

Методическая разработка мастер-класса
«Создание видеорепортажей
как новая форма проектной деятельности»
мастер-класс № 3
цикла мастер-классов «Проектная деятельность с использованием ИКТ»

Автор: Сиволова Татьяна Владимировна

Должность: учитель информатики и ИКТ

Пояснительная записка

Мастер-класс «Создание видеорепортажей как новая форма проектной деятельности» – третий мастер-класс в цикле мастер-классов «Проектная деятельность с использованием ИКТ», предназначенных для поддержки инвариантного модуля «Информационно-коммуникационные технологии в современной школе» дополнительной профессиональной образовательной программы повышения квалификации учителей.

Актуальность мастер-класса связана прежде всего с необходимостью овладения учителями новыми педагогическими техниками и технологиями, повышения ИКТ-компетентности учителей. Учитель в современных условиях должен быть готов к использованию и внедрению ИКТ в проектную урочную и внеурочную деятельность учащихся.

Одним из перспективных направлений использования новых информационно-коммуникационных технологий для проведения обучения, включая дистанционные формы, для организации проектной деятельности учащихся является создание видеороликов. Создание и использование видеороликов в учебном процессе повышает наглядность и мотивацию к обучению.

Кроме того, в последние годы все шире на разных уровнях (от районного до всероссийского) проводятся многочисленные конкурсы и фестивали и педагогов, и школьников, в которых обязательным требованием является создание в каком-либо жанре видеоролика. Из опыта проводимых конкурсов можно сделать вывод, что наиболее сложным для участников оказывается жанр видеорепортажа.

Цель мастер-класса: формирование и развитие у учителей профессиональной компетентности по использованию информационно-коммуникационных технологий в проектной деятельности для получения практически значимого результата в виде видеорепортажа.

Задачи:

- познакомить с основами видеорепортажа;
- быстро освоить новые знания и технологии, повысить профессиональное мастерство;
- мотивировать учителей на развитие творческих способностей обучающихся и проявление инициатив;
- апробировать специальные подходы к обучению в целях включения в образовательный процесс всех обучающихся, в том числе с особыми выдающимися способностями;
- уметь осуществлять рефлексию своей деятельности и уметь организовать ее у обучающихся в процессе учебных занятий;
- повысить уровень организации и результативности преподавания.

Целевая аудитория мастер класса: учителя образовательных учреждений.

Форма проведения: педагогическая мастерская

Методы обучения: интерактивный (рассказ, показ, беседа, практическое выполнение), и исследовательский (умение самостоятельно распределять деятельность работы, выбор действия его способа, свобода творчества).

Требования к материальному обеспечению мастер-класса

Оборудование:

- демонстрационный ПК;
- мультимедийный проектор, экран;
- цифровая видеокамера.

Программное обеспечение:

- Microsoft Office PowerPoint,
- Adobe Premiere;
- мультимедийные презентации и образцы видеоработ.

Ожидаемые результаты:

- повысить профессиональную компетентность по использованию информационно-коммуникационных технологий;
- обогатить практический опыт проектной деятельности использованием видеорепортажей;
- приобрести специальные знания и умения по созданию видеорепортажей;
- уметь правильно подготовить материал для видеорепортажа;
- освоить универсальные инструменты видеорепортажа;
- знать программы для видеомонтажа;
- уметь организовать коллективную работу по созданию видеорепортажа;
- расширить общекультурный и технический кругозор;
- уметь организовать рефлексию.

План мастер-класса:

- I. Вступительное слово. Постановка задачи, мотивация.
- II. Актуализация опорных знаний.
- III. Обучение (сопровождение – презентация с видео фрагментами)
 1. Особенности видеорепортажа.
 2. Кто делает видеорепортаж?
 3. Универсальные инструменты для создания видеорепортажа.
 4. Программное обеспечение видеомонтажа. Видеоряд и значение монтажа
 5. Закадровый текст.
 6. Синхрон.
 7. Журналист в кадре... Зачем?
 8. На что нужно обращать внимание.
- IV. Этап закрепления знаний.
- V. Круглый стол. Рефлексия.

Ход мастер-класса:

Перед началом мероприятия (*пока собираются все участники*) можно продемонстрировать образцы телевизионных репортажей.

I. Вступительное слово

– Здравствуйте, уважаемые участники мастер-класса! Рада видеть вас на занятии.

Разрешите представиться: Татьяна Владимировна Сиволова - учитель информатики ГБОУ школа № 525, координатор Санкт-Петербургского регионального отделения Общероссийской общественной детской организации «Лига юных журналистов» в Московском административном районе Санкт-Петербурга.

Лига организует и проводит для юных журналистов обучающие семинары, мастер-классы, фестивали, форумы школьной прессы, конкурсы издательской деятельности. Начинающие корреспонденты могут получить уникальный опыт работы на пресс-конференциях с известными людьми и профессионалами своего дела, побывать в редакциях городских СМИ и даже пройти в них стажировку. Если вас (ваших учащихся) интересует работа журналиста газеты, радио или телевидения, фотокорреспондента, редактора или верстальщика, то Лига будет вам полезна. Можно обращаться ко мне с вопросами по школьной журналистике по адресу sivtany@mail.ru

Большинство из вас предполагают участвовать в фестивале-конкурсе. Что для вас является наиболее сложным и непонятным? Чтобы вы хотели узнать и чему научиться

сегодня? *(Выслушиваются мнения. Формулируется цель – узнать, как делается видеорепортаж, и как организовать проектную работу по созданию видеорепортажа).*

II. Актуализация знаний (сопровождение – презентация)

Давайте обсудим, что вы знаете о репортаже.

– Что вы знаете о репортаже? *(Репортаж – жанр журналистики, оперативно сообщаемый для печати, радио, телевидения о каком-либо событии, очевидцем или участником которого является корреспондент. Особо отметим последнее обстоятельство, ибо сообщение новостей является целью и других информационных жанров. Но в репортаже на первый план выходит личностное восприятие события, явления, отбор фактов автором репортажа, что не противоречит объективности этого информационного жанра.)*

– В чем сила его воздействия? *(В особой эмоциональности автора, который прямо обращается к читателю, к его чувствам, разуму, говорит о том, что его волнует)*

– Какие виды репортажа вы знаете? *(Фоторепортаж, видеорепортаж, радиорепортаж, газетный (текстовый))*

– Какие события обычно отражаются в репортаже? *(Те события, которые журналист видел сам. В репортаже говорится о динамичных событиях, которые могут быть интересны зрителям или слушателям)*

– Какова цель репортажа? *(Познакомить людей с важными и интересными событиями во всех подробностях, воссоздать полную картину события. Репортер должен так описать событие, чтобы людям показалось, что они все видели своими глазами)*

– Что такое «**эффект присутствия**». Какими средствами он создается? *(В репортаже есть описание места действия, характеристика героев, подробное описание того, что они делают, их диалоги. Репортер говорит о том, что видел сам, описывает свои чувства – в этом проявляется авторское «Я»)*

Вывод: Репортаж пишется с места события, в нем содержатся точные сведения и детали, интересного и познавательного события; в нем с документальной точностью передано все происходящее и выражено авторское отношение к этому.

III. Обучение (сопровождение – презентация с видео фрагментами)

1. Особенности видеорепортажа

В газете и на радио репортер словами «нарисовать» событие, поэтому описательная функция – главная в творческой работе газетного и радиорепортера. Совершенно иначе обстоит дело на телевидении: телекамеры наблюдают саму жизнь; репортер смотрит на событие глазами телезрителя (точнее, телезрители видят события глазами оператора и репортера). А поскольку описательная функция осуществляется камерами, репортеру остаются закадровые пояснения, рассказ о неочевидных обстоятельствах происходящего.

Видеорепортажи можно разделить на событийные, тематические и постановочные. В первом случае речь идет о показе реального события, протекающего независимо от репортера, задача которого – по возможности точно и достаточно подробно проинформировать об этом. В тематическом репортаже автор-журналист подбирает объект показа и происходящие на нем события в соответствии с избранной темой, заданной идеей телевизионного произведения. Наконец, в условно называемом постановочном репортаже журналист откровенно выступает организатором события. Подобная организация может быть интересной и полезной, а может – вредной и непрофессиональной.

Событийный репортаж выполняет информационную функцию, а тематический (проблемный) – чаще всего культурно-просветительскую и социально-педагогическую, исследуя жизнь в различных ее проявлениях.

Репортажи могут быть некомментируемыми и комментируемыми.

Некомментированный репортаж (или трансляция) используется в прямом эфире при показе важнейших событий, где интерес для зрителей представляет все происходящее, без каких бы то ни было исключений. Это могут быть трансляции спортивных состязаний, пресс-конференции государственных деятелей, в которых комментарий сведен до минимума.

В комментированном репортаже активно действующей фигурой наряду с операторами, режиссером, звуковиками становится репортер. Для зрителя именно репортер как очевидец события наиболее осведомлен в том, что происходит по ту сторону экрана. Репортер – это «гид» телезрителя, своим живым, образным словом, всесторонним знанием материала, своим эмоциональным отношением к событию помогающий понять суть экранного действия.

В событийном репортаже определяющим является само событие, последовательность его развития. Слово репортера не организует, не ведет действие, но следует за ним. Работа репортера, ведущего закадровый комментарий, сложна и ответственна. Подготовка к репортажу сводится к сбору предварительных сведений о предстоящем событии, к написанию «заготовок», где были бы и яркий, запоминающийся образ, и остроумная фраза.

Тематический (его называют также «обозрительский», в других случаях «проблемный») репортаж связан чаще всего с показом интересного для зрителей регулярно происходящего действия. Это может быть репортаж с городских улиц и дворов о состоянии пришкольных территорий или спортивных площадок, оборудованных (или не оборудованных) пешеходных переходов у школ, репортаж из музея, из класса школы, из спортивного зала и т. п. Событием в этих случаях можно считать сам приезд телегруппы на объект, сам факт показа будничной жизни широкому зрителю.

Такой репортаж требует основательной сценарной подготовки, определения ключевых моментов действия и последовательности показа. Репортер становится участником действия. Он является одновременно пытливым экскурсантом (на объекте) и отчасти экскурсоводом (для зрителей). Репортаж не должен быть казенным. Хорошего репортера отличает нестандартный взгляд на происходящее, умение подметить в нем интересные для всех подробности.

Наконец, тележурналист может сам смоделировать событие. Этот метод получил название «спровоцированная ситуация». Точнее было бы говорить о ситуации, «спроектированной» журналистом, ведь провокация – вызов к действиям, которые могут повлечь тяжелые последствия для провоцируемого, а в репортаже подобное недопустимо. Предполагается лишь естественная реакция людей на те или иные предлагаемые обстоятельства.

Часто метод сочетается с использованием скрытой камеры. Однажды телевизионные камеры были скрыто установлены неподалеку от строительной площадки. Репортер предупредил зрителей, что сейчас на их глазах произойдет групповое хищение государственного имущества. В это время у штабелей с кирпичом останавливается грузовик, и рабочие в комбинезонах (на самом деле это друзья репортера) начинают грузить стройматериалы в кузов машины. Через некоторое время кто-то из строителей решает все же поинтересоваться, что же происходит. Краткий ответ: «Начальство велело» его вполне удовлетворяет. После этого машина уезжает, а репортер может выйти из своего укрытия и повести нелicenseприятный разговор о сохранности общего добра. Это репортаж постановочный.

К сожалению, телевизионная практика знает и другие постановочные репортажи, когда репортер, не успевший зафиксировать реальное событие, пытается его восстановить. Скажем, корреспондент опоздал на пуск нового сталепрокатного цеха. Только что раскаленные слитки металла впервые пронесли по рольгангам. Опоздавший репортер принимает решение воссоздать ушедший миг. Он просит строителей еще раз пробежать вдоль стана, крича «ура» и подбрасывая в воздух свои каски. А уж какая болванка будет двигаться по рольгангу – первая или двадцать первая – как будто не имеет значения: они не отличаются друг от друга. И все бы хорошо было в репортаже незадачливого корреспондента, если бы ироничные лица и смеющиеся глаза участников этого «спектакля» не выдавали подлог. Такие приемы подрывают доверие к телевидению.

2. Кто делает видеорепортаж?

Для создания видеорепортажа необходимы минимум два человека: журналист и оператор. Обычно же в группе есть еще режиссер и организатор-координатор (один человек может совмещать их функции), который ищет для создания видеорепортажа информацию, договаривается, созванивается с нужными людьми, согласует работу журналиста и оператора, помогает им в процессе съемок.

Любой вид репортажа требует очень тщательной подготовки: необходимо изучить сценарий мероприятия, круг вопросов, которые могут быть затронуты в ходе его, ознакомиться с наиболее важными участниками, их мнениями по затрагиваемым вопросам, продумать вопросы для интервью с участниками и зрителями события и круг интервьюируемых. Необходимо также заранее подготовить техническую аппаратуру, продумать места расположения микрофонов и видеокамер, возможные перемещения корреспондента. Журналист должен подготовить тезисы своего комментария, помнить или иметь под рукой немалый справочный материал. Помогать журналисту призван организатор-координатор группы. Рекомендуется начинающим репортерам написать предполагаемый сценарий видеорепортажа даже если это событийный репортаж (а тем более проблемный). Образец рабочего репортажа творческой группы школы № 525 представлен в приложении к методической разработке.

Оператор должен иметь навыки работы с видеокамерой, уметь выполнить монтаж отснятого материала. Видеомонтаж может делать и специальный (четвертый) человек в творческой группе, хорошо владеющий работой в современной компьютерной программе видеомонтажа.

3. Универсальные инструменты для создания видеорепортажа

Источник видеорепортажа всего один — событие. А вот составных частей — целых четыре:

- **синхрон;**
- **стенд-ап (stand-up);**
- **закадровый текст;**
- **видеоряд.**

Правда, есть еще одна часть — интершум (лайв), — но ее вполне можно считать разновидностью видеоряда.

С помощью этих инструментов вам предстоит складывать видеорепортажи. С их помощью будете показывать события, создавать историю, вызывать у зрителя эмоции и мысли и творить информационный образ.

Кто есть кто?

Синхрон — видеоматериал, в котором используется кусок прямого интервью с участниками сюжета. Название осталось с тех времен, когда новости снимали на киноплёнку. Для интервью приходилось синхронизировать снятое кинокамерой и запись звука на отдельной плёнке. Это называлось «съёмкой на две плёнки» или просто «синхроном». Техника ушла далеко вперед, а термин остался (во всяком случае, в России).

Стенд-ап (stand-up) — видеоматериал, где репортер присутствует в кадре и напрямую комментирует происходящее событие. Этот термин, позаимствованный у англоязычных телевизионщиков, происходит от английского stand up — вставать. И действительно, 95% стендапов репортер делает стоя (за теми редкими исключениями, когда он лежит — под обстрелом — или сидит — в театральном зале). С появлением прямых новостей возник такой вариант стендапа, как флай — прямое включение репортера с места события.

Закадровый текст — текст к видеорепортажу, который произносит за кадром сам репортер, все, что он пишет и вещает в эфире. Термин пришел из кино. Когда в сценариях ставят пометку «З/К», это значит, что данную картинку должен сопровождать тот или иной звук, например музыка. Видеорепортаж перенял «З/К» в качестве важнейшей своей части.

Видеоряд — вся совокупность монтажных планов, которые показывают в видеорепортаже. Все, что сняла на выезде камера телевизионного журналистского комплекса (группы), а потом было смонтировано, считается видеорядом. За исключением стендапа. Видеоряд — оригинальный термин новостей. Кино — один сплошной, неразделимый видеоряд. Но в репортаже видеоряд лишь основа для закадрового текста и слов репортера. Как ни странно, видеоряд только одна из составляющих репортажа, но не сам репортаж.

Кстати, **интершум, или лайв**, — это небольшой кусок видеоряда, который выдается в эфир с естественным звуком, записанным камерой. Понятие «интершум» почерпнуто из той же терминологии кино. Когда требовалось записать звук, например тот, что производит движущийся поезд или ветер, это и был интершум. Живой звук в кадре. Но теперь его чаще называют лайв (от англ. live — живьем).

4. Программное обеспечение видеомонтажа. Видеоряд и значение монтажа

Обзор специального программного обеспечения для видеомонтажа. Adobe Premiere — одна из лучших программ профессионального монтажа.

Хороший монтаж может «вытащить» провальный материал, плохой монтаж — «убьет» самый фееричный сюжет.

Существуют законы монтажа (чередование планов и т.д.), о которых должен знать любой монтажёр. Главное — избегайте слишком долгих планов. Все, что дольше четырех секунд, должно быть оправдано движением в кадре, панорамой или отъездом (наездом) камеры. В то же время, неуместно использование планов, короче двух секунд — получится «мультик». Следите за стыками отдельных частей репортажа (закадров и лайфов с синхронами). Между ними не должно быть больших (около секунды и больше) звуковых пауз-провисов.

5. Закадровый текст

Как писать закадры? Кто-то предпочитает насыщенную речь, инверсии, эпитеты и сравнения. Кому-то ближе скупой, иногда даже примитивно-сухой стиль изложения материала. Это дело вкуса. Важно другое. Внимание к мелочам, деталям, которые фигурируют на видео, снятом оператором. Поиск неочевидных причинно-следственных связей, парадоксов, пусть и незначительных, на первый взгляд.

Первая фраза репортажа должна быть «крючком», на который попадает слушатель, а последняя фраза как бы вбивает последний гвоздь по самую шляпку.

Не стоит говорить о том, чего нет, чего не произошло или что, возможно, произойдет. Этого ведь нет у вас на видео. Что показывать будете? Однако, в то же время, ни в коем случае, нельзя сбиваться на подробный пересказ картинки сюжета. Главное — факты, детали и подводки к лайфам или синхронам. Чтобы все было органично и одно вытекало из другого.

Не стоит писать неоправданно длинных закадров. Три-четыре предложения. Дальше — синхрон или лайф. Чем короче закадры, тем динамичнее сюжет.

Помните о хронометраже. Все, что длиннее четырех минут, как правило, можно ужать до двух с половиной. 2:30 — средний хронометраж информационного видеорепортажа.

Это — не так уж и мало! Не стоит пытаться уместить в репортаж, все, что вы хотите сказать «на тему». Всегда должен быть пласт информации, которую вы не даете в тексте, но имеете в виду.

Также важно оформление текста. Подробно расписывайте титры. Если человек в кадре отвечает на вопрос журналиста, не забудьте в титрах указать, кто это.

6. Синхрон

Синхрон — это высказанная участником события одна законченная мысль, которая имеет начало и конец, целиком умещается в несколько предложений и однозначно проясняет отношение участника к событию и его личную оценку события.

Смысл синхрона вовсе не в том, чтобы кто-то появился в кадре и выдал абстрактную мудрую сентенцию. Синхрон для репортера — это прямое свидетельство героя или

антигероя, которое подтверждает, проясняет и углубляет развитие конфликта в границах выбранной истории. Причем важность этого свидетельства вовсе не в том, что человек в кадре озвучит какие-то цифры или факты. Синхрон нужен для того, чтобы, во-первых, эмоционально объяснить событие, во-вторых, эмоционально прояснить отношение участника к событию и, в-третьих, эмоционально оценить событие. Это правило применимо ко всем появляющимся в кадре лицам, даже официальным и государственным. **В синхроне должна присутствовать не сухая информация, а словесное утверждение эмоционального отношения героя к событию.** Ради этого вы, собственно, и задаете вопрос. Конечно, далеко не все синхроны в видеорепортаже эмоциональны и яркие. Некоторые люди сообщают в кадре скучные сведения. Однако это не означает, что репортер должен давать слово только тем, кто брызжет слюной и рвет на груди тельняшку. Достаточно, чтобы человек в кадре говорил понятным языком, а его СЛОВЕ обнаруживали личную позицию. Сухая информация в синхроне менее важна, чем в живое отношение участника к событию.

Синхрон ≠ интервью

Возможно, вы уже поставили знак равенства между синхроном и интервью. В отношении видеорепортажа это верно лишь отчасти. Если считать интервью способом получения ответов, это правильно. Но в остальном интервью и синхрон — продукты разных технологий. Связано это с практикой телеэфира. Как показывает опыт, «человек с улицы» может содержательно и эмоционально удерживать синхрон 3-5 секунд. Более подготовленный или образованный участник события способен вытянуть синхрон хронометражем 8-12 секунд. Завзятый говорун осилит и 20 секунд. Президенту или другим лицам из первой пятерки государства позволительно говорить до 45 секунд. Правда, в сюжет такие длинные синхроны попадают редко. Так что **обычная длина синхрона лежит в пределах 8-15 секунд.** И что можно сказать за это время? Очень мало и очень много. **Начатая и законченная на одном дыхании одна мысль — умная эмоция.** При этом умную эмоцию для синхрона почти всегда приходится добывать впопыхах, иногда в экстремальных условиях.

Интервью — это подробности, синхрон — только главное, и быстро.

Репортер может задать пять-шесть вопросов, чтобы иметь на выходе нужные один-два синхрона. Синхрон учит вслушиваться в ответы, стараясь уловить нужную фразу.

Репортер охотится за умной эмоцией. Чтобы ее получить, надо всего лишь:

- спрашивать только о событии;
- интересоваться только самым главным в событии;
- ставить вопрос так, чтобы отвечающий поделился впечатлениями о событии;
- знать предмет разговора не хуже самого отвечающего.

Сколько синхронов нужно для видеорепортажа до 3-х минут? Не более четырех синхронов. Если вы решите поставить пять или больше, ваш репортаж превратится в сообщения участников события с короткими подводками между ними.

Насколько синхрон обязателен? Теоретически видеорепортаж может быть и без синхрона. Особенно если это репортаж с места происшествия, аварии, катастрофы. Но настоящий видеорепортаж, о котором мы с вами говорим, без синхрона практически невозможен. Делая видеорепортаж, вы создаете историю, в которой есть герой. А значит, вы обязаны дать ему слово, чтобы его услышали зрители. Точно так же синхроны свидетелей намного повышают доверие к сюжету. Ведь зрителю кажется, что эти совершенно независимые от репортера посторонние люди уж точно говорят правду. Видеорепортаж без синхрона никогда не будет настоящим.

Синхрон записывается на съемке, но всегда рождается на монтаже, когда вы пытаетесь выбрать несколько секунд внятных речей участника события. На монтаже вам, скорее всего, предстоит пройти еще один «круг ада» на пути к качественному синхрону. А все потому, что людей, способных просто и четко сказать синхрон, очень мало. Обычно вы слышите на пленке неразборчивую кашу из запинок, повторений, оборванных мыслей, путаницы. Выделить в этом хаосе синхрон очень трудно, но можно. В этом вам помогут простые

приемы монтажа в специальных компьютерных программах. Отслушайте и найдите синхроны до написания закадрового текста. И тогда вы успешно все смонтируете.

Порой можно столкнуться с обратной ситуацией: человек говорил так ярко, что хочется взять все. Делать этого категорически не рекомендуется. Вы должны отобрать для репортажа только лучшие из лучших. Правильный синхрон — короткий, точный и яркий.

Бывает, что синхрон-подарок преподносит оператор. Когда камера снимает картинку, она одновременно записывает и звук. И потому, отсматривая материал, вы можете вдруг обнаружить потрясающие слова, которые участник события прокричал в камеру. С точки зрения теории это лайв. Но для сюжета просто «подарочный» синхрон. И какая разница, как он называется, если есть результат?

7. Журналист в кадре... Зачем?

Зачем вообще нужен журналист в кадре? Появление журналиста на месте событий делает информацию более понятной и интересной. Репортер как бы влезает внутрь картинки и начинает нам объяснять: «вот здесь на этом месте произошло столкновение машин (или преступление)», «вот здесь в этом саду появилось ни на что не похожее дерево с такими плодами» и т. д. Когда внутри картинки можно подойти и указать на что-то, что-то взять в руки и обратить на это особое внимание зрителя – такую замечательную возможность нельзя упускать.

Журналисты НТВ появляются в кадре только ради того, чтобы сообщить или объяснить нам что-нибудь очень важное прямо на той точке, где находятся. Можно привести множество примеров, когда нам показывают именно этот кусок золота, который в этих местах добывают, именно ту площадку, где недавно упал вертолет... Здесь журналист не является главным, но сообщает нам очень важный факт. Он помогает нам воспринять картинку. А бывает журналист-резонер, журналист-проповедник, который показывает нам свое лицо и рассказывает вещи, которые мы знаем и без него. И в этом случае передача останавливается, ритм сюжета разрушается, и более того журналист вызывает на себя наш гнев.

Представьте себе крупный промышленный город. Сегодня в этом городе произошла авария, и грязные стоки большого завода пошли из трубы прямо в реку, которая была местом купания и отдыха горожан. Две телекомпании, которые конкурируют между собой, посылают девушек-репортеров на срочные съемки. Одна девушка оказывается первой на месте события. Она выбирает такую точку съемок, что труба с грязной жижей оказывается у нее за спиной. Девушка говорит примерно такие слова: «Сегодня в 9 часов утра произошла авария. Отходы такого-то завода попадают прямо в нашу речку. Сейчас уже два часа дня. За это время столько-то кубометров грязи... » И далее идет репортаж о причинах аварии и о том, как идет ликвидация. Другая девушка приезжает на то же место чуть позже. Она знает, что новости конкурирующей телекомпании выйдут раньше, значит, первая информация поступит не от нее. В таком случае ей надо обыграть конкурентку если не в скорости, то в качестве. Она находит старую лодку и объясняет задачу своему оператору. Они отплывают несколько метров от места аварии вниз по реке. Что видят зрители? В лодке сидит репортер. Речка выглядит как обычно. Репортер говорит: «Вы узнали это место? Это наша речка – любимое место отдыха. Сегодня здесь вряд ли можно купаться». Девушка опускает руку в воду, потом вынимает ее. Рука вся черная. Камера показывает крупным планом руку репортера. Далее идет репортаж об аварии и о том, как ее ликвидируют.

Вы, как говорят в Одессе, почувствовали разницу? Первый вариант – это появление в кадре, второй – стендап. Появление в кадре не требует особой выдумки и тщательной сценарной разработки. Важно показать журналиста на месте события для того, чтобы сюжет и информация стали более понятными и интересными для зрителя (часто это бывает важно сделать как можно быстрее). К сожалению, появление в кадре журналистов не всегда оправдано. Многие журналисты любят показать себя. Это опасная болезнь. Если речь идет о конной школе – вот наш журналист уже на лошади. Если героем сюжета становится модный парикмахер – журналисту делают прическу. Если речь идет о криминале – журналист

стреляет по мишени и только потом излагает суть сюжета. Этой болезнью – завышенной самооценкой («смотрите на меня, я вам сейчас все покажу на самом себе, я готов рисковать ради вас жизнью и здоровьем») давно переболело западное и лучшее российское телевидение. Обидно, когда на эти грабли наступает региональное ТВ. Тысячу раз надо спросить себя: «Зачем я нужен в кадре? Что нового получит зритель от моего появления в кадре?» Если у вас нет сомнений, тогда – вперед! Грамотное появление журналиста в кадре – это прежде всего возможность внутри картинки ткнуть указательным пальцем на определенное место: будь то труба, дом, вывеска, котлован, место скопления беспризорников или бомжей (хотя тыкать пальцем в людей я вам не советую). В любом случае альтернативой вашего появления в кадре всегда может стать хорошо снятая оператором важная деталь или образ сюжета. Например, горит свалка. Оператор снял на камеру гору отбросов и дым, уходящий за горизонт. Мы видим, как работают пожарные. Видим бомжей, которые стараются спасти свои норы, прорытые внутри свалки. Но вот в кадре появляется журналист, который, присев на корточки, показывает нам, что бывает дым без огня. Свалка тлеет, как тлеет уголь или торф. Специальной палкой журналист делает воронку вглубь, и после этих объяснений мы по-другому воспринимаем картинку в целом.

Задача журналиста, появляющегося в кадре, – это необходимость все объяснить: коротко, точно и максимально наглядно.

Удачный стенд-ап – это обязательно кульминация материала, появление журналиста в кадре в тот момент, когда требуется предельно обострить какую-то деталь или погрузиться в проблему, приоткрыть ее с другой, еще не заявленной в сюжете стороны. При этом законы композиции позволяют начинать сюжет с кульминации – если того требует обстановка.

Стенд-ап должен предельно актуализировать то, о чем идет речь в видеорепортаже. Различаются три вида стенд-апов: в статике, в динамике (или как это часто называют – «проходка») и комбинированный (сложносочиненный стенд-ап). В первом случае – ключевую роль играет фон, на котором пишется стенд-ап.

Допустимы отъезд или наезд камеры, панорамы (если это ложится на контекст того, о чем говорит журналист в кадре). Не лучший вариант – закрывать часть стенд-апа на монтаже другим планом – это создает ощущение незаконченности и непродуманности.

Записывая стенд-ап-«проходку», важно помнить, что движение в кадре должно быть оправданным. Просто «тупо ходьба» – выглядит глупо и неуместно. Обязательно нужно двигаться от чего-то к чему-то. Следите за жестикуляцией!

Комбинированный стенд-ап – это стенд-ап, который состоит из склеенных частей, снятых с разных точек. Иногда украшает сюжет, иногда создает ощущение «искусственности» и избыточности пребывания журналиста в кадре. Должно получиться так, чтобы планы стенд-апа отличались по крупности и органично ложились друг на друга при монтаже. Допустимы выход или вход из кадра (в кадр) в местах склейки.

8. НА ЧТО НУЖНО ОБРАЩАТЬ ВНИМАНИЕ

1. ЗВУК. Помимо картинки, в стенд-апе очень важен звук. Обращайте внимание, где вы будете записываться, в шумных местах старайтесь не писаться, пишете всегда на микрофон.

2. Стенд-ап существует для того, чтобы показать наглядно еще раз, привлечь внимание зрителя не к вашей персоне, а к тому, о чем вы рассказываете. Если вы снимаете сражение, то, конечно, лучше взять общий план, панорамный и, например, с каким-нибудь наездом – укрупнением, в зависимости от текста.

3. Никогда не находите в центре по кадру и не обвиняйте в этом оператора, лучше объясните ему вашу задумку или обсудите заранее, как вы видите тот или иной стенд-ап.

4. Больше движения в кадре. Не будьте говорящей головой.

5. Следите за своим внешним видом, вы должны быть опрятны. Аккуратность никогда вас не должна покидать, вы всегда должны об этом помнить. Никаких ярких вещей, деталей. Никаких перчаток. Старайтесь писаться в расстегнутой куртке, пальто, вы должны быть открыты зрителю.

IV. Этап закрепления знаний

Предлагается каждому участнику мастерской побывать в роли корреспондента и сделать собственный стенд-ап для видеорепортажа о мастер-классе.

Пока помощники мастера переписывают отснятые стендапы с видеокамеры на компьютер и готовят их к демонстрации, ведущий мастерской демонстрирует один или несколько видеорепортажей и комментирует их, отмечая все достоинства и недостатки.

V. Круглый стол

Всеобщий просмотр отснятых стенд-апов с помощью проектора.

Обсуждается и анализируется каждый СТЕНД: его «плюсы» и «минусы».

Каждый участник высказывает, что он узнал для себя, над чем дальше будет работать.

Подведение итогов мероприятия, выводы.

Список используемой литературы

1. Даринская Л. А. Технологии педагогического мастерства. Учебно-методическое пособие. – СПб.: НОУ «Экспресс», 2009. – 116 с.
2. Пивчук Е. А. Надпредметное обучение в условиях современной школы. Учебно-методическое пособие для учителей./ Под ред. А. В. Тряпицына. – СПб.: Изд-во РГПУ им. А.И.Герцена, 2008. – 165 с.
3. Кузнецов Г.В. Так работают журналисты ТВ Учебное пособие. М.: Издательство Московского университета 2004. <http://www.textfighter.org/text7/18.php>
4. Телевизионная журналистика. 4-е издание. Издательство Московского университета «ВЫСШАЯ ШКОЛА» 2002 <http://www.textfighter.org/text6/23.php>
5. Сергей Кривошеев Быстрый монтаж простого фильма в Adobe Premiere. 2011 <http://www.svcd.ru/docs/articles/edit/adobe.php>

Список используемых видеоматериалов

1. Видеорепортаж Вероники Ефременко «Как сделать видеорепортаж». Октябрь 2012 <http://www.youtube.com/watch?v=S4QxpMuaKqo>
2. Видеорепортаж «Открытие состоится». Заочный тур XIV всероссийского конкурса «Издательская деятельность в школе». Декабрь 2011 <http://youtu.be/LHwKaQgzGzo>
3. Видеорепортаж «Парк Победы». 7 октября 2011 <http://youtu.be/eMZMv-HG-HE>
4. Видеорепортаж «Формула успеха». Апрель 2011 <http://youtu.be/yyJipDqyHY8>
5. Видеорепортаж «Письма ветеранам». Заочный тур XIII всероссийского конкурса «Издательская деятельность в школе». Январь 2011 <http://youtu.be/vpjIaazJUbc>
6. Видеорепортаж «Если не Вы – не будет Невы!». Январь 2009 <http://youtu.be/EdzH-dKuvW4>
7. Видеорепортаж «Школьная велопарковка: утопия или реальность?». Февраль 2007 <http://youtu.be/iIl8We7-eZ0>
8. Видеорепортаж «Царскосельский Форум школьный прессы-2006». Очный тур всероссийского конкурса. Март 2006 http://youtu.be/LzY_BspJHM8

Фотографии мастер-класса 06 марта 2013 года

