

СОВЕТЫ ТЕЛЕЖУРНАЛИСТУ.

(Майкл Делахей, продюсер Би-Би-Си)

перевод с английского

Этот материал был прислан Андреем Колмогоровым, техническим директором проекта "Открытая Азия", за что (и не только за это) ему моя искренняя благодарность. Вычитывая «Советы...» перед тем, как выложить их на сайт, я не удержался и добавил к нему примечания, исходя из типичных ошибок и проблем, с которыми сталкивался я сам, а сегодня продолжают сталкиваться мои студенты. Иногда эти комментарии в размере переросли сам совет – так уж хотелось уточнить и «объять необъятное». Ну что ж, если лично Вам они покажутся излишне подробными – пропустите. А вообще, эти советы стоит распечатать и повесить на стенку в телередакциях, операторских и монтажных многих студий – как памятку начинающим телевизионщикам. И конечно, не забывать их на съемке и монтаже.

А. Каминский.

- **Правила:** Единственное правило: в телевидении **нет** правил. Но есть порядок и условности, которые помогают человеческому мозгу легче усвоить устную и визуальную информацию, которую вы стараетесь передать. Ближе всего к правилу следующий постулат: Никогда не сбивайте зрителя с толку, если это не входит в ваши планы. *(Прим.: только не стоит путать правила с Законами восприятия. Нарушать последние – однозначно работать против себя – А.К.)*
- **Работа в команде:** Поговорите со своим оператором до выезда на съемку. Расскажите ему об истории – из чего она будет состоять и как вы хотите ее рассказать. Посоветуйтесь с оператором о кадрах, которые необходимо снять. Если вам требуется специальное оборудование, – например, радиомикрофон, предупредите его об этом заранее. *(Прим.: это касается не только оператора, но и всей команды. Помните, что древний режиссерский принцип «заразить команду идеей» - не правило, а Закон)*
- **Подготовка к сюжету (пре-производство):** В создании сюжета пре-производство (подготовка к съемкам) важно так же, как и постпроизводство (монтаж). Пре-производство состоит из а) исследования и б) выработки

концепции и «визуализации» истории. Представьте сюжет в роли паровоза, тянущего несколько вагонов. Паровоз – это идея и направление вашего сюжета. Вагоны - это кадры, интервью, монтажные фразы, графика и текст, который вы используете в вашем рассказе. До начала съемки, убедитесь в том, что вы выбрали локомотив и заполнили вагоны. Помните, что не только ваш текст, но и видеоряд должен также передавать рассказываемую вами историю. Репортаж – это своего рода «супружество» слов и видеоряда, а не сочетание несметного количества слов, которые просто иллюстрируются видеорядом. *(Прим.: Не забывайте, что 80% информации человек получает через зрение. На звук же приходится всего 5...8. Стоит ли основное средство воздействия превращать в примитив иллюстрации? – А.К.)*

- **Ответственность:** Съемка сюжета требует определенных усилий, как репортера, так и оператора, но, в конечном счете, вы, как репортер, отвечаете за правильность вашего рассказа и за выход сюжета в эфир. Вас могут либо похвалить за репортаж, либо обвинить в непрофессионализме. Поэтому вы должны постоянно знать, что делает ваш оператор. Знать его работу – это ваша работа. *(Прим.: не забывайте, что на одного плохого оператора приходится, как минимум, 3 журналиста, не умеющих правильно поставить оператору задачу. Хотите, чтобы операторы Вас понимали – научитесь разговаривать с ними на ИХ языке – А.К.)*
- **Делайте заметки:** До выезда на съемку напишите а) приблизительный перечень кадров, которые могут вам понадобиться и б) список вопросов, которые вы собираетесь задавать во время интервью. Именно это делают профессионалы. Только тот, кто думает, что он профессионал, хвалится тем, что он может носить всю эту информацию у себя в голове. *(Прим.: психологи утверждают, что человек может удерживать внимание одновременно на 7 ± 2 объектах. Посчитайте, сколько объектов Вы одновременно держите на съемке, включая микрофон и даже петлю его провода на руке. А сколько возникает каждую минуту спонтанно? Вот первый ответ, почему ВСЕ нужно записывать. Есть и другие, но о них разговор отдельный – А.К.)*
- **Панорамы, Отъезды, Наезды:** Будьте осторожны! Используйте их, только если этого требует сюжет. Например, медленный отъезд от репортера во время стенд-апа может эффективно открыть огромное пространство либо

пустоту данного места. Или панорама комнаты, заполненной участниками семинара, может показать одного мужчину среди 11 женщин. Равно как и перефокусировка от здания к колючей проволоке говорит нам о том, что это - место лишения свободы. Но никогда не используйте панораму, отъезды - наезды, и перефокусировки, только ради того, чтобы они были. (Прим.: *Панорамы и трансфокация – это взгляд ИЗМЕНЕННОГО сознания. Попробуйте провести панораму глазами! Когда камера едет на объект – это соответствует нормальной физиологии – приближению смотрящего к объекту. Но трансфокация дает ощущение, приближения ОБЪЕКТА к смотрящему. Ладно, если это поезд или машина, но на Вас когда-нибудь наезжали здания или столбы? Основная беда здесь в том, что даже принимаемое зрителем на уровне сознания как норма, подсознательно все равно воспринимается как ирреальность – А.К.)*

- **Помните о сочетаемости кадров:** Избегайте последовательности, состоящей из планов в движении, когда, например, за панорамой следует наезд, а за наездом – кадр, снятый в движении. Старайтесь снимать конец движения. Помните: либо в кадре двигаются объекты, либо двигается сама камера. И если вы придаете камере движение, это должно быть оправдано. (Прим.: *в общем случае это верно: каскад планов с трансфокацией – панорамами перегружает зрительское восприятие. Есть специальные случаи, когда именно обратный ход дает мощный эффект, например, когда нужно до предела «раскрутить» динамику, но этот прием должен быть, во-первых, обязательно выделен стилистически в отдельный эпизод (чаще – опорный), а во вторых, не переходить временной границы, за которой идет уже «отключка» внимания и расшифровка приема зрителем (зритель вообще не должен замечать, КАК управляют его вниманием). Вообще же, внутрикадровая динамика ДЕЙСТВИЯ и межкадровая динамика всегда дает эффект на порядки сильнее, чем динамика самой камеры)*
- **Выбирайте между субъективным и объективным:** Каждый кадр может быть разделен по шкале субъективности и объективности. Крупный план может быть субъективнее, чем общий план – движущийся кадр субъективнее, чем неподвижный кадр. Спросите себя, какой стиль больше всего подходит для объекта вашей съемки, и сделайте соответствующий

выбор. (Собственно, речь здесь о том же, что в статьях по теории монтажа я назвал авторским «петитом». Главное – зритель должен всегда четко ориентироваться, где «реальность», а где – авторское мнение. Помните, что для того, чтобы запутать зрителя, особых усилий не надо. Но кто любит слушать путаную речь? Ясность изложения – признак ума. Либо эту «путаницу», если она нужна, надо строить как прием, который что-то в итоге даст самому зрителю)

- **Используйте штатив** - Некоторые операторы любят снимать, держа все время камеру в руках. Но некоторые кадры должны быть сняты при помощи штатива: например, крупный план в конце наезда. Настаивайте на этом, но помните: носить штатив – обязанность репортера. (Прим.: в российском кино-, видеопроизводстве носить штатив – обязанность режиссера. Но обязанность – оператора снимать со штатива! ☺ - А.К.)
- **Визуальная последовательность:** Это – своего рода «кирпич» для построения репортажа. Но чтобы ее снять, требуется время, и зачастую ради этого необходимо просить людей, которых вы снимаете, остановиться и повторить свои действия. (Прим.: т.е. логика развития события – первый «пласт», фундамент сюжета. Другое дело, что не всегда эта логика может быть бытовой, обыденной и даже... «человеческой»! – А.К.)
- **Повторение и постановка:** Вполне разумно попросить кого-нибудь повторить чисто механическое действие, например, выйти из машины и войти в здание. Но никогда не старайтесь реконструировать действие, сопровождаемое спонтанными эмоциями. (Прим.: «А теперь еще раз встретитесь, обнимитесь! – говорит режиссер ветеранам. – Мы с другой точки снимем». И даже первый кадр, снятый документально начинает отдавать фальшью. Это еще один ЗАКОН: в документалистике дублей не бывает – А.К.)
- **Интервью:** Старайтесь не брать интервью у людей, сидящих за столом, особенно если стол стоит у стены. Постарайтесь привнести в кадр некую перспективу. Делайте интервью более динамичными. Если это значимо, берите интервью у человека во время того, как он что-то делает, например, ведет машину, копает в саду, готовит обед или просто гладит белье. Каждый фрагмент интервью не должен быть длинее 30 секунд, за исключением того,

когда человек рассказывает о чем-то очень интересном либо привлекающем внимание. Вы можете включить два или три фрагмента интервью в один и тот же сюжет - но не ленитесь, не разбивайте его на десятки фрагментов и не соединяйте их ничего не значащими видеорядом с закадровым текстом. Это не репортаж. *(Прим.: ну что тут добавить? Только то, что ЛЮБОЙ эпизод, в т.ч. и интервью, требует авторского РЕШЕНИЯ, а не «полива» - А.К.)*

- **Постановка кадра:** При съемке интервью, убедитесь в том, что у вас есть хорошая композиция, перспективы и контраст (свет и тень). Проверьте, чтобы за головой человека, у которого берется интервью, ничего не торчало - например, листья растений или электрический кабель. Старайтесь, чтобы за головой у собеседника ничего не было. Попросите оператора посмотреть на кадр через видоискатель. Две пары глаз лучше, чем одна. *(Прим.: вечная проблема отечественных кабинетов – розетки. Так и торчат в каждом третьем синхроне! И не только они. Не забывайте, что кадр – это всего лишь ПЛОСКОСТЬ и совмещенные, не «отбитые» друг от друга светом абрисы объектов сливаются в единую фигуру. Вот и получается, что у героя из уха лампа растет. И еще. Из практики замечено: чем лучше оператор, тем чаще он приглашает режиссера (журналиста) в видоискатель. А истинные мэтры не гнушались и 20-летнему начинающему режиссеру, говорить: «Загляни в глазок, тебе ЭТО нужно?» Так что сейчас для меня это критерий профессионализма оператора – и практически безошибочный! – А.К.)*
- **Положение человека в кадре:** Если у вас в одном репортаже несколько интервью, убедитесь, что вы снимаете их с разных мест. Это нужно для того, чтобы в смонтированном сюжете ваши собеседники не смотрели в одном и том же направлении. *(Прим.: и не надоедали зрителю однообразием фона. Смена места действия – довольно сильный «крючок» удержания зрительского внимания – А.К.)*
- **Дети:** Когда вы берете интервью у детей, расположите объектив камеры на уровне глаз ребенка, а сами присядьте.
- **Угол съемки:** Если во время съемки интервью камера стоит выше человека, это зрительно уменьшает его (ее), а если объектив направлен на человека

снизу, это его увеличивает. Как правило, устанавливайте камеру на уровне глаз собеседника либо чуть ниже. (Прим.: вообще классическая операторская точка установки камеры на интервью: для стоящего – на уровне груди, для сидящего, на проф. жаргоне, «от пупа»). Тогда глаза попадают в «золотое сечение» кадра и работают акцентно – А.К.)

- **Перепроверяйте:** В конце интервью убедитесь, что оператор проверил и видео, и звук до того, как собеседник ушел.
- **Ось:** Это воображаемая линия, которая соединяет через двух людей, два предмета либо определяет основное направление действия. Во время интервью ось проходит через носы двух участников. Во время футбольного матча ось как бы проходит от одних ворот до других через центр поля. Во время съемок и монтажа, по мере возможности старайтесь избегать пересечения оси. Если вам нужно пересечь ее, разделите два кадра крупным планом или кадром по оси. (Прим.: т.е. речь о том, что в отечественном проф. жаргоне зовется «восьмеркой»)
- **Перебивки:** Большая часть съемок, включая интервью, требует сокращение времени и действия. Это возможно при использовании перебивок и вставок. Убедитесь, что вы не только снимаете перебивки, но и в том, что они значимы для сюжета. Если вы снимаете доктора, кадр стетоскопа на его столе может иметь значение, фотография Красной Площади на стене, скорее всего не понадобится, если, конечно, собеседник не рассказывает о недавней поездке в Москву. Крупный план рук часто полезен, если собеседник ими жестикулирует. (Прим.: т.е. любой кадр, в т.ч. и перебивка, должен быть **ОСМЫСЛЕН**, вставлен не только для того, чтобы убрать «подергушку», но и нести какое-то развитие видеоряда. Но! Лучшие уж любая «перебивка», чем эти жуткие вспышки на склейках через белый фон. Печально, но факт – А.К)
- **Избегайте видеоряда, не имеющего значения:** Не задавайте зрителю вопросов, если потом вы не дадите на них ответов. Например, крупный план недоеденного бутерброда на чем-нибудь столе. О чем он говорит? (Прим.: ну тут комментарии... вся режиссура! ☺ - А.К.)

- **Инкогнито:** Есть много способов интервьюирования человека, не раскрывая его личности. Самый простой способ - поставить человека против света; самый безопасный - это поместить тень человека на стену и снять её.
- **Опросы людей на улице:** Короткие интервью с людьми на улице на одну тему могут быть полезными для «расширения» темы, но это может быть и «ленивым» способом, представить, то, что вы провели больше исследований, чем на самом деле сделали. Используйте опросы с осторожностью. Также постарайтесь задавать вопросы с одними и теми же словами - тогда вы можете вырезать их, когда вы монтируете синхроны последовательно. *(Прим.: вообще же, так называемые «массовые опросы», как не странно, один из самых СУБЪЕКТИВНЫХ приемов. Ведь и при выборе, кого остановить на улице, и, тем более, в монтаже, мы останавливаем внимание на тех кто интересен для подтверждения или опровержения нашей идеи. Практика показывает, что из любого подобного опроса (одного и того же!) можно смонтировать абсолютно противоположные по итогу эпизоды. Плохих приемов нет, но используя любой нужно знать и все его свойства, чтобы либо осознано использовать их, либо нивелировать – А.К.)*
- **Слова человека важнее комментария:** Для разнообразия, используйте слова из интервью вместо закадрового текста. Дайте человеку рассказать историю, а затем проиллюстрируйте ее картинками. *(Прим.: доверие зрителя документальному человеку в кадре всегда на порядки выше, чем к зрителю и даже ведущему – не забывайте об этом. Вот только слово «иллюстрировать» тут не к месту (см. выше). Но может, это просто издержки перевода - А.К.)*
- **Реакция человека:** Человеческая мимика часто передает атмосферу эффективнее, чем неживые объекты. Кадры пожара можно сильно усилить планами человеческих лиц, с ужасом наблюдающих за происходящим. Всегда ищите такие планы. Но помните, реакцию человека нельзя повторить или воссоздать. Если вы ее пропустили, вы ее потеряли. *(Прим.: и еще раз: в документалистике дублей не бывает – А.К.)*
- **Первый кадр репортажа:** В определенной степени, это самый важный кадр в любом репортаже. Это «крючок», который держит внимание зрителя. Если

план не захватывает и не интригует, зритель может переключить канал. Никогда не заканчивайте съемки, если вы не уверены каким будет первый кадр. (Прим.: и не только первый, но и последний тоже. В режиссуре это даже получило отдельное название: проблема первого и последнего кадра. И это действительно проблема, которую всегда нужно решать отдельно, чтобы не «просаживать» изначально собственную работу и не мучиться головной болью на монтаже, когда уже ничего сделать нельзя – А.К.)

- **Символьные планы:** Иногда их называют "визуальными метафорами". Эти те кадры, которые за 3 секунды могут сказать то же самое, что и 30 секунд закадрового текста. Например - распад коммунизма символизировал единственным кадром: памятник Ленину, опрокинутый с пьедестала, либо кувалда, ломающая Берлинскую стену, либо разорванный красный флаг. В каждом сюжете должен быть свой символьный план. Подумайте, какими они должны быть, до съемок и сделайте заметки. (Прим.: но! Любой символ, чтобы он прочитался зрителем с экрана адекватно замыслу, должен готовиться заранее. Ни один кадр не существует сам по себе и сам по себе ничего не значит. Его смысл вычитывается ТОЛЬКО в общем контексте монтажной фразы. Исключение – только символика общезначимая и банальная. Но первая попадает не так часто, а цена второй общеизвестна, так же как и результат для репутации автора. По-моему, режиссер, «лепящий» символику и «образы» одним кадром, «в лоб» достоин звания «Образины» ☺ - А.К.)
- **Стенд-ап:** будьте честными. Необходим ли стенд-ап на самом деле, или это просто случай показать себя? Помните, что стенд-ап приковывает внимание к вам - а таким образом уводит от предмета репортажа. Одна подсказка: поворот вашего тела немного в сторону камеры помогает создать чувство перспективы.
- **Архивный материал:** Будь- то фрагмент фильма либо черно-белая фотография, архивный материал, может быть, сильно пригодится для истории, в которой есть элемент прошлого. И помните, есть архив учреждений и личный архив. Каждый человек имеет коллекцию фотографий дома. При рассказе о личности, всегда спрашивайте их - есть ли у них фотоальбом. (Прим.: только не забывайте, что не любая фотография или

хроника – находка. Сработает ли она на материал в контексте вашего замысла – вот главный критерий ее отбора. А иначе... Сколько шикарной хроники опошлено до банальщины бессмысленным цитированием, особенно на центральных каналах – А.К.)

- **Интершум:** Это третье измерение в телевидении. Это то, что превращает простую двухмерную картинку в трехмерный имидж, приближенный к «реальному миру». Естественный звук всегда находится среди нас. Так что давайте услышим его по телевидению. Используйте его как «точку» в вашем закадровом тексте, либо как эквивалент точки, запятой или двоеточия. Две или три секунды интершума могут помочь вам сменить место действия. Помимо всего прочего, давайте вашим картинкам возможность «дышать».
- **Съемочный лист:** Нормальный съемочный лист, с «тайм кодом», указывающим на начало каждого кадра, поможет и вам, и вашему монтажю. Это позволяет ему/ей найти кадр быстрее и позволяет вам визуально увидеть кадры во время заполнения монтажного листа.
- **Монтажный лист:** Многие репортеры ненавидят делать это, потому что это занимает много времени. На самом деле это экономит и время, и силы. Обдумывая на бумаге интеллектуально-визуальную структуру вашего репортажа может сэкономить часы, потраченные в монтажной в попытках «найти историю». Также если вы делаете монтажный лист, вы можете быстро увидеть, когда один элемент логически не ведет к другому, и, соответственно, вы можете переставить элементы. Это труднее сделать в монтажной, особенно если вы работаете «под эфир». Самые великие скульпторы готовили эскизы до того, как они начинали точить мрамор. Постараться вырезать видео репортаж без первоначального монтажного листа – это то же самое, что «атаковать мрамор» в надежде, что там где-то находится скульптура.
- **Монтаж:** Изменяйте длительность кадров. Если вы сделаете все планы одинаковыми, это создаст ритмическую монотонность. Обычно не пытайтесь резать кадры во время движения, – например, посередине панорамы. Склейка во время действия возможна, но для этого необходимы навыки. *(Прим.: общее правило: новое событие (эпизод, смена ситуации и т.п.) изменяет темпо-ритм. Во-первых, это дает зрителю отнюдь не*

лишний для него сигнал, что началось ДРУГОЕ, а во-вторых, где Вы видели, чтобы разные события происходили в одном и том же темпо-ритме? И в-третьих: это мощнейший прием удержания внимания и интереса зрителя. Думаю, даже этих качеств (а есть и другие) достаточно, чтобы относиться к темпо-ритму всерьез и решать его как отдельную проблему сюжета – А.К.)

- **Закадровые тексты:** Делайте их короткими, предпочтительно, чтобы каждый фрагмент не был длиннее 20 секунд. Короткие слова, короткие предложения. Запомните, что вы кормите зрителя информацией. В отличие от газетных статей зрители должны принять выбранный вами темп, и они не могут вернуться обратно и прочитать ваш текст заново. Так что кормите их «маленькими кусочками», давайте им время пережевать, проглотить и переварить. И запомните, назначение закадрового текста - дополнять картинку; не описывать того, что было показано, но добавлять актуальную информацию.
- **Слова и видеоряд:** Если перед вами стал выбор изменения текста либо видеоряда, всегда попробуйте сначала изменить текст, Всегда легче вам переписать текст и переозвучить его, чем монтажерам изменять визуальную последовательность. (Прим.: кроме того, не забывайте, что 80% информации идет через зрение... - А.К.)
- **Рассказ истории:** Репортаж - это история, у которой должна быть цельная структура. Запомните, Жан Люк Годар сказал: «У каждого фильма должно быть начало, середина и конец, – но не обязательно в такой последовательности». И помните, что большинство самых хороших историй рассказывают о людях, – о настоящих людях. Всегда спрашивайте себя: на кого больше всего подействует тема? Если вы делаете репортаж о закрытии ТВ станции, не говорите только с менеджером; также возьмите интервью у работников, теряющих свои рабочие места, и у зрителей, теряющих любимую программу. (Прим.: как это не грустно, зрителя на экране интересует ТОЛЬКО сюжет в литературном понимании этого термина. Т.е. некая история взаимоотношений людей с людьми, объектами, миром и т.д. Все остальное для него – только «бесплатное приложение», способ рассказать историю. Но парадокс состоит в том, что пока мы не

определились с замыслом, рассказать хорошо историю мы не сможем. Так для человека, не знакомого со строительством, фундамент дома тоже выглядит архитектурным излишеством –А.К.)

- **Наконец, помните!** Телевидение - язык с собственной грамматикой и словарем. Чтобы научиться этому вы должны практиковаться. Только тогда вы сможете говорить картинками так же хорошо, как и словами.