუროს. ყოველი ნახვის შემდეგ ის ახალ-ახალ დეტალებს აღიქვამს.

საინფორმაციო პროგრამებში კი მაყურებელს ცნობას მხოლოდ ერთხელ აწვდით.

ტელერეპორტაჟში ტექნიკურად შესაძლებელია ერთი ან ორწამიანი ინტერვიუების ჩართვა, მაგრამ ისმის კითხვა: ეხმარება ეს მაყურებელს მასალის აღქმაში?

გაითვალისწინეთ თუ არა თქვენს სიუჟეტში დრო მაყურებლის რეაქციისათვის იმ პირზე, ეკრანზე რომ გამოჩნდება? შეუძლია თუ არა მაყურებელს, დანახვისთანავე მიხვდეს, ვინ გამოდის მის წინაშე? შეესაბამება თუ არა რესპონდენტის მეტყველების ტემპი, არტიკულაცია და სხვა მახასიათებლები პროგრამის საერთო ტემპორიტმსა და რეპორტიორის მეტყველების ხასიათს?

მაქსიმალურად მოკლე და მკვეთრი რეპორტაჟებისაკენ სწრაფვამ შეიძლება ძალიან შორს წაგიყვანოთ. თუ გადაწყვიტეთ 3-4 წამზე მოკლე ინტერვიუს ჩართვა, იფრთხილეთ. გახსოვდეთ, რომ ამ ჩანართებს თქვენ აღიქვამთ ნაცნობ გარემოში - სამონტაჟო სტუდიის

სიჩუმეში. წარმოიდგინეთ, როგორ გაიჟღერებს ეს ჩანართი მოუმზადებელი მაყურებლისათვის.

5.12 გჭირდებათ თუ არა ინტერვიუ?

ზემოთ გამოთქმულ მოსაზრებებს თითქოს შეუძლია, გაამართლოს სიუჟეტში ნებისმიერი ინტერვიუს ჩართვა, მაგრამ ეს მოსაზრებები არ გახლავთ აბსოლუტური წესები. ინტერვიუს ჩართვა სიუჟეტში არ უნდა იყოს თვითმიზანი. განსოვდეთ, რომ უარეს შემთხვევაში ამ ჩანართს ტემპისა და პროგრამის უწყვეტი მსვლელობის დარღვევა შეუძლია. თქვენ კი, პროფესიონალ კომენტატორს, უნარი გაქვთ მოკლედ, საკუთარი სიტყვებით და გასაგებად გადმოსცეთ მოვლენის შინაარსი.

ყოველთვის ეცადეთ, გაარკვიოთ, დაგეხმარებათ სიუჟეტის განვითარებაში ინტერვიუს ჩართვა თუ, პირიქით, გაფანტავს მაყურებლის ყურადღებას.

VI

ინტერვიუს ტექნოლოგია

განვიხილოთ ინტერვიუს აღების რამდენიმე პრაქტიკული მომენტი და ხერხი.

6.1 შეამზადეთ რესპონდენტი

ინტერვიუს აღების წინ არაფორმალურად გაესაუბრეთ რესპონდენტს და შეამზადეთ ჩასაწერად.

ადამიანთა უმეტესობისათვის ინტერვიუსთვის მომზადება (შუქის დაყენება, მიკროფონების შემოწმება) უჩვეულო პროცესია. თქვენი ამოცანაა, გააღოთ ყინული, მოახდინოთ რესპონდენტის ყურადღების მობილიზება და ალაპარაკოთ.

გამოუცდელმა რესპონდენტებმა არ იციან ინტერვიუს მსვლელობისას თავის დაჭერა. მიეცით რამდენიმე პროფესული რჩევა შებოჭილობის მოსახსნელად, რომ შეძლონ თქვენს შეკითხვებზე პასუხის გაცემა.

შუქისა და მიკროფონების დაყენებისას ესაუბრეთ რესპონდენტს ზოგად თემებზე, დაამყარეთ მასთან პირადი კონტაქტი, რათა ინტერვიუს დროს ყურადღება გაამახვილოს თქვენზე და არა კამერაზე ან სხვა ტექნიკაზე.

გახსოვდეთ, რომ შემზადების მიზანია »სპორტსმენის“ გახურება და არა მისი გადახურება.

ყველა ადამიანს არ შეუძლია ერთი და იმავე ტექსტის ერთნაირი დამაჯერებლობით რამდენჯერმე გამეორება, ამიტომ ინტერვიუს წინ არ ღირს ყველაზე სერიოზულ და

მნიშვნელოვან კითხვებზე ყურადღების გამახვილება.

შემზადებისას რესპონდენტთან საუბარში კითხვები უნდა ტრიალებდეს ინტერვიუს გარშემო. მოსაუბრეს არ ჰკითხოთ მთლად უცხო თემაზე, ვთქვათ: «ამ ბოლო დროს რომელი ფილმი ნახეთ?» თუ შემზადებას წარმატებით ჩაატარებთ, რესპონდენტი კონცენტრირებული იქნება საუბრის თემაზე და ყურადღებას არ გადაიტანს ვიდეოტექნიკაზე, სხვა სიტყვებით რომ ვთქვათ, მზად იქნება ინტერვიუსათვის. თქვენ კი, სავარაუდოა, მიიღებთ სრულ, ბუნებრივ და დამაჯერებელ პასუხებს.

6.2 განმეორებითი კითხვებისთვის მომზადება

შესაძლოა, ინტერვიუს ჩაწერის ან პირდაპირი ეთერის დროს იგრძნოთ ზოგიერთი იმ კითხვის გამეორების აუცილებლობა, რომელსაც რესპონდენტს დაუსვამთ შემზადების დროს.

ამიტომ გააფრთხილეთ ის, რომ გადაცემის მსვლელობისას მოსალოდნელია ზოგიერთი კითხვის გამეორება მაყურებლისთვის მათზე პასუხის მისაღებად, რომ რესპონდენტმა არ იფიქროს (ან, უფრო უარესი, ხმამაღლა არ თქვას): «ჩვენ ხომ უკვე ვილაპარაკეთ ამის შესახებ?»

ნუ გაითამაშებთ ინტერვიუს წინასწარ და ნუ უბიძგებთ ადამიანს თქვენთვის სასურველი პასუხებისაკენ – ეს არაეთიკურია. უბრალოდ უთხარით, მზად იყოს ანალოგიური კითხვებისთვის უკვე ჩართული ვიდეოკამერის წინ.

თუ თქვენი თანამოსაუბრე ზედმეტად მორცხვი ან ჰიუტია, მაშინ 6.1 და 6.2 ქვეთავებში განხილული ხერხები გამოუსადეგარი იქნება.

6.3 ნუ დასვამთ უხეშ კითხვებს

თქვენ უფრო სასარგებლო ინფორმაციას მიიღებთ, თუ ჰკითხავთ მშვიდად და კონკრეტულად. თქვენი მხრიდან უხეშობასა და აგრესიულობის შემთხვევაში რესპონდენტმა შეიძლება უარი თქვას პასუხის გაცემაზე ან კონტრშეტევაზე გადმოვიდეს.

რა მიზანს ისახავთ ინტერვიუს აღებისას? – აჩვენოთ თქვენი აღშფოთება, თუ მიიღოთ პასუხი კითხვაზე? დადებით შედეგს მიაღწევთ მიზანმიმართული და თავაზიანი მოქმედებით. ეს სულაც არ ნიშნავს იმას, რომ არ შეგიძლიათ რთული კითხვების დასმა. ჰკითხეთ, მაგრამ ზედმეტი ემოციების გარეშე.

ამ მისცეთ ისეთი პროვოკაციულ შეკითხვები, როგორცაა, მაგალითად: «როდის დაანებებთ თავს ცოლის ცემას?».

6.4 არა უმეტეს ერთი კითხვისა ერთ ჯერზე

ნუ დაუსვამთ ერთდროულად ორ შეკითხვას. რესპონდენტი ან თავს აარიდებს ერთ-ერთ მათგანზე პასუხის გაცემას, ან დაავიწყდება რომელიმე. მიეჩვიეთ კითხვების სათითაოდ დასმას – ასე საუკეთესო შედეგებს მიაღწევთ.

როდესაც ერთდროულად აძლევთ ორ შეკითხვას, მათი პასუხები შეიძლება რესპონდენტმა გააერთიანოს, რაც დამატებით სირთულეებს შეგიქმნით მონტაჟის დროს, თუ სიუჟეტისათვის გჭირდებათ მხოლოდ ერთი პასუხი.

6.5 მიეცით რესპონდენტს საკუთარი აზრის გამოთქმის საშუალება

თქვენდამი მტრულად განწყობილ რესპონდენტებს მიეცით საშუალება, ბოლომდე გამოთქვან საკუთარი აზრი.

ნუ შეაწყვეტინებთ ლაპარაკს. მოისმინეთ ყველაფერი, რისი თქმაც უნდათ და მხოლოდ ამის შემდეგ, თუ შეამჩნევთ რაიმე წინააღმდეგობას ან პასუხისაგან თავის არიდების მცდელობას, გამოთქვით თქვენი აზრი.

6.6 არ მისცეთ რესპონდენტს პასუხისთვის თავის არიდების საშუალება

ეცადეთ, არ დასვათ მომდევნო შეკითხვა, ვიდრე არ მიიღებთ პასუხს წინა კითხვაზე.

მოისმინეთ პასუხი.

თუ ადამიანი პასუხებს თავს არიდებს, მიეცით ამის საშუალება რამდენიმე უბრალო კითხვაზე, მაგრამ შემდეგ აიძულეთ, გაგცეთ პასუხი თქვენი საუბრის უმთავრეს საკითხზე. აქ »მაგრად დაუდექით“ – თქვენ აწარმოებთ გადამწყვეტ ბრძოლას, და ყველანაირად ეცადეთ, მიიღოთ პასუხი დასმულ კითხვაზე.

თუ შეზღუდული ხართ ვიდეოფირისა და დროის მხრივ და ხედავთ, რომ ადამიანს აშკარად არ სურს პასუხის გაცემა, ნუ დახარჯავთ ტყუილად თქვენს რესურსებს უმნიშვნელო კითხვებზე, გადადით პირდაპირ მთავარ შეკითხვაზე.

საუბრის ჩანაწერი რესპონდენტთან, რომელიც გაურბის პასუხს, იმედს გაგიცრუებთ, მაგრამ თავად ეს ჩანაწერი წარმოადგენს ფასეულ მასალას განსაკუთრებით იმ შემთხვევაში, თუ ამ ადამიანს ოფიციალური პოსტი

უკავია. სიუჟეტის აგება შეიძლება უპასუხოდ დარჩენილ კითხვებზეც.

6.7 გაიმეორეთ შეკითხვები

ინტერვიუს მსვლელობისას ამის გაკეთება ადვილია. თუ ვერ მიიღეთ პასუხი კითხვაზე, გაიმეორეთ რამდენადმე შეცვლილი სახით. არ გადახვიდეთ შემდეგ შეკითხვაზე, ვიდრე ბოლომდე არ გაარკვევთ მოცემულ საკითხს.

უარი ან პასუხისთვის თავის არიდება შეიძლება ნიშნავდეს იმას, რომ თქვენ შეეხეთ რესპონდენტისთვის მნიშვნელოვან თემას, რომელზედაც არ სურს საუბარი. დაუყოვნებლივ გაიმეორეთ შეკითხვა, ვიდრე მოსაუბრის არადამაკმაყოფილებელი პასუხი ჯერ კიდევ ნათლად გახსოვთ და შეეცადეთ, რომ მომდევნო პასუხი იყოს უფრო გასაგები.

6.8 გამოიყენეთ რესპონდენტის პაუზა

ნუ შეგაშფოთებთ პაუზა ეთერში.

პაუზა თავისთავად ეფექტური საშუალებაა იმისთვის, რომ თანამოსაუბრეს პასუხის გაცემა აიძულოთ. წინასწარგანზრახული პაუზა ხანდახან რესპონდენტს უბიძგებს, ვიპასუხოთ არასასურველ კითხვაზე.

ზოგჯერ ადამიანს ყურადღების მოსაკრებად დრო სჭირდება. ასეთ შემთხვევაში პაუზა დამატებითი საშუალებაა პასუხის მისაღებად.

6.9 თავი აარიდეთ კითხვებს, რომლებზედაც შეიძლება გიპასუხონ ერთი სიტყვით – “დიახ” ან “არა”

ინტერვიუს მიზანია გაიგოთ, თუ რატომ აკეთებს ადამიანი ამასა და ამას, რას ფიქრობს, როგორია მისი შეხედულება.

თქვენს კითხვაში უნდა გამოიკვეთოს «რატომ», «როგორ», «ეს რას ნიშნავს».

თუ მიიღეთ ერთსიტყვიანი პასუხი, მაგალითად, «კი» ან «არა», შეგიძლიათ გაიმეოროთ შეკითხვა ისეთი სახით, რომ მიიღოთ დეტალური პასუხი. ყოველთვის შეგიძლიათ ისეთი ნაცადი კითხვების გამოიყენება, როგორიცაა: «რატომ ფიქრობთ, რომ ...», «რის საფუძველზე ამბობთ "არას"?»

6.10 რესპონდენტი უნდა ხვდებოდეს, რომ თქვენ დასვით შეკითხვა

ხანდახან რეპორტიორის შეკითხვას კითხვის ფორმა არა აქვს. მაგალითად, იგი ეუბნება რესპონდენტს: «მშვენიერი მატჩი იყო» და აწვდის მას მიკროფონს პასუხის მოლოდინში.

ადამიანების უმეტესობას ურჩევნია, პირდაპირ შეეკითხონ.

გასაგებად ჩამოაყალიბეთ შეკითხვები. ბოლოსდაბოლოს თქვენ ხომ რეპორტიორი ხართ. ალბათ, არსებობს ისეთი საკითხები, რომელთა გარკვევაც გასურთ – დასვით კითხვა. თქვენ ხართ მაყურებლის წარმომადგენელი. შეეცადეთ, გაუგოთ მაყურებელს და დაეხმარეთ, უკეთ აღიქვას ის, რასაც უყურებს ან რაც ნახა ეკრანზე.

შეკითხვაში ნუ გამოთქვამთ საკუთარ მოსაზრებებს.

მაყურებელს აინტერესებს რესპონდენტის და არა რეპორტიორის აზრი.

6.11 დაეხმარეთ რესპონდენტს, რომ ნორმალურად გამოიყურებოდეს

თუ ვითარება არ გეკარნახებთ საპირისპიროს – მაგალითად, არაბუნებრივად ჩანს, თუ ქუჩის არეულობების მონაწილე გამოიყურება ნორმალურად – დაეხმარეთ რესპონდენტს, რომ აკურათულად გამოიყურებოდეს. თუ თქვენს თანამოსაუბრეს ჰალსტუხი გვერდზე მოექცა, ან პომადა გაეთხაპნა, მიუთითეთ და მიეცით მოწესრიგების საშუალება.

ამით მიაღწევთ ორ მიზანს:

– პირველი: რესპონდენტს ააცილებთ უნებლიე არააკურათულობით გამოწვეულ უხერხულობის გრძნობას კამერის წინ.

ისე ტაქტიანად მიანიშნეთ, რომ სჭირდება თმების გადავარცხნა ან პიჯაკიდან ძაფის მოცილება, რომ მთელი ყურადღება საკუთარ თავზე არ გადაიტანოს.

– მეორე: ტანსაცმლის ან გარეგნობის მოუწესრიგებლობამ შეიძლება მაყურებლის ყურადღება გადართოს სიუჟეტიდან სხვა რამეზე. ამიტომ დაეხმარეთ რესპონდენტს, ეკრანზე ნორმალურად გამოიყურებოდეს, თუ, რა თქმა უნდა, არ ესაუბრებთ კატასტროფაში სასწაულებრივად გადარჩენილ ადამიანს, ან ისეთ პირს, რომლისთვისაც საყოველთაო ნორმიდან გადახრა ჩვეულებრივი მოვლენაა («ბატონო აინშტაინ, ხომ ვერ დაივარცხნიდით თმებს გადაცემის დაწყებამდე?»).

6.12 უფრო ხილვით ყურადღების გამფანტავ მოძრაობებს

ტაქტიანად და მეგობრულად გააფრთხილეთ რესპონდენტი, კამერის წინ უნებურად არ გააკეთოს ისეთი მოძრაობები, რაც მაყურებლის ყურადღებას გაფანტავს.

მაგალითად:

- განუწყვეტლივ თავის ქნევა;
- მიკროფონისკენ არაბუნებრივად გადახრა;
- პირში საღეჭი რეზინით ლაპარაკი;
- კამერისკენ ზურგით შებრუნება;
- ისეთი სიტყვების ხმარება, რომელთა ეთერში გაშვებაც არ შეიძლება.

იყავით ფრთხილად, რომ რესპონდენტმა არ გამოიყენოს უცენზურო სიტყვები ან ჟარგონი. ურჩიეთ ილაპარაკოს საზოგადოებაში მიღებული სიტყვებით. გააგებინეთ, რომ წინააღმდეგ შემთხვევაში ვერ შეძლებთ ინტერვიუს ეთერში გაშვებას.

ჩნდება დილემა - თავისთავად ჟარგონული სიტყვები შეიძლება ძალიან გამომსახველი და სიუჟეტისთვის მნიშვნელოვანი იყოს. ამიტომ რესპონდენტის მიერ აზრის გამოხატვის შესახებ გადაწყვეტილება მიიღეთ გადაღების ადგილზე. შემდეგ, სამონტაჟოში, შეუძლებელია რამის გამოსწორება.

6.13 დაეხმარეთ რესპონდენტს, თუ მას ლაპარაკისას ენა ებმის

თუ რესპონდენტს კამერის წინ ენა ებმის, მისცეთ საშუალება, თავიდან დაიწყოს თხრობა, თუ ეს უარყოფითად

არ იმოქმედებს მასალის ხარისხზე.

ასეთი გადაწყვეტილება მიიღეთ ფრთხილად, რადგან თავისთავად ენის დაბმა გარკვეულ კონტექსტში შეიძლება მნიშვნელოვანი იყოს. მაგრამ, თუ ენის დაბმის მიზეზი კამერის წინ შიში და ნერვიულობაა, გაიმეორეთ შეკითხვა და გააკეთეთ კიდევ ერთი დუბლი.

6.14 მიმართეთ თითოეულს ცალ-ცალკე

ტელენარკვევის გადაღებისას უკეთესია ინტერვიუები აიღოთ ცალ-ცალკე, თუ შეზღუდული არა ხართ დროის მხრივ ან არ გსურთ, რომ ინტერვიუმ ზოგადი საუბრის სახე მიიღოს.

თუ თქვენ ესაუბრებით ერთ პირს, ოპერატორს კადრში უნდა ჰყავდეს მხოლოდ ეს ადამიანი და ვერ გადახტება ჯგუფის ერთი წევრიდან მეორეზე.

როდესაც გადადიხართ ჯგუფის სხვა წევრზე, ოპერატორს მიეცით საშუალება, რომ გადაიტანოს კამერა მასზე.

ადამიანთა ჯგუფთან ინტერვიუს ჩაწერისას გააკეთეთ თითოეულის რამდენიმე მსხვილი ხედი, – ეს საუკეთესო მასალაა მონტაჟის დროს გადაფარვებისთვის.

6.15 «გსურთ, რომ გამოჩნდეთ ტელეეკრანზე?»

საგანგებო სიუჟეტზე მუშაობისას მოვლენის თვითმხილველებს ან ქუჩაში გამვლელებს არასოდეს ჰკითხოთ, სურთ თუ არა ტელეეკრანზე გამოჩენა.

ეს ძალიან უტაქტო და ნაწილობრივ პროვოკაციული კითხვაა. თქვენი მიზანია არა მათი ტელევიზიასთან დამოკიდებულების გარკვევა, არამედ ამ ადამიანთა დახმარებით იმის შეტყობა,

რა მოხდა შემთხვევის ადგილზე.

თვითმხილველებს მიმართეთ ასე: «მე მჭირდება თქვენი დახმარება, ხომ ვერ მომიყვებოდით, რა მოხდა აქ?» ამ შემთხვევაში უფრო დაგთანხმდებიან კამერის წინ რამდენიმე სიტყვის თქმაზე.

თქვენ მათ არ ატყუებთ. როცა ადამიანი დაინახავს მისკენ მიმართულ ვიდეოკამერას, მიხვდება, რომ ტელეეკრანზე უნდა გამოჩნდეს. თუ თქვენ გაამახვილებთ ყურადღებას ამის თაობაზე, შეიძლება დაფიქრდეს, ღირს თუ არა ტელევიზიით გამოსვლა.

ასე რომ, გვერდი აუარეთ კითხვას, რომელიც ამ ქვეთავის სათაურადაა გამოტანილი.

6.16 ინტერვიუ პირდაპირ ეთერში - ყველა რჩება თავის ადგილზე

თუ თქვენ მიგყავთ ინტერვიუ პირდაპირ ეთერში, სთხოვეთ რესპონდენტებს, დარჩნენ თავ-თავიანთ ადგილებზე მანამდე, სანამ ვიდეოკამერა გამოირთვება. ხანდახან ისინი იწყებენ მიკროფონების მოხსნას ან კადრიდან გასვლას თავიანთი სიტყვის შემდეგ. დროულად გააფრთხილეთ, დაელოდნენ თქვენ მიერ წარმოსათქმელ პროგრამის დამამთავრებელ ფრაზას.

6.17 დაუსვით სტანდარტული დამამთავრებელი კითხვა

თუ ინტერვიუ გამოვიდა გრძელი ან ქაოტური, ან სიუჟეტი - რთული, გონივრული იქნება სტანდარტული დამამთავრებელი შეკითხვის დასმა: «ხომ არ დამავიწყდა რამის შეკითხვა?» ან «ხომ არ გსურთ კიდევ რამის

დამატება?»

როგორც წესი, ინტერვიუს დროს საუბრობთ კომპეტენტურ პირთან. რამდენიც უნდა ემზადოთ ინტერვიუსთვის, მას მაინც მეტი ეცოდინება არჩეული თემის გარშემო, ამიტომ დაუსვით მითითებული კითხვა, იქნებ რესპონდენტმა ვითხრათ რამე მნიშვნელოვანი, რაც თქვენ აზრადაც არ მოგივიდოდათ.

6.18 მას შემდეგ, რაც კამერა გამოირთვება

როდესაც კამერას გამორთავთ, არ დაგავიწყდეთ სამი რამის გაკეთება:

- დააზუსტეთ რესპონდენტის სახელი და გვარი;
- გამოართვით ტელეფონის ნომერი;
- გაარკვიეთ, სად იქნება ის ინტერვიუს ეთერისთვის მომზადებისას, რომ აუცილებლობის შემთხვევაში დაურეკოთ და დააზუსტოთ გაურკვეველი საკითხები.

VII

ვიდეოგადაღების ტექნიკა

«კამერა არ არის შავი ყუთი, რომელიც იწერს გამოსახულებასა და ხმას; კამერა არის ისტორიების მოსათხრობი საშუალება».

ჯონ პრემაკი.

ბოსტონის ტელეკომპანიის

მთავარი ოპერატორი.

7.1 ისტორიების თხრობა

პრაქტიკულად ყველას შეუძლია შეისწავლოს ვიდეოკამერის (შავი ყუთის) – გამოსახულებისა და ხმის ჩამწერი მოწყობილობის – ხმარება. მაგრამ კამერის გამოყენება ისტორიების შესაქმნელად ისე, რომ შემდეგ შესაძლებელი იყოს მათი სხვებისათვის მოყოლა, მოითხოვს მომზადებას, ტექნიკური ხერხების ათვისებას, მონდომებასა და ყურადღებას.

ამ პრაქტიკული სახელმძღვანელოს წინა თავებში ჩვენ გააცანით რეპორტიორის სამუშაოს ძირითადი ნიუანსები. ახლა განვიხილოთ ვიდეოგადაღების ზოგიერთი ასპექტი.

ვიდეოკამერის დანიშნულებაა გამოსახულებისა და ხმის ისეთი სახით ჩაწერა, რომ მაყურებელმა თავი იგრძნოს მოვლენის დამსწრედ.

მაღალი კლასის ოპერატორებს ისე შეუძლიათ გადაღება, რომ თვითმხილველებიც კი აღმოაჩინენ ეკრანზე იმ მნიშვნელოვან ეპიზოდებს, რომლებიც ადგილზე არ შეუმჩნევიათ.

7.2 ოპერატორის ამოცანა

ოპერატორი მაყურებლის თვალი და ყურია.

მან თითოეულ მოვლენაში უნდა გამოყოს ძირითადი მომენტები და შემდეგ გადაიღოს ფირზე ისე, რომ შეიძლებოდეს სატელევიზიო სიუჟეტის მომზადება.

ოპერატორი ყოველთვის უნდა იჩენდეს შემოქმედებით ინიციატივას.

ისე უნდა განიმსჭვალოს თავისი კამერის ობიექტივის წინ მიმდინარე მოვლენებით, რომ შეეძლოს მათი მოსალოდნელი განვითარების გამოცნობა და მზად იყოს გადაღების მსვლელობის ყველაზე მოულოდნელი მიმართულებით შეცვლისათვის.

რეპორტიორთან ერთად ოპერატორმა ყველაფერი უნდა იღონოს იმისთვის, რომ აღიქვას მოვლენის არსი და შეძლოს სიუჟეტისთვის აუცილებელი ძირითადი ეპიზოდების გადაღება.

7.3 აქტიური ოპერატორი

პასიურმა ოპერატორმა იცის კამერასთან მუშაობა და ვიდეომასალის მოპოვება. მას სჭირდება მითითება და კითხულობს: »რა უნდა გავაკეთო?«

აქტიური ოპერატორი კი ინიციატივას იჩენს.

აქტიური ოპერატორი რომ გახდეთ, უნდა შეგეძლოთ გადაღების პროცესში მოვლენების სტრუქტურის აღქმა და მათი მოსალოდნელი განვითარების გზების წინასწარ გამოცნობა, მიღებული მასალის დამონტაჟების შესაძლო ვარიანტების წარმოდგენა.

აქტიური ოპერატორის მიერ გადაღებულ მასალას აუდიტორია ყოველთვის უკეთესად იღებს (თუ გულახდილად ვიტყვით, აქტიურ ოპერატორს ყოველთვის აქვს საინტერესო სამუშაოს მიღების შანსი).

7.4 ვიდეოგამოსახულების ენა

ვიდეოგამოსახულება სალაპარაკო ენას ჰგავს. ცუდად გადაღებული და ცუდად დამონტაჟებული სიუჟეტის ყურება ისევე ძნელია, როგორც ენის ცუდად მცოდნე და ძლიერი აქცენტიტ მოლაპარაკე ადამიანის კომენტარის აღქმა.

როდესაც მიდის სიუჟეტი არამდგრადი გამოსახულებით, კადრების ცუდი კომპოზიციით ან ცუდი მონტაჟით, მაშინ მაყურებელს მოვლენაში გასარკვევად ყურადღების დაძაბვა სჭირდება.

მაგრამ უმეტესობა ამას არ იზამს, (სხვაგვარად კი ვერ აღიქვამს ნაჩვენებ სიუჟეტს) იმიტომ, რომ განებივრებული არიან ჰოლივუდის სტანდარტების მიხედვით გადაღებული მაღალხარისხოვანი კომერციული სიუჟეტებით, სადაც ეკრანული დროის 30 წამის განმავლობაში 27 სცენა ცვლის ერთმანეთს.

საინფორმაციო პროგრამის ოპერატორს უნდა ახსოვდეს, რომ კონკურენციას უწევს იმავე ეკრანზე ნაჩვენებ ისეთ სანახაობებს, როგორიცაა «კოსმოსური ომები». ამიტომ ვალდებულია, შეისწავლოს ვიდეოგამოსახულების ენა და იმუშაოს მისი კანონებით.

7.5 სიუჟეტისათვის აუცილებელია დასაწყისი, შუაგული და დასასრული

პირველ ყოვლისა, საჭიროა მაყურებლის ყურადღების მიპყრობა.

მაყურებელთა უმეტესობა ტელევიზორს (განსაკუთრებით საინფორმაციო პროგრამებს) უყურებს არა ჩაბნელებულ და მყუდრო ოთახში, არამედ განათებულ ხმაურიან სასტუმროებსა და სამზარეულოებში.

სიუჟეტი კეთდება კვალიფიციურად გადაღებული და ლოგიკურად დამონტაჟებული კადრების საფუძველზე.

გადაღების კლასიკური თანამიმდევრობა ასეთია: შორი ხედი, საშუალო ხედი, მსხვილი ხედი. ამ თანამიმდევრობის დაცვა აადვილებს სიუჟეტის აღქმას.

გადაიღეთ ადამიანთა რეაქციის ამსახველი კადრები. მონტაჟის კლასიკური თანამიმდევრობაა: მოქმედება, შემდეგ მასზე რეაქცია.

7.6 ოპერატორი ჟურნალისტის როლში

გადაღებების დროს ოპერატორს ყოველთვის უნდა ახსოვდეს, რომ ის არის რეპორტიორის გუნდის წევრი.

თუ აკეთებთ რეპორტაჟს რომელიმე მოსაწყენი შეკრების შესახებ, სრულიად ნორმალურია, ჩასვათ კადრი, რომელშიც ადამიანი ამთქნარებს. პირიქით, თუ კრებაზე მიმდინარეობს გაცხოველებული კამათი, მაშინ საჭიროა აღგზნებული სახეების ან მკვეთრი შესტიკულაციის გამომსახველი რამდენიმე მსხვილი ხედი.

თქვენ გჭირდებათ მოვლენის ამსახველი რეალური კადრები.

არ არის საჭირო იმ ადამიანის ჩვენება, რომელმაც გაცხოველებული კამათისას შემთხვევით დაამთქნარა.

ოპერატორი ჩაფლული უნდა იყოს მოვლენაში, ესმოდეს, რა ხდება, წინასწარ განჭვრიტოს ის, რა შეიძლება მოხდეს და მზად იყოს ამისათვის.

აუცილებელია შერჩევითობა. ნუ გადაიღებთ ყველაფერს მიყოლებით, სხვადასხვა მიმართულებით ერთი და იმავე ადგილიდან. შეარჩიეთ მოვლენის რამდენიმე ძირითადი მონაწილე და გადაიღეთ ისინი: ეცადეთ, მათი რეაქციის საშუალებით გადმოსცეთ მოვლენა. მოეთათბირეთ რეპორტიორს თქვენი არჩევანის თაობაზე, რათა დარწმუნდეთ იმაში, რომ გუნდი ერთსა და იმავე საქმეს აკეთებს.

თქვენი ამოცანაა თავიდან აიცილოთ უაზრო კადრები, რომლებსაც მხოლოდ მაყურებლის შეცდომაში შეყვანა შეუძლია. გადაღებული კადრები უნდა გადმოსცემდნენ მოვლენის არსს.

7.7 კადრის კომპოზიცია

ოპერატორმა უბრალოდ კი არ უნდა მიმართოს კამერა მოვლენის ადგილისაკენ, არამედ უნდა იყურებოდეს ვიდეოსამიზნებელში, რათა ააგოს კადრი.

გახსოვდეთ კომპოზიციის აგების »მესამედების წესის«
შესახებ.

7.8 მიკროფონით მუშაობა

რეპორტიორი მუშაობს ხელის (დინამიკური) მიკროფონით, რესპონდენტს კი მიეცით გულზე დასამაგრებელი («ლავალი»). ამის წყალობით მას შეუძლია, მოიხსნას

მიკროფონით გამოწვეული დაძაბულობა. რეპორტიორს კი საშუალება აქვს, იდგეს რესპონდენტისაგან გარკვეულ მანძილზე, რაც ოპერატორს გადაღების დროს დიდ თავისუფლებას აძლევს.

7.9 ერიდეთ "ზუმისა" და პანორამების გამოყენებას

ტრანსფოკატორის ("ზუმის") საშუალებით მიახლოება და დაშორება გამოიყენეთ მხოლოდ იმ შემთხვევებში, როცა ეს აუცილებელია ან გამართლებულია. გახსოვდეთ, რომ "ზუმი", როგორც ტექნიკური საშუალება, ფანტავს მაყურებლის ყურადღებას. "ზუმის" დროს ყველაზე საინტერესოა პირველი და ბოლო კადრები (სტატიკური ხედები). გირჩევთ, მონტაჟის დროს ამოჭრათ მათ შორის არსებული გარდამავალი კადრები, თუ ისინი ძალიან მნიშვნელოვანი არ არის.

თავი აარიდეთ პანორამებსაც. თუ გამოიყენებთ მას, აუცილებლად დაიწყეთ და დაამთავრეთ მდგრადი, კარგად აგებული კადრით.

7.10 უფრო ხილვით კაშკაშა მზის სინათლეს

კაშკაშა მზის სინათლეზე მუშაობისას გახსოვდეთ, რომ სახე უნდა იმყოფებოდეს ჩრდილში. არ გადაიღოთ სინათლის საპირისპიროდ, თორემ მკვეთრი ჩრდილი სახეს გაამუქებს (კონტრაჟური).

სთხოვეთ რეპორტიორსა და რესპონდენტს გადაღებისას მზის სათვალეების მოხსნა. წინააღმდეგ შემთხვევაში თვალები არ გამოჩნდება, მათი გამომეტყველება კი სიუჟეტისათვის ყოველთვის მნიშვნელოვანია.

7.11 მოძრაობის მიმართულება ეკრანზე

პრესკონფერენციების, თეატრალური წარმოდგენების, აღლუმებისა და სხვა ამგვარი «დადგმითი» მოვლენების გადაღებისას შეარჩიეთ მოძრაობის მიმართულება ეკრანზე და მისდიეთ მას.

აუდიტორიის რეაქცია და სხვა გადასაფარი კადრები გადაიღეთ უშუალოდ ასეთი მოვლენების დროს – რეაქცია ნამდვილი უნდა იყოს.

7.12 მსხვილი ხედი

თითოეული სიუჟეტისთვის გააკეთეთ რამდენიმე მსხვილი ხედი. გამომსახველი მსხვილი ხედი სიუჟეტს მატებს განუმეორებლობას და დაუფიწყარს ხდის მას.

7.13 დამამთავრებელი კადრები

გაკეთეთ სიუჟეტის დამამთავრებელი კადრიც. ზოგიერთ სიუჟეტს არა აქვს ცალსახა ახსნა და უმჯობესია, დაამთავროთ საერთო ხედით, მაგრამ გამომსახველი მსხვილი ხედი უფრო ძლიერ შთაბეჭდილებას ახდენს.

კლასიკური (ახლა უკვე კლიშედ ქცეული) დამამთავრებელი კადრი ხანძრის ამსახველი სიუჟეტისათვის არის გაჭვარტლული, დამწვარი თოჯინა გატკეპნილ მიწაზე. პრინციპში, ოპერატორმა უნდა იპოვოს ზუსტად ამ ტიპის მნიშვნელოვანი დამამთავრებელი კადრი.

VIII

მოქვეით ყველაფერი ისე, როგორც არის

«გამოსახულება, ისევე როგორც სიტყვა, ჩვეულებრივ სინამდვილის ანარეკლია. ის კი არ არის მნიშვნელოვანი, რომ ტელეჟურნალისტი გვიჩვენებს ფაქტებს, არამედ ის, თუ რამდენად მართლად ასახავს მათ ჟურნალისტი».

უილიამ ბლუმი

«დოკუმენტური ფილმი ამერიკულ ეკრანზე».

არსებობს გულუბრყვილო აზრი, თითქოს ტელეკამერა თვითონ ასახავს სინამდვილეს. გამოცდილმა რეპორტიორებმა და ოპერატორებმა იციან ასეთი აზრის «ფასი».

არაპროფესიონალ, მოუმზადებელ ტელერეპორტიორსა და ტელეოპერატორს ვიდეოკამერის საშუალებით სინამდვილის ასახვის იგივე შანსი აქვთ, რაც არაპროფესიონალ, გამოუცდელ გაზეთის რეპორტიორს – კალმითა და ქაღალდით რეპორტაჟის დაწერისა.

კამერა ყოველთვის სიმართლეს არ ამბობს. ის იღებს იმას, რისი გადაღებაც სურს ოპერატორს, რომელსაც კამერა ხელში უჭირავს. სიუჟეტის მომზადებისას რეპორტიორი იყენებს მხოლოდ იმ ფაქტებს, რომელთა მოპოვებაც შეძლო.

თითოეული სიუჟეტის მომზადებისას იყენებთ თქვენს თვალსაზრისს, პროფესიულ გამოცდილებას.

მოვლენის ადგილზე შეაგროვეთ ყველა ფაქტი, შემდეგ კი მოპოვებული მასალა პატიოსნად გადმოეცით

გაწონასწორებული სიუჟეტის სახით.

სიუჟეტს აკეთებენ რეპორტიორი და ოპერატორი. კამერა თქვენ მაგივრად ვერ იმუშავებს.