

ՀԵՌՈՒՄՏԱՌԵՊՈՐՏԱԺ

ՆԱԽԱԲԱՆ.....

I. ՀԵՌՈՒՄՏԱՏԵՍԱՅԻՆ ՌԵՊՈՐՏԱԺԻ ԿԱՐԵՎՈՐԱԳՈՒՅՆ ՏԵՍԱԿԵՏԵՐԸ.....

- 1.1. ՀԱՍԱՐԱԿԱԿԱՆ ՇԱՀԵՐԻ ՊԱՀՊԱՆՈՒՄ.....
- 1.2. ԸՇԳՐՏՈՒԹՅՈՒՆ: ԳՈՐԾԸՆԿԵՐԱԿԱՆ ՀԱՐԱԲԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ ՀԵՌՈՒՄՏԱԳԻՏՈՂԻ ՀԵՏ.....
- 1.3. ՆՅՈՒԹԻ ՇԱՐԱԳՐՄԱՆ ՀՍՏԱԿՈՒԹՅՈՒՆԸ.....
- 1.4. ՀԱՍԱԿՑՈՒՄ.....
- 1.5. ՀԱՍԱԳՈՐԾԱԿՑՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ՓՈԽՎՍՏԱՀՈՒԹՅՈՒՆ.....
- 1.6. ՊԱՏԱՍԽԱՆԱՏՎՈՒԹՅՈՒՆ.....
- 1.7. ՄԱՍՆԱԳԻՏԱԿԱՆ ՍԿԶԲՈՒՆՔՆԵՐ.....

II. ԱՇԽԱՏԱՆՔ ԳԵՊՔԻ ՎԱՅՐՈՒՄ: ԼՐԱԳՐՈՂԱԿԱՆ ԽՈՒՄՔ.....

- 2.1. ԼՐԱԳՐՈՂՆ ԻԲԵՐԵՎ ԱՌԱՋՆՈՐԴ.....
- 2.2. ԳՈՐԾԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ.....
- 2.3. ԿՈՆԿՐԵՏ ՑԱՆԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ.....
- 2.4. ՕՊԵՐԱՏՈՐԻ ԻՆՔՆՈՒՐՈՒՅՆ ԱՇԽԱՏԱՆՔԸ.....
- 2.5. ՍԱՐՔԱՎՈՐՈՒՄՆԵՐԻ ՏԵԽՆԻԿԱԿԱՆ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ.....
- 2.6. ԽՈՍԱՓՈՂԵՐ.....
- 2.7. ԼՐԱԳՐՈՂԸ ՆԿԱՐԱՀԱՆՄԱՆ ՎԱՅՐՈՒՄ ՊՐՈԴՅՈՒՍԵՐԻ ԳԵՐՈՒՄ

III. ՀՐԱՏԱՊ ՆՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ.....

- 3.1. ՆԵՐԴԻՐ.....
- 3.2. ԽՈՇՈՐ ՊԼԱՆ.....
- 3.3. ԱՆՑՈՒՄ
- 3.4. ԳՈՐԾՈՂՈՒԹՅԱՆ ՎԱՅՐԻ ՄԱՍԻՆ ՊԱՏԿԵՐԱՑՈՒՄ ՍՏԵՂԾՈՂ ՄԱՆՐԱՄԱՆՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ.....
- 3.5. ՀԱՍԱՊԱՏԿԵՐ.....
- 3.6. ՀԱՐՑԱԶՐՈՒՅՑ ԻՐԱԴԱՐՉՈՒԹՅԱՆ ՄԱՍՆԱԿԻՑՆԵՐԻ ԵՎ ՎԿԱՆԵՐԻ ՀԵՏ.....
- 3.7. ԿԵՆՏՐՈՆԱԿԱՆ ՊԱՀ.....

- 3.8. ԵԶՐԱՓՈԱԿԻՉ ԿԱԴՐ.....
- 3.9. ԻՐԱՐ ՀԵՏ ԿԱՊ ՊԱՀՊԱՆԵՔ.....
- 3.10. ԴՈՒՔ ԿԱՐՈՂ Ե՞Ք ՇԱՐԱԴՐԵԼ ՁԵՐ ՍՅՈՒԺԵՆ.....

IV. «ԱՆՁՆԱԿԱՆ» ՍՅՈՒԺԵ

- 4.1. ՍՅՈՒԺԵԻ ՊԱՏՄՈՒԹՅՈՒՆ.....
- 4.2. ՏԵՍԱՍԱՐՔԱՎՈՐՈՒՄՆԵՐԻ ՕԳՏԱԳՈՐԾՄԱՆ
ԱՐԴՅՈՒՆԱՎԵՏՈՒԹՅՈՒՆԸ.....
- 4.3. ՏԵՍԱՆՅՈՒԹԵՐԻ ԸՆՏՐՈՒԹՅՈՒՆ.....
- 4.4. ՏԵՍԱՓՈԽԱՔԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ.....
- 4.5. ԽՈՐՀՐԴԱԿՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ.....

V. ՀԱՐՑԱԶՐՈՒՅՑ.....

- 5.1. ՈՐԱԿԱՅԻՆ ՖՈՒՆԿՑԻԱ
- 5.2. ՔԱՆԱԿԱՅԻՆ ՖՈՒՆԿՑԻԱ
- 5.3. ԿԱՐԾԻՔՆԵՐ.....
- 5.4. ԻՐԱԴԱՐՁՈՒԹՅԱՆ ՍԱՐԿԱՅԻՆ ԲՆՈՒՅԹԸ.....
- 5.5. ԻՐԱԴԱՐՁՈՒԹՅԱՆ ՆԿԱՐԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆ.....
- 5.6. ԻՆՔՆԱՏԻՊ ՊԱՏՄԵԼԱՉԵՎ.....
- 5.7. ԱՆՁԸ ՀԱՄԿԱՆԱԼՈՒ ԲԱՆԱԼԻՆ
- 5.8. ՎԱՎԵՐԱՅՐԵՔ ՀԱՐՑԱԶՐՈՒՅՑԻ ԻՐԱԿԱՆ ԼԻՆԵԼԸ
- 5.9. ԶՐՈՒՅՑ ՀԱՎԱՍԱՐԻ ՀԵՏ: ԽՈՒՍԱՓԵՔ ՊԱՇՏՈՆԱԿԱՆ
ԱՆՁԱՆՑԻՑ.....
- 5.10. «ԻՍԿ ԱՆՁԱՍԲ ԴՈՒՔ Ի՞ՆՉ ԵՔ ՄՏԱԾՈՒՄ...»
- 5.11. ՄԱՔՍԻՄԱԼ ՀԱԿԻՐԾ
- 5.12. ԱՐԴՅՈ՞Ք ՁԵՉ ՊԵՏՔ Է ՏՎՅԱԼ ՆԵՐԱՌՈՒՄԸ

VI. ՀԱՐՑԱԶՐՈՒՅՑԻ ՏԵԽՆՈԼՈԳԻԱՆ

- 6.1. ՆԱԽԱՎԱՐԺԱՆՔ
- 6.2. ԿՐԿՆՎՈՂ ՀԱՐՑԵՐ
- 6.3. ՄԻ ՏՎԵՔ ՍԱԴՐԻՉ ՀԱՐՑԵՐ
- 6.4. ԱՄԵՆ ԱՆԳԱՄ ՄԵԿ ՀԱՐՑ.....
- 6.5. ԶՐՈՒՅԱԿՑԻՆ ԱՐՏԱՀԱՅՏՎԵԼՈՒ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆ
ՏՎԵՔ.....
- 6.6. ԹՈՒՅԼ ՄԻ ՏՎԵՔ, ՈՐ ԶՐՈՒՅԱԿԻՑԸ ԽՈՒՍԱՓԻ
ՊԱՏԱՍԽԱՆՆԵՐԻՑ.....

- 6.7. ԿՐԿՆԵՔ ՁԵՐ ՀԱՐՑԵՐԸ
- 6.8. ԼՈՒՌՈՒՅՈՒՄԸ ՕԳՏԱԳՈՐԾԵՔ ՁԵՐ ՕԳՏԻՆ
- 6.9. ԽՈՒՍԱՓԵՔ ԱՅՆ ՀԱՐՑԵՐԻՑ, ՈՐՈՆՅ ԿԱՐԵԼԻ Է
ՊԱՏԱՍԽԱՆԵԼ ՄԵԿ ԲԱՌՈՎ.....
- 6.10. ՀԱՄՈՁՎԵՔ, ՈՐ ՀԱՐՑԸ ՏՎԵԼ ԵՔ.....
- 6.11. ԱՅՆՊԵՍ ԱՐԵՔ, ՈՐ ՁԵՐ ՋՐՈՒՑԱԿԻՅԸ ՆՈՐՍԱԼ ՏԵՍՔ
ՈՒՆԵՆԱ
- 6.12. ՀԻՇԵՔ ՈՒՇԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆ ՇԵՂՈՂ ՇԱՐԺՈՒՄՆԵՐԻ ՄԱՍԻՆ
- 6.13. ԵԹԵ ՀԱՐՑԱՋՐՈՒՅՑ ՏՎՈՂԸ ԿՄԿՄՈՒՄ Է, ՕԳՆԵՔ ՆՐԱՆ
- 6.14. ԱՄԵՆ ՄԵԿԻՆ ԱՌԱՆՁԻՆ-ԱՌԱՆՁԻՆ ԴԻՄԵՔ
- 6.15. «ՈՒՋՈՒՄ ԵՔ, ՈՐ ՁԵՉ ՀԵՌՈՒՍՏԱՏԵՍՈՒԹՅԱՄԲ ՑՈՒՅՑ ՏԱՆ» ...
- 6.16. ՀԱՐՑԱՋՐՈՒՅՑ ՈՒՂԻՂ ԵԹԵՐՈՒՄ: ԲՈԼՈՐԸ ՊԵՏՔ Է ԻՐԵՆՅ
ՏԵՂԵՐՈՒՄ ՄՆԱՆ
- 6.17. ՏՎԵՔ ԸՆԴՈՒՆՎԱԾ ԵՋՐԱՓԱԿԻՉ ՀԱՐՑ
- 6.18. ԽՅԻԿՆ ԱՆՋԱՏԵԼՈՒՅ ՀԵՏՈ

VII. ՏԵՍԱՆԿԱՐԱՀԱՆՄԱՆ ՎԱՐՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆ

- 7.1. ՊԱՏՍՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՇԱՐԱԳՐՈՒՄ
- 7.2. ՕՊԵՐԱՏՈՐԻ ԽՆԴԻՐԸ
- 7.3. ԱԿՏԻՎ ՕՊԵՐԱՏՈՐ
- 7.4. ՏԵՍԱՊԱՏԿԵՐՆԵՐԻ ԼԵՋՈՒՆ.....
- 7.5. ՍՅՈՒԺԵՆ ՊԵՏՔ Է ՈՒՆԵՆԱ ՍԿԻՋԲ, ՄԻՋՆԱՐԱՐ ԵՎ ՎԵՐՋ
- 7.6. ՕՊԵՐԱՏՈՐՆ ԻԲԲԵՎ ԼՐԱԳՐՈՂ
- 7.7. ԿԱԳՐԻ ԿԱՌՈՒՑՈՒՄ
- 7.8. ԱՇԽԱՏԱՆՔ ԽՈՍԱՓՈՂԻ ՀԵՏ
- 7.9. ՄԻ ՉԱՐԱՇԱՀԵՔ ՋՈՒՄԸ ԵՎ ՊԱՏԿԵՐԸ
- 7.10. ՋԳՈՒՇԱՅԵՔ ՈՒԺԵՂ ԱՐԵՎԱՅԻՆ ԼՈՒՅՄԻՑ
- 7.11. ՇԱՐԺՄԱՆ ՈՒՂՂՈՒԹՅՈՒՆԸ ԷԿՐԱՆԻՆ
- 7.12. ԽՈՇՈՐ ՊԼԱՆ
- 7.13. ԵՋՐԱՓԱԿԻՉ ԿԱԳՐ

VIII. ՊԱՏՄԵՔ ԻՐՈՂՈՒԹՅՈՒՆԸ

ՆԱԽԱԲԱՆ

Տվյալ գործնական ձեռնարկի նպատակը հեռուստալրագրողների և օպերատորների աշխատանքը առավել արդյունավետ դարձնելն է:

Գործնական ձեռնարկը պարունակում է տվյալներ ինչպես լրագրողների և օպերատորների իրարից առանձին գործունեության, այդպես էլ նրանց համատեղ աշխատանքի մասին, քանի որ նորություններ և տեսանյութեր հավաքելու, մոնտաժելու և սյուժեն նախապատրաստելու նրանց աշխատանքները անբաժանելի են: Բացի դրանից, բազմաթիվ հեռուստակայաններում լրագրողը կատարում է միաժամանակ նաև օպերատորի պարտականությունները:

Գործնական ձեռնարկը պարունակում է լավագույն արդյունքների հասնելուն նպաստող մասնագիտական խորհուրդներ և հանձնարարականներ:

Գործնական ձեռնարկը մղված է մասնագիտական գիտելիքների լայնացման և հեռուստալրագրության առանձնահատկությունների հետ մանրակրկիտ ծանոթացմանը:

Տվյալ ձեռնարկի հիմնական նպատակն է լրագրողի և օպերատորի աշխատանքի թեթևացումը, նրանց արտադրողականության արդյունավետության բարձրացումը:

I

ՀԵՌՈՒՍՏԱՏԵՍԱՅԻՆ ՌԵՊՈՐՏԱԺԻ ԿԱՐԵՎՈՐԱԳՈՒՅՆ ՏԵՍԱԿԵՏԵՐԸ

1.1 ՀԱՍԱՐԱԿԱԿԱՆ ՇԱՀԵՐԻ ՊԱՀՊԱՆՈՒՄ

Ռադիոհաղորդումների մասին ԱՄՆ-ի 1927 թ. ֆեդերալ օրենքը սահմանում է ռադիոհաղորդումների առաքելությունը՝ որպես ծառայություն «հասարակության շահերին, նրա պահանջներին կամ կարիքներին»: Այդ հիմնական նպատակը ԱՄՆ-ում մինչ այժմ էլ դիտարկվում է որպես ռադիո կամ հեռուստահաղորդումների արտոնագիր ստանալու կարևորագույն պայման:

Բազմաթիվ հեռուստակայանների ամենօրյա գործունեության հիմնական խնդիրն է՝ նորությունների նախապատրաստումը և հեռարձակումը: Հեռուստանորությունները պետք է ուղղված լինեն ինֆորմացիա սպառողների բազմազան և բազմակարծիք լսարանին՝ ձեր հեռուստադիտողներին: Ձեր, իբրև, հեռուստալրագրողի խնդիրը հերևյալն է՝ հեռուստադիտողին մատուցել տրամաբանորեն կապակցված և օգտակար ինֆորմացիա, որը կհամապատասխանի ներքոհիշյալ պայմաններին: Նախ, ինֆորմացիան պետք է նրանց անհրաժեշտ լինի իրադարձության մասին տեղյակ լինելու համար, երկրորդ՝ այդ ինֆորմացիան պետք է համապատասխանի նրանց պահանջներին:

1.2 ՃՇԳՐՏՈՒԹՅՈՒՆ: ԳՈՐԾԸՆԿԵՐԱԿԱՆ ՀԱՐԱԲԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ ՀԵՌՈՒՍՏԱԳԻՏՈՂԻ ՀԵՏ

Հեռուստադիտողի վստահությունը ձեռք բերելու և հետագայում այն պահպանելու, ձեզ հավատարիմ լսարան կազմավորելու համար՝ պետք է ձեռք բերել այնպիսի մարդու համբավ, որին կարելի է հավատալ: Ձեր և հեռուստադիտողի միջև գործընկերական հարաբերություններ հաստատելու համար ռեպորտաժը պետք է լինի ճշգրիտ և հիմնավորված:

Հեռուստադիտողի վստահությունը ձեռք բերելու համար լրագրողը պարտավոր է սահմանափակվել միայն ստուգված փաստերով: Այսպիսով՝ ձեր խնդիրն է հավաքել թեմային անմիջականորեն վերաբերվող, կարևորագույն փաստեր և ինֆորմացիայի աղբյուրները՝ դրանք հասցնելով հեռուստադիտողի ուշադրությանը:

Հեռուստադիտողի վստահությունը պահպանելու համար լրագրողը պետք է անկողմնապահ վերաբերվի փաստերի հավաքմանն ու շարադրմանը:

Հեռուստադիտողի վստահությունը վայելող լրատվական ծառայությունները չեն տարածում ասեկոսեներ:

Այդպիսի ծառայությունները չեն ասում, թե ինչ կարող էր պատահել: Հեռուստադիտողը չի կարող հույսը դնել բամբասանքների (որոնք հաճախ չեն համապատասխանում իրականությանը), կամ էլ կարծես թե ակնհայտ դեպքերի վրա (որոնք, հաճախ, կատարվում են ոչ այնպես, ինչպես ցուցադրվում է էկրանից):

1.3 ՆՅՈՒԹԻ ՇԱՐԱԴՐՄԱՆ ՀՍՏԱԿՈՒԹՅՈՒՆԸ

Նյութը, հեռուստադիտողի կողմից ընկալվելու համար, պետք է շարադրվի պարզ և ըմբռնելի: Սա չափից դուրս կարևոր գործոն է, առանց որի հեռուստառեպորտաժի մնացած բոլոր մոտեցումները դառնում են անիմաստ:

Հեռուստառեպորտաժները պետք է նկարահանված և մատուցված լինեն այնքան պարզ, որ առաջին իսկ հայացքից ընկալվեն հեռուստադիտողների կողմից:

Հեռուստալրագրող լինելով, դուք, իբրև կանոն, հեռուստադիտողին դիմելու միայն մեկ հնարավորություն ունեք: Այդ պատճառով, կարևորագույն պահանջներն են՝ պարզ ու հստակ ոճը և տրամաբանական համակցումը (մոնտաժը):

Հեղինակի մեկնաբանությունները պետք է լինեն պարզ և հստակ: Լրագրողի բառապաշարը պետք է լինի ճշգրիտ, օգտագործվող բառերը՝ հեշտ ընկալվող:

Արտասանությունը պետք է լինի հստակ:

Մյուսի մատուցման արագությունը պետք է թույլ տա հեռուստադիտողին հետևել նրա բովանդակությանը և այն ընկալել առանց շեղվելու:

Ինտոնացիոն շարքը պետք է համապատասխանի սյուժեի բովանդակությանը:

Ձայնային շարքը և պատկերը պետք է ոչ թե թուլացնեն սյուժեի ընկալումը, այլ զարգացնեն, ուժեղացնեն նրա իմաստային կազմը:

Այս բոլոր բաղադրիչները՝ սցենարը, մեկնաբանությունները, նյութի մատուցումը, ինտոնացիան, արագությունը, ձայնային շարքը և պատկերն ապահովում են հեռուստատեսայորտաժի ամբողջականությունը: Հեռուստադիտողը կարող է սյուժեն սխալ ընկալել, եթե այդ բաղադրիչներից մեկն ամբողջ նյութին չի համապատասխանում:

Հեռուստալրագրողը պետք է նաև բեմադրիչ լինի (դա անհրաժեշտ է յուրաքանչյուր սյուժեի հեռարձակումը պատրաստելու համար): Լրագրողի վարպետությունն անհրաժեշտ է սյուժեի հիմքը կազմող փաստեր և տեսանյութեր հավաքելու և վերարտադրելու համար:

1.4 ՀԱՍՏԱԿՑՈՒՄ

Տեսահամակցումը թույլ է տալիս եղած նյութերից ընտրել կարևորագույնները և սեղմել ժամանակը: Մենք հազվադեպ ենք իրադարձությունը ցույց տալիս ամբողջովին: Հակառակ դեպքում նորությունների թողարկումները կտևեն ոչ թե րոպեներ, այլ ժամեր:

Տեսահամակցումը սկզբուքորեն նման է տեքստի խմբագրմանը:

Երբ մասսայական լրատվության տպագրական միջոցներում աշխատող լրագրողը հարցազրույց է անցկացնում, նրա գրուցակցի խոսքերը տեղ են գտնում հոդվածի տարբեր հատվածներում և պարտադիր չէ, որ նրանք տեղադրվեն այն հաջորդականությամբ, որով արտասանվել են: Հեռուստալրագրողն էլ է ընտրում և տեղադրում կադրերը և ձայնային նյութը՝ սյուժեի տրամաբանությանը համապատասխանող որոշակի կարգով: Ե՛վ առաջին, և՛ երկրորդ դեպքերում լրագրողները, ասելիքը աշխուժացնելու համար, վերակառուցում և վերախմբավորում են փաստերը:

Համակցելիս (ինչպես նաև տեքստ խմբագրելիս) անհրաժեշտ է հնարավորին չափ մեծ ջանք գործադրել հեռուստադիտողին (ընթերցողին) թյուրիմացության մեջ չզցելու համար:

Եթե դուք, օրինակ՝ պատրաստում եք օրվա նորությունների ամփոփիչ թողարկումը, իսկ կեսօրին տեղի է ունեցել կես լուսանոց ծեծկոտուք, ապա այդ դեպքի մասին ժամանակային և իրավիճակային ամբողջականությունից դուրս տեղեկացնելը կարող է հեռուստադիտողին թյուրիմացության մեջ զցել:

Հիշեք հետևյալ կանոնները՝

- Դուք դեպքի վայրում բոլոր հեռուստադիտողների ներկայացուցիչն եք:
- Ձեր խնդիրն է՝ իրադարձությունը ճշգրիտ հասցնել հեռուստադիտողին, նրա ուշադրությանը ներկայացնելով դեպքի մասին համակցված պատմություն:
- Եթե դուք համարում եք, որ ձեր նյութից պակասում են որոշ անհրաժեշտ մասեր և որ այն ճշմարտացիորեն և հստակ չի արտացոլում դեպքը՝ ձեռք առեք բոլոր հնարավոր միջոցները թերությունները վերացնելու համար:

Հաճախ պատահում է, որ ձեր մասնագիտական գործունեության մասին դատում են այն փաստերի հիման վրա, թե ժամանակի սղության պայմաններում դուք որքան օպերատիվ եք կարողանում պատրաստել նյութը: Բայց եթե դուք զգում եք, որ նյութը պատրաստ չէ (իսկ այդպիսի պահ յուրաքանչյուր լրագրողի կյանքում վաղ թե ուշ գալիս է), հայտնեք պրոդյուսերին, որ ներկա վիճակով նյութը եթեր տրվել չի կարող:

Անհրաժեշտ է միջոցներ ձեռնարկել պրոդյուսերին հնարավորին չափ շուտ նախազգուշացնելու համար, որ նա կարողանա ծրագրում փոփոխություն կատարել:

1.5 ՀԱՍՏԱԳՈՐԾԱԿՑՈՒԹՅՈՒՆ ԵՎ ՓՈԽՎՍՏԱՀՈՒԹՅՈՒՆ

Հեռուստալրագրության մեջ, ավելի քան օպերատիվ լրագրության այլ ժանրերում, լրագրողը պետք է սովորի աշխատել իր գործընկերների հետ միասնական կոլեկտիվում:

Լրագրողները, օպերատորները, խմբագիրները, պրոդյուսերները, հաղորդումը պատրաստելու և իրադարձությունը հաջող լուսաբանելու համար, պետք է կարողանան արդյունավետ համագործակցել:

Լրագրողը և օպերատորը, տեղեկություններ հավաքելու գործընթացը կորդինացնելու համար, պետք է կարողանան սյուժեի նկարահանման վայրում չընդհատվող մասնագիտական երկխոսություն վարել:

Լրագրողները, օպերատորները, պրոդյուսերները, բեմադրող նկարիչները և նույնիսկ ադմինիստրատորները նյութերը եթեր արձակելու ընթացքում պետք է կարողանան իրար հետ համագործակցել և օգնել իրար:

1.6 ՊԱՏԱՍԽԱՆԱՏՎՈՒԹՅՈՒՆ

Նյութերի նախապատրաստումը և հեռարձակումն իրականացվում է նորությունների խմբագրության աշխատակիցների (և հեռուստաընկերությունների այլ ենթաբաժանմունքների բեմադրիչների, ինժեներների և այլոց) ուժերով: Բայց, վերջ ի վերջո, միայն լրագրողը, որպես տեղեկություններ և փաստեր հավաքող անձ, պատասխանատու է եթեր տրվող նյութերի ճշգրտության և մատչելիության համար:

Հենց լրագրողը պետք է երաշխավորի, որ եթեր տրվող նյութը հաշվեկշռված և ստույգ լինի:

1.7 ՄԱՄՆԱԳԻՏԱԿԱՆ ՍԿՁԲՈՒՆՔՆԵՐ

Նորությունների մասնագիտացված գործակալություններում՝

- ճշգրտությունն օպերատիվությունից թանկ է գնահատվում,
- արդարությունը ավելի է գնահատվում, քան սենսացիան,
- իրադարձության հաշվեկշիռ լուսաբանումն ավելի թանկ է գնահատվում, քան նյութի մատուցման ունակությունը:

II

ԱՇԽԱՏԱՆՔ ԴԵՊՔԻ ՎԱՅՐՈՒՄ ԼՐԱԳՐՈՂԱԿԱՆ ԽՈՒՄԲ

Հեռուստակայանների մեծ մասը, ունենալով ժամանակակից սարքավորումներ, աշխատանքը դեպքի վայրում կատարում են երկու հոգուց (լրագրողից և օպերատորից) կազմված խմբի ուժերով: Դրա հետ մեկտեղ, որոշ հեռուստաընկերություններ օգտվում են այդ երկու պարտականությունները համատեղող մեկ մարդու ծառայություններից:

2.1 ԼՐԱԳՐՈՂՆ ԻԲՐԵՎ ԱՌԱՋՆՈՐԴ

Երբ աշխատում է երկու մարդուց բաղկացած խումբ, կարևոր է առաջնորդվել այն սկզբունքով, որ խմբի երկու անդամն էլ իրավահավասար են: Բայց, քանի որ, եթե արձակվող նյութի ստույգության և ճշգրտության համար հիմնականում լրագրողն է պատասխանատու՝ հենց նա էլ կատարում է խմբի առաջնորդի պարտականությունները:

2.2 ԳՈՐԾԸՆԿԵՐՈՒԹՅՈՒՆ

Խմբի յուրաքանչյուր անդամ պետք է ակտիվորեն մասնակցի ինֆորմացիա հավաքելու գործընթացին: Որպես կանոն, լավագույն արդյունքները ստացվում են լրագրողի և օպերատորի սերտ համագործակցության դեպքում:

Նրանցից յուրաքանչյուրը պետք է հասկանա, թե ինչ արդյունքի է ձգտում հասնել նրա գործընկերը: Լրագրողը ձգտում է հավաքել սյուժեի օպերատիվ

նախապատրաստման համար անհրաժեշտ բոլոր տեղեկությունները:

Օպերատորը ևս զգում է ժամանակի գործոնի ճնշումը, երբ խցիկը ձեռքին փորձում է նկարել սյուժեն ներկայացնող լավագույն կադրերը: Հաշվի առնելով տրամադրված ժամանակը, ունեցած սարքավորումները, սկզբնաղբյուրների հասանելիությունը, նկարահանման պայմանները և պրոդյուսերի պահանջները, գործընկերներից յուրաքանչյուրը պետք է հասկանա, թե տվյալ իրավիճակում ինչ է հնարավոր անել:

Լրագրողն ու օպերատորը, եթե իհարկե, հրատապ պայմաններում չեն աշխատում, կարող են նախօրոք քննարկել աշխատանքային ծրագիրը:

Լրագրողը պետք է ունեցած տեղեկություններով կիսվի օպերատորի հետ: Օպերատորն, իր հերթին, պետք է լրագրողին տեղյակ պահի իր նկատառումների մասին: Հիմնական խնդիրն է ստեղծել այնպիսի խումբ, որը կկարողանա սյուժեն մատուցել թե՛ լրատվության բովանդակային տեսանկյունից, թե՛ օպերատորական տպավորիչ արտահայտչամիջոցներով:

Խմբի երկու անդամները պետք է համակարծիք լինեն առնվազն հետևյալ հարցերի շուրջ՝

- սյուժեի հիմքը,
- նյութի տևողությունը (ռեժիսորի առաջարկով),
- նյութի հանձնման ժամկետները:

2.3 ԿՈՆԿՐԵՏ ՑԱՆԿՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

Լրագրողը միշտ պետք է ասի օպերատորին, թե կոնկրետ ինչ դրվագներ և կադրեր են իրեն հարկավոր նյութը մատուցելու համար:

Օրինակ, եթե լրագրողը պետք է երկար (10 վայրկյան և ավելի) պատմի որևէ մարդու մասին, նա պարտավոր է այդ մասին նախօրոք տեղեկացնել օպերատորին, որպեսզի օպերատորը հասցնի պատրաստել համապատասխան տևողության տեսանյութ:

Եթե սյուժեի համար անհրաժեշտ են կոնկրետ կադրեր, լրագրողն այդ մասին էլ պետք է նախօրոք տեղեկացնի օպերատորին: Քանի որ տեսասյուժեի գերակշռիչ մասը կազմում է տեսաշարը, օպերատորն իր հերթին պետք է տեղյակ պահի

լրագրողին այն, շատ հաճախ անսպասելիորեն ուժեղ կադրերի մասին, որոնք հաջողվել է նկարահանել: Դա անհրաժեշտ, որպեսզի լրագրողը կարողանա այդ կադրերը օգտագործել սցենարում: Օպերատորը պետք է հայտնի նաև այուժեի համար հույժ կարևոր այն կադրերի մասին, որոնք նա չի կարողացել նկարահանել:

Լրագրողը և օպերատորը միշտ պետք է աշխատեն քաղաքավարի, մասնագիտական երկխոսության պայմաններում: Պետք է փոխանակեն գաղափարներ, նկատառումներ, կարծիքներ, օգնեն իրար:

2.4 ՕՊԵՐԱՏՈՐԻ ԻՆՔՆՈՒՐՈՒՅՆ ԱՇԽԱՏԱՆՔԸ

Երբ օպերատորը ինքնուրույն է աշխատում, նրա պատասխանատվության աստիճանն աճում է: Նման դեպքում նա իր վրա է վերցնում նաև լրագրողի պարտականությունները՝ նյութը պատրաստելու համար անհրաժեշտ փաստերի հավաքումն ու վավերացումը: Այդ փաստերը կարող են փոխանցվել ռեժիսորին կամ սցենարիստին ստուդիայում եթեր տրվող նյութերի նախապատրաստման համար կամ էլ օպերատորի կողմից օգտագործվեն ինքնուրույն նյութ պատրաստելիս:

2.5 ՍԱՐՔԱՎՈՐՈՒՄՆԵՐԻ ՏԵԽՆԻԿԱԿԱՆ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԸ

Լրագրողը պետք է քաջածանոթ լինի ժամանակակից սարքավորումներին: Դա անհրաժեշտ է հասկանալու համար, թե ինչ է հնարավոր նկարահանել տվյալ խցիկի օգնությամբ և լրագրողի որ ցանկություններն են, որոնք դուրս են սարքավորումների տեխնիկական հնարավորությունների սահմաններից:

Հարցազրույց անցկացնելիս պետք չէ կոնտրաստային ֆոն ստեղծել (օրինակ՝ մուգ դեմք երկնքի պայծառ ֆոնին): Լրագրողը չպիտք է պնդի, որ օպերատորը տեխնիկապես անբարենպաստ դիրքում նկարահանում կատարի:

Նկարահանումից առաջ լրագրողը պ էտք է խորհրդակցի օպերատորի հետ և նրանից չպահանջի կադրեր, որոնք անհնար է նկարահանել տվյալ տեխնիկական բնութագիր ունեցող տեսախցիկով կամ տեխնիկական այլ պատճառներով:

2.6 ԽՈՍԱՓՈՂԵՐ

Խոսափողերի օգտագործումն ունի իր յուրահատուկ պրոբլեմները:

Ձեռքի և փոքր չափերի խոսափողերը շատ զգայուն են:

Տեսագրվելիս, երբ խոսափողը լրագրողի ձեռքում է, չի կարելի մատներով դիպչել խոսափողի գլխիկին կամ լարերին:

Որակով ձայնագրություն ապահովելու համար խոսափողը պետք է տեղադրվի ձայնի աղբյուրին մոտ, հատկապես եթե ձայնագրության ժամանակ առկա է ուժեղ ֆոնային աղմուկ (որն առաջանում է աղմուկի այնպիսի աղբյուրներից, ինչպիսիք են՝ բռնատար մեքենաները, ինքնաթիռները և այլն), բայց միաժամանակ այնպիսի հեռավորության վրա, որ խոսքը ձայնագրելիս չլսվի շնչառությունը:

2.7 ԼՐԱԳՐՈՂԸ ՆԿԱՐԱՀԱՆՄԱՆ ՎԱՅՐՈՒՄ ՊՐՈԴՅՈՒՄԵՐԻ ԴԵՐՈՒՄ

Չնայած նրան, որ այս պահանջները չկան լրագրողի պարտականությունների նկարագրության մեջ, երկու հոգուց բաղկացած խմբի կազմում աշխատելիս, լրագրողը հաճախ ստիպված է լինում կատարել նաև պրոդյուսերի պարտականություններ: Նա ապահովում է սարքավորումների տեղափոխումը, նկարահանման ժամկետների պահպանումը, նյութի նախապատրաստումը, նրա հետագա փոխադրումը և այլն:

Դեպքեր են լինում, երբ այդ պարտականությունները կատարում է միայն օպերատորը, բայց, ընդհանուր խնդրի կատարումը թեթևացնելու համար ավելի նպաստակահարմար է այդ կարգի պարտականությունները բաշխել խմբի բոլոր անդամների միջև:

**ԼՐԱԳՐՈՂԱԿԱՆ ԽՄԲԻ ԳՈՐԾՈՒՆԵՈՒԹՅԱՆ
ԸՆԴՀԱՆՈՒՐ ԾՐԱԳԻՐԸ**

օպերատոր	լրագրող
Նախապատրաստություն (ուղևորություն)	Նախապատրաստություն (ուղևորություն)
Խորհրդակցություններ	
Նկարահանում դեպքի վայրում	Ինֆորմացիայի հավաքում
Խորհրդակցություններ	
Ռեպորտաժը վարող լրագրողի կամ հարցա- գրույցի նկարահանում (ուղևորություն)	Մասնակցություն նկարա- հանմանը, նկարահան- ման ղեկավարություն (ուղևորություն)
Ժապավենի նախապատ- րաստում դիտման համար ¹	Խորհրդակցություն պրոդյուսերի հետ
Չայնագրության դիտում	Չայնագրության դիտում Սցենար ²
Ժապավենի համակցում	Լրագրողի տեքստի ձայնագրություն ³
Վերջնական համակցում և ժամանակի գրանցում ռեժիսորական սցենարում	Սցենարի փոխանցում համակցողին կամ սցենարիստին
Հնարավոր տարբերակների մասին տեղեկացնել	Համակցված նյութ դիտում և նրա համեմատումը սցենարի հետ, հնարավոր տարբերակնե- րի մասին տեղեկացնել
Եթերի ստուգում	Եթերի ստուգում

1 - Երբեմն համակցումը կատարում է ոչ թե օպերատորը, այլ համակցողը կամ լրագրողը:

2 - Ավելի լավ արդյունքի հասնելու համար, սցենարը պետք է տրվի օպերատորին կամ մոնտաժողին:

3 - Դեպքեր են լինում, երբ լրագրողի տեքստը ձայնագրվում է նկարահանման վայրում:

III

ՀՐԱՏԱՊ ՆՈՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

Հրատապ նորություններ պարունակող սյուժեների նկարահանման ժամանակ, օպերատիվությունը կարևոր գործոն է:

Օպերատիվ արտացոլում պահանջող իրադարձության վայրում ժամանակը լրագրողին և օպերատորին թույլ չի տալիս խորհրդակցություններ անցկացնել՝ եղած բոլոր փաստերն ի մի բերելու համար:

Մենք մի շարք խորհուրդներ կտանք այդ կարգի նյութերի ստեղծման վերաբերյալ: Այդ դեպքերի համար շատ դժվար է նախօրոք այս կամ այն խիստ կանոններն առաջարկելը: Սակայն, օգտվելով մեր ցուցումներից և իրար հետ սեղմ կապի մեջ աշխատելով, լրագրողը և օպերատորը կարող են, ժամանակի խիստ պակասության պայմաններում, ստեղծել լավ սյուժե, որում տեքստն ու տեսաշարը իրար հետ ներդաշնակորեն կապակցված կլինեն:

Հետևելով մեր ցուցումներին լրագրողը, օպերատորն և համակցողը կկարողանան առավել արդյունավետ և ճկուն կազմակերպել իրենց աշխատանքը:

3.1 ՆԵՐՂԻՐ

Յուրաքանչյուր, հատկապես հրատապ լուսաբանում պահանջող իրադարձությունների մասին ռեպորտաժ պետք է սկսվի ներդիրից:

Ներդիրը դեպքի վայրում արված պարզ, անշարժ կադր է: Այն թույլ է տալիս հեռուստադիտողին հասկանալ, թե որտեղ է կատարվել իրադարձությունը, ըմբռնել դեպքի վայրում գտնվող օբյեկտների մեջ եղած կապերը և պատկերացնել

իրադարձության չափերը: Ներդիրը լրագրողին թույլ է տալիս անմիջապես, առանց նախաբանի անցնել դեպքի բուն իմաստի շարադրությանը:

Ներդիրը հիմնականում նկարահանվում է լայնանկյուն օբյեկտիվով: Օրինակ, եթե սյուժեն պատմում է օդային աղետի մասին, կադրի մեջ պետք է մտնեն վթարված ինքնաթիռը և շրջակա տարածքը, որը հնարավորին չափ պատկերացում կտա աղետի վայրի մասին:

Ներդիրը կարող է օգտագործվել դեպքի վայրից տրվող ոչ բոլոր ռեպորտաժներում, բայց այն իբրև կանոն, ամենահաջող կադրն է լինում համակցման համար: Այդ իսկ պատճառով, օպերատորն անպայման պետք է 10 վայրկյանից ոչ պակաս նկարի ներդիրը:

3.2 ԽՈՇՈՐ ՊԼԱՆ

Խոշոր պլանը պետք է հեռուստադիտողի վրա թողնի ամենաուժեղ տպավորությունը: Եթե ռեպորտաժը հրդեհի մասին է՝ տպավորիչ է շենքի լուսամուտներից դուրս պրծնող կրակի բոցը: Միշտ ազդեցիկ են դեպքի վայրում գտնվող վկաների հուզված դեմքերի խոշոր պլանները: Հրդեհի վկաների խոշոր պլանով նկարված՝ անհանգստություն արտահայտող դեմքերը համակցման ժամանակ հնարավորություն են տալիս ընդգծել դեպքի լրջությունը:

Շահեկան խոշոր պլաների ցանկն անսահմանափակ է: Օպերատորը միշտ պետք է փնտրի այնպիսի կադրեր, որոնք ինքնըստինքյան պատկերացում են ստեղծում իրադարձության մասին:

3.3 ԱՆՑՈՒՄ

Անցումը դասական միջոց է, որն օգտագործվում է ցուցադրվող գործողության խտացման համար: Բացատրենք մի հասարակ օրինակով:

Նկարահանվում է փողոցն անցնող մի մարդ: Եթե նրա գործողությունները նկարահանվեն սկզբից մինչև վերջ, դա կարող է զբաղեցնել 20 վայրկյան: Բայց ցուցադրումը կարելի է սեղմել մինչև 5-6 վայրկյան՝ համակցման շնորհիվ:

Համակցված տարբերակում որպես համար մեկ կադր մեր 20 վայրկյանանոց նկարահանումից կարող ենք օգտագործել 2 վայրկյան տևող պատկեր՝ հենց այն պահը, երբ մարդը սկսում է փողոցն անցնել:

Պրոցեսը սեղմելու նպատակով մի ուրիշ տեսագրությունից ցուցադրվում է 3 վայրկյանանոց 2-րդ կադրը: Դա խոշոր պլանով նկարահանված փողոցի ցուցանակն է, որի ուղղությամբ շարժվում է մարդը (ցուցանակը պետք է բավականին երկար ցուցադրել, որպեսզի հեռուստադիտողը կարողանա կարդալ այն): Այդպիսի կադրն անվանվում է անցում, քանի որ այն խախտում է հիմնական պրոցեսի՝ քայլող մարդու պատկերը, ընթացքը:

Երրորդը եզրափակող կադրն է: Դա մեր սկզբնական ժապավենի վերջին 2-3 վայրկյաններն են և ցույց են տալիս փողոցն անցնած մարդուն:

Այդ երեք կադրերի զուգակցման շնորհիվ, 20 վայրկյան իրական ժամանակը սեղմվում է մինչև եթերային 6 վայրկյանի:

Կարելի է իբրև անցում օգտագործել կադրեր նույն նկարահանումից:

Այդպիսի կադր կարող է լինել փողոցն անցնող մարդու ոտքերի խոշոր պլանը:

Այդ աշխատաձևն ավելի դժվար է, քանի որ պահանջում է գործողությունների համաժամանակեցում (սինքրոնացում):

Եթե, օրինակ, առաջին կադրի վերջում մենք տեսնում ենք, թե ինչպես է մարդն աջ ոտքը դնում սալահատակին, ապա երկրորդ կադրը, գործողությունը չընդհատելու համար, պետք է լինի նրա ոտքի պատկերը նույն դիրքով:

Լավ համակցում ապահովելու համար օպերատորին խորհուրդ է տրվում մի քանի (4-5) անցում անել: Դա արվում է գործողության անընդմեջությունը ապահովելու համար:

3.4 ԳՈՐԾՈՂՈՒԹՅԱՆ ՎԱՅՐԻ ՄԱՍԻՆ ՊԱՏԿԵՐԱՅՈՒՄ

ՍՏԵՂԾՈՂ ՄԱՆՐԱՄԱՍՆՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

Դեպքի վայրի որոշ մանրամասների խոշոր կամ միջին պլանով ցուցադրումը կարող են պատկերացում ստեղծել իրադարձության վայրի մասին, նույնիսկ որոշ

ինքնուրույն ինֆորմացիոն արժեք ունենալ: Փողոցային ցուցանակները, ցուցափեղկերն ու նմանատիպ այլ մանրամասներն անցման հոյակապ միջոցներ են:

Այսպես՝ մեքենայի վրա գրված հակահրդեհային ծառայության անվանման խոշոր պլանով ցուցադրումն ինքնին տալիս է անհրաժեշտ տեղեկություններ և պարզաբանման կարիք չի գգում:

3.5 ՀԱՄԱՊԱՏԿԵՐ

Համապատկերները համակցման ընթացքում ավելի շատ պրոբլեմներ են ստեղծում, քան հնարավորություններ են տալիս: Պատճառն այն է, որ նրանք ավելի շատ ժամանակ են զբաղեցնում, քան անշարժ կադրերը:

Սակայն, երբեմն համապատկերն անհրաժեշտ է: Օրինակ, «վթարված ուղղաթիռը հիվանդանոցի կողքին» կարգի սյուժեները բավականին շահում են դեպքի վայրի համապատկերի ցուցադրման շնորհիվ: Այն հստակ պատկերացում է տալիս օբյեկտների դասավորության և նրանց մեջ եղած կապերի մասին:

Համապատկերի ընտրությունը պետք է կատարվի օպերատորի և լրագրողի խորհրդակցության միջոցով:

3.6 ՀԱՐՑԱԶՐՈՒՅՑ ԻՐԱԴԱՐՉՈՒԹՅԱՆ ՍԱՍՆԱԿԻՑՆԵՐԻ ԵՎ

ՎԿԱՆԵՐԻ ՀԵՏ

Իրադարձության մասնակիցների հետ հարցազրույցը սյուժեն մարդկային է դարձնում:

Հարցազրույցը որպես կանոն իրադարձության զգացմունքային կողմն արտացոլելու լավագույն միջոցն է.

«կարո՞ղ եք ձեր խոսքերով պատմել, թե ինչ կատարվեց, երբ փլվեց կամուրջը»:

Օրինակ՝ քաղաքային իշխանությունների ներկայացուցիչը, որը մանրամասնություններն իմանալու ավելի լայն հնարավորություններ ունի, կարող է լավագույն դեպքում ի մի բերել կատարվածը, որոշել դեպքի կարևորությունը:

Նա կարող է նաև որոշել դեպքի տեղն իրադարձությունների շարքում:

Ասենք՝

«Իսկ հիմա հիվանդանոցի գլխավոր բժիշկը կբացատրի մեզ, թե որքանով է վտանգավոր այս հիվանդությունը»:

3.7 ԿԵՆՏՐՈՆԱԿԱՆ ՊԱՀ

Կենտրոնական պահն այն է, ինչը որ հանդիսատեսն հիշում է յուրաքանչյուր սյուժեն դիտելուց հետո, օրինակ՝

- այրվող տնից հանված փոքր երեխան,
- խցիկի առջև լաց լինող քաղաքական գործիչը,
- թռչչալին դաշտում պայթող ինքնաթիռը:

Եթե ձեր բախտը բերի և դուք դեպքի վայրում նկարահանեք այդ առանցքային պահերը, պատկերացրեք, որ դուք ռեժիսոր եք և ինքներդ ձեզ հարցրեք՝

- ի՞նչ կերպ կարելի է մոտենալ այս կենտրոնական պահին և ինչպես նրանից անցնել հետևյալ պատմությանը,

- ինչպիսի՞ առավել տպավորիչ, անցումներ է կարելի օգտագործել,
- դեռ որքա՞ն տեսանյութ է պետք սյուժեն ամբողջովին ցուցադրելու համար,
- կա՞ տեսանյութ՝ մեկ սյուժեից մյուսին տրամաբանորեն անցնելու համար:

Միայն այս բոլոր հարցերին դրական պատասխանելուց հետո կարելի է, կենտրոնական պահն արտահայտող կադրերն օգտագործելով՝ պատրաստել լավ ռեպորտաժ:

Պետք է հաշվի առնել, որ լրագրողը կլանված է կատարվող դեպքերով և կենտրոնական բնույթ կրող կադրեր ստանալով և հաճախ մոռանում է նյութի ավելի ընդհանուր ֆոնի՝ նկարահանման մասին:

3.8 ԵԶՐԱՓԱԿԻՉ ԿԱԴՐ

«Ասացեք նրանց՝ ինչ եք դուք պատրաստվում ասել: Հետո ասացեք, ինչ էիք պատրաստվում ասել: Եվ վերջապես ասացեք, թե դուք նրանց կոնկրետ ինչ ասացիք»:

Սկզբում հեռուստադիտողին հակիրճ պատմեք նրա ուշադրությանը ներկայացվող սյուժեի մասին, հետո շարադրեք սյուժեն, հետո՝ եզրափակիչ նախադասության մեջ իմի բերեք ձեր ասածը:

Առաջին կադրը նախապատրաստում է հեռուստադիտողին: Վերջինը՝ ևս մեկ հնարավորություն է սյուժեի իմաստը և նշանակությունը ընդգծելու համար: Նկարահանման ժամանակ ջանացեք գտնել պատմությունն ընդգծող եզրափակիչ կադր: Ասե՛ք թե այնպիսին, ինչպիսին դուք հաճախ տեսել եք ֆուտբոլային ռեպորտաժների վերջում, երբ հոգնած խաղացողներն իրար հետ խոսելով հեռանում են դաշտից:

Ընտրելով եզրափակիչ կադրը, այն նկարահանեք առնվազն 15-20 վայրկյան, որ լրագրողը հասցնի ասել սյուժեի եզրափակիչ խոսքը և նշի ձեր ազգանունները:

Հեռուստադիտողը պետք է հիշի եզրափակիչ կադրը: Եթե դուք դժվարանում եք ընտրություն անել, կրկնեք լայնանկյուն օբյեկտիվով նկարահանված գլխադիրը:

3.9 ԻՐԱՐ ՀԵՏ ԿԱՊ ՊԱՀՊԱՆԵՔ

Լրագրողը և օպերատորը, հրատապ ինֆորմացիոն սյուժեի վրա աշխատելիս, պետք է նախօրոք պայմանավորվեն իրար հետ կապ պահպանելու մասին, քանի որ, որպես կանոն, դեպքի վայր առաջին այցելումից հետո նրանց անհրաժեշտ է լինում առանձնանալ և որոշ ժամանակ գործել իրարից անջատ:

Այսպիսով, նրանք պետք է պարզեն, թե երբ և որտեղ են հանդիպելու և որոշեն հանդիպման վերջնական ժամկետը: Նրանք նաև պետք է իրենց խմբագրին պարբերաբար հայտնեն, թե որտեղ են գտնվում և ինչպես է ընթանում աշխատանքը:

Խմբագիրը կարող է անհրաժեշտ օգնություն ցուցաբերել նրանց տեղեկություններ փնտրելու կամ ճշտելու գործում, կազմակերպել անհրաժեշտ հանդիպումներ: Դրա համար նա պետք է իմանա, թե որտեղ են գտնվում խմբի անդամները և ինչպես կարելի է կապվել նրանց հետ:

3.10 ԳՈՒՔ ԿԱՐՈՂ ԵՔ ՇԱՐԱԴՐԵԼ ՁԵՐ ՍՅՈՒԺԵՆ

Լրագրողն ու օպերատորն ի վերջո պետք է կարողանան պատասխանել հետևյալ հարցին՝ արդյո՞ք մեր տրամադրության տակ կան անհրաժեշտ նյութեր՝ սյուժեն մեր պատկերացումներին համապատասխան շարադրելու համար:

Բանավոր շփումներն և խորհրդակցությունները հույժ կարևոր են: Դժվար թե դուք ուրիշի մտքեր կարդալու ունակություն ունեք: Հրատապ նորությունների հետ գործ ունենալիս մի փորձեք ինչ-որ բան հորինել: Դուք խմբում եք: Շփվե՛ք:

IV

«ԱՆՁՆԱԿԱՆ» ՍՅՈՒԺԵ

Ի տարբերություն օպերատիվ ռեպորտաժների, երբ մենք գնում ենք իրադարձությունների հետևից, «անձնական» սյուժե մշակելիս, դուք կարող եք նախօրօք ծրագրավորել և մտածել, թե ինֆորմացիան և պատկերը նյութում ինչպես կարելի է գուգակցել:

«Անձնական» սյուժեները տարբեր են լինում:

Մի կողմից, դա օպերատիվ ռեպորտաժի թեմայի մի քիչ ավելի խորը մշակումն է՝ այն ավելի հանգամանալից ու հեռանկարային դարձնելու նպատակով: Մյուս կողմից, դա կարող է լինել որևէ մարդու կամ նախագծի մասին սյուժե, որը չունի ժամանակային սահմանափակում և ներառվում է հեռուստածրագրի մեջ՝ նրան որոշակի հիմնավորվածություն տալու համար:

«Անձնական» սյուժե մշակելիս, նախապատրաստական հարցերն ավելի մեծ դեր են խաղում, քան օպերատիվ սյուժեի դեպքում: Այստեղ դուք պարտավորված չեք անապասելիորեն արձագանքել իրադարձություններին կամ օպերատիվ կերպով փնտրել կենտրոնական պահը: Կարելի է հանգիստ նախագծել ինֆորմացիայի փնտրումը կամ մշակել նկարահանման ծրագիրը՝ նյութը լավագույնս մատուցելու համար:

Եթերում «անձնական» սյուժեն պետք է լինի նույնքան գրավիչ, որքան և օպերատիվ ռեպորտաժը: Նույն ուշադրությունը պետք է դարձնել կադրերի հաջորդականությանը: Բայց նյութի մշակման և ծրագրավորման շնորհիվ այն կարող է բարձրացնել ավելի բարդ և հասարակական ավելի մեծ նշանակություն ունեցող հարցեր:

4.1 ՄՅՈՒԺԵԻ ՊԱՏՄՈՒԹՅՈՒՆԸ

Սյուժեի պատմության մշակումը կարող է պահանջել մի քանի բույս կամ մի քանի ամիս: Ամեն բան կախված է սյուժեի բարդության աստիճանից և, թե որն է եթեր արձակելու վերջին ժամկետը:

(Իսկական ստեղծագործող լրագրողը ունենում է մի քանի նախագծեր, որոնք պահում է հարկադրված պարապուրդի շրջանում օգտագործելու համար:)

Լավ է, երբ հեռուստալրագրողը կարողանում է բարդ նյութերն արագ ընկալել և սյուժեն օպերատիվ կերպով նախապատրաստել, բայց ամբողջ գործընթացը, անկախ նրանից, թե որքան ժամանակ է զբաղեցնում, բավականաչափ միօրինակ է:

«Անձնական» սյուժեի գաղափարը կարող է ծնվել լրագրողի մոտ կամ առաջարկվել օպերատորի, պրոդյուսերի, ռեժիսորի, հեռուստակենտրոնի այլ աշխատողների կողմից: Այն կարող է հուշել նաև ինքը՝ կյանքը:

Տեղական մասշտաբի սյուժեն կարող է լինել ազգային մասշտաբի որևէ պատմության արձագանք: Պատահում է, որ սյուժեի ստեղծման դրդապատճառ է դառնում մասսայական լրատվության այլ միջոցներում տպագրված որևէ նյութ:

Որպեսզի օպերատորին որքան կարելի է քիչ գործ մնա «անձնական» սյուժե պատրաստելիս լրագրողը պետք է որքան հնարավոր է մեծ հետազոտական աշխատանք կատարի: Օրինակ, սյուժեի հերոսների հետ նախնական հանդիպումների ժամանակ, եթե դուք չեք պատրաստվում նկարահանել ձեր զրույցները, չարժե, որ օպերատորն ուղեկցի ձեզ:

4.2 ՏԵՍԱՍԱՐՔԱՎՈՐՈՒՄՆԵՐԻ ՕԳՏԱԳՈՐԾՄԱՆ ԱՐԴՅՈՒՆԱՎԵՏՈՒԹՅՈՒՆԸ

Որպես կանոն, մեծ հեռուստաընկերությունների ամենասահմանափակ ռեսուրսն այն ժամանակն է, երբ օպերատորն աշխատում է խցիկով:

Տնօրինությունը ձգտում է որքան հնարավոր է արդյունավետ օգտագործել յուրաքանչյուր օպերատորի աշխատանքային ժամանակը, իհարկե, հաշվի առնելով բարձրորակ տեսանյութ ստանալու անհրաժեշտությունը:

Բնականաբար, տնօրինությունն ուզում է երաշխիք ունենալ, որ օպերատորի նկարահանած նյութերն եթեր կտրվեն կամ հենց նույն օրը կամ էլ, եթե նյութական ռեսուրսները թույլ են տալիս, հետագա հաղորդումներում:

4.3 ՏԵՍԱՆՅՈՒԹԵՐԻ ԸՆՏՐՈՒԹՅՈՒՆ

«Անձնական» սյուժեն ծրագրավորելիս, նախապատրաստեք տեսանյութերի զոնե մոտավոր ցուցակ: Այդ ցուցակը պետք է ոչ շատ բարդ լինի, ոչ էլ՝ մանրակրկիտ: Աշխատեք պատկերացնել՝ ինչպիսին է լինելու սյուժեի տեսաշարքն և միայն դրանից հետո տեսանյութեր ընտրեք:

Սյուժեն բաժանեք բաղադրիչների (հիմնական փաստերի), որոնք ցանկանում եք ցուցադրել, հետո այդ բաղադրամասերը միացրեք իրար այնպես, ինչպես կազմավորվում է բեռնատար գնացքը՝ վագոնը (հիմնական բաղադրամասը) վագոնի (հիմնական բաղադրամասի) հետևից:

Այս համեմատությունն այնքանով է լավ, որ կադրերը, որոնք դուք համակցում եք, սկզբունքորեն նման են բեռնատար վագոններին: Ամեն մի կադրը բեռնատար գնացքի վագոններին համապատասխանող տեսագործակիցներ են:

Հիմա պատկերացրեք, որ գնացքը դանդաղ շարժվում է խցիկի առջևով:

Յուրաքանչյուր առանձին պահին հեռուստադիտողը պետք է տեսնի մեկ վագոն:

Կադրերը հավաքվում են որոշակի հերթականությամբ, մեկը մյուսի հետևից:

Դուք գտնում եք այդ հերթականությանը համապատասխանող մեկնաբանություններ: Այդ գործակիցները, սյուժեի թելադրած տրամաբանությամբ, հավաքվում և արդյունքում կազմում են սյուժեի տեսաշարը:

Եթե շարունակենք բեռնատար գնացքի հետ համեմատությունը, դուք կտեսնեք, որ մեկնաբանությունների որոշակի մասերը կգուգակցվեն տեսաշարի որոշակի մասերի հետ: Դա ձեզ կօգնի այս կամ այն դրվագի համար անհրաժեշտ պատկեր ընտրել: Արդյունքում դուք կհամոզվեք, որ պատկերները զուգակցվում են խոսքի հետ և հակառակը:

Սա բավականին ճկուն մոտեցում է: Այն թույլ է տալիս առանց ամեն անգամ սկզբից սկսելու, վերակառուցել տեսա և ձայնաշարերը:

Եթե դուք պարզեք, որ չեք հասել պատմության տրամաբանական հետևողականությանը կամ ինչ-որ բան բաց եք թողել, կարիք չեք ունենա փոփոխել ամբողջ նյութը, այլ կկարողանաք սահմանափակվել մի մասի փոփոխությամբ:

Այս մոտեցումը հեշտացնում է նաև կրկնակի համակցումը: Ջգալիորեն հեշտ է փոխադրել կամ ավելացնել մի քանի վազոն, քան ամեն անգամ գնացքի կազմավորումը սկսել սկզբից՝ վերադասավորելով բոլոր վազոնները:

4.4 ՏԵՍԱՓՈԽԱԲԵՐՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

Տեսառեպորտաժում ամենից դժվարը վերացական հասկացություններ ցույց տալն է: Օրինակ՝ ծերություն, տնտեսական վիճակ, գների աճ, ապագայի ծրագրեր և այլն:

Վերացարկումները ռեպորտաժում դժվար է ցույց տալ, քանի որ գոյություն ունի նույնիմաստ տեսողական խորհրդանիշների մեծաքանակ բազմազանություն:

Մամուլում կամ ռադիոյում ասելով որևիցե «հրահրիչ» բառ, օրինակ «սեր», հեղինակն աշխատացնում է ունկնդրի կամ կարդացողի երևակայությունը:

Բայց հեռուստատեսային պատկերը գերիշխում է մեր երևակայության վրա: Մեր երևակայության ստեղծած պատկերներն ընկրկում են մեր աչքի առաջ հայտնվող ավելի հզոր տեսապատկերների առաջ:

Երբ մենք նայում ենք էկրանին հեռուստատեսային պատկերները դառնում են քննարկվող գաղափարների կամ հասկացությունների նկատմամբ գերիշխող տեսափոխաբերություններ:

Երբ խոսքը գնում է վերացական հասկացությունների մասին հեռուստապատումի ամենաընդունված ձևը համանման, նույնօրինակ

գործողությունների ցուցադրումն է: Այսպես, երբ խոսք է գնում տնտեսության մասին, կարելի է համակցել տարբեր գործունեությամբ զբաղված մարդկանց պատկերներ:

Ժամանակակից հնչեղություն տալու համար պետք է ընտրել ոչ թե ձիակառքեր նորոգող արհեստանոց կամ գյուղական դարբնոց, այլ ծանր արդյունաբերության ձեռնարկությունների նորագույն տեխնոլոգիաների օգտագործման կադրեր:

Բայց նույնիսկ ժամանակակից կադրերի ընտրության դեպքում, դժվար է մի քանի տեսապատկերով արտացոլել ամբողջ տնտեսությունը: Հնարավոր չէ ցույց տալ ամբողջ ազգաբնակչությանն աշխատանքի վայրում, ամբողջ ազգային տնտեսությունը՝ գործողության մեջ: Այսպիսով՝ հիշատակված կադրերի միասնությունը դառնում է պատկերային փոխաբերություն: Կադրերի սահմանափակ քանակի միջոցով պատկերացում է ստեղծվում հասկացության կամ երևույթի նշանակալիության մասին:

Տեսացուցադրման այս ոճը խոշոր, աղոտ ուրվագծեր ունեցող գաղափարների ցուցադրման հնարավորություն է ստեղծում: Սյուժեին համահունչ, ճիշտ տեմպով մատուցվող, լավ ընկալվող աշխատող մարդկանց պատկերների ֆոնի վրա դուք կարող եք ձեր մեկնաբանություններն անել ամբողջ տնտեսության վիճակի մասին:

Այս ոճն արդյունավետ է այն դեպքում, երբ կադրերը ներդաշնակ են շարադրվող ինֆորմացիայի հետ: Տնտեսական լճացման մասին պատմող նյութը աններդաշնակ կհնչի աշխույժ և ուրախ բանվորների ֆոնի վրա:

Տեսափոխաբերությունը և մեկնաբանությունը պետք է համընկնեն:

Տեսափոխաբերությունները պետք է հավաքել և ընտրել զգուշությամբ և հանգամանորեն:

Չափից դուրս շատ են բացասական օրինակները: Վատ նկարահանված և անհաջող կառուցված, պատահական, թյուրիմացության մեջ զգող կադրերը միայն շեղում են հեռուստադիտողին: Շատ հաճախ լրագրողի կամ ռեժիսորի կողմից անհաջող ընտրված տեսանյութը ոչ թե ուժեղացնում է ռեպորտաժի գաղափարը, այլ վնաս է հասցնում նրան:

Տեսառեպորտաժի վրա աշխատելիս, դուք ձգտում եք ստեղծել ձեր սյուժեն հարստացնող համապատասխան փոխաբերություններ: Դրա հետ մեկտեղ դուք հնարավորություն ունեք հանդիսատեսի մեջ արմատացած, ստերեոտիպ պատկերը փոխարինել ավելի յուրօրինակով: Օրինակ, տարեց մարդկանց նվիրված սյուժեում դուք կարող եք օգտագործել օգտակար և եռանդուն կյանքով ապրող, մեծահասակների մասին պատմող կադրեր, ինչը կօգնի կոտրել միայնության և զրկանքի ստերեոտիպը, որը հեռուստադիտողների մեծամասնությունը կապում է ծերության հետ:

Այնուհանդերձ, մեկ ուրիշ ռեպորտաժում կարելի է լուսաբանել ծերության կողմը և դրան համապատասխան՝ մի քիչ ավելի թախժոտ տեսանյութ օգտագործել:

Լրագրողը պետք է խորհրդակցի օպերատորի հետ և նախօրոք որոշի, թե որ կադրերն են առավել համապատասխանում իր սյուժեի պահանջներին:

4.5 ԽՈՐՀՐԴԱԿՑՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐ

«Անձնական» սյուժեի վրա աշխատելիս, տեսանյութերի ընտրության հարցում օպերատորն ունի անսպասելի որոշումներ կայացնելու գերազանց հնարավորություն:

Օպերատորները պատկերային մտածողություն ունեն: Սկզբունքորեն նրանք գիտեն, թե ինչ կադրեր կարելի է ստանալ: Փորձառու օպերատորը կարող է շարքային ռեպորտաժը դարձնել արվեստի ստեղծագործություն:

V

ՀԱՐՑԱԶՐՈՒՅՑ

Ժապավենին գրված հարցազրույցները պետք է օգտագործվեն միայն հատուկ անհրաժեշտության դեպքում: Հեռուստատեսայորտաժում օգտագործվող հարցազրույցները կարող են երկու ֆունկցիա կատարել՝

- որակային ֆունկցիա. հարցազրույցը հեռուստադիտողին ծանոթացնում է որևիցե կարծիքի, դատողության, տեսակետի հետ, օգնում է բացահայտել հարցազրույցին մասնակցող մարդու հատկությունները, բնավորության գծերը:

- Քանակային ֆունկցիա՝ հարցազրույցի ընթացքում պարզվում են իրադարձությունը նկարագրող կամ ճշգրտող կոնկրետ փաստեր կամ ինֆորմացիա:

5.1 ՈՐԱԿԱՅԻՆ ՖՈՒՆԿՑԻԱ

Հեռուստատեսայորտաժում հարցազրույցի օգտագործման առավել արդյունավետ ձևը նրա միջոցով նոր որակ ունեցող ինֆորմացիա հայտնելն է: Ռեպորտաժի մեջ այդպիսի ներմուծումները որոշակի կշիռ են ավելացնում հարցազրույցին մասնակցող մարդու կարծիքին և դատողություններին:

Ձեր կարծիքով ո՞ր տարբերակն է ավելի տպավորիչ՝

- լրագրողը, որն ասում է «սենստոր Գոլդ Ուոթերը համարում է, որ նախագահը հրաժարական պետք է տա», թե՝

- օբյեկտիվի մեջ նայող սենսատոր Գոլդ Ուոթերը, որն ասում է «նախագահը պետք է հրաժարական տա»:

Այս օրինակը հրաշալիորեն ցուցադրում է հարցազրույցի յուրահատուկ հնարավորությունները: Մենք դեմ առ դեմ հանդիպում ենք նորությունների սկզբնաղբյուր հանդիսացող մարդու հետ: Բացի դրանից հեռուստադիտողը, շարժատողի միջոցով, լրացուցիչ տեղեկություններ է ստանում այդ մարդու մասին:

5.2 ՔԱՆԱԿԱՅԻՆ ՖՈՒՆԿՑԻԱ

Քանակային բնույթ կրող տեղեկություններ հայտնելիս՝ ձայնային ներմուծումների օգտագործումը դառնում է նվազ արդյունավետ:

Համեմատեք՝ որ տարբերակն է ավելի հակիրճ և ընկալելի՝

- ուստիկանը, որն ասում է «ավտոմեքենան ժամում 60 մղոն արագությամբ կտրեց հոս գիծը և բախվեց հանդիպակած գծով երթևեկող մեքենային», թե՛

- լրագրողի մեկնաբանությունը «մեքենան արագորեն դուրս թռավ հանդիպակած գիծ և մխրճվեց դիմացից եկող մեքենայի մեջ»:

Ակնհայտ է, որ երկրորդ տարբերակն ավելի արդյունավետ է, հատկապես հաղորդման տեմպը պահպանելու համար:

Որոշ վերապահումներով՝ անհրաժեշտ է ևս մեկ անգամ ընդգծել, որ հարցազրույցներն հաճախ ռեպորտաժի առավել նշանակալի և հիշվող մասն են:

5.3 ԿԱՐԾԻՔՆԵՐ

Հարցազրույցը սյուժեի մեջ որակային գնահատական մտցնելու հոյակապ միջոց է:

Եթե հարցազրույց տվող մարդը քաջատեղյակ է իրադարձության արմատներին և ակունքներին, նրա խոսքը տեղի ունեցող դեպքերի մեկնաբանության հոյակապ միջոց է: Զրուցակիցը դեպքին կարող է տալ իր գնահատականը, որը ձեր նյութին անհրաժեշտ սուբյեկտիվության երանգ կտա, ընդ

որում սուբյեկտիվ կարծիքի սկզբնաղբյուրն ակնհայտ կլինի հեռուստադիտողի համար:

Հեռուստադիտողը, տեսնելով և լսելով հարցազրույց տվողին, կարող է կարծիք կազմել ինֆորմացիայի աղբյուրի հուսալիության աստիճանի մասին:

5.4 ԻՐԱԴԱՐՉՈՒԹՅԱՆ ՄԱՐԴԿԱՅԻՆ ԲՆՈՒՅԹԸ

Վկայից վերցրած հարցազրույցը հաճախ հնարավորություն է տալիս բացահայտել զրուցակցի ապրումներով հարստացված մանրամասներ:

Վկայի մեկնաբանությունները հեռուստադիտողին օգնում են հասկանալ իրադարձության ներքին, հոգեբանական էությունը:

Սյուժեի մեջ այդօրինակ ձայնային ներմուծումները օգնում են, ինչպես նշանակալի, այդպես էլ շարքային իրադարձությունները հասցնել հաղորդակցական մակարդակի, երբ յուրաքանչյուր հեռուստադիտող ի վիճակի է լինում հասկանալ կատարվող դեպքերը:

- Պարոն Նիկսոն, քաղաքական գործունեությամբ 25 տարուց ավելի զբաղվելուց հետո Դուք ինչպե՞ս ընդունեցիք օվալաձև կաբինետից ձեր ձայնագրությունների հրապարակումը:

5.5 ԻՐԱԴԱՐՉՈՒԹՅԱՆ ՆԿԱՐԱԳՐՈՒԹՅՈՒՆ

Հեռուստատեսային նորությունները, որպես կանոն, պետք է ցույց տան այն, ինչի մասին որ պատմվում է:

Բայց, եթե ձեր տրամադրության տակ չկան տեսանյութեր, օրինակ՝ եթե սյուժեն նվիրվում է իրադարձության հետևանքներին, որոնք անհնար է նկարահանել, հարցազրույցը դառնում է (վկայի խոսքերով) իրադարձության նկարագրման միակ միջոցը:

5.6 ԻՆՔՆԱՏԻՊ ՊԱՏՄԵԼԱՉԵՎ

Հետաքրքիր մարդիկ գաղափարները հաճախ մատուցում են միայն իրենց հատուկ ոճով: Հարցազրույցի ընթացքում նրանք ինֆորմացիան կարող են

ներկայացնել անապասելի տեսանկյունից, օգտագործելով գունեղ փոխաբերություններ և այնպես համոզիչ, ինչպես դա չի կարող անել նույնիսկ ընդունակ լրագրողը:

5.7 ԱՆՁԸ ՀԱՍԿԱՆԱԼՈՒ ԲԱՆԱԼԻՆ

Եթե Միացյալ Նահանգների նախագահը հանդես է գալիս հեռուստախցիկի առջև, հանդիսատեսը իրավունք ունի իմանալ, թե որն է նրա ասելիքը:

Եթե Միացյալ Նահանգների նախագահը ի վիճակի չէ իր միտքը ձևակերպել կամ այն համոզիչ արտահայտել, հանդիսատեսն իրավունք ունի այդ մասին նույնպես իմանալ:

Ասվածը հավասարաչաչափ վերաբերվում է և՛ նախագահին, և՛ քաղաքապետարանի աստիճանավորներին:

Հեռուստատեսությունը մարդու անձը և բնավորությունը տեսանելի կերպով ցույց տալու հնարավորություն ունի: Այդ պարագայում տպագրական միջոցները նրա հետ չեն կարող համեմատվել: Հեռուստադիտողին ցույց տվեք հասարակական ակտիվիստների և վարկաբեկիչների, և թող հեռուստադիտողը ինքը տեսնի՝ ովքեր են այդ մարդիկ՝ ականավոր տրիբուններ, թե թոթովախոս դատարկաբաններ:

5.8 ՎԱՎԵՐԱՅՐԵՔ ՀԱՐՑԱԶՐՈՒՅՑԻ ԻՐԱԿԱՆ ԼԻՆԵԼԸ

Եթե ռեպորտաժը պետք է զբաղեցնի նվազագույն եթերային ժամանակ, կամ հարցազրույց տվողն առոգանության պրոբլեմներ ունի, հանդիսատեսի և հարցազրույց տվողի օգտին պետք է կրճատել էկրանի առջև նրա գտնվելու ժամանակը:

Օրինակ, հարցազրույցի փաստը և ինֆորմացիայի իրական լինելը վավերացնելու համար կարելի է մի քանի վայրկյանով միացնել հարցազրույցի ձայնագրությունը, ապա լրագրողն ինքը կարող է շարադրել ասածի բուն իմաստը:

5.9 ԶՐՈՒՅՑ ՀԱՎԱՍԱՐԻ ՀԵՏ: ԽՈՒՍԱՓԵՔ ՊԱՇՏՈՆԱԿԱՆ ԱՆՁԱՆՑԻՑ

«Իսկ ի՞նչ է ասում հասարակ ժողովուրդը»

Արթուր Արքա (Կամելուրից)

Եթե չեք ուզում ծուղակն ընկնել, մի՛ սահմանափակվեք միայն պաշտոնական անձանց հետ արված հարցազրույցներով: Չարժեք ընկնել մեծ պետերի, փորձագետների, պաշտոնական անձանց և լիազոր ներկայացուցիչների հիպնոսի տակ: Եթե պատմությունը հետաքրքիր է հասարակ մարդուն (իսկ դա կարելի է ասել պատմությունների մեծամասնության մասին), խելամիտ է սահմանափակվել հասարակ մարդկանց կարծիքով:

Օրինակ՝ ԱՄՆ-ի կառավարությունը որոշել է տարեց մարդկանց բաժանել հատուկ քարտեր, որոնք նրանց ինչ-որ արտոնություններ են տալու: Մի՛ սահմանափակվեք այդ ծրագրի ղեկավարի հետ զրույցով, զրույցեք այն մարդկանց հետ, որոնց այդ ծրագիրը վերաբերվում է:

Մի՛ արհամարհեք քաղաքագլխի կարծիքը, բայց պարտադիր չէ, որ ամեն անգամ, երբ խոսք գնա քաղաքի խնդիրների մասին, նա հայտնվի էկրանին:

Հեռուստադիտողների վրա շատ բարենպաստ տպավորություն է թողնում այն փաստը, թե շարքային բնակիչն իր տեսակետն արտահայտելու հնարավորություն ունի, երբ նրանք տեսնում են, որ հեռուստաընկերությանն իրոք հետաքրքրում է «հասարակ մարդու» կարծիքը:

5.10 « ԻՍԿ ԱՆՁԱՄԲ ԴՈՒՔ ԻՆՉ ԵՔ ՄՏԱԾՈՒՄ...»

Հեռուստածրագրերը շատ հաճախ քննադատության են ենթարկում «իսկ անձամբ դուք ի՞նչ եք մտածում այսինչ կամ այնինչ բանի մասին» կարգի հարցերը չարաշահելու համար: Իրոք, աղետի վայրում դժվար թե արժե խոսափողը մտցնել հարազատներին կորցրած մարդու քիթը և հարցնել, թե ինքն անձամբ ինչ է մտածում կատարվածի մասին: Բայց մյուս կողմից, անձնական տարր ստանալուց հարցազրույցը միայն շահում է: Այսպիսով, խնդիրը հետևյալն է՝ զրույցն անցկացնել էնոցիոնալ մակարդակով և դրա հետ մեկտեղ չվիրավորել թե հարցազրույցը տվողի, թե լսարանի զգացմունքները:

Օրինակ, խորհուրդ է տրվում հարցի հետևյալ ձևակերպումը.

«Եթե կարելի է, մի քիչ ավելի մանրամասն պատմեք պարոն այսինչի մասին, որ մեր հեռուստադիտողները ավելի լավ պատկերացնեն այդ մարդուն»:

Ձեր խնդիրն է՝ լսարանին հասցնել մերձավորին կորցրածի վիշտը, միաժամանակ ցուցաբերելով առավելագույն նրբանկատություն:

5.11 ՄԱՋՍԻՄԱԼ ՀԱԿԻՐՃ

Հեռուստածրագրերում, հատկապես երաժշտական ծրագրերում, ձայնային ներառումները տևում են ավելի կարճ՝ 1-2 վայրկյան: Բայց հետևելով այդ տենդենցին անհրաժեշտ է, որ ձեր խնդիրը լինի ծրագրում կոնկրետ նորություններ հայտնելը:

Հեռուստառեպորտաժում տեխնիկապես հնարավոր է 1-2 վայրկյանանոց ձայնային ներառումներ անելը: Բայց այդ դեպքում հարց է ծագում՝ արդյո՞ք դա համապատասխանում է հեռուստադիտողի շահերին:

Նախատեսել եք արդյո՞ք ձեր սյուժեում ժամանակ, երբ լսարանը կարող է իր վերաբերմունքն արտահայտել էկրանին հայտնված մարդու նկատմամբ: Ի վիճակի՞ է հեռուստադիտողը առաջին հայացքից հասկանալ, թե ով է իր առջև ելույթ ունեցողը: Համապատասխանում են արդյո՞ք հարցազրույց տվողի խոսքի տեմպը, արտասանությունը և առոգանությունը և այլն ծրագրի ընդհանուր ռիթմին և լրագրողի խոսելաոճին:

Եթե դուք որոշել եք ձայնային ներառումները 3-4 վայրկյանից կարճ անել՝ զգույշ եղեք: Հիշե՛ք, դուք այդ ներառումներն ընկալում եք ընդհանուր, ձեզ արդեն հայտնի ենթատեքստում, աշխատասենյակի լռության մեջ: Պատկերացրեք, թե դրանք ինչպես կհնչեն հանպատրաստի հեռուստադիտողի համար:

5.12 ԱՐԴՅՈ՞Ք ՁԵՉ ՊԵՏՔ Է ՏՎՅԱԼ ՆԵՐԱՌՈՒՄԸ

Վերոհիշյալ նկատառումները կարծես թե կարող են արդարացնել յուրաքանչյուր ձայնային ներառման նպատակահարմարությունը: Բայց այդ նկատառումները անհերքելի կանոններ չեն: Պետք չէ ինքնանպատակ ներառումներ

անել: Հիշեք, որ վատագույն դեպքում դա կարող է պարզապես խախտել ծրագրի տեմպը և նրա շարժման անընդհատությունը: Եվ դա այն դեպքում, երբ դուք, իբրև պրոֆեսիոնալ մեկնաբան, կարող էիք պատմությունը ձեր խոսքերով՝ ավելի կարճ և մատչելի շարադրել:

Այսպիսով, ամեն անգամ աշխատեք որոշել, արդյո՞ք հարցազրույցը ծառայում է սյուժեի զարգացմանը, թե շեղում է հեռուստադիտողի ուշադրությունը:

VI

ՀԱՐՑԱԶՐՈՒՅՑԻ ՏԵԽՆՈԼՈԳԻԱՆ

Քննարկենք հարցազրույց անցկացնելու մի քանի գործնական եղանակներ և մեթոդներ:

6.1 ՆԱԽԱՎԱՐԺԱՆՔ

Հարցազրույց անցկացնելիս, մի քանի բույս նախատեսեք զրուցակցի հետ անկաշկանդ զրուցելու, նրան նախապատրաստելու համար: Հարցազրույցին պատրաստվելու գործընթացը (լույսերի տեղադրումը, խոսափողի ստուգումը և այլն) մարդկանց մեծամասնության համար անսովոր է: Ձեր խնդիրն է՝ չընդհատել այդ գործընթացը և նրանից չշեղվելով, «խոսեցնել» զրուցակցին:

Անփորձ մարդիկ հաճախ չեն իմանում, թե հարցազրույցի ընթացքում իրենց ինչպես պիտի պահեն: Մի քանի մասնագիտական խորհուրդ տվեք, որ նրանք կարողանան վստահորեն և առանց ընկճվելու պատասխանել ձեր հարցերին:

Լույսի և խոսափողի տեղադրման ժամանակ զրուցակցի հետ խոսեք ընդհանուր թեմաների շուրջ: Ձանացեք նրանց հետ սերտ հարաբերություններ հաստատել, որ հարցազրույցի ընթացքում նրանք իրենց ուշադրությունը կենտրոնացնեն ոչ թե խցիկի կամ սարքավորումների այլ՝ ձեզ վրա:

Սակայն հիշեք, որ նախավարժանքը մարզիկին ոչ թե «այրելու», այլ՝ տաքացնելու նպատակ է հետապնդում: Ոչ բոլորն են ի վիճակի նույն համոզվածությամբ մի քանի անգամ կրկնել տեքստը: Այդ պատճառով

նախաավարժանքի ժամանակ չարժե տալ կարևոր և լուրջ հարցեր:
Այդուհանդերձ, գրուցակցի հետ պետք է խոսել ոչ թե կողմնակի նյութերի մասին (օրինակ, «Ի՞նչ լավ բան եք վերջերս տեսել կինոյում»), այլ նրան մոտեցնել այն հարցերին, որոնք քննարկվելու են հարցազրույցի ընթացքում: Եթե նախաավարժանքը լավ անցկացնեք, ձեր գրուցակիցը կլինի հանգիստ և կկենտրոնանա ձեր հարցերի վրա, հեռուստասարքավորումները նրան չեն շեղի, նա պատրաստ կլինի հարցազրույցին, իսկ դուք կստանաք բնական և համոզիչ պատասխաններ:

6.2 ԿՐԿՆՎՈՂ ՀԱՐՑԵՐ

Երբեմն, հարցազրույցի տեսագրման կամ ուղիղ եթերի ընթացքում, դուք կարող եք զգալ նախաավարժանքի ժամանակ տրված հարցերը կրկնելու անհրաժեշտություն: Որպեսզի հարցազրույց տվողը մտքում կամ բարձրաձայն չասի՝ «չէ՞ որ մենք դրա մասին արդեն խոսել ենք», բացատրեք նրան, որ այդ հարցերի պատասխանները կարևոր են հեռուստադիտողի համար:

Պետք չէ հարցազրույցից առաջ փորձեր անել կամ մարդուն դրդել՝ ձեզ անհրաժեշտ պատասխաններ տալ: Դա անբարոյական է: Պարզապես ասեք, որ նա պետք է պատրաստ լինի տեսագրության ժամանակ նմանատիպ հարցեր լսելուն:

6.1 և 6.2 բաժիններում ուսումնասիրված մեթոդները կարող են անօգտակար լինել, եթե ձեր գրուցակիցը չափից դուրս համեստ է կամ համառ:

6.3 ՄԻ ՏՎԵՔ ՍԱԴՐԻՉ ՀԱՐՑԵՐ

Դուք ավելի օգտակար տեղեկություններ կստանաք, եթե ձեր հարցերը լինեն հանգիստ և կոնկրետ: Եթե դուք ագրեսիվ և կոպիտ եք, հարցազրույց տվողը կարող է պատասխանելուց հրաժարվել կամ անցնել հակահարձակման:

Ի՞նչ նպատակ եք դուք հետապնդում՝ ցույց տալ ձեր վրդովմունքը, թե՞ ստանալ տրված հարցի պատասխանը: Ավելի շուտ կհասնեք դրական արդյունքի այն դեպքում, երբ կլինեք համառ, բայց քաղաքավարի: Դա բոլորովին չի նշանակում, որ դուք չեք կարող դժվար հարցեր տալ: Հարցը սովեք հստակ, բայց առանց ավելորդ զգացմունքայնության:

Բայց չի կարելի տեղ տալ «երբ եք դուք վերջ տալու ձեր կնոջը ծեծելուն» կամ այդ կարգի սաղրիչ հարցերին:

6.4 ԱՄԵՆ ԱՆԳԱՄ ՄԵԿ ՀԱՐՑ

Միաժամանակ մի տվեք երկու հարց: Հարցազրույց տվողը կամ կշրջանցի մի հարցը, կամ, մեկին պատասխանելիս, կմոռանա մյուսը: Ձեզ վարժեցրեք առանձին-առանձին հարցեր տալուն, այդպես կհասնեք ավելի լավ արդյունքի: Երբ դուք միանգամից երկու հարց եք տալիս, պատասխանները կարող են համաձուլվել և դառնալ մեկ պատասխան: Եթե սյուժեի համար պատասխաններից միայն մեկն է հարկավոր, համակցման ժամանակ կառաջանան լրացուցիչ բարդություններ:

6.5 ՋՐՈՒՑԱԿՑԻՆ ԱՐՏԱՀԱՅՏՎԵԼՈՒ ՀՆԱՐԱՎՈՐՈՒԹՅՈՒՆ ՏՎԵՔ

Ձեր նկատմամբ թշնամաբար տրամադրված հարցազրույց տվողին, մինչև վերջ արտահայտվելու հնարավորություն տվեք: Մի ընդհատեք նրան: Լսեք այն ամենը, ինչ նա կասի: Հետո միայն, գտնելով հակասություններ կամ պատասխանից խույս տալու միտում, ձեր հերթին արտահայտվեք:

6.6 ԹՈՒՅԼ ՄԻ ՏՎԵՔ, ՈՐ ՋՐՈՒՑԱԿՑԸ ԽՈՒՍԱՓԻ ՊԱՏԱՍԽԱՆՆԵՐԻՑ

Նոր հարց տալուց առաջ ստացեք նախորդի պատասխանը:

Լսեք պատասխանները:

Եթե գործ ունեք պատասխանից խուսափող մարդու հետ, մի քանի երկրորդական հարցերի ժամանակ թույլ տվեք նրան անել այդ բանը, բայց հետո ստիպեք նրան պատասխանել առանցքային հարցերին: Եղեք համառ: Դուք վճռական ճակատամարտ եք վարում, ամբողջ ուժերով պայքարեք պատասխանը ստանալու համար:

Եթե ժամանակը և ժապավենի առկայությունը որոշիչ գործոններ են, դրանք մի ծախսեք աննշան հարցերի վրա, միանգամից տվեք կարևորագույն հարցը:

Պատասխաններից խուսափող մարդու հետ արված հարցազրույցը դիտելը բավականին տխուր զբաղմունք է: Բայց դրա հետ մեկտեղ, այդպիսի

տեսագրությունն ինքնին բավականին խոսուն փաստ է, հատկապես, եթե այդ մարդը պետական պաշտոնյա է: Կարելի է սյուժե կառուցել անպատասխան հարցերի հիման վրա:

6.7 ԿՐԿՆԵՔ ՉԵՐ ՀԱՐՑԵՐԸ

Հարցազրույցի ժամանակ դա բավականին հեշտ գործ է: Պատասխան չստանալու դեպքում, նորից տվեք հարցը՝ մի քիչ ձևափոխելով: Նոր հարցի մի՛ անցեք: Պարզեք իրավիճակը թե՛ ձեր, թե՛ հեռուստադիտողի համար:

Պատասխանից հրաժարվելը կամ հարցից շեղվելը կարող է նշանակել, որ դուք հանգել եք հարցազրույց տվողի համար կարևոր մի թեմայի, որի շուրջ նա տարածվելու ցանկություն չունի: Միանգամից, քանի դեռ պատասխանը թարմ է ձեր հիշողությունն անջ, կրկնեք հարցը և աշխատեք, որ հաջորդ պատասխանն ավելի որոշակի լինի:

6.8 ԼՈՒՌԹՅՈՒՆՆ ՕԳՏԱԳՈՐԾԵՔ ՉԵՐ ՕԳՏԻՆ

Մի վախեցեք ընդմիջումներից:

Լռությունն ինքնին զրուցակցին պատասխանել ստիպելու բավականին ազդեցիկ միջոց է: Երբեմն, դիտավորյալ արված ընդմիջումը հարցազրույց տվողին ստիպում է պատասխանել իր համար անցանկալի հարցին: Լինում է, որ մարդուն կողմնորոշվելու համար ժամանակ է պետք: Այդ դեպքում ընդմիջումը պատասխան ստանալու լրացուցիչ հնարավորություն է:

6.9 ԽՈՒՄԱՓԵՔ ԱՅՆ ՀԱՐՑԵՐԻՑ, ՈՐՈՆՑ ԿԱՐԵԼԻ Է ՊԱՏԱՍԽԱՆԵԼ ՄԵԿ ԲԱՌՈՎ

Հարցազրույցի նպատակն է պարզել, թե մարդն ինչու է այսինչ կամ այնինչ բանն անում: Չեք խոսքն այնպես ձևակերպեք, որ նրա մեջ լինեն «ինչպե՞ս», «ի՞նչ պատճառով» և «ի՞նչ է դա նշանակում» հարցերը:

Իմիջիայրոց, այո կամ ոչ պատասխան ստանալու դեպքում, կարելի է այնպես ձևակերպել հարցը, որ նոր պատասխանը լինի ավելի ընդարձակ և մանրակրկիտ: Դուք միշտ կարող եք օգտագործել այս կարգի հարցերը՝ «ինչու՞ եք դուք կարծում, որ...», «ինչի՞ց ելնելով դուք այո, (ոչ) ասացիք...»:

6.10 ՀԱՄՈՁՎԵՔ, ՈՐ ՀԱՐՑԸ ՏՎԵԼ ԵՔ

Լրագրողն երբեմն հարցը տալիս է ոչ հարցի ձևով, օրինակ՝ «դա հոյակապ ֆուտբոլ է» և խոսափողը մեկնում է պատասխանողին: Մարդկանց մեծամասնությունը գերադասում է, երբ հարցն ուղղակիորեն են տալիս:

Հարցերը հստակ ձևակերպեք: Ըստ երևույթին կան բաներ, որոնք դուք կցանկանալիք պարզել: Հարցրեք: Դուք հեռուստադիտողների դեսպանն եք: Չգտեք իմանալ, թե նրանց ինչ է հետաքրքրում: Հեռուստադիտողին օգնեք հասկանալ այն, ինչը, որ նա տեսնում է կամ տեսել է էկրանին:

Ի միջի այրոց, լրագրողը պետք է իմանա ևս մեկ օրենք. «հարցը տալուց չի կարելի արտահայտել սեփական կարծիքը»: Հեռուստադիտողն ուզում է իմանալ ոչ թե լրագրողի, այլ հարցազրույց տվողի կարծիքը:

6.11 ԱՅՆՊԵՍ ԱՐԵՔ, ՈՐ ՉԵՐ ՉՐՈՒՑԱԿԻՑԸ ՆՈՐՄԱԼ ՏԵՍՔ ՈՒՆԵՆԱ

Եթե հանգամանքները հակառակը չեն թելադրում (օրինակ, փողոցային անկարգությունների գոհի կամ մասնակցի նորմալ տեսքը անբնական է), աշխատեք, որ հարցազրույց տվողը կոկիկ տեսք ունենա:

Ասենք, եթե ծռվել է ձեր գրուցակցի փողկապը կամ լողզվել է նրա շրթներկը, այդ մասին տեղյակ պահեք նրան և կարգի բերելու հնարավորություն տվեք:

Դրանով դուք հետապնդում եք երկու նպատակ՝

- մարդը կարող է չզգալ, որ ինչ-որ բան ուղղելու կարիք կա: Դուք նրան կազատեք հանկարծակի անփութության պատճառով առաջացած շփոթմունքից:

Խոսքը չի գնում հատուկ գրիմ անելու մասին, բայց մարդուն հուշեք, որ նա հարդարի մագերը կամ էլ բաճկոնի վրայից վերցնի թելը:

Եթե չեք ուզում, որ մարդը կենտրոնանա իր արտաքինի վրա, դրան չափից դուրս ուշադրություն մի դարձրեք, այդ մասին ասեք ստույգ, բայց կարծես թե իմիջիայլոց: Դուք օգնում եք մարդուն, որ նա չանհանգստանա իր արտաքին տեսքի համար և շատ լարված չլինի:

- Անփույթ զգեստը կամ արտաքինը հեռուստադիտողին կարող են շեղել սյուժեից:

Այսինքն, օգնեք, որ հարցազրույց տվողը նորմալ տեսք ունենա: Եթե իհարկե խոսքը չի գնում օդային աղետից հրաշքով փրկված մարդու մասին կամ այնպիսի անձնավորության մասին, որի համար հենց ընդհանուր կանոններից շեղվելն է կանոն («պարոն Էյնշտեյն, չէի՞ք կարող հաղորդումից առաջ սանրել ձեր մազերը »):

6.12 ՀԻՇԵՔ ՈՒՇԱԴՐՈՒԹՅՈՒՆ ՇԵՂՈՂ ՇԱՐԺՈՒՄՆԵՐԻ ՄԱՍԻՆ

Մի՛ անտեսեք այն հանգամանքը, որ հարցազրույց տվողը խցիկի առաջ կարող է ակամա հեռուստադիտողի ուշադրությունը շեղող որոշ շարժումներ անել: Նրան բարեկամաբար զգուշացրեք այդ մասին:

Մասնավորապես նրա ուշադրությունը հրավիրեք հետևյալ կետերին.

- պետք չէ գլխով անընդհատ տմբտմբացնել,
- պետք չէ խոսել ծամոնը բերանին,
- պետք չէ շատ ցածր և անհասկանալի խոսել,
- պետք չէ երեսը շրջել խցիկից,
- պետք չէ այնպիսի խոսքեր օգտագործել, որոնք չեն կարող եթեր տրվել:

Քանի որ, հարցազրույցի կարևորագույն պահերից մեկը՝ անմիջականությունն է՝ զգույշ եղեք: Բայց, եթե հարցազրույց տվողը հայիոյանքներ է օգտագործում կամ խոսում է ձեզ համար անհասկանալի ժարգոնով, նրան խորհուրդ տվեք պատշաճ բառեր ընտրել, ընդգծելով, որ հակառակ դեպքում հարցազրույցը եթեր չի տրվի: Սակայն այստեղ մի ուրիշ հարց է ծագում՝ ո՞րն ընտրել. ժարգոնային խոսքերը շատ արտահայտիչ են և սյուժեի համար կարևոր: Բոլոր դեպքերում, հարցազրույց տվողի խոսակցական ոճի մասին որոշումը ընդունեք նկարահանման վայրում: Հետո, համակցման ժամանակ, շատ դժվար կլինի որևիցե բան փոփոխել:

6.13 ԵԹԵ ՀԱՐՑԱԶՐՈՒՅՑ ՏՎՈՂԸ ԿՄԿՍՈՒՄ Է, ՕԳՆԵՔ ՆՐԱՆ

Եթե հարցազրույց տվողը խցիկի առջև կմկմում է, հարկավոր է նրան պատմվածքը նորից սկսելու հնարավորություն տալ (այն պայմանով, որ կրկնողությունը բացասական չի ազդի նյութի որակի վրա):

Քանի որ որոշ ենթատեքստերում այդպիսի կմկմոցը կարող է բավականին նշանակալից լինել, այդպիսի որոշումները զգուշորեն ընդունեք: Մակայն որոշ մարդիկ պարզապես նյարդայնանում կամ վախենում են խցիկից: Եթե կմկմոցի պատճառը միայն դրանում է, կրկնեք հարցը և մի նոր փորձ արեք:

6.14 ԱՄԵՆ ՄԵԿԻՆ ԱՌԱՆՁԻՆ - ԱՌԱՆՁԻՆ ԴԻՄԵՔ

«Անձնական» սյուժե նկարահանելիս լավ է մարդկանց հետ հարցազրույցները առանձին-առանձին անցկացնել, եթե իհարկե ժամանակը չի նեղում, կամ էլ դուք ուզում եք, որ հարցազրույցը ընդհանուր խոսակցության բնույթ ունենա: Եթե դուք զրուցում եք մեկ մարդու հետ, օպերատորը կարող է կադրի մեջ պահել միայն այդ մարդուն և չանցնել խմբի մեկ անդամից մյուսի վրա:

Երբ դուք խմբի անդամներից մեկ ուրիշի հետ եք սկսում խոսել, օպերատորին ժամանակ տվեք փոխելու խցիկի դիրքը:

Մի քանի մարդու հետ հարցազրույց անցկացնելիս, արեք խոսակցության մասնակիցների մի շարք խոշոր պլաններ: Դա մոնտաժի ժամանակ անցումներ անելու լավ նյութ է:

6.15 «ՈՒՉՈՒՄ ԵՔ, ՈՐ ՉԵՉ ՀԵՌՈՒՄՏԱՏԵՍՈՒԹՅԱՄԲ ՅՈՒՅՑ ՏԱՆ»

Օպերատիվ ռեպորտաժի ընթացքում, ականատեսների հետ զրուցելիս, այսինչ կամ այնինչ հարցին պատասխանելու խնդրանքով անցորդներին դիմելիս, երբեք մի հարցրեք «ուզու՞մ եք, որ ձեզ հեռուստատեսությամբ ցույց տան»:

Դա շատ ծավալուն և մասամբ սադրիչ հարց է: Մանավանդ, որ դուք չեք պատրաստվում պարզել նրանց վերաբերմունքը հեռուստատեսության նկատմամբ:

Ձեզ պարզապես պետք է նրանց օգնությունը: Դուք ուզում եք պարզել, թե ինչ է կատարվել դեպքի վայրում:

Հետևաբար, հենց այդպես էլ ասացեք «ինձ ձեր օգնությունն է պետք, չէի՞ք կարող պատմել այստեղ կատարվածի մասին»: Այդ դեպքում մարդիկ ավելի արագ կհամաձայնվեն խցիկի առջև մի քանի խոսք ասել:

Ոչ մի խաբեության մասին խոսք լինել չի կարող: Երբ մարդը տեսնի իր վրա ուղղված խցիկը, նա կհասկանա, որ կարող է հայտնվել հեռուստատեսությանը: Բայց եթե դուք նրան հարցնեք այդ մասին, նա իր մեջ կսկսի մտմտել՝ արժե արդյոք ելույթ ունենալ էկրանից, արդյոք դա մեծամտություն չի լինի և այլն: Այնպես որ, խուսափեք վերնագրում տրված հարցից:

6.16 ՀԱՐՑԱԶՐՈՒՅՑ ՈՒՂԻՂ ԵԹԵՐՈՒՄ: ԲՈՒՆՈՐԸ ՊԵՏՔ Է ԻՐԵՆՑ ՏԵՂԵՐՈՒՄ ՄՆԱՆ

Եթե դուք հարցազրույց եք վարում ուղիղ եթերում, ձեր գրուցակիցներին խնդրեք մինչև խցիկի անջատելը մնալ իրենց տեղերում: Նրանց նախօրոք բացատրեք, որ տեղից վեր կենալ միայն ձեր թույլտվությամբ, նրանից հետո, երբ դուք կասեք ռեպորտաժի եզրափակիչ խոսքերը:

6.17 ՏՎԵՔ ԸՆԴՈՒՆՎԱԾ ԵԶՐԱՓԱԿԻՉ ՀԱՐՑ

Եթե հարցազրույցը երկար կամ խառն է ստացվել, կամ եթե սյուժեն շատ բարդ է և կարևոր, խելամիտ է վերջում տալ ընդունված հարց՝

- արդյո՞ք, ես ձեզ ամեն ինչի մասին հարցրեցի կամ
- դուք ոչինչ չե՞ք ուզում ավելացնել ձեր ասածին:

Որպես կանոն հարցազրույցի ընթացքում դուք խոսում եք կոնկրետ հարցի գիտակի հետ: Ինչքան էլ դուք նախապատրաստվեք հարցազրույցին, միևնույնն է, նա խոսակցության առարկայի մասին ձեզանից ավելին գիտի: Այնպես որ, տվեք այդ եզրափակիչ հարցը: Կարող է հարցազրույց տվողը ձեզ ինչ որ կարևոր բան ասի, որի մասին դուք չէիք էլ մտածում:

6.18 ԽՑԻԿՆ ԱՆՁԱՏԵԼՈՒՑ ՀԵՏՈ

Խցիկն անջատելուց հետո չմոռանաք անել երեք բան.

-ճշտեք, թե ինչպես են գրվում հարցազրույց տվողի ազգանունը,

- վերցրեք նրա հեռախոսահամարը,

- իմացեք, որտեղ է նա գտնվելու մինչև հարցազրույցը պատրաստելու

վերջնական ժամկետը, որ անհրաժեշտության դեպքում կարողանաք ճշտող հարցեր տալ նրան:

VII

ՏԵՍԱՆԿԱՐԱՀԱՆՄԱՆ ՎԱՐՊԵՏՈՒԹՅՈՒՆ

«Խցիկը՝ դա ձայն և պատկեր գրող սև արկղ չէ:

Դա պատմությունների պատմելու հարմարանք է»:

Ջոն Պրեմակ

Բոստոնյան հեռուստատեսային ստուդիայի գլխավոր օպերատոր

7.1 ՊԱՏՄՈՒԹՅՈՒՆՆԵՐԻ ՇԱՐԱԴՐՈՒՄ

Բոլորն էլ կարող են տեսախցիկը (սև արկղը) աշխատեցնելու ձևը սովորել, ձայն ու պատկեր գրել: Բայց ուշադրության արժանի պատմություններ ստեղծելու համար պետք է պատրաստվածություն ունենալ, հրաշալի տիրապետել տեխնիկական միջոցներին, լինել ուշադիր և ջանասեր:

«Գործնական ձեռնարկի» նախորդ բաժիններում ձեզ ծանոթացրեցինք լրագրողի աշխատանքի նրբությունների հետ: Այժմ դիտարկենք տեսանկարահանման որոշ խնդիրներ:

Տեսախցիկը ստեղծված է ձայնը և պատկերն այն կերպ տեսագրելու համար, որ հեռուստադիտողը իրեն զգա իրադարձության վայրում: Բարձրակարգ

օպերատորները կարողանում են իրադարձությունն այնպես նկարահանել, որ նույնիսկ նրա ականատեսները էկրանին նկատեն այնպիսի դրվագներ, որոնք աչքաթող էին արել դեպքի վայրում:

7.2 ՕՊԵՐԱՏՈՐԻ ԽՆԴԻՐԸ

Օպերատորը հեռուստադիտողի տեսողությունն է և լսողությունը: Օպերատորը պետք է կարողանա բացահայտել յուրաքանչյուր իրադարձության կենտրոնական պահը և այդ կենտրոնական պահն այնպես նկարահանի, որ նրա հիմքի վրա հնարավոր լինի հեռուստացուցադրման համար սյուժե ստեղծել:

Օպերատորը պետք է ստեղծագործական նախաձեռնություն ցուցաբերի:

Օպերատորն այնպես պետք է վերապրի իր խցիկի առջև կատարվող իրադարձությունները, որ ի վիճակի լինի կանխատեսել նրանց հնարավոր զարգացումը և պատրաստ լինի նկարահանման ամենաանսպասելի շրջադարձերին:

Օպերատորը, լրագրողի հետ միասին, պետք է ճիգեր գործադրի կատարվածը հասկանալու և սյուժեին անհրաժեշտ կարևոր դրվագները նկարահանելու համար:

7.3 ԱԿՏԻՎ ՕՊԵՐԱՏՈՐ

Պասիվ օպերատորը խցիկի հետ վարվել գիտի և կարողանում է տեսանյութ ստանալ: Նրա վերաբերմունքն աշխատանքի նկատմամբ հետևյալն է՝ «իմ անելիքը ո՞րն է»:

Ակտիվ օպերատորը նախաձեռնություն է ցուցաբերում:

Բայց, ակտիվ օպերատոր դառնալու համար անհրաժեշտ է նկարահանման ժամանակ հասկանալ կատարվող դեպքերի կառուցվածքը, նրանց զարգացման հնարավոր ուղիները և պատկերացնել ստացված նյութի համակցային տարբերակները:

Ակտիվ օպերատորի նկարահանած նյութը ավելի լավ է ընկալվում հեռուստադիտողի կողմից (բացի այդ՝ ակտիվ օպերատորը միշտ ավելի հետաքրքիր հանձնարարություններ ստանալու հնարավորություններ ունի):

7.4 ՏԵՍԱՊԱՏԿԵՐՆԵՐԻ ԼԵԶՈՒՆ

Վատ նկարահանված և համակցած սյուժեներ նայելը նույնքան դժվար է, որքան լեզվին վատ տիրապետող մարդու մեկնաբանություններն ընկալելը:

Անկայուն պատկերով, վատ նկարահանված և մոնտաժված սյուժե նայելիս, հեռուստադիտողը պետք է ջանքեր գործադրի կատարվածը հասկանալու համար:

Նորությունների ծրագրի օպերատորը պետք է հիշի, որ մրցակցության մեջ է մտնում նույն ալիքով ցուցադրվող «Աստղային պատերազմների» տիպի հանդիսախաղերի հետ: Այդ պատճառով, նա պարտավոր է ուսումնասիրել տեսապատկերների լեզուն և աշխատել նրա օրենքներով:

7.5 ՍՅՈՒԺԵՆ ՊԵՏՔ Է ՈՒՆԵՆԱ ՍԿԻԶԲ, ՄԻՋՆԱՐԱՐ ԵՎ ՎԵՐՁ

Ամենից առաջ պետք է գրավել հեռուստադիտողի ուշադրությունը:

Հեռուստադիտողների մեծ մասը նորությունները նայում է ոչ թե մութ, ձայներից մեկուսացված սենյակում, այլ խոհանոցի կամ հյուրասենյակի ադմուկի մեջ: Հեռուստադիտողին գրավելու համար ձեր սյուժեն պետք է ունենա ստույգ, կենդանի և ցայտուն սկիզբ:

Սյուժեի շարունակությունը պետք է կառուցվի որակյալ նկարահանված և տրամաբանորեն համակցված կադրերի հիմքի վրա:

Սյուժեի նկարահանման դասական հերթականությունը հետևյալն է՝ հեռավոր պլան, միջին պլան և խոշոր պլան, և այդ կանոնի պահպանումը կհեշտացնի սյուժեի կառուցումը:

7.6 ՕՊԵՐԱՏՈՐՆ ԻԲՐԵՎ ԼՐԱԳՐՈՂ

Նկարահանման ժամանակ օպերատորը միշտ պետք է հիշի, որ ինքը լրագրողական խմբի անդամ է: Եթե ձանձրալի մի ժողով է նկարահանվում, լրիվ տեղին է որևէ հորանջող մարդ ցույց տալ: Դրան հակառակ, եթե ժողովը աշխույժ է անցնում, արժե նկարահանել հուզված դեմքերի կամ կատաղի ձեռնածող մարդկանց մի քանի խոշոր պլան:

Պետք են իրականությունը արտացոլող կադրեր: Օպերատորը պետք է վերապրի կատարվող դեպքերը: Նա պետք է հասկանա՝ ինչ է կատարվում, կանխատեսի, թե ինչ կարող է կատարվել, և պատրաստ լինի նկարահանել կատարվածը:

Ընտրություն արեք: Պտտվելով ձեր առանցքի շուրջը, իրար ետևից մի նկարահանեք ինչ պատահի: Ընտրեք մի քանի կենտրոնական գործող անձ և փորձեք իրադարձությունը լուսաբանել նրանց վերաբերմունքի միջոցով: Ձեր ընտրության մասին խորհրդակցեք լրագրողի հետ:

Ձեր խնդիրն է՝ խույս տալ անիմաստ կադրերի հավաքածուից, հեռուստադիտողին թյուրիմացության մեջ չզցելու համար: Նկարահանված կադրերը պետք է արտացոլեն կատարվածի բուն իմաստը:

7.7 ԿԱԴՐԻ ԿԱՌՈՒՑՈՒՄ

Օպերատորը պետք է ոչ թե հենց այնպես տեսախցիկը տանի այս ու այն կողմ, այլ կադր կառուցի:

Միշտ հիշեք հետևյալ օրենքը՝ նկարահանման կենտրոնական օբյեկտը պետք է գտնվի էկրանի 1/3-ի չափ տարածության վրա՝ կադրի կամ վերևի, կամ ձախ սահմանից: Իրադարձությունը ցույց տվեք բնորոշ ֆոնի վրա (հատկապես դեպքի վայրում):

7.8 ԱՇԽԱՏԱՆՔ ԽՈՍԱՓՈՂԻ ՀԵՏ

Լրագրողը պետք է ունենա իր խոսափողը, իսկ հարցազրույց տվողին, հնարավորության դեպքում, պետք է մեկ ուրիշ խոսափող տրամադրել (պարանոցի շուրջ կամ դարձածալի վրա): Դրա շնորհիվ, հարցազրույց տվողը կհանգստանա և կմոռանա խոսափողի մասին, իսկ լրագրողը կարող է կանգնել նրանից քիչ հեռու, ինչը օպերատորին նկարահանման ժամանակ գործողության ազատություն կտա:

7.9 ՄԻ ՉԱՐԱՇԱՀԵՔ ԶՈՒՄԸ ԵՎ ՊԱՏԿԵՐԸ

Տրանսֆոկատորի (գումի) միջոցով առաջանցումը կամ ետանցումը օգտագործեք միայն այն դեպքում, երբ դա արդարացված է և անհրաժեշտ: Հիշեք, որ

զումի օգտագործումը շեղում է հեռուստադիտողի ուշադրությունը: Չունով արված ամենահետաքրքիր կադրերը առաջին և վերջին կադրերն են (խոշոր պլան):

Խորհուրդ է տրվում մոնտաժի ժամանակ հանել միջանկյալ կադրերը, եթե իհարկե սյուժեում միջանկյալ կառուցվածք չի օգտագործվում:

Խուսափեք նաև համապատկերներից:

Համապատկերները օգտագործելիս դրանք անպայման սկսեք և ավարտեք լավ կառուցված և կայուն կադրերով:

7.10 ԶԳՈՒՇԱՑԵՔ ՈՒԺԵՂ ԱՐԵՎԱՅԻՆ ԼՈՒՅՍԻՑ

Արևային ուժեղ լույսի ժամանակ աշխատելիս, հիշեք, որ դեմքերը պետք է ստվերում լինեն: Լույսի ուղղությամբ մի նկարահանեք: Հակառակ դեպքում, ցայտուն ստվերից դեմքերը կմգանան: Լրագրողին և հարցազրույց տվողին խնդրեք հանել արևային ակնոցները, այլապես չի երևա սյուժեի համար շատ կարևոր աչքերի արտահայտությունը:

7.11 ՇԱՐԺՄԱՆ ՈՒՂՂՈՒԹՅՈՒՆԸ ԷԿՐԱՆԻՆ

Ասուլիս, թատերական ներկայացում, շքերթ և այլ «բեմադրված» իրադարձություններ նկարահանելիս, ձեզ համար պարզեք շարժման ուղղությունը և պահպանեք այն:

Մարդկանց վերաբերմունքը իրադարձությունների նկատմամբ և համակցային անցումների համար նախատեսված այլ կադրեր նկարահանեք հենց իրադարձությունների ընթացքում, եթե դուք ուզում եք, որ այդ վերաբերմունքը էկրանից բնական երևա:

7.12 ԽՈՇՈՐ ՊԼԱՆ

Յուրաքանչյուր սյուժեի համար նկարահանեք մի քանի խոշոր պլան: Արտահայտիչ խոշոր պլանը սյուժեն ինքնատիպ և հիշվող է դարձնում:

7.13 ԵԶՐԱՓՈՒԿ ԿԱՌ

Վերջում նկարահանեք սյուժեն եզրափակող կադր: Որոշ սյուժեներ չեն կարող միանշանակ մեկնաբանվել, և ավելի լավ է դրանք ավարտել ընդհանուր պլանով: Այնուհանդերձ՝ արտահայտիչ խոշոր պլանը միշտ ավելի տպավորիչ է:

Օրինակ՝ վառված, մխացող տիկնիկը դասական կադր է հրդեհի մասին սյուժեում: Օպերատորը պետք է գտնի հենց այդպիսի իմաստալից եզրափակիչ կադր:

VIII ՊԱՏՄԵՔ ԻՐՈՂՈՒԹՅՈՒՆԸ

«Պատկերը, ինչպես և խոսքը, վերջ ի վերջո իրականության խորհրդանիշ է միայն: Կարևորն այն չէ, որ հեռուստայրագրողը մեզ փաստեր է ցույց տալիս, այլ այն, թե որքան ճշմարտացի է նա արտացոլում այդ փաստերը»:
Դ.ՈՒ. Բլում

Կարծիք կա, որ հեռուստախցիկն ինքնին արտացոլում է իրականությունը: Փորձառու լրագրողը և օպերատորն այդ կարծիքի գինը լավ գիտեն:

Ոչ պրոֆեսիոնալ, անպատրաստ լրագրողը և օպերատորը խցիկի միջոցով իրականությունն արտացոլելու նույնքան հնարավորություն ունեն, որքան թերթի ոչ պրոֆեսիոնալ խմբագիրը՝ թուղթ ու գրիչի օգնությամբ:

Խցիկը միշտ չէ, որ ճշմարտությունն է պատմում: Նա նկարահանում է այն, ինչ որ ուզում է նկարահանել այդ խցիկը ձեռքին բռնած օպերատորը: Լրագրողը, սյուժեն պատրաստելիս, օգտագործում է միայն իր հավաքած փաստերը:

Սյուժեն նախապատրաստելիս, դուք օգտագործում եք ձեր դատողությունները, մասնագիտական փորձը և հմտությունը:

Իրադարձության վայրում դուք պետք է հավաքեք բոլոր փաստերը: Հետո, իրադարձությունը հավասարակշիռ և ճշմարտացի ներկայացնելու համար, պետք է ազնվորեն օգտագործել հավաքած նյութը:

Սյուժեն ստեղծում են լրագրողը և օպերատորը:

Խցիկը ձեր փոխարեն չի աշխատի: