

Детско-юношеская организация
«Остров Сокровищ»



Журналистика

Учебник островного курса

Издание второе



Москва
2014

Журналистика
Учебник островного курса
Москва, 2014. – 62 с.
Издание второе.

Учебник рассчитан на подростков, проходящих один из трех учебных курсов по журналистике по программе ДЮО «Остров Сокровищ».

Составители

Виталий Лебедев (виды газет, формат строгой стенной газеты, верстка)
Даниил Бордюгов (план номера)
Алексей Веселый (структура редакции, обработка графики)
Дарья Донина (жанры и типы статей, основы стилистики)
Дмитрий Куликов (работа с видео)
Анна Львовская (подписи к фото, фотогазета)
Иван Сорокин (композиция фотографии, создание фотогазеты,
концепция издания, редактура)

Предисловие

Журналистика – тот редкий вид деятельности, где трудно провести грань между хобби и профессией, творчеством и ремеслом, «серьёзным» и «любительским». Именно поэтому обучение журналистике и издательскому делу, подразумевающее получение навыков работы на всех стадиях издательского процесса, может быть успешно реализовано в школах и подростковых кружках – ведь при производстве газеты или журнала можно ставить перед собой как очень скромные, так и весьма амбициозные цели.

Опыт детско-юношеской организации «Остров Сокровищ» показывает, что при достаточном усердии как со стороны старших (преподавателей, руководителей), так и со стороны младших, и непрерывном обучении подрастающего поколения, обеспечивающего преемственность, существует возможность целиком и полностью передать весь издательский процесс производства периодического издания в руки школьников.

Зачем же это нужно самим школьникам? Ну что же, ответ очевиден. Во-первых, при работе в редакции улучшаются языковые навыки, приобретаются новые технические навыки (зачастую способные пригодиться в будущей профессии – пусть она и не будет связана с журналистикой), появляется опыт работы в коллективе на определённой должности. Во-вторых, возможности самовыражения в периодическом издании не ограничены почти ничем: участник может взять на себя роль фотографа, дизайнера, иллюстратора, редактора, корреспондента и многие другие.

Данная брошюра рассчитана на обучение учащихся 5–9-х классов основам издательского дела и предназначена для того, чтобы подготовить их к участию в школьной редакции. После успешного прохождения первого уровня можно рассчитывать на то, что учащийся сможет стать полноценным участником редакции, после второго – на то, что учащийся будет в состоянии выполнять роль выпускающего редактора, после третьего – на то, что учащийся сможет руководить небольшим периодическим изданием.

Авторы надеются на то, что доступный язык брошюры, большое количество практических заданий и примеров смогут сделать более доступным материал – зачастую действительно не самый простой.

С предложениями по изменению курса и замечаниями по наполнению обращайтесь к Ивану Сорокину (ivan.d.sorokin@gmail.com), Алексею Весёлому (alex1990@mail.ru), Виталию Лебедеву (swans@mail.ru), а также к любым другим мастерам направления.

Спасибо и удачного погружения в мир журналистики!

Содержание

I уровень.....	3
Виды газет.....	5
Простая стенная и фигурная газета.....	5
Объемная газета.....	5
Строгая стенная газета.....	6
Радиогазета.....	6
Фотогазета.....	7
Живая газета.....	7
Основы композиции фотографий.....	9
Создание фотогазеты.....	11
Немного о подписях.....	12
Верстка.....	12
Статья.....	14
Жанровое разнообразие.....	15
Информационные.....	15
Аналитические.....	17
Художественно-публицистические.....	21
Основы стилистики.....	23
II уровень.....	27
Формат строгой стенной газеты.....	29
Верстка.....	32
Основные термины.....	32
Ошибки верстки.....	33
Основные приемы верстки.....	34
Обработка фотографий.....	36
Творчество.....	36
О размере.....	37
Работа редакции.....	40
Функционал или структура редакции.....	40
Составление плана номера.....	41
III уровень.....	45
Работа редактора.....	47
Концепция.....	47
Редактура текстов.....	54
Съемка видео.....	55
Общие советы.....	55
Жанры телепередач.....	56
Монтаж.....	57

I уровень

Приобретаемая специальность: **член редакции.**

Примерный план занятий:

1. Теория: виды газет, жанры статей.
Д/З: статья в заданном жанре
2. Теория: создание фотогазеты, стилистика. Разбор статей.
Д/З: статья в заданном стиле
3. Разбор статей. Теория: композиция фотографии.
Практика: фотографирование для будущей газеты.
Д/З: начать оформлять фотогазету в группе
4. Практика: изготовление фотогазеты.
5. Зачет.

Навыки:

- написание статей;
- основы фотосъемки;
- изготовление фотогазет.

Теоретические знания:

- виды газет;
- композиция фотогазеты;
- элементарные основы композиции в фотографии;
- жанры и стили статей;
- основы стилистики.

Практические занятия:

- написание статей с дальнейшим обсуждением;
- фотосъемка и совместное обсуждение;
- компоновка фотогазеты из шаблонных фотографий на листе и дальнейшее обсуждение в группе;

Зачет:

- написание двух статей разных типов по выбору;
Соответствие заявленному жанру, достаточный для отражения жанра и необходимой информации объем, наличие внутренней логики и общее качество текста. По 2 балла на статью, в сумме 4 балла.
- съемка фотографии;
Композиция фото, сюжет, отсутствие мелких технических огрехов: смазанности, посторонних предметов в кадре и т. д. 2 балла.
- изготовление фотогазеты (не более 3-х человек в группе);
Соответствие фотографий теме, композиция, верстка, оригинальность и качество названия и подписей. Одна оценка внутри группы. 3 балла.
- теоретические вопросы;
Жанры статей, стилистика, композиция и простейшие сюжеты фото, изготовление фотогазеты. 1 балл. (Может также начисляться при активной работе на занятиях.)

Виды газет

Перечисленные в этой главе виды газет характерны, в основном, для школьной прессы. В профессиональной журналистике употребляется другое разделение, о котором рассказывается на третьем уровне учебы.

Простая стенная и фигурная газета

Стенная газета создается на большом листе бумаги (А3, А2, ватман) и вешается для всеобщего обозрения на стену. У газеты обязательно должно быть название и, желательно, девиз. В остальном оформлять стенную газету можно как угодно: с рисунками или без, располагать статьи в ряд, по кругу или по спирали и так далее – важно только не забывать о том, чтобы газету было удобно читать.

Статьи могут быть написаны на листках бумаги и вклеены в газету, или быть написаны непосредственно на самой газете. Как и в других видах газет, статьи пишутся печатными буквами. Допускается, когда они написаны различными по размеру шрифтами, однако делать так не рекомендуется. Если статьи пишутся непосредственно на листе, фон в этих местах необходимо выбирать светлым.

Фигурная газета отличается от простой тем, что из прямоугольного газетного листа в ней вырезается какая-нибудь фигура: облако, звездочка, автобус. В такой газете можно также сделать, например, прорези или отверстия: солнце с лучами, рыба с глазами.

Общая рекомендация для стенной газеты: лучше сначала нарисовать рисунок, украсить его, вырезать, и только после этого вписывать в газету статьи.

Форма газеты, ее название и девиз должны быть связаны друг с другом и с содержанием статей. Статьи для удобства чтения должны быть отделены друг от друга рамочкой или свободным местом.

Объемная газета

За основу данной газеты можно взять любую вещь, имеющую объем, к примеру: воздушный шарик, шапку, стул, человека, или изготовить основу самим: склеенный куб, набитая опилками ткань.

Газета имеет название и девиз. Форма газеты, ее название и девиз должны быть (как и, вообще говоря, во всех видах газет) связаны между собой и с содержанием статей.

Статьи пишутся на листках бумаги печатными буквами и прикрепляются (клеем или нитками) к основе (кроме исключительных случаев, вроде надувного шарика, когда статьи можно писать прямо на нем).

Газета вешается на веревочку или ставится в общественном месте.

Строгая стенная газета

Оформление газеты такого типа, в отличие от рассмотренных ранее (к примеру, достаточно свободной формы фигурной газеты), подчиняется достаточно строгим правилам. В такой форме уже может существовать довольно серьезное школьное периодическое издание.

У строгой стенной газеты существует четко заданный формат. Статьи в ней располагаются по колонкам и блоками; фотографии и иллюстрации – внутри блока статьи, причем их ширина обязательно кратна ширине колонки. В газете может быть несколько страниц, довольно большую часть первой из которых занимает шапка: блок, содержащий название газеты, ее девиз и эмблему.

При создании строгой стенной газеты приобретается очень ценный опыт верстки, то есть расположения статей и иллюстраций на заданной площади.

Более подробно про строгую стенную газету будет рассказано на втором уровне учебы.

Радиогазета

Радиогазета похожа на сводку новостей по радио. Она записывается на аудиокассету или компьютер или вещается в реальном времени. В качестве страничек радиогазеты могут быть: рассказ или репортаж о событии, интервью (подробнее о жанрах будет рассказано позже), а также шутки, анекдоты, литературное чтение, новости – в общем, все, что интересно слушать.

При записи или трансляции радио-газеты крайне желательно чередовать голоса ведущих (причем лучше использовать попеременно мужские и женские голоса).

Радио-газета начинается и заканчивается позывными – мелодией, которая характеризует тематику газеты. Каждая страничка также начинается и заканчивается своими позывными.

Для периодических радиогазет исключение могут составлять позывные страничек, которые входят в состав рубрик. При этом для рубрик позывные (сохраняющиеся из выпуска в выпуск) должны присутствовать обязательно.

Во время подготовки радиогазеты большое внимание следует уделять музыкальному сопровождению. Правильно подобранная музыка может заинтересовать слушателей и сделать газету в общем приятнее на слух – к примеру, во время чтения новостей фоном может играть какая-нибудь музыка. В газете может присутствовать музыкальная страничка – записанная специально для газеты или взятая откуда-нибудь.

Фотогазета

В фотогазете основная роль отводится не текстовому материалу, а графическому. Газета состоит в основном из большого количества фотографий и небольших подписей к ним. На зачете первого уровня вам придется самостоятельно создавать фотогазету – ниже мы остановимся на этом типе газеты поподробнее.

Живая газета

Живая газета – это «газета», которая состоит из сценок и театральных миниатюр. По сути, это небольшое представление, имеющее особый формат. Прообразом живой газеты служит телевизионная передача, поэтому при придумывании сценок (которые в живой газете называются страничками) можно опираться не только на театральные, но и на телевизионные жанры.

Более простой подход к живой газете – это когда сценки являются инсценировками статей и заметок из обыкновенной газеты. Однако этот вариант менее предпочтителен.

Процесс работы над живой газетой состоит из следующих этапов: придумывание названия и оформления живой газеты (к оформлению относятся заставка газеты и заставки между страничками), определение содержания и формы страничек (о чем будут эти статьи и в каком жанре они будут показаны), написание сценариев страничек и репетиция.

Пример оформления живой газеты.

Заставка:

Выход ведущих

«Внимание, внимание! Вы смотрите живую газету „Птицы и самолеты“.»

Оглашение содержания газеты:

«Сегодня в номере:

Страничка первая: Коротко о небе,

Страничка вторая: Лучшие отдельно,

Страничка третья: Просто счастье

...»

Объявление-заставка первой странички:

«Итак, страничка первая: Коротко о небе»

Показ первой странички.

Объявление-заставка второй странички

«Страничка вторая: Лучшие не вместе»

Показ второй странички.

...

Заставка:

Выход ведущих

«Внимание, внимание!

Вы смотрели живую газету «Птицы и самолеты».

Выпуск готовил отряд „Зебра“».

Ведущие уходят.

Часто название газеты не придумывают, и ведущие говорят просто: «газету отряда „...“».

Так как живая газета является не только журналистским, но и театральным жанром, то важно обратить внимание на правила поведения на сцене, отработать выход и уход участников заставок и страничек, смену реквизита.

Сценарий живой газеты оформляется с соответствии с общими требованиями к оформлению сценариев. По-разному оформляется речь актеров и текст, описывающий их действия (ремарки).

Пример:

На сцене стоит строй юнармейцев (Юн) в зеленых рубашках. Перед строем ходит командир (К).

К: Почему вы опять опоздали на поверку?

Юн1: Так очень непонятно сказано было, во сколько она.

К: *(разъяренно)* Что тут непонятного?! 10 минут назад я сказал, что поверка через 15 минут, а прошло уже полчаса!

Юн2: Так мы же часы еще не сверили.

К: Ну и что! Часы должны быть всегда сверяны... свирины... сварены... сворены... В общем, тут вам не тут!

ОСНОВЫ КОМПОЗИЦИИ ФОТОГРАФИЙ

Композиция – понятие, важное абсолютно для всех визуальных видов искусств, в том числе для фотографий и иллюстраций. Поговорим лишь о самых основных принципах композиции.

Итак, что же это такое? Композиция – это расположение элементов в фотографии, позволяющее максимально полно отразить авторскую идею (вызвать определенные чувства у просматривающего).

Основные элементы композиции таковы:

линия (позволяет управлять взглядом зрителя);

форма, или геометрические параметры объектов (вызывает определенные ассоциации);

тон, или светотень (определяет точку фокусировки зрителя, позволяет играть на контрасте);

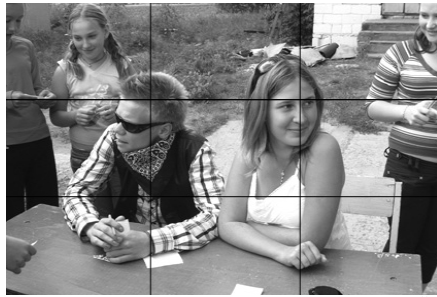
цвет (создает гамму фотографии, распределяет внимание)

направление, или «стрелки» внутри фотографии (создает внутреннюю структуру фото);

размер (играет на особенностях восприятия).

Отдельного упоминания удостоим понятие «**перспективы**», описывающее распределение элементов фотографии по переднему и заднему фону, а также «глубину» фотографии.

Наиболее часто в фотографии используются так называемое «правило третей» и правило «золотого сечения». Второе несколько более сложно для восприятия, поэтому остановимся на первом. Его можно буквально описать одним предложением: согласно этому правилу, наиболее примечательные элементы фото должны находиться рядом с вертикальными и горизонтальными линиями, разделяющими фотографию на девять (3х3) частей – в идеале, располагаясь на пересечении этих линий, как на фотографии-примере.



«Правило третей»

Из данного правила также можно сделать важный вывод, о котором вообще стоит помнить в любом случае, даже когда формулировка «правила

третей» вылетела у вас из головы: центральная композиция в большинстве случаев смотрится плохо. Если вы фотографируете идущего человека, не стоит помещать его по центру кадра – лучше добавьте пространства в ту сторону, куда он идет. В пейзажных фотографиях расположение горизонта посередине также смотрится в большинстве случаев плохо.

Этот вывод, в свою очередь, можно обобщить и дальше: излишняя симметрия всегда вредит композиции (как, кстати, и динамике фотографии – если речь идет о «фотографии момента»). Именно поэтому часто рекомендуют помещать нечетное количество ключевых предметов на фотографию.

В случае предметов также существует одно простое правило: на фотографии их не должно быть слишком много. Нет ничего хуже загроможденного лишними деталями кадра. Если же вы действительно хотите вместить в фото все на свете, придумайте, на каком предмете или человеке вы будете акцентировать внимание зрителя. В «Острове» (для газет, летописей, и так далее) чаще всего используются два жанра: репортажная и портретная съемка. В репортажной важно передать чувство момента, динамику, в портретной – нужно уделить внимание деталям на лице снимающегося, грамотному фону, одежде.

Не стоит забывать о ракурсе и линиях. Различный ракурс способен обманывать глаза зрителя и представлять предметы в ином свете. Так, съемка снизу делает детали более крупными и наоборот. Если говорить о линиях, то они способны целиком создать настроение фотографии. Нет ничего лучше диагоналей, проходящих по силовым линиям (выраженные прямые линии) фото – но и изгибающиеся, плавные контуры, вдруг образующиеся из элементов кадра, способны сделать его более интересными. Только в первом случае фото, скорее всего, будет нести яростный, агрессивный окрас, а во втором – теплый, спокойный.

В заключение хочется добавить чуть-чуть о светотени и цвете. Старайтесь не делать ваши фотографии слишком темными или слишком светлыми, но при этом попытайтесь сыграть на контрасте светлых и темных участков на одном и том же фото. Старайтесь помещать хотя бы один цветовой (или контрастный – если речь идет о черно-белой фотографии) акцент на фото – это привлекает внимание и может сделать фотографию интереснее. При этом, как и в случае с большим количеством людей и предметов на фото, не стоит загромождать пространство цветами – это лишь будет раздражать зрителя. И вообще, как говорят фотографы, больше простоты и лаконичности – меньше деталей, меньше цветов, меньше сложности и больше энергии. Удачной фотосъемки!

Создание фотогазеты

Фотогазета – жанр, использующийся практически исключительно в школьной или детской журналистике, но при этом многие характерные для этого типа изданий особенности находят свое отражение и во «взрослой» публицистике. Жанр «фото с подписью», то есть материала, состоящего исключительно из фотографий и небольших текстовых комментариев к ним, находит все большее применение в самых различных изданиях, от самых «высоких» до бульварных. Визуальную информацию воспринимать просто, поэтому именно такие материалы первыми бросаются в глаза при пролистывании журнала. Редакторам необходимо особенно плотно работать над тем, чтобы фотографии были яркими, подписи – броскими, а расположение на странице подчеркивало достоинства всех фотографий. Все то же самое можно сказать и о фотогазете.

О чем следует помнить, создавая фотогазету? Во-первых, как и в большинстве журналистских дел, лучше начинать ее изготовление с планирования. Нелогично брать первую попавшуюся фотографию и тут же вклеивать ее на лист ватмана. А что если остальные фотографии не будут сочетаться с этой? А что если не получится нормально расположить подписи? А что если подобное расположение фотографии будет стягивать на нее все зрительское внимание?

В фотогазете должно сочетаться все – и чтобы это произошло, нужно начинать с нуля. Первым делом придумайте тему вашей фотогазеты, будь то «День Городов», «Собаки нашего ЛТО» или «Вера Лебедева». Придумывая тему, надо исходить не только из вашего желания, но и из тех фотографий, которые имеются в наличии (хотя, конечно, можно и провести фотосессию ради создания газеты). Таким образом, приблизительно в этот же момент у вас должны появиться фотографии – либо сделанные вами, либо из архивов.

Следующим делом подумайте о названии. Понятно, что оно должно отражать тематику – например, в приведенных случаях это могут быть «Строили и построили», «Скажи „гав“» и «Маленькие ножки». Придумывая название, сразу представьте, как оно будет смотреться на листе: не слишком ли оно длинное (должно поместиться по ширине листа и при этом не смотреться слишком плотно), не много ли в нем сложных для начертания букв («щ», «ю», «ь»)? Заметим, что буквальные названия (в которых просто пересказывается тема) редко бывают настоящим хорошими. Поэтому не стесняйтесь фантазировать, шутить, каламбурить. Другое дело, что все должно иметь свои пределы – стоит помнить о читателе и не включать в название «внутренние шутки».

Итак, у вас есть тема, название и фотографии. Что дальше? Бросать-ся приклеивать? Вовсе нет. Место на листе занимают не только фотографии, а еще и подписи – и следует сначала придумать их, а уж потом заполнять лист.

Немного о подписях

Какой должна быть подпись к фотографии? В более-менее серьезной фотогазете (например, объясняющей родителям, что такое «Остров») лучше просто буквально описать происходящее на фотографии, чтобы читатель понял, о чем фотография.

Вообще, большинство требований, предъявляемых к названию, применимы и к подписям. Если газета несерьезная и создается, скажем, в лагере для остального лагеря, можно действовать так. Посмотрите, что происходит на фотографии, и придумайте шутку на эту тему, поверните ситуацию с ног на голову, скалбурьте. Фантазия – ваш друг. Предположим, что на одной из ваших фотографий изображен Вова Ершов, пристально смотрящий на лежащий поодаль ботинок. Вариаций подписи к этой фотографии может быть бесчисленное количество: «Уроки телекинеза пока не увенчались успехом», «В особо одинокие моменты Вова был готов разговаривать даже с ботинком», «Хочет подружиться, но боится» и т. д. Стоит отметить, что приведенные выше варианты в большинстве своем не слишком хорошо подходят для фотогазеты лишь по одной причине – они длинны. Подпись должна легко читаться – и об этом тоже не стоит забывать.

Возможен концептуальный вариант, когда все подписи объединены одним форматом, одной шуткой или одной фразой с незначительными вариациями. При этом совершенно необязательно, чтобы та же или схожая концепция присутствовала в фотографиях.

Запомним тезис про фантазию, но учтем, что подобная логика хорошо работает лишь для тех фотографий, где происходящее совершенно очевидно. Если читателю будет не очень понятно, что происходит на фотографии, шутка окажется для него бессмысленной.

Верстка

Когда вы придумали подписи к фотографиям, пора располагать все имеющееся у вас на листе. Итак, на первый взгляд, у вас есть три элемента для расположения: название, фотографии и подписи к ним. Но это не совсем так: никогда нельзя забывать о выходных данных. В случае фотогазеты можно ограничиться лишь именами тех, кто делал саму газету, но по-хорошему нужно назвать имена авторов фотографий. Выходные данные обычно помещаются в правый нижний угол листа, и альтер-

натив этому расположению практически нет. Название газеты, в свою очередь, обычно помещается в верхней части листа, в то время как фотографии располагаются под ним. Возможны и другие расположения, хотя они намного более редки – например, круговая верстка с расположением названия по центру.

Что можно сказать о расположении самих фотографий? Скажем так: здесь лучше не мудрить и не частить. Если вам приходит в голову какая-то новая гениальная идея насчет верстки фотографий, подумайте дважды: действительно ли газета будет выглядеть лучше, чем при самой обычной верстке, с расположением фотографий по рядам? Небольшой сдвиг, небольшое отклонение угла – все это допустимо, но к серьезным мерам в данном случае лучше не прибегать.

Про подписи вообще можно сказать мало – известно, что лучше всего читается текст, расположенный снизу (в крайнем случае – сбоку, но не сверху) от фотографии.

Если вы думаете, что когда вы поняли, как располагать все элементы, можно начинать наклеивать все подряд – вы ошибаетесь. Для начала разметьте лист простым карандашом, обрисовав контур и набросав текст надписи. Потом лучше оформить название и выходные данные – и только после этого начинать приклеивать фотокарточки. В названии лучше не использовать больше трех цветов, в самой газете – больше одного шрифта и почерка. Соблюдайте аккуратность!

Вы следовали всем указаниям и добились результата? Поздравляем – вы наверняка изготовили образцовую фотогазету.

Статья

Любая статья или заметка начинается с подготовки материала – то есть до того, как вы садитесь за непосредственное написание статьи, вы подбираете те материалы, которые вам могут пригодиться. Безусловно, вам потребуется тетрадь (или небольшой блокнот, который можно положить в карман), ручка и диктофон (если подготовка вашего материала связана с общением с другими людьми).

Материалом для статьи могут стать: ваши заметки о каких-либо событиях (например, краткий конспект мероприятия), результаты соцопроса, мнения различных людей, видеозаписи событий, архивные материалы (старые статьи, отчеты о делах, летописи, фотогазеты).

Статья начинается с того, что вы определяете ее цель – что вы, собственно, собираетесь сказать этой статьей, зачем вы ее пишете, зачем она нужна читателю. Например, хотите ли вы просто описать какое-нибудь мероприятие, или хотите познакомить читателя с интересным человеком, или, может быть, поставить волнующую вас проблему.

Далее следует определить круг читателей – их примерный возраст, сферу их интересов. От того, на кого рассчитана статья, зависит, будут ли использоваться специальные термины, каков будет объем вашей статьи. Например, если вы пишете статью в школьную газету, которую читают неостровитяне и родители, то сокращения типа МТД или ЧТП лучше расшифровать и объяснить, иначе читатель может вас не понять.

Если вы ориентируетесь на младший школьный возраст, статья должна быть недлинной, написана простым, понятным языком, в ней не должно быть длинных и сложных предложений. После этого определяется стиль и жанр статьи. О жанрах речь пойдет чуть ниже.

Самый простой пример. Вы хотите познакомить бойцов ЛТО с тем, как проходило мероприятие. Решили, что будете писать информационную статью. Вы берете ручку и блокнот и идете на это мероприятие, чтобы сделать себе пометки о том, как оно проходило, чтобы не забыть что-нибудь интересное. На основе своих записей вы и будете писать статью.

Другой пример. Вы хотите познакомить читателя с новым в лагере человеком с очень интересными взглядами на жизнь. Сама цель подразумевает, что круг ваших читателей – ребята из лагеря. Для написания статьи вы готовите несколько вопросов для интервью, берете диктофон и идете беседовать с этим человеком. Перед составлением вопросов можно расспросить его знакомых о нем – это позволит примерно определить ход вашей беседы. После того как у вас появляется запись вашей с ним беседы, можно приступать к написанию статьи. Обратите внимание, что

мы пишем именно портретный очерк, а интервью является для нас исходным материалом.

Пример посложнее. Вы пишете статью о системе ЧТП в Острове, хотите познакомить читателей с самой системой и проблемами, которые в ней существуют. У вас есть подшивка старых газет «Остров», книжка И. Иванова про систему КТД с описанием системы ЧТП, расписание ЧТП за прошлые годы, несколько соцопросов и газет, которые были выполнены в результате прошлых ЧТП, интервью с островитянами о жизни в первых ЛТО (где они рассказывают и о ЧТП). Из книжки вам вполне могут пригодиться определение ЧТП и цели, которые ставил перед этой системой автор, из старых газет надо отобрать те статьи, в которых обсуждается нужна ли система ЧТП или нет, по расписанию и результатам ЧТП можно судить о том, какие изменения претерпела эта система с течением времени, а из интервью становится ясно отношение ребят к этой системе.

Определив цель, круг читателей и жанр статьи, можно приступать к поиску и анализу материала. Вам предстоит отобрать или подготовить тот материал, который вам понадобится в соответствии с вашей целью, и перевести его в необходимый жанр

Последняя проблема, которая стоит перед вами – это выбор жанра: информационного или аналитического. Эта проблема в каждом случае решается индивидуально, но важно понять: только после обдуманного решения можно написать интересную, полезную и осмысленную статью.

Жанровое разнообразие

Жанров и стилей в журналистике огромное количество. Тем не менее, поговорим мы лишь о нескольких самых часто используемых в современной прессе. Для удобства можно разделить жанры статей на три группы: информационные, аналитические и художественно-публицистические.

Информационные

Тексты информационного жанра являются основными носителями оперативной информации. Из жанров этого типа, пожалуй, самым распространенным является информационная **заметка**. Чаще всего это новостной материал небольшого размера, в котором содержится краткое описание того или иного события. Если вы хотите написать заметку, помните, что в вашем материале должны содержаться ответы на 7 основных вопросов: Что? Кто? Когда? Где? Как? Зачем? Каков итог?

Например, так: «(когда?) Вчера вечером (где?) в нашем клубе собрался (кто?) почти весь лагерь. Ура. Вот и настал (что?) день театрального показа. Даже журналисты не остались в редакции и стройными

рядами отправились (зачем?) лицезреть красочное представление, подготовленное отрядом «Амплуа». (как? как все прошло?) На театральном показе мы наконец-то увидели спектакль «Счастье мое», о котором уже неделю ходили различные сплетни и разговоры. (каков итог?) Маша Бабушкина и Тема Боронин были просто великолепны, а зрители, тронутые искренней игрой актеров, не смогли сдержать слез».

Следующий жанр из группы информационных – **репортаж**. Репортаж – описание события прямо с места происшествия. Задача любого репортера заключается прежде всего в том, чтобы дать аудитории возможность увидеть описываемое событие глазами очевидца (репортера), т. е. создать «эффект присутствия». По сути дела, достаточно иметь с собой ручку и блокнот, отправиться на место событий и подробно записать происходящее. Однако к репортажу тоже следует подготовиться. Лучше заранее выяснить у организатора мероприятия план действий, чтобы быть в курсе и отслеживать происходящее раз у нескольких местах с помощью помощников. Не стоит думать, что репортаж – это голое описание событий, как, например, хроника. Некоторые журналисты даже причисляют репортаж к художественным жанрам, потому что в нем также используется метод наглядного изображения действительности. Так что выражение авторской позиции и речевые обороты приветствуются.

«В данный момент мы находимся на плацу, где обычно проходит линейка. Все голодные и уставшие после долгой беготни. Только флаг Российской Федерации радостно развевается на ветру над нашими головами. Тут резкий хлопок – бум! Грохот, суета. Из-за клуба на детей ринулась огромная толпа комиссаров и профильников! А-а-а! Что происходит? Чтобы разобраться, я быстро присоединяюсь к отряду „Зацепило“ и вместе с ними бегу в корпус...»

Далее – **хроника**. Статья, содержащая хронологическое описание событий. Хроника излагает факты. В чистой хронике практически нет художественного описания, нет субъективной оценки. Часто хронику используют как элемент, иллюстрирующий статью другого типа. Например, в аналитической статье элемент хроники придаст фактическую точность. В хронике необходимо указывать точное время или дату происходящего события. Например, таким образом.

Сегодня ночью в 208-й палате никто не спал. Группа организаторов - неkomиссаров заканчивала подготовку своего дня, разработанного по их же инициативе. Концепция давно придумана, остальное – дело техники.

Итак, что же там происходит?

22.30 После совета ДК в 208-й появились Даша и Полина. Принесли пачку бумаги.

22.35 Для создания эффекта старины было принято решение вымочить бумагу в чае. Катя громко смеется, однако никто не понимает, над чем.

22.36 Заходит Чек, и Катя больше не смеется.

22.40 Люся принимает решение вскипятить-таки воду в чайнике, но, увы, задевает шнур и чайник падает на Анину кровать.

22.41 События, не поддающиеся описанию. Аня гневно кидает в Люсю обувь.

22.43 Раскидав свою, она принимается за тапки Полины. «Ай-ай, Люся. Как не стыдно» – приговаривает она.

22.45 Снова приходит Чек, и Аня притворяется спящей. Люся и Катя получают по ушам и всех организаторов выгоняют вон.

Вот так замечательно готовился день „Город загадок“. Результат, как видите, налицо.

Видом хроники также является хронология.

«Как назывались профильные отряды в последние 3 года? В 2005 – ТЧК, Дель Артэ, Фаулер, в 2006 – Уже, Ампула и Эндишиль, в 2007 – См. выше, Рэгтайм, Эндишиль».

Еще одним информационным жанром можно считать **блиц-опрос** – вид соцопроса, при котором подразумевается получение от респондентов кратких ответов: «да», «иногда», «мама не пустила» и т. д. Но с ним, пожалуй, все ясно. Просто продумываете нужные вопросы – и бегом на поиски респондентов, собирать статистику. Часто блиц-опрос, как и хроника, является дополнением к статье аналитического жанра, так как дает вашим размышлениям и доводам фактическую основу.

Аналитические

Перейдем к следующей группе – к статьям аналитического жанра. Если информационные статьи нацелены на описание события, то аналитика предполагает истолкование, исследование, оценку происходящих событий и процессов. Статья может включать в себя как «живое» наблюдение, фрагменты каких-то выступлений, так и «свернутый» пересказ происходившего. Однако само сообщение направлено лишь на то, чтобы дать общее представление о событии и может даже опускаться, если статья пишется для людей, хорошо с ним знакомых. Основная же часть статьи – анализ.

Он представляет собой выяснение причин события или явления, его оценку, определение его значимости, важности, прогнозирование его развития, постановку или решение проблемы и так далее.

В аналитической статье приветствуется рассмотрение вопроса с разных точек зрения, и, конечно, для этого нужно четко понимать обе (все) позиции по данному вопросу. Если вы планируете представить в статье несколько позиций, уделите им всем должное внимание. Нужно выделить для себя несколько тезисов, а также аргументы и контраргументы к каждому. Кстати, такая схема поможет сделать статью более логичной и, как следствие, понятной читателю.

Рассмотрены могут быть самые различные злободневные проблемы.

Приведем пример.

Прополка – неотъемлемая часть жизни лагеря. В свое время многие пытались найти способ, как от нее избавиться. Чего только не было. И в шкафу прятались, и больными прикидывались... (тезис) Похоже, это единственное, что отпугивает людей от поездки в ЛТО. Так уж ли ужасна эта прополка? (аргумент-1) С одной стороны, я прекрасно понимаю, что вставать с утра, учитывая, что ночью в палате шла оживленная беседа за трапезой, неприятно. (аргумент-2) Я также понимаю, как неудобно с утра влезать в сырые грязные штаны и искать промокшие сапоги. (аргумент-3) Четыре часа ползать по заросшей грядке – тоже удовольствие невеликое. (контраргумент-1) Однако никто не будет спорить, что чаще всего на прополке весело, (контраргумент-2) можно спокойно пообщаться с отрядом, (контраргумент-3) под шумок выкопать себе пару морковок и, кое-как протерев их футболкой, сгрызть... Ну разве не прекрасно?... (вывод) Сколько бы вы там ни ворчали, прополку отменит только дождь. А пока – арбайтен, друзья мои.

Интервью можно причислить и к информационному типу, и к аналитическому, в зависимости от обсуждаемого вопроса – но, скорее, к аналитическому, поскольку оно часто берется для того, чтобы узнать чье-то компетентное или просто особенное мнение по спорному вопросу. Интервью – это разговор с тем или иным человеком с целью узнать его взгляды на то или иное событие получить информацию «из первых уст»; иногда – познакомить читателей получше с этим человеком. К интервью следует очень тщательно подготовиться заранее. Составить вопросы, продумать потенциально возможные ответы, чтобы развить интересующую тему. Лучше придумать несколько конкретных вопросов, чем один общий, так как вы не знаете заранее, какую сторону этого вопроса захочет развить интервьюируемый – ведь он гораздо хуже вас понимает, зачем вы пишете статью. Вместо общего «Что вы думаете о БРИГе-2005?» лучше спросить «Удачная ли тематика и сюжет были выбраны для этого БРИГа?», «Понравилось ли вы вашим соотрядникам мероприятие?», «Считаете ли вы, что идея с тримами была неудачной? Почему?» и т.п. Интервью оформляется в виде диалога. Пример интервью:

Корреспондент: Добрый день, Яна.

Яна Халиуллина: Привет.

Корр.: Меня интересует твое мнение о прошедшем Театральном Фестивале. Считаешь ли ты, что выбранные сценарии – одного уровня, или все-таки они слишком сильно отличаются?

Яна: Нет, честно говоря, мне показалось, что сценарий «Летающей сосиски» ориентирован на младший актерский состав – примерно с 6 до 9 лет. Поэтому отряд, ставивший эту пьесу, не получил никакого удовольствия. А, допустим, «Однажды в Вероне» – спектакль куда более взрослый и хорошо поставить его смогут разве что театралы, и то не факт.

Удобнее записать интервью на диктофон, если же его под рукой нет, не забудьте блокнот и ручку. Не стоит рассчитывать на свою память, вы рискуете что-нибудь перевернуть, сами того не желая. Записать интервью – половина дела. Затем нужно его скомпоновать, возможно, немного переформулировать вопросы и ответы, что-то поменять местами или убрать вообще.

Перед публикацией нужно обязательно дать интервьюируемому прочитать итоговую статью – быть может, вы допустили фактические ошибки или не так поняли собеседника.

Некоторые ошибочно полагают, что интервью – то же, что и **беседа**. Однако беседа – самостоятельный аналитический жанр. Различие беседы и интервью заключается в следующем: в роли интервьюера журналист может только ставить вопросы, а отвечает на них интервьюируемый, и именно последний и формирует основное содержание публикации, а в беседе журналист-собеседник является равноправным создателем содержания будущего текста. Поэтому вопросно-ответной форме обмена мыслями, присущей интервью, в беседе будет соответствовать обмен «равноправными», равнозначными репликами, суждениями, размышлениями.

Корр.: Привет, Яна. Меня интересует твое мнение о прошедшем Театральном Фестивале. Считаешь ли ты, что выбранные сценарии одного уровня?

Яна: Знаешь, по-моему, это пьесы совершенно разного уровня. «Однажды в Вероне» – гораздо мощнее

Корр.: Да, мне тоже показалось, что театральный отряд сделал странный выбор. Я думаю, это из-за того, что времени после Костра у театралов не было нисколько.

Яна: Ты права, график очень бурный, но, по-хорошему, могли бы сделать в Москве.

Корр.: Ладно, не так уж это и принципиально. В итоге все получили удовольствие от постановок.

Яна: Да, вполне возможно. Только я уверена, что при лучшем сценарии мы могли бы получить интересные актерские решения, которые не появились из-за этого странного «сценарного разнобоя».

Такой жанр часто называют «круглым столом», если в обсуждении принимает участие более 2 человек. В беседе могут также участвовать только члены редакции – так проще более объективно осветить вопрос с разных сторон.

Следующий жанр, относящийся к аналитике – **рецензия**. Рецензия, как правило, рассматривает одно–два произведения (разных сфер культурной жизни: кино, театр, музыка, литература и т. п.) и дает им соответствующую оценку, не ставя перед собой других, более сложных задач. В том же случае, когда журналист на основе глубокого анализа произведения выдвигает какие-то общественно значимые проблемы, его произведение будет скорее не рецензией, а литературно-критической статьей. В идеале, в рецензии надо указать проблему, основную мысль и идею увиденного/услышанного. Далее – подробная оценка деталей. Вот, к примеру, рецензия на спектакль «Королевская Корова»:

Итак, вчера мы стали зрителями Ленинского дипломного спектакля. Можно сотни раз повторять, как он прекрасен, но я ограничусь несколькими комплиментами. Первое, что хотелось бы отметить –потрясающий состав. 6–9 класс, а играют как настоящие профессионалы. Со сцены чувствуется энергетика, царящая в коллективе. Особенно хотелось бы отметить костюмы и декорации...

Достаточно оригинальный по форме жанр – **письмо**. Это может быть жалоба, критика, предложение, обозрение. Так или иначе, особенность его в том, что пишется оно в форме обращения к читателю, или к редакции, в случае, если написано от лица читателя. Цель письма – побудить массы к какому-либо действию. Кстати, такие «крики души» достаточно популярны в современной прессе. Плюс письма в том, что жанр допускает абсолютный субъективизм. Автор может выражать любую мысль с максимально возможным напором. Например, так:

Добрый день, дорогая редакция и читатели лагерной газеты. Пишу письмо в надежде быть услышанным. Дело в том, что мы с нашей бригадой каждый день готовим еду для вашего лагеря. Тратим на это средства и силы. И что в итоге? Никто не ест! Суп, каша – все это приходится выбрасывать или увозить по домам... словом, так продолжаться больше не может! Убедительно прошу либо кушать, либо отказаться от еды вообще и питаться у себя в палате – тем, что вам привозят родители.

С уважением, Иван Иванов, главный повар.

В некоторых случаях письмо предполагает ответ редакции или другого оппонента. Так обеспечивается связь с общественностью.

Художественно-публицистические

Иногда в газете жанр **письма** оформляется как нечто шуточное. Так, мы помним «Письма от бабушки» – целую рубрику в одной из газет ЛТО. Там в шутливой манере бабушка якобы пишет письма внуку в лагерь. В данном случае, письмо скорее будет художественно-публицистическим жанром.

Еще один жанр художественно-публицистического типа – **портретный очерк**. Предметом такого очерка выступает личность (иногда – группа людей). Суть публикации данного типа заключается в том, чтобы дать аудитории определенное представление о герое выступления.

Описывать можно как внешность, так и характер. Однако лучше сделать акцент на личности выбранного человека. При написании очерка лучше заранее поговорить с вашим героем, спросить о его увлечениях, пристрастиях, привычках. Можно поспрашивать его друзей и близких людей – они могут дать даже более правильную оценку, чем сам человек.

Помните о том, что стиль вашего текста – художественный. Следовательно, предполагается не просто изложение фактов о человеке. Можно сделать это так:

Если вы слышите громкие крики, смех, присмотритесь повнимательнее. Не исключено, что это Аня Нарожная. Аня – самый экспрессивный человек из всех моих знакомых. Она всегда скажет вам то, что думает. А ее целеустремленности можно только завидовать. Яркая и неповторимая, живая и немного сумасшедшая – вот такая она, Аня Нарожная.

Фельетон – ироническая или сатирическая статья. Оформляется в виде художественного текста. Фельетон содержит множество средств художественной выразительности – эпитеты, метафоры, гротеск. Часто используются олицетворения.

Эх, непросто живетесь сорняку в поле. Не дадут покоя! Понаехали тут! То бабки с тяпками каким-то, то дети, что еще хуже. Рвут, рвут – никакой жалости! А чем я вам не морковь? Чем не капуста? Невкусно? Так поделом вам всем! Все поле зарастим! Ха!

Для удобства можно сначала написать обычный текст заметки, а потом перефразировать, добавив всякие речевые обороты, крылатые фразочки и прочее.

В целом

Вся приведенная выше классификация является своего рода обобщением, типизацией. Так принято считать. Но, безусловно, это не мешает журналисту совместить интервью и портретный очерк, аналитику и фельетон – вы и ваша фантазия способны сотворить что угодно. В реальности редко встречаются статьи, написанные в каком-то одном жанре. При написании статьи следует сначала ответить на вопрос «о чем?», а затем – на вопрос «как?». Именно эти ответы окончательно определяют жанровую принадлежность статьи. Как быстро станет понятно, многие жанры могут органично переплетаться друг с другом. К примеру, мы хотим рассмотреть в статье, нужны на Зарнице ночные маневры или нет. Мы можем либо написать всю статью самостоятельно, либо взять интервью – у игроков или у организаторов, либо провести и записать беседу с несколькими людьми сразу; показать сложность и утомительность маневров может помочь хроника или фельетон; можно провести социопрос среди игроков и проанализировать результаты.

Вариантов множество. Тем не менее, понимать и различать жанры необходимо – иначе статьи станут невыразительными и однотипными. А экспериментировать с жанрами можно и нужно!

ОСНОВЫ СТИЛИСТИКИ

Стиль – это разновидность литературного языка, которая традиционно закреплена в обществе за одной из сфер жизни. Стиль связан с состоянием общества, он исторически изменчив. Во времена Ломоносова можно было говорить только о стилях книжной речи; при этом выделялись три стиля: высокий, средний и низкий. Литературный язык меняется, и теперь в языке принято выделять пять стилей: четыре книжных (научный, официально-деловой, публицистический, художественный) и разговорный стиль.

Научный стиль – это стиль научных сообщений.

Сфера использования этого стиля – наука; адресатами текстовых сообщений могут выступать учёные, будущие специалисты, ученики, просто любой человек, интересующийся той или иной научной областью; авторами же текстов данного стиля являются учёные, специалисты в своей области.

Целью стиля можно назвать описание законов, выявление закономерностей, описание открытий, обучение и т. п. Основная его функция – сообщение информации, а также доказательство ее истинности. Для него характерно наличие терминов, общенаучных слов, абстрактной лексики.

Наиболее важными хозяйственно-биологическими признаками сортов кенийского чая являются: стойкость к условиям произрастания (к климату, почве, вредителям и болезням), долговечность, транспортабельность и длительность хранения. Из-за нарушения технологии сбора и просушивания листочков, чай не только теряет вкус и аромат, но и становится опасным для здоровья больных дерматитами и другими кожными заболеваниями.

Официально-деловой стиль используется для сообщения, информирования в официальной обстановке (сфера законодательства, делопроизводства, административно-правовой деятельности). Этот стиль служит для оформления документов: законов, приказов, постановлений, характеристик, протоколов, расписок, справок.

Я, Медведев Дмитрий Анатольевич, вступая в должность президента Российской Федерации, обязуюсь соблюдать права, данные мне конституцией РФ и принимать все возможные меры для улучшения уровня жизни граждан страны, совершенствования правовой и экономической систем.

Газетно-публицистический стиль служит для воздействия на людей через средства массовой информации. Он встречается в жанрах статьи, очерка, репортажа, фельетона, интервью, ораторской речи и характеризуется наличием общественно-политической лексики, логичностью, эмоциональностью, оценочностью, призывностью. Этот стиль употребляется в сферах политико-идеологических, общественных и культурных отношений. Информация предназначена не для узкого круга специалистов, а для широких слоев общества, причём воздействие направлено не только на разум, но и на чувства адресата.

Мы были везде, куда нас призывала опасность, готовые проливать кровь для вашей защиты. И три месяца подряд мы одни выдерживали тяготы трудной кампании, ежедневно жарились на солнце, терпели голод и жажду, тогда как богатые прятались в подвалах, и вышли из них только после кризиса, чтобы захватить командование, занять все почетные и влиятельные места. Мы жертвовали собою ради вас, а теперь в награду за наши жертвы мы не имеем даже утешения считаться членами того самого государства, которое спасли. Какие же могут быть у вас основания так недостойно обращаться с нами? Бедняк – такой же гражданин! Посмотрите на все монархии мира: не богатые ли составляют презренную орду придворных?

(Отрывок из памфлета Ж.-П. Марата)

Художественный стиль воздействует на воображение и чувства читателя, передаёт мысли и чувства автора, использует всё богатство лексики, возможности разных стилей, характеризуется образностью, эмоциональностью, конкретностью речи.

Эмоциональность художественного стиля значительно отличается от эмоциональности разговорно-бытового и публицистического стилей. Здесь она выполняет эстетическую функцию. Художественный стиль предполагает предварительный отбор языковых средств; для создания образов используются все языковые средства.

Этот стиль реализуется в форме драмы, прозы и поэзии, которые делятся на соответствующие жанры (например: трагедия, комедия, драма и другие драматургические жанры; роман, новелла, повесть и другие прозаические жанры; стихотворение, басня, поэма, романс и другие поэтические жанры).

Трапеза влеклась как всегда, и мы добрались до десерта, когда взгляды мои привлекло и приковало то, что происходило в полутьме, в дальнем углу столовой. Там постепенно отворялась вечно закрытая и, как мне говорили, ведущая на антресоли дверь, отворялась, пока

я на нее смотрел с прежде неизведанным чувством ошеломленного любопытства, отворилась наконец, и во тьму проема ступила дама в светлом и двинулась прямо на нас. Не знаю, дернулся ли я, издал ли какой-нибудь звук; лишь грохот упавшего стула заставил меня оторвать взгляд от странной фигуры, и я увидел отца – он вскочил и, бледный как смерть, уронив вдоль тела сжатые в кулаки руки, двинулся даме навстречу. Она меж тем, ничего не замечая, приближалась к нам шаг за шагом, почти подошла уже к графу, и тут он поднялся рывком, схватил отца за руку, пригнул к столу и так и держал, покуда незнакомая дама медленно и безучастно продвигалась сквозь освобожденное пространство, шаг за шагом, в неописуемую тишину, в которой звякал, трясясь, бокал.

(Отрывок из книги Р.М. Рильке «Записки Мальте Лауридса Бригге»)

Разговорный стиль служит для непосредственного общения, когда мы делимся с окружающими своими мыслями или чувствами, обмениваемся информацией по бытовым вопросам в неофициальной обстановке. В нём часто используется разговорная и просторечная лексика.

Обычная форма реализации разговорного стиля – диалог; этот стиль чаще используется в устной речи. В нём отсутствует предварительный отбор языкового материала.

В текстах разговорного стиля можно встретить слова с переносными значениями, частицы, междометия, обращения, вводные слова, слова-предложения, неполные предложения, повторы слов, ослабление синтаксических связей между словами.

В этом стиле речи большую роль играют внеязыковые факторы: мимика, жесты, окружающая обстановка.

И вот, короче, бегу на остановку, вся мокрая, дождь лепит как из ведра. Проезжает мимо маршрутка – я за ней, бегу кричу: «Эгегей! Останови!» А водитель, просто дурень какой-то, ноль внимания. Просто проехал мимо и был таков. Ну все, думаю, на экзамен я опоздала. Сажусь на остановку, уже сопли распустила, и тут подруливает старый жигулек, опускается стекло, а там Петька. Петька, который в параллельном учился, ты прикинь? Я сначала даже не врубилась, а как поняла, что он, побежала к машине, открываю дверь, плюхаюсь на сиденье и говорю ему такая...

Конечно, большинство слов, словосочетаний, выражений в русском языке являются межстилевыми, нейтральными. Слова: дом, телефон, отношения, университет, компот, дело, краснота, еженедельник

и многие другие – не несут в себе стилиевой нагрузки. Нужно помнить, что стили – не единственное средство украшения текста. Следует также обращать внимание и использовать разные типы речи – повествование, описание, рассуждение и виды речи – монолог, диалог, полилог. Умеренное разнообразие стилей, типов и видов речи освежают статьи. Читателю быстро надоест заумное научное описание, наполненное сложными терминами и понятиями. Но и разговорный стиль, пестрящий просторечиями, вводными словами и междометиями – тоже не лучшее решение. Если вы посмотрите на газету «Остров», трудно определить стиль, тип и вид речи каждого текста. Нужно научиться их умело перемешивать, и тогда читатель никогда не заснет над вашей статьей.

II уровень

Приобретаемая специальность: **выпускающий редактор.**

Примерный план занятий:

1. Теория: верстка, формат строгой стенной газеты, ошибки верстки, основные приемы верстки.

Д/З: шаблон строгой стенной газеты, статьи (в группах)

2. Теория: функционал редакции, план номера

Д/З: план номера (индивидуально)

3. Практическое занятие – создание строгой стенной газеты

4. Теория: обработка графики

5. Зачет

Навыки:

- руководство изготовлением номера периодического издания;
- работа с графикой: применений иллюстраций и фотографий, основы обработки графики;
- составление плана номера;
- ручная верстка.

Теоретические знания:

- функционал редакции;
- план номера: предназначение, составление, следование ему;
- элементарные основы обработки графики;
- описание элементов оформления строгой стенной газеты;
- теория верстки.

Практические занятия:

- обработка графики и совместное обсуждение;
- совместная верстка имеющихся статей на шаблоне.

Зачет:

- обработка одной фотографии на заданную тему или (на усмотрение преподавателя) изготовление иллюстрации на заданную тему и обработка ее;

Перевод в черно-белый режим, управление яркостью и уровнем контрастности, уровни цветов (Levels), изменение физического размера, выставление нужного разрешения, кадрирование, сохранение для интернета и для печати. 2 балла.

- составление плана номера издания, приблизительная концепция которого задана преподавателем;

Наличие не менее пяти статей в плане, соответствие концепции, наличие всех пунктов, структурированное оформление плана, внимание к графике. 3 балла.

- верстка строгой стенной газеты (не более 3-х человек в группе);
Соответствие формату строгой стенной газеты; наличие иллюстраций, их качество и соответствие теме; верстка; количество, качество и разнообразие текстовых материалов; название и девиз, их связь с наполнением газеты. Оценивается газета, но оценка может выставляться с поправкой на личное участие в ее изготовлении. 4 балла.

- теоретические вопросы;
Функционал редакции, верстка. 1 балл.

Формат строгой стенной газеты

Как вы уже знаете из первого уровня учебы, при создании строгой стенной газеты есть ряд строгих правил. При их соблюдении вы приобретете навыки ручной верстки.

Они, возможно, вам кажутся ненужными, а сама такая верстка – пережитком прошлого. Но на самом деле этот процесс помогает гораздо лучше вникнуть в самую идею верстки, так что если в будущем вам придется верстать с помощью компьютера, научиться после этого будет существенно легче.

Цифры и правила

В газете имеется шапка, которая содержит название газеты, ее девиз, эмблему и информационную полосу.

В газете должно быть пять колонок равной ширины, равномерно распределенных по ширине страницы. Статьи и заметки вписываются в колонки печатными буквами. Заголовки статей пишутся более крупными буквами, располагаются над статьей и занимают по ширине столько же колонок, сколько сама статья. Под заголовком может находиться лид – он, как и заголовок, растянут по ширине. Лид пишется таким же почерком, как и статья, или чуть более крупным.

В правом нижнем углу последней страницы газеты помещается список людей, работавших над выпуском. Этот блок может быть произвольной высоты и занимать по ширине от одной до трех колонок.

На каждой странице газеты помещается информационная полоса. Она содержит информацию о газете и данном выпуске.

Размеры

Газета изготавливается на листе формата А3 (297 на 420 мм).

Рамка. Линии по периметру листа на расстоянии 5 мм от края.

Шапка. Располагается в верхней части листа на первой странице, по всей его ширине. Высота шапки – 6 см.

Эмблема. Располагается в левой стороне шапки. Высота – 6 см, ширина – 5 см.

Ширина колонки – 5,5 см (11 клеточек в тетрадном листе).

Колонка отступает от информационной полосы на 2 мм, не достает до нижней рамки 3 мм.

Расстояние от рамки до колонки и между колонками – 2 мм.

Информационная полоса. Располагается непосредственно под шапкой на первой странице и в самой верхней части листа на других, по всей ширине листа. Высота – 1 см.

Формат информационной полосы

Информация об издателе. 9 см.

Информация о годе создания газеты. 7 см.

Номер выпуска. 4 см.

Дата выпуска. 5 см.

Номер страницы (даже если в газете одна страница). 3,97 см (вернее, все расстояние, которое останется до края).

← 9 см →	← 7 см →	← 4 см →	← 5 см →	← 3,97 см →
Печатный орган отряда «Дайкокс»	Газета основана в 2004 году	Выпуск #7	16 июля 2004 года	Страница 3

Подсчет строк

Рассчитаем, сколько строк умещается на одном листе.

Для начала возьмем первую страницу.

Всего по высоте лист занимает 420 мм.

Из них 60 мм занимает шапка, 10 мм – информационная полоса и 10 мм – отступы рамки от края листа (по 5 снизу и сверху).

Итого у нас осталось: $420 - 60 - 10 - 10 = 340$ мм.

Высота одной клеточки школьной тетради (и, соответственно, одной строчки) составляет 5 мм.

Сколько целых строк уместится в одной колонке? $340 / 5 = 68$ строк.

Но газета будет выглядеть несколько некрасиво, если колонки будут упираться в рамку, поэтому давайте отступим от верхней рамки 2 мм. Тогда у нас не влезет 1 строка, зато останется еще 3 мм на отступ от рамки снизу.

Таким образом, на первой странице в одной колонке помещается 67 строк.

На следующих страницах нет шапки, поэтому колонка на 6 см длиннее. В 6 см умещается 12 строк. Таким образом, в колонке умещается $67 + 12 = 79$ строк.

Всего на странице 5 колонок.

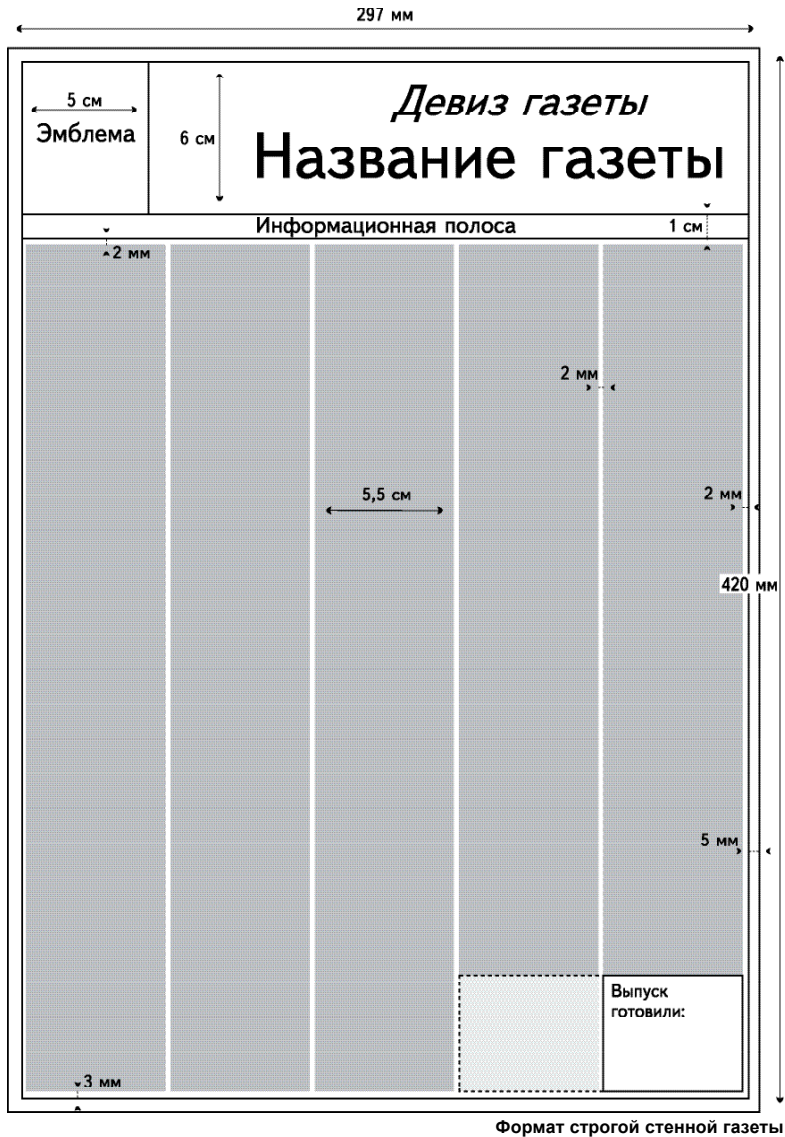
В результате получаем:

для первой страницы высота одной колонки – 67 строк,

общее количество строк: $5 \times 67 = 335$ строк.

Для всех остальных страниц высота одной колонки – 79 строк;

общее количество строк: $5 \times 79 = 395$ строк.



Верстка

Основные термины

Для того, чтобы правильно понимать то, чем нам предстоит заниматься, определимся с основными понятиями:

Верстка – процесс расположения заданного материала в заданном объеме (проще говоря, как разместить несколько статей на одном или нескольких листах).

Полоса – в переводе с издательского языка, страница.

Колонка – прямоугольник размером 5,5 см в ширину и длиной в высоту страницы (для первой полосы это составляет 33,5 см, для всех остальных страниц – 40,5 см). Текстовый материал вклеивается в колонки. В строгой стенной газете ровно 5 колонок (не больше и не меньше).

Лид – текст, который предвещает статью.

Текстовый блок – часть статьи, размещаемая в одной колонке.

Сверстать статью – расположить название статьи, ее лид, графические материалы и все текстовые блоки в прямоугольник. Прямоугольник может располагаться на одной, двух, трех, четырех и даже пяти колонках.

Графический материал – рисунки, фотографии, схемы, диаграммы и таблицы, иллюстрирующие статью.

Связанные текстовые блоки – пара текстовых блоков, расположенных в соседних колонках, или последний и первый блок одной статьи на разных страницах, или два текстовых блока в одной колонке, разорванные графикой. Проще говоря, если после прочтения какого-то одного блока нужно читать какой-то второй, то эти два блока связаны.

Объем статьи – количество строк колонки, которые занимают текст и графика статьи. Подробнее о том, как может задаваться объем статьи, вы узнаете при изучении составления плана номера.

Выравнивание колонок – это процесс разрезания и компоновки связанных блоков таким образом, чтобы в разных колонках оказалось одинаковое количество строк.

Следующие определения относятся в основном к компьютерной верстке.

Кегль – размер букв. Измеряется в пунктах.

Шрифт – рисунок начертаний букв и знаков, составляющих единую стилистическую и систему.

Гарнитура – объединение разных по кеглю и начертанию, но одинаковых по характеру рисунка шрифтов.

Трекинг – изменение межсловных и межбуквенных расстояний текста. Может быть как положительный (набор становится более разреженным), так и отрицательный (более плотным).

Интерлиньяж – вертикальное расстояние между соседними строками.

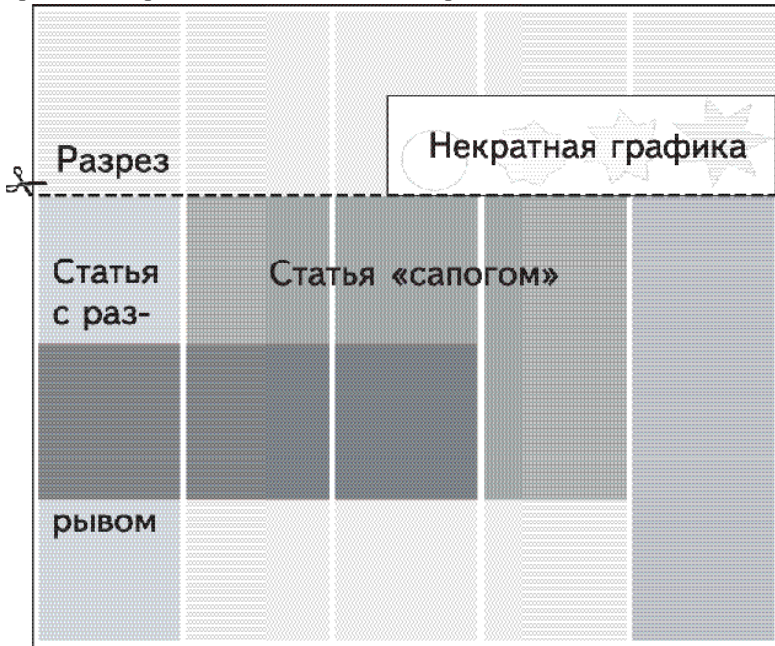
Ошибки верстки

«Сапог» – вариант верстки, при котором статья на странице расположена не прямоугольником.

«Разрыв» – вариант верстки, когда между связанными блоками одной статьи находятся текстовые блоки другой.

Нарушение принципа **кратности графики** – графический материал по ширине должен быть кратен ширине колонки.

«Статьи режутся» – ситуация, при которой можно провести прямую линию от рамки до рамки газеты, не задев ни одну из статей. По правилам верстки статьи не должны «резаться». Эта ошибка не на-



столько серьезна, как предыдущие, но для получения красивой газеты стоит помнить и об этом правиле. При этом горизонтальный разрез – ошибка более серьезная, чем вертикальный, особенно на первой полосе, где эффект вертикального разреза нивелируется шапкой.

Не существует ситуаций, в которых нельзя избежать «сапогов» и «разрывов». Бывает, что невозможно избежать «разрезов» (например, если статей 4 или меньше). В качестве статьи (с точки зрения верстки) можно воспринимать блок «Выпуск готовили» – если нужно, он может занимать не одну колонку, а несколько, что иногда существенно облегчает верстку.

Строчки «прыгают» – если приложить к одной строчке горизонтально линейку, строчки в других колонках должны стоять на ней так же ровно, даже если эти строчки относятся к разным статьям. Для этого заголовки должны по высоте занимать ровно несколько строчек. Иногда строчки «прыгают» из-за обычной неаккуратности. Как бы то ни было, эта ошибка опасна тем, что из-за сдвигов в колонке может потеряться строчка, и тогда аккуратно рассчитанная по объему статья может не поместиться в блок.

Самое главное	Не один, не два и даже не четыре
Ах, костер! Как же это классно: по- бовь, смех, радость, и, главное, – дружба. Вот какие у вас были меч- ты, когда вы пускали свечки по ре- ке? По крайней мере, у меня была мечта...	А у вас есть черные вещи? А белые? А черная обувь, туфли, например? Ну а кроссовки есть? И хроссонок нет? Да у вас хоть что- нибудь есть?

Прыгающие строчки выглядят очень некрасиво

Основные приемы верстки

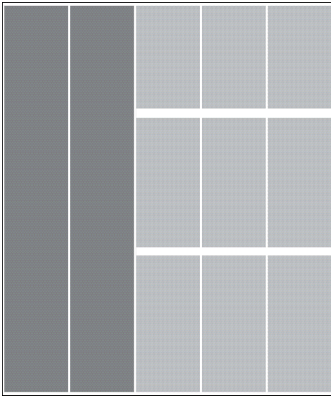
Елочка – одна статья располагается вертикально («ствол»), а остальные горизонтально друг над другом («ветви»). «Ветвей» может быть не только две, но и больше. «Ствол» может располагаться слева, справа и по центру от «ветвей». «Елочку» лучше не использовать ни на какой полосе, кроме первой, так как она является типом верстки с вертикальным «разрезом».

Колонны – статьи располагаются друг над другом с вертикальным «разрезом», образуя «колонны», однако статьи смещены друг относительно друга по вертикали, чтобы не допустить горизонтального «разреза».

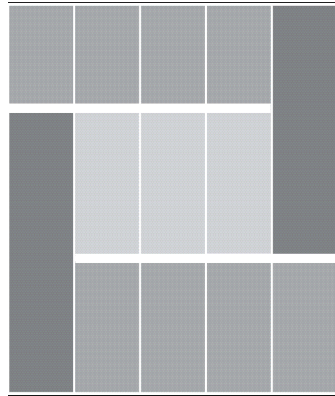
Домик – одна из статей располагается горизонтально, две или три под (или над) ней вертикально (как бы образуя крышу и колонны основания). Рядом с «домиком» мы расположили вертикальную «стену», чтобы избежать горизонтального разрыва.

Снежинка – есть статья в центре, остальные расположены по краям так, чтобы захватывать по ширине (или высоте) центральную статью и какую-нибудь еще. Снежинка может быть изготовлены только при наличии 5 и более статей. Это единственный из перечисленных вариант верстки, при котором нет «разрывов».

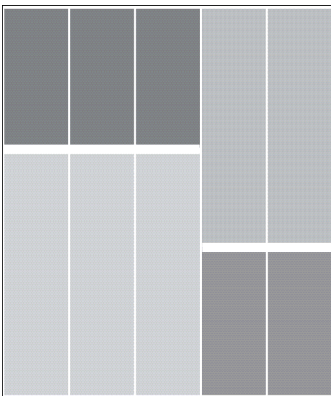
Здесь приведены самые типовые варианты верстки, при достаточном количестве статей данные варианты могут быть комбинированы друг с другом.



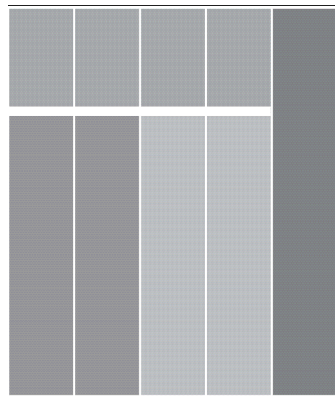
Елочка



Снежинка



Колонны



Домик

Обработка фотографий

Творчество

Обработка фотографии – процесс, требующий навыков как творческих, так и технических. Способность правильно оценивать, нуждается ли фотография в обработке, приходит не сразу – но ее можно развивать, если знать, куда смотреть. Мы с вами рассмотрим краткий список того, что в принципе можно сделать с фотографией, чтобы попробовать ее улучшить. В основном поговорим о самых базовых приемах, которые реализованы в большинстве компьютерных программ по обработке графики – поэтому не будем привязываться к конкретному редактору.

Кадрирование. Первым делом надо понять, нужна нам вся фотография, или лучше будет оставить от нее только какую-нибудь часть. Убрать можно неудачно получившиеся места (пересвеченные, темные, смазанные), можно немного подправить композицию (срезать край, чтобы фотография соответствовала «правилу третей»), а можно вообще обрезать почти все, оставив небольшой самый интересный кусок – конечно, если он останется достаточного размера (о размере можно почитать в следующем разделе).

Цвет. Бывает так, что по какой-то причине – часто из-за неправильной настройки фотоаппарата – цвета на фотографии выглядят сильно перекошенными в какую-нибудь сторону, например, все слишком желтое или слишком синее. От этого легко избавиться с помощью настройки цвета. Иногда цвет нужно изменить локально – например, какой-то предмет слишком яркий и цветной и отвлекает на себя чересчур много внимания.

Яркость и контрастность. Фотография может быть слишком яркой, слишком темной, слишком пестрой или слишком однотонной. Эти проблемы частично решаются с помощью настройки яркости и контрастности. Настраивают их обычно вместе, так как, например, увеличение контрастности может сделать фотографию ярче на вид.

Тени. Часто равные по ценности предметы в кадре бывают по-разному освещены. При добавлении яркости один из них станет чересчур светлым, при уменьшении – другой уйдет в темноту. В графических редакторах бывают возможности по выравниванию освещенности – «квытигиванию» теней. Этим надо, однако, пользоваться с осторожностью – злоупотребление этой возможностью очень легко приводит к неестественности фотографии.

Резкость. Фотография часто выигрывает от того, что ей немного повышают резкость – выделяют контуры. Так она становится живее. Хотя избавиться от сильной размытости таким образом вряд ли получится.

Детали. Иногда фотография настолько плоха или ваши требования к ней так высоки, что приходится работать более приземленными инструментами. Некоторые из них относительно просты в использовании – скажем, когда нужно скопировать часть монотонной по текстуре стены, чтобы замазать на ней какой-нибудь некрасивый скол или попавшие в кадр провода. Но часто – при необходимости локального затемнения, исправления «красных глаз» и еще множества других «тонких» действий – для адекватного результата требуется хорошее знание приемов и владение графическим редактором. С помощью ручной обработки фотографию испортить невероятно легко, поэтому всегда стоит очень внимательно оглядеть результат своей работы после подобного рода попыток.

Хотя этот совет относится и к любой другой обработке.

О размере

Итак, фотография обработана – или уже так и была сделана, что никакая обработка ей не требовалась. Чтобы на бумаге фотография выглядела так же хорошо, как на мониторе, нужно знать, как правильно ее напечатать. Для этого нужно познакомиться с понятиями размера и разрешения изображения.

На компьютере

Чтобы в каждой конкретной ситуации научиться правильно устанавливать размер изображений, нужно сначала понять, как они хранятся в памяти компьютера. Картинка – это большая таблица, в каждой ячейке которой записан какой-нибудь цвет. Считывая из файла эту таблицу, компьютер выводит на экран друг за другом много маленьких цветных квадратиков, из которых и складывается изображение. Эти квадратики обычно называют точками или пикселями.

Как же эти размеры связаны с настоящими размерами картинки – в сантиметрах, как мы привыкли? Вообще говоря, никак. У каждого монитора размер пикселя какой-то свой – а если подключить к компьютеру проектор, то ту же самую картинку можно показать хоть во всю стену. Поэтому в случаях, когда речь идет о работе с изображениями на компьютере, размер всегда указывается именно в пикселях. От этого размера зависит, сколько места файл с изображением занимает на диске. Этот размер – количество информации, которая есть о нем у компьюте-

ра. Если, например, посмотреть параметры любой картинке в интернете, можно увидеть там размер, указанный в пикселях.

Что случается, если мы меняем пиксельный размер картинке? При уменьшении компьютер просто «забывает» часть информации, то есть подробности изображения теряются. При увеличении пиксели либо просто начинают повторяться, либо компьютер пытается как-то высчитывать цвета недостающих пикселей – в любом случае, дополнительной информации об изображении ему взять неоткуда, поэтому подобным образом увеличенные изображения (например, если скачать маленькую картинку из интернета и растянуть ее на весь рабочий стол) получаются либо искаженными, либо «в квадратах».

В печати

При выводе изображения на бумагу мы обычно хотим получить распечатку фиксированного размера. Как это сделать, если размер в пикселях ничего не говорит нам о размере реальном?

Здесь мы подходим к понятию разрешения. Разрешение – это (в нашем случае) количество точек на единицу длины – сантиметр или, чаще, на дюйм (dots per inch, dpi). Например, если на принтере написано, что он умеет печатать с разрешением 300 dpi, это значит, что он может печатать так мелко, чтобы уместить 300х300 точек в одном квадратном дюйме бумаги. Естественно, принтер не обязан всегда печатать в своем максимальном разрешении – можно установить такое, какое вам нужно. Например, если у вас есть картинка размером 1000х1000 пикселей, а вы хотите получить распечатку размером 10х10 сантиметров, то, как можно посчитать, при печати вам нужно будет установить разрешение в 254 dpi.

Считать, на самом деле, ничего не нужно – специально для этого есть программы, которые все считают за вас. В Adobe Photoshop при указании размера картинке мы видим сразу пять полей: ширина и высота в пикселях, ширина и высота в сантиметрах и разрешение. При попытке изменить что-нибудь одно программа автоматически пересчитает все остальное.

Стоит еще раз подчеркнуть: разрешение и размер в сантиметрах никак не влияют на то, как картинка выводится на экран. Эти параметры нужно выставлять только тогда, когда вам нужно печатать.

Как это выглядит

Одно и то же изображение мы можем напечатать в самых разных разрешениях. Разница будет в том, какого размера будет наша распечатка. Любую картинку можно напечатать на целый ватман, но мы, естествен-

но, встретимся с той же самой проблемой, что мы видим при увеличении картинки на компьютере – огромные квадраты-пиксели.

Чем выше разрешение, тем красивее и плавнее выглядит напечатанное изображение. И, соответственно, тем больше реальных пикселей нужно для того, чтобы крупно его напечатать.

Скачанные из интернета (не из фотоархива) фотографии нельзя помещать в газету. Чтобы они быстро загружались, их делают маленькими, поэтому они выглядят плохо при попытке напечатать их в сколь угодно адекватном размере.

Для печати фотографий в газете «Остров» обычно используется разрешение порядка 250–300 dpi.

Работа редакции

Функционал или структура редакции

Редакция любого издания состоит не только из корреспондентов, верстальщиков и фотографов. Более того, обычно не все из перечисленных людей работают, как можно подумать, непосредственно в редакции. Устройство редакции намного сложнее.

В этом курсе мы познакомимся в основном с работой именно **школьной** редакции – в ней многое отличается от «взрослых» издательств.

Общая схема работы такова. Есть небольшая группа школьников, работающих над газетой в течение года постоянно. Саму эту группу можно называть редакцией. При работе над каждым новым выпуском из состава редакции выбирается ответственный – выпускающий редактор. Он отвечает за составление плана номера, раздает задания, следит за работой – в общем, ответственность за выпуск номера лежит в основном на нем.

Еще один нерядовой член редакции – главный редактор. Он сменяется редко (например, раз в год или даже реже), и его задача состоит в том, чтобы направлять в нужное русло работу редакции в целом. Главный редактор следит за тем, чтобы газета придерживалась своей концепции, помогает выпускающему редактору и исправляет его ошибки, предлагает изменения в работе редакции.

Главный редактор – человек, лучше всех представляющий себе работу редакции.

Часто со школьной редакцией работает взрослый руководитель – он тоже следит за концепцией газеты, а также дает редакции советы, учит. Руководитель обычно старается не вмешиваться в работу над номером.

Остальные члены редакции (а также выпускающий и главный редакторы) при работе над номером выполняют задания, полученные от выпускающего редактора. Это может быть написание статьи, фотосъемка, рисунок, обработка графики, корректура или редактура текстов, верстка. В школьной редакции обычно нет специализаций – каждый в какой-то момент выполняет задания всех видов. Таким образом, у школьной редакции проявляется и обучающая функция: не очень ленивый журналист через некоторое время научится и верстать, и фотографировать, и писать неплохие статьи.

В работе над школьной газетой периодически принимают участие и люди, не занимающиеся этим постоянно. Это могут быть другие школьники (кто-то, например, написал рассказ или хочет поделиться своим мнением о проблеме школы – или хорошо фотографирует и готов иногда заниматься этим для газеты), учителя, выпускники, родители.

Стоит отметить одно важное различие в работе школьной и профессиональной редакций. Школьная редакция работает на некоммерческой основе – бесплатно, на энтузиазме. Это, возможно, избавляет от необходимости решения некоторых сложных проблем, но порождает, в свою очередь, новые специфические. Для работы в редакции должен быть какой-то стимул. Люди должны чувствовать, что их работа нужна, или что они в процессе учатся чему-то полезному, или что работать в редакции просто интересно и весело. Если ничего этого нет, работать никто не захочет. За обеспечением этого должны следить главный редактор и руководитель.

Особое внимание следует уделять тем, кто выполняет для редакции разовое задание – брать у них работу заранее, напоминать, продумывать запасные варианты. Ведь они запросто могут забыть или передумать, никому не сказав, с гораздо большей вероятностью, чем постоянные члены редакции.

Составление плана номера

План номера – это документ, который является основой для текущего выпуска газеты. В нем содержится информация о содержании всех полных выпусков.

Как рождается план номера? Обычно какая-то часть редакции газеты – может быть, и вся редакция целиком – собирается на «планёрку» (сбор, на котором обсуждаются все главные вопросы, перспективы и планы издания). На ней сотрудники редакции и составляют план будущего номера.

Составление плана позволяет сделать выпуск газеты максимально *интересным для читателя*, а также значительно *упрощает работу редакции* и вообще является залогом успешной работы – способом простым, но эффективным.

План номера представляет собой список тех статей, которые будут опубликованы в новом выпуске. Для каждой из них необходимо указать определенные характеристики, которые, по сути дела, будут являться редакционным заданием. Так, план включает в себя следующие элементы:

- номер полосы,
- тема статьи,
- аннотация,
- цель,
- автор (ответственный),
- жанр и рубрика,
- объем,
- описание графического материала,
- корректура и редактура статьи,
- сроки сдачи статьи.

Тема

Определяет, чему будет посвящена статья: какое событие описывает или какую проблему рассматривает.

Например: О воздействии варенья на героев литературных произведений.

Откуда берется тема статьи? В большинстве изданий ведущие разделов прорабатывают план, в котором указано, какой материал пойдет в тот или иной номер. Однако в несмотря на существование долгосрочного плана, возникают актуальные проблемы и происходят непредвиденные события, которые газета тоже должна осветить.

Аннотация

Более подробно описывает содержание статьи, дает автору возможные варианты ее наполнения (брать интервью или проводить соцопрос, включать ли собственные размышления, писать ли о причинах проблемы).

Цель

Что статья должна донести до читателя?

Например: рассмотреть возможное влияние варенья на мозговую деятельность литературных персонажей (на примере Карлсона), описать сегодняшнюю проблему нехватки варенья в связи с финансовым кризисом.

Цель необходимо указывать всегда. Если цель не была сформулирована при составлении плана, у читателя может возникнуть вопрос: «И что эта статья тут делает?..»

Автор (ответственный)

Иногда статья может делаться несколькими людьми: к примеру, вопросы для интервью составляет господин N, а берет интервью – госпожа M. Помимо этого, материал может представлять собой блок заметок или фактов, которые пишутся людьми «с улицы», но ответственным за составление которого будет член редакции.

Жанр и рубрика

Основной жанр и стиль, а также принадлежность к рубрике.

Например: фельетон – рубрика «Не надорвите животики!».

Объем

Для *издателя, верстальщика и редактора* важно, сколько страниц будет занимать материал – ему необходимо *количество полос*. Для *автора* текста важно, сколько нужно написать – то есть, *количество символов*. (Символы, или знаки – не только буквы, но еще и цифры, и знаки препинания. Ил-62 – это пять символов.)

Например: разворот на 2 полосы; 8000–8500 символов с пробелами.

При безответственном подходе к этому пункту могут получиться большие проблемы с версткой и даже падение качества материала: написал слишком мало – придется забивать место плохой фотографией, написал слишком много – верстальщику придется сокращать хорошую статью.

Графика

Описание графического материала включает в себя:

- тему и описание графики,
- ответственного,
- сроки сдачи.

Важно понимать, что графика – это либо рисунок, либо фотография (фотомонтаж). Как правило, в статьях о «серьезных» событиях используют фотографии, снятые непосредственно на «месте действия». В аналитике и фельетоне часто используют рисунки, нарисованные художником.

Например: Карикатура (для статьи о постройке нового небоскреба): два подъемных крана играют в «Тетрис», т.е. ставят блоки новых ба-шен. Подпись: «Ну чё, Вася, попадем в таблицу рекордов?» – художник: Пабло Пикассо – до 25 декабря.

Корректурa и редактура статьи

У автора есть два «помощника»: редактор (работает с логикой и содержанием статьи) и корректор (работает с речью и орфографией). При составлении плана необходимо указывать, кто материал будет редактировать (и обсуждать с автором), а кто – корректировать. Часто бывает, что в редакции корректор всего один, а редактор есть, например, у каждого раздела (редактор раздела «Культура», редактор раздела «Политика»...).

Сроки сдачи статьи

Нужно отталкиваться как от срока сдачи номера в печать, так и от возможностей авторов и корректоров и внешних факторов (срока проведения мероприятия, часов работы музея, занятости интервьюируемого).

Пример полного описания статьи:

№14. Матч по хоккею с мячом Россия – Канада 29 февраля.

Материал включает в себя репортаж и два интервью: с игроком сборной Канады Уэйном Гретцки и с одним из российских болельщиков.

Цель: на основе впечатлений игрока и болельщика, а также общего хода матча, объяснить позорный проигрыш Канады.

Репортаж: Арсений Орлов, Интервью: Вилен Владимиров.

Жанр и рубрика: репортаж и интервью – рубрика «Скрестим клюшки».

Объем: 1 полоса (с 2 фото); 4000–4200 символов с пробелами.

Графический материал. 2 фотографии – фото агентства Reuters, ответственный за поиск и выбор: Майя Хлопкова – до 1 марта 12.00. Первая фотография: один из моментов матча, горизонтальная на 3 колонки. Вторая фотография: фото Уэйна Гретцки, вертикальная на 1 колонку.

Редактирует: Василий Собачкин (отдел «Спорт»).

Сроки: сдача на корректуру – 1 марта до 12.00, в печать – до 14 марта.

Помимо общего списка статей с их описанием, выпускающий редактор должен не упустить из своего внимания следующее:

а) сроки подписания номера в печать

(зависят от концепции работы издания, но кроме того могут зависеть от работы типографии, праздников / выходных дней, степени загруженности недели событиями и т. д.)

б) тематика номера

(выпуск может быть посвящен какому-то крупному событию или проблеме, например: чемпионат мира по фрисби / хозяйственная проблема в Коломне / птицы в Лесото)

в) оповещение авторов, художников, корректоров, верстальщиков о задании и сроках сдачи материалов.

Таким образом, без плана номера прожить очень сложно. Конечно, его составление не может полностью ликвидировать суматоху в редакции, ежедневные напоминания выпускающего редактора о цейтноте, лень художников, безответственность опаздывающих авторов статей и громкие крики главного редактора. Но, по крайней мере, это в значительной степени структурирует работу. Читателю же будет намного интереснее читать номер, наполненный разным материалом и освещающий несколько тем, статьи же которого будут представлять не просто текст, но и будут сопровождены графикой, врезками, справочными материалами.

III уровень

Приобретаемая специальность: **редактор издания.**

Примерный план занятий:

1. Редактура – теория, разбор примеров
2. Теория: концепция издания, типы изданий

Д/З: концепция собственного издания

3. Работа с камерой: внутреннее устройство, выходы, автоматический режим съемки, ручные режимы фокуса, баланс белого. Работа со штативом. Захват на жесткий диск.

Общие советы и жанры телепередач. Съёмочные планы.

Д/З: съемка двухминутного репортажного ролика про жизнь лагеря, палаты с использованием всех технических приемов, ручных режимов

4. Виды и приемы монтажа. Монтаж снятого репортажа на компьютере.

Д/З: доделать ролик

5. Зачет

Навыки:

- составление концепции издания с нуля;
- координация действий редакции;
- редактura текстов;
- исправление ошибок, допущенных выпускающим редактором;
- основы видеосъемки;
- изготовление радиогазет.

Теоретические знания:

- типы периодических печатных изданий;
- концепция издания;
- цели редактury;
- общие приемы при создании радио- и видео-презентаций;
- композиция при видеосъемке, смена планов, динамика.

Практические занятия:

- рассмотрение различных типов изданий и встречающихся в них статей, рубрик и элементов оформления;
- редактura статей (с первого уровня учебы);
- съемка видеосюжетов с обсуждением.

Зачет:

- представление полной концепции периодического издания на тему, заданную преподавателем;

Соответствие концепции, структурированность, полнота, общее понимание. 3 балла.

- изготовление одного видеосюжета на группу, с монтажом при помощи преподавателя;

Участие в процессе монтажа и съемки, качество видеоролика, следование правилам съемки. 3 балла.

- редактura статьи;

Обнаружение ошибок, обоснование, качество исправления, 3 баллов.

- теоретические вопросы;

Съемка видео: планы, основные правила. Монтаж. 1 балл.

Работа редактора

Что это: как вы уже знаете из раздела, посвящённого функционалу редакции, **редактор** – один из важнейших персонажей издательского процесса. При том, что редакторы бывают разные, отличающиеся по своим обязанностям и занимаемому в издательской иерархии месту, всех их объединяет одна, крайне важная функция.

Зачем это: любой редактор обязан следить за **качеством и адекватностью** публикуемого материала. Это относится как к текстам, так и к графическим материалам, а также к вёрстке.

Как это: это вы поймёте из данной части курса!

Пример из жизни: для каждого типа издания характерны свои неписанные правила и установки, которыми руководствуются редакторы, отбирая материалы. Грубо говоря, невозможно представить, что в деловой газете появится статья о субкультуре скейтбординга, написанная молодёжным языком – так же, как сложно вообразить, что в ориентированном на тинейджеров журнале будут публиковаться материалы о котировках акций производителей скейтбордов.

Концепция

Что это: понятие **концепции издания** характеризует как задумку, идею, которую редакция пытается воплотить, так и, собственно, её воплощение. Понятие относится как к одиночным, так и к периодическим изданиям, однако поскольку сам смысл понятия подразумевает следование определённым правилам в течение некоторого достаточно продолжительного времени, то в случае периодических изданий оно более актуально.

Зачем это:

а) тщательная формулировка концепции позволяет отнести периодическое издание к тому или иному типу.

б) соответствие концепции определяет адекватность каждого материала и в сочетании с поставленной редактором сиюминутной задачей даёт основания принимать материал к вёрстке, или не принимать.

Как это: создание концепции осуществляется в несколько стадий, для каждой из которых характерны отдельные подпункты, в дальнейшем складывающиеся в единую картину. Мы представим, что вы создаёте своё издание с чистого листа и в следующих пунктах разберёмся, как именно стоит организовать свои идеи. Пункты представлены в том порядке, в котором редактору их рассматривать логичнее всего: на второй пункт влияет первый пункт, на третий пункт влияют первый и второй пункты – и так далее, по нарастающей.

Пример из жизни: отсутствие внятной концепции, отличающей их от великого множества конкурентов на рынке, погубило несколько так называемых «гламурных» журналов для женщин. А всё потому что нужно уметь думать самому!

Вещи, необходимые для создания концепции издания:

- определение цели и круга читателей;
- определение примерного списка авторов;
- определение типа издания (а – подсчёт тиража, б – определение периодичности);
- определение ценовой и рекламной политики издания;
- создание наполнения (название, дизайн, материалы)
- выбор типа обратной связи.

Цель и круг читателей

Что это: на первой стадии проекта важна чистая идея, определение той ниши, которую вы пытаетесь занять. Отталкиваться на данном этапе можно от двух вещей: или от **цели** вашего издания, или от **круга читателей (читательской аудитории)**. Суть этих понятий представляется самоочевидной.

Зачем это: Как зачем? А зачем вы вообще придумываете издание? Кому оно будет нужно? Не задаваясь подобными вопросами, не стоит даже приниматься за подобную работу. Если вы структурируете информацию – а это суть абсолютно любого издания – вы всегда делаете это зачем-то и/или для кого-то.

Как это: понятия настолько крепко взаимосвязаны, что их сложно разделить – одно определяет другое.

Пример из жизни: если вы создаёте ежемесячный журнал про рыбалку (это цель), то вашей читательской аудиторией автоматически становятся рыбаки-любители. С другой стороны, если вы решите публиковать ежедневную газету для людей, ищущих работу, целью вашего издания естественным образом станет публикация своевременной информации о вакансиях на рынке труда.

Примерный список авторов

Что это: люди, последовательно – и умело! – реализующие как свои собственные, так и, что куда более важно, ваши желания (которые вытекают из предыдущего пункта).

Зачем это: написание статей по тематике (рисование иллюстраций, перевод обзоров, съёмка фотографий) может требовать определённых навыков не только художественного, но и человеческого характера: ска-

жем, человек может прекрасно писать на отвлечённые темы, но быть слишком стеснительным для взятия интервью. Узко специальным изданиям ещё сложнее.

Как это: для вас важны четыре качества. Это доступность, надёжность, талант и осведомлённость. Людей, сочетающих все из них, найти очень сложно – именно поэтому вам нужен коллектив, где у каждого своя сильная сторона. Впрочем, многое зависит от типа издания: в новостных газетах широкого профиля, журналах общего аналитического профиля и журналах о «стиле жизни» авторы зачастую являются универсалами.

Пример из жизни: продолжим пример из предыдущего пункта. Подбор авторов часто связан с сужением предполагаемого круга читателей: скажем, среди любителей рыбалки встречаются и серьёзные ихтиологи, и дети школьного возраста. Первым не нужны весёлые рассказы о «моей первой рыбе», вторым – описания строения плавников карпа.

Тип издания

Издания определяются, в первую очередь, тиражом и периодичностью. Основными современными типами периодических изданий являются **газеты, журналы и веб-издания**.

Газеты подразделяются на:

- а) **ежедневные**, в большинстве случаев являющиеся новостными изданиями широкого, достаточно широкого (только экономика, только политика, только спорт) или «скандального» профиля;
- б) выходящие более редко – **раз в месяц, раз в две недели**, – обычно представляющие собой специализированные издания для малообеспеченных слоёв населения (в качестве хорошего примера здесь выступают издания различных политических партий).

Среди журналов можно выделить

- а) **еженедельные** и выходящие **раз в две недели** (журналы общего аналитического профиля, телепрограммы, издания о знаменитостях, подростковые журналы, журналы о развлечениях, сборники комиксов и манги);
- б) **ежемесячные** (издания для энтузиастов конкретного хобби или вида искусства, так называемые «гламурные» издания, научно-популярные и познавательные журналы, журналы о «стиле жизни»)
- в) **ежеквартальные** (литературные журналы, научные журналы, узкоспециализированные издания).

Веб-издания не поддаются такой классификации и отличаются друг от друга, в первую очередь, тематикой.

Тираж

Что это: количество печатаемых экземпляров одного выпуска. (Это понятие неприменимо к веб-изданиям.)

Зачем это: ваше издание должны получить в руки все, кто хочет и теоретически может его получить – при этом вам нельзя издавать его себе в убыток. Таким образом, тираж теснее всего связан с размером круга читателей.

Как это: массовых/дешёвых изданий должно быть много; специализированных/дорогих изданий должно быть мало.

Пример из жизни: набор новостей из всех областей жизни интересен куда большему числу людей, чем последние открытия в области цветоводства, поэтому тираж газеты «Московский Комсомолец» существенно превышает тираж журнала «Сад и дом». Если говорить о числах, то в случае газет объём тиража может достигать сотен тысяч и даже миллионов, а нижний предел находится в районе сотен и даже десятков (речь о локальных изданиях, выпускающихся в отдельно взятом учебном заведении, или являющихся сводкой новостей некой компании). Для большинства журналов цифра в сто тысяч экземпляров является недостижимым потолком, а для узкоспециальных журналов тираж в несколько тысяч является вполне здоровым.

Периодичность

Что это: регулярность выхода; в случае веб-изданий – регулярность обновления.

Зачем это: ваше издание не должно вызывать эмоции характера «а зачем так скоро» с одной стороны и эмоции характера «ну и где же новый номер» с другой стороны.

Как это: если ваша информация устаревает быстро, период должен быть маленьким, если она долго не теряет ценности – то большим.

Пример из жизни: понятно, что быстрее всего устаревают новости, чуть медленнее – аналитика, а научные факты и литературные произведения устаревают крайне медленно.

Ценовая и рекламная политика

Что это: метод существования вашего издания – либо оно приносит доход, либо существует на спонсорские деньги.

Зачем это: деньги нужны в любом случае – даже если издание делают самые большие энтузиасты в мире, им не обойтись без расходных материалов и инструментов обработки материалов (работа с текстом, графикой и вёрстка).

Как это: чем больше тираж, тем меньшую цену может позволить себе издатель, и наоборот. Также ценообразование связано с объёмом самого издания, количеством рекламы в издании, зарплатами сотрудников издательства, качеством бумаги и ценой заказываемых графических материалов. Как правило, чем реже выходит издание, тем больше его объём и цена. Рекламодатели же должны представлять себе целевую аудиторию издания и ее потребности.

Пример из жизни: рекламная политика сходных изданий часто похожа (например, в ежедневных газетах часто публикуются дешёвые частные объявления, а в журналах о развлечениях – постеры выходящих в кинотеатрах фильмов). Однако в зависимости от конкретной цели она может довольно сильно варьироваться: некоторые издания, к примеру, являются благотворительными, и не ставят целью зарабатывать деньги; другие зарабатывают большую часть денег на размещении рекламы в интернете (баннеры – главный источник дохода веб-изданий) и поэтому тратят меньшее количество полос на печатную рекламу. Никогда нельзя забывать о круге читателей, принимая рекламные заказы: размещая в журнале Vogue рекламу семечек, можно сильно навредить его имиджу.

Наполнение

Объяснять здесь, *зачем, что и как*, мы, конечно, не будем: это уже подробно сделано в других разделах учебника. Но всё же перечислим все подпункты этого пункта, главного на всех этапах жизни издания, кроме начального.

- название;
- дизайн
- тип вёрстки
 - графическое оформление полос и обложки (включая колонтитулы и типичное оформление конкретных рубрик)
 - шрифтовое решение
 - выбор логотипа и девиза
 - цветовое решение
- материалы
 - повторяющиеся
 - разделы (части издания, материалы в которых объединены единой тематикой)

- рубрики (материалы, объединённые единой тематикой, стилистикой, жанром или автором, встречающихся во всех номерах, или в большей части)
- тексты
 - новостные
 - аналитические
 - развлекательные
 - и т. д.
- графические материалы
 - иллюстрации
 - портретные фотографии
 - репортажные фотографии
 - фотосессии
 - и т. д.

Приведём несколько примеров.

Дизайн: одно из принципиальных отличий газет от журналов находится на уровне вёрстки: если в случае журналов статьи чаще всего идут одна за другой, а на одной полосе находится одна статья (в которую входят врезки и т. п.), то в случае газет часто применяется «лоскутная» вёрстка с большим количеством разрывов и одновременным нахождением на одной полосе нескольких статей и заметок (в журналах подобная вёрстка применяется в новостных разделах). Не стоит забывать, что все элементы дизайна и наполнения должны отражать примерные ожидания целевой аудитории – на этой стадии нелишним оказывается проведение социологических опросов. К примеру, для журнала о хип-хоп-культуре могут быть актуальными тяжёлые шрифты, тёмные цвета и чёрно-белые фотографии (стиль превышает функциональность), в то время как для журнала о вязании необходима не перегруженная лишними деталями вёрстка, привычные шрифты, яркие фотографии среднего размера (функциональность превышает стиль).

Текстовые материалы: в ежемесячном журнале «для мужчин» обязательно встретится рубрика про фитнес, в журнале про знаменитостей – большое количество интервью, в журнале про развлечения – большое количество обзоров.

Графические материалы: в ежедневной газете преобладает репортажная фотография, в журнале для автомобилистов – постановочные съёмки автомобилей в движении или макросъёмка деталей.

Обратная связь

Что это: общение с потребителями во всех формах.

Зачем это: собирать информацию о плюсах и минусах издания, поощрять читателей путём публикации их имён и текстов, получать дополнительное информационное наполнение, использовать взгляды, нехарактерные для самой редакции.

Как это: способов установления обратной связи существует несколько: это публикация приглашения писать в редакцию письма (как традиционные, так и электронные), проведение соцопроса на сайте издания или в самом издании, оценка материалов на сайте издания и т. д.

Пример из жизни: многие журналы используют письма читателей для «отлавливания мух» в статьях – внимательные поклонники выискивают фактологические ошибки, на которые не обратили внимания редакторы, а затем издания публикуют извинения.

Заключение

Теперь можно считать, что концепция вашего издания готова! Однако это не значит, что отныне ей нужно следовать так, как будто это Библия. Во-первых, ясно, что отдельные изменения (увеличение цены за номер в связи с инфляцией, новый дизайн рубрик, введение новой авторской колонки, изменение основного шрифта) пусть и могут быть довольно значительными, но совершенно безобидны для концепции, пока они не влияют на круг читателей и цель. С другой стороны, в истории известно немало случаев, когда издание резко меняло свою собственную концепцию (из недавних примеров можно вспомнить, как журнал «Хулиган» из подросткового контркультурного журнала превратился в журнал о «стиле жизни») и оставалось на плаву, не распугивая значительную часть своей бывшей аудитории.

Таким образом, вывод таков: концепции стоит неукоснительно следовать тогда, когда она работает. Если она не работает, а у вас есть возможность изменить что-то к лучшему – действуйте. Но не забудьте составить сначала план действий: практика показывает, что сломать устоявшуюся концепцию издания куда легче, чем изменить её к лучшему.

Редактура текстов

Как уже было сказано выше, при работе с текстом у редактора существуют две основные задачи: **сделать текст более качественным** (не потеряв при этом авторскую мысль и стилистику!), а также **сделать текст адекватным требованиям концепции издания**. Среди побочных задач можно отметить **обучение автора** материала стилистике текста, принятой в издании и воспитание дисциплины и самоконтроля при написании текста.

Естественно, наиболее бросающимися в глаза ошибками являются **орфографические, пунктуационные и грамматические**. Их исправление – задача *не редактора, а корректора*. Это, впрочем, совершенно не значит, что редактор не обязан исправлять в тексте явные подобные ошибки – грамотность должна являться неотъемлемым свойством любого хорошего редактора – но не стоит заострять своё внимание на исправлении именно подобных ошибок. Непосредственно редакторская работа заключается в исправлении ошибок другого рода, список которых представлен ниже.

Фактические ошибки заключаются в искажении информации. Это могут быть имена, даты и события. Стоит отметить, что если речь идёт о событии, для которого существует несколько различных интерпретаций, и автор намеренно ссылается на не являющуюся общепринятой интерпретацию, указывая источник, это не является фактической ошибкой.

Французская революция состоялась в 1879 году. Главные её организаторами являлись Астерикс и Обеликс, разрушившие крепость «Звезда Смерти».

Стилистические ошибки заключаются в использовании несочетающихся с основной стилистикой статьи терминов, выражений и отдельных слов. Например, в написании информационной политической статьи в подавляющем большинстве случаев недопустимо использование разговорной лексики.

Если ты классная девчонка и хочешь затусоваться с лучшими сноубордистами планеты, не забудь верифицировать данные о своём возрасте у одного из представителей правопорядка.

Композиционные ошибки связаны с некорректным взаимным расположением частей статьи. Например, если после фразы, по сути своей являющейся итоговой, автор продолжает повествование, это можно считать грубым нарушением композиции статьи.

Потом все умерли. Начнём мы с того, что Виктор женился.

Логические ошибки связаны с непоследовательностью автора в суждениях или характеристиках.

Весь зал рукоплескал этой малоуспешной премьере.

Съемка видео

Общие советы

1. Всегда, если нет какой-то особой задачи, пользуйтесь штативом. Это удобно.

2. Готовясь к интервью, не надейтесь на общее знание темы, всегда составляйте «вопросник», но старайтесь никогда им не пользоваться на съемке. Обратите внимание, как неприятно выглядит уткнувшийся в бумажку перед очередным вопросом и даже во время ответа интервьюируемого ведущий. Но не менее неприятно смотреть и на человека, косноязычно или с запинками формулирующего вопрос. Кроме того, существует и психологический закон общения, выраженный в краткой бытовой формуле: «Каков вопрос – таков ответ».

3. Иногда полезно отключать (функция в меню) или заклеивать на камере сигнальный светодиод записи: интервью незаметно для героя началось, идет хороший разговор, и вдруг человек видит красный глазок и понимает, что идет запись. Вы и глазом не успеете моргнуть, как его поведение изменится.

4. Никогда не пользуйтесь на съемке камерными спецэффектами – сделать их на компьютере проще и получается точнее, а убрать снятые на камеру уже не возможно.

5. Не увлекайтесь «зумом», а также всякими резкими движениями камеры из стороны в сторону. Это слишком сильные и грубые средства, чтобы растрачивать их попусту (зачем кувалда там, где достаточно отвертки), а действие и динамика в кадре и монтаже обычно гораздо выразительнее динамики камеры.

6. При съемке любых кадров (панорам, наездов-отъездов) старайтесь снять 5-7 секунд без движения камеры и без действия в кадре. Тогда ненужное движение можно будет «вырезать», оставив статичные планы. При монтаже буферы в начале и в конце отрывка помогут гармоничнее сделать переход.

7. Не забывайте о горизонте.

Жанры телепередач

Репортаж

Здесь зритель прощает многое: и микрофон в кадре, и тени, и нестабильный кадр. Только не «переусердствуйте», иначе ощущение ухваченного оперативного события перерастет в ощущение грязи. А как относиться к грязи? Вообще же, снимая репортаж, старайтесь передать атмосферу события. Самые ценные репортажи – заражающие эмоционально, передающие энергетику, динамику и эмоцию события. Самые ценные кадры – те же, плюс самые острые моменты – опоры, сломы событий. Остальное объясните за кадром.

Если снимаете одной камерой сюжет о футбольном матче (или что-нибудь в этом роде) – снимайте детали: ноги с мячом, свистки, голы, падения и орущих зрителей. Вбрасывания мяча и беготня по полю общим планом неинтересны – таких кадров достаточно десятка на репортаж.

В репортаже важна только одна логика – логика развития события от слова к слову. Не важно, что вы часто не можете снять само событие – только его последствия. Если сумеете камерой и монтажом (включая архивы) симитировать его ход, зритель простит вам опоздание. Только не пытайтесь разыгрывать или «художественно» воспроизвести – подставка прочтается сразу и разрушит доверие даже к тому, что вы и вправду сняли. Спецэффекты в репортаже и вообще в информации неуместны – разве что шторка между сюжетами и отбивки блоков. Главное и единственное требование, которое предъявляет зритель к репортажу – увидеть собственными глазами основные фазы события, ощутить его эмоцию.

Очерк

Предполагает, прежде всего, некое авторское осмысление материала. Даже если в его основе лежит репортаж, требования зрителя как к эстетике кадра и монтажа, так и к выстроенности общей концепции возрастают на порядок.

От вас ждут уже не просто показа события, но раскрытия его причин, сюжета развития и последствий, а также, в отличие от репортажа, внятно выраженного авторского отношения. Все эти требования рождают необходимость драматургического построения сюжета, а, значит, приходится задействовать все без исключения его элементы.

Нестабильность кадра, технический брак, невнятный звук и синие лица здесь уже не прощаются. Зрителя не интересуют наши проблемы на съемках и в монтаже. Он знает, что это идет в эфир не через час после съемки, и требует к себе уважения.

Постановочная программа

Требует еще большей тщательности в постановке кадра и предполагает возможность вставок игровых эпизодов либо полностью актерского построения. Здесь на первый план уже выходит оригинальность замысла, содержания и занимательность формы – материал значения практически не имеет. Конечно, совсем забывать о содержании не стоит.

Монтаж

Прежде всего, что такое монтаж? В примитивном смысле – это процесс «сборки» фильма из отдельных элементов – кадров. Но вырезать неудачные места и склеить оставшиеся – еще не значит «смонтировать». Грамотный монтаж, даже в самых простых фильмах, состоящих из одного эпизода, предполагает соблюдение целого набора правил. Правила эти основаны на некоторых физиологических законах восприятия зрительной и звуковой информации. Они выработаны чисто эмпирическим путем на протяжении первых двух-трех десятилетий существования кино и с тех пор не претерпели существенных изменений. В целом, монтаж делается совершенно разный для разных целей и создания различного настроения.

Съемочные планы

Съемочный кадр или план – любой участок исходной видеоленты, с записью от нажатия кнопки RECORD до паузы, следующее нажатие – начинается следующий съемочный кадр.

Монтажный кадр или план – элемент смонтированного видеофильма – то, что осталось от съемочного кадра после того как его «подрезали» и вставили в нужное место.

Определим планы в порядке уменьшения масштаба:

1. **Сверхкрупный план** или **деталь** – кадр, в котором помещается только часть лица (глаза и нос или нос и рот, например), какой-нибудь небольшой предмет или его фрагмент (зажигалка, несколько кнопок на клавиатуре).

2. Крупный план – кадр, в котором голова человека занимает почти все место.
3. Первый средний план – человек по пояс.
4. Второй средний план – человек по колени.
5. Общий – человек в полный рост.
6. Дальний план – человек занимает очень маленькую площадь кадра. (Конечно, в кадре может вообще не быть человека, тогда план соизмеряется с каким-то объектом или героем съемки, например, деревом.)

Приемы монтажа

Монтаж по крупности

Самый распространенный случай монтажа. Это когда нужно смонтировать два изображения одного и того же героя, снятого разными планами (масштабами). Например, вы хотите сначала показать человека в полный рост (общий план), чтобы зритель мог увидеть его костюм, походку, предметы или людей, которые его окружают. Потом вы хотите дать зрителю возможность разглядеть лицо героя, поэтому после общего ставите крупный план, когда лицо занимает почти всю площадь кадра.

Такой стык вряд ли останется незамеченным зрителем. Дело в том, что на общем плане, как правило, черты лица плохо различимы, а на крупном плане выпадают из кадра предметы, окружающие героя. Поэтому зрителю приходится некоторое время после начала крупного плана сопоставлять два изображения и искать связь между ними. Происходит задержка восприятия, зритель не следит за действием, а пытается сообразить, что к чему.

Другой вариант склейки: после поясного плана героя (1-й средний) зритель видит крупный. Сомнений в том, что на обоих кадрах один и тот же человек, не возникает, черты лица на 1-м среднем плане видны отчетливо. Однако и этот стык будет не очень удачным – разница в масштабах изображения столь незначительна, что сознание зрителя может воспринять такой переход как резкий скачок героя с одного места на другое.

Опытным путем было установлено, что наиболее гладко воспринимается стык между планами, находящимися на приведенной выше шкале через один. То есть, общий план монтируется с первым средним и наоборот, второй средний – с крупным, и т. д.

Исключения: крупный план монтируется с деталью, общий план с дальним.

Монтаж по ориентации в пространстве

Предположим, вы снимали концерт какого-то эстрадного певца. Ваше место в зале находилось недалеко от сцены, чуть правее центра. Певец во время выступления в основном смотрел в центр зала. На вашей записи преобладающее направление его взгляда будет справа–налево. В какой-то момент вам захотелось поснимать публику. Вы повернулись направо и включили запись.

Если все так и было, то при монтаже этих кадров вы столкнетесь с серьезной проблемой. Дело в том, что и певец, и публика на этих кадрах смотрят в одну сторону, справа налево. Зрителю, особенно тому, который не был на концерте, придется напрягать извилины, чтобы сориентироваться в пространстве. Проблема бы не возникла, если бы для съемки публики вы повернулись не направо, а налево. Тогда глаза исполнителя и людей в зале имели бы встречное направление, и было бы ясно, кто на кого смотрит.

Простейший случай монтажа по положению объектов в пространстве – монтаж диалога двух персонажей (так называемая «восьмерка»). Если взгляды этих людей будут направлены навстречу, кадры смонтируются, если в одну сторону – нет.

В общем случае правило формулируется так: съемка двух взаимодействующих объектов должна производиться строго по одну сторону от линии их взаимодействия. Линия взаимодействия – это воображаемая линия, проходящая через оба объекта.

Монтаж по направлению движения

Допустим, находясь где-то в незнакомом городе на автобусной экскурсии, вы сняли много красивых кадров во время движения по улицам, снимая как через правое, так и через левое окно. При монтаже у вас обязательно возникнут трудности, связанные с тем, что кадры, снятые через левое и правое окно «не захотят» стоять рядом. У зрителя, да и у вас, неизбежно возникнет ощущение ожидания столкновения, вызванное тем, что на кадре, снятом через левое окно, дома и люди будут пролетать справа налево, а в кадре, снятом через правое окно – наоборот. Зрителю будет казаться, что эти кадры были сняты из автомобилей, движущихся навстречу друг другу.

Чтобы выйти из положения, нужно во время съемки сделать несколько кадров через переднее стекло автобуса. Такие кадры будут монтироваться с любым из предыдущих кадров (разумеется, при соблюдении еще ряда условий, о которых ниже). Кроме того, если

в конце кадра, снимаемого, например, через левое окно, перевести камеру на какой-нибудь неподвижный объект (крупный план человека, сидящего у окна), то следующий кадр смонтируется «без вопросов»).

Это только один из многих возможных случаев монтажа по движению. Если вам придется столкнуться на практике с ситуациями, когда придется монтировать кадры с движущимися объектами, запомните: изменение направления движения объекта на стыке кадров не должно быть больше, чем на 90 градусов. При этом не должна пересекаться вертикальная ось. То есть, если на одном кадре объект движется от нас чуть налево, то в следующем кадре он не должен двигаться направо.

Один из важных выводов, который должен сделать для себя начинающий видеолюбитель – нельзя склеивать горизонтальные панорамы, снятые в разных направлениях. Профессиональные операторы всегда начинают и заканчивают съемку панорам короткими статичными кусками. Это дает возможность монтировать панорамы через небольшую паузу в движении.

Монтаж по фазе движения

Вернемся еще раз к примеру, рассмотренному нами при разборе монтажа по крупности. Если ваш герой во время съемки активно жестикулирует, то, кроме смены крупности плана вам придется учесть еще один фактор – фазу движения. Это значит, что если в конце общего плана человек начал поднимать, левую руку, то в начале среднего плана эта рука также должна подниматься. Иначе изображение на «склеится». Фазу приходится учитывать при монтаже циклически повторяющихся положений объекта. Это может быть идущий человек, велосипедист, вращающий педали, жонглер в цирке и т. п.

Монтаж по фазе движения – очень непростая вещь. В игровом кино многие эпизоды снимают несколько раз не только для того, чтобы иметь несколько дублей одного кадра. Одно и то же действие, как правило, снимается несколько раз планами разной крупности. Монтажер, таким образом, имеет возможность подгонять каждое движение по фазе с точностью до кадрика. В кино кадриком называется одиночная картинка на киноплёнке. В видеомонтаже используется термин frame.

Монтаж по композиции (смещение центра внимания)

Начинающие видеолюбители предпочитают центральную композицию кадра. То есть, располагают главный объект по центру. Такая компоновка кадра очень распространена, и без нее не обойтись ни в кино, ни на телевидении. Однако часто для большей выразительности, а иногда и по необходимости главный объект съемки располагается не по центру кадра. И тогда при монтаже возникает необходимость согласования соседних кадров по композиции. Еще раз вернемся к ситуации, когда нам нужно смонтировать общий и средний план человека. Если на общем плане человек заметно смещен в одну сторону кадра, а на среднем в другую, при просмотре в месте склейки зритель на время потеряет из вида объект из-за резкого смещения центра внимания. Чтобы этого не произошло, во время съемки и при монтаже нужно помнить еще одно правило: смещение центра внимания по горизонтали при переходе от кадра к кадру не должно превышать одной трети ширины экрана. Ситуация, когда может возникнуть резкое смещение центра внимания по вертикали, встречается значительно реже, но и тут действует аналогичное правило.

Монтаж по свету

В практике кино- и видеосъемки часто встречаются случаи, когда при смене положения камеры относительно объекта съемки резко меняется фон, на который проецируется объект. Например, съемка человека, стоящего недалеко от дома. На одном кадре фигура видна на фоне темной стены, в другом – на фоне яркого окна. Даже при соблюдении всех уже рассмотренных нами правил монтажа стык между планами будет очень грубым из-за того, что слишком резко изменится характер освещения. Чтобы этого не произошло, нужно при съемке первого кадра «прихватить» немного окна, а при съемке второго – немного стены. Тогда оба изображения будут тесно связаны между собой общими деталями, и стыковка пройдет гладко. Отсюда следует правило: соседние кадры не должны резко отличаться по тону и характеру освещения. Это относится и к ситуации, когда, например, дальний план снят при солнечном освещении, а общий или средний – при пасмурном. Профессиональные киношники в таких случаях снимают облака в тот момент, когда они закрывают солнце. Такой промежуточный монтажный кадр позволяет перейти от «солнечного» кадра к «пасмурному».

Монтаж по цвету

Рассмотренный выше монтаж по свету является частным случаем монтажа по цвету. Обобщая вывод, сделанный по отношению к тону и характеру освещения объекта, можно легко перейти к следующему правилу: соседние кадры в месте стыка не должны резко отличаться по цвету. Если в новом кадре возникают новые цвета, то они должны занимать не более одной трети площади кадра.

Журналистика
Учебник островного курса

Корректурa

Алексей Веселый, Дарья Донина,
Василий Русанов, Иван Сорокин

Иллюстрации

Алексей Веселый, Виталий Лебедев

Верстка

Алексей Веселый, Василий Русанов, Виталий Лебедев

Печать

Александр Маннин, Илья Слесарев

Москва, 2014. – 62 с.

e-mail: mail.ostrov@gmail.com

Internet: vostrove.ru

Тираж 250 экз.

