

PUSZTAI VIRÁG
A televíziós műsorgyártás és műsorszerkesztés
gyakorlati alapjai

PUSZTAI VIRÁG

**A televíziós műsorgyártás
és műsorszerkesztés
gyakorlati alapjai**



SZEGEDI
EGYETEMI
KIADÓ



Szegedi Egyetemi Kiadó
Juhász Gyula Felsőoktatási Kiadó
Szeged, 2017

Szakmai lektor:
Sári Zsuzsanna

Szakmai tanácsadó:
Szél Zsolt

© *Pusztai Virág*, 2017

ISBN 978-615-5455-70-4

Kiadó:
Szegedi Egyetemi Kiadó
Juhász Gyula Felsőoktatási Kiadó
Felelős kiadó: Annus Gábor

A borító *Józsa Zsolt* fotójának felhasználásával készült.

Készült:
Innovariant Nyomdaipari Kft., Algyő
Felelős vezető: Drágán György
www.innovariant.hu
<https://www.facebook.com/Innovariant>

Tartalom

<i>Előszó</i>	7
I. A televíziós műsorgyártás alapjai	
I.1. A televízió műsorstruktúrájának kialakítása	13
I.2. A stúdió és a szerkesztőség kialakítása, felszerelése	20
I.3. A televízió személyzeti struktúrája. Ki kicsoda a televíziónál? ..	26
I.4. A televíziós munkát segítő dokumentumok	42
II. Mozgóképes alapfogalmak a televíziózásban	
II.1. A képkomponálás alapfogalmai	53
II.2. Kameraállások, kameramozgások	62
II.3. A televíziós vágás alapfogalmai	70
III. A televíziós műsorszerkesztés kiindulópontjai	
III.1. Információszerzési módszerek és források	77
III.2. Az információs hálózat kiépítése	81
III.3. A témaválasztás kritériumai	85
III.4. A háttérinformációk összegyűjtése, a háttéranyagok összeállítása	90
IV. A televíziós műsorszerkesztés folyamata és a szerkesztői munka alapjai	
IV.1. Hogyan lesz az információból televíziós anyag?	95
IV.2. A televíziós dramaturgia és a szerkesztett televíziós anyag felépítése	101
IV.3. A hangharapás-technika és a megfelelő interjúrészletek kiválasztása	110
IV.4. A narráció szerepe és megírása	117
IV.5. A felkonferáló szövegek megírása	122

V. A riporter és a műsorvezetői munka, valamint a képernyős szereplés alapjai

V.1. A riporter és a műsorvezetői munka hasonlóságai és különbségei	127
V.2. A riporter feladatai, megjelenése, magatartása	133
V.3. A műsorvezető és a hírolvasó külső megjelenése	136
V.4. A nyilvános megszólalás alapjai, a műsorvezető testtartása és arcjátéka	140
V.5. A műsorvezető beszédmódja, beszédstílusa	143

VI. Műsorkészítés a gyakorlatban, televíziós forgatások, műsorok, helyzetek

VI.1. A híradós anyagok elkészülése	151
VI.2. Forgatás a sajtótájékoztatón	157
VI.3. A magazinműsorok és riportok kihívásai	161
VI.4. Az eseményrögzítés és az eseményközvetítés. Az élő adás	165
VI.5. A stúdióbeszélgetések felvétele	169

<i>Felhasznált irodalom</i>	175
-----------------------------------	-----

Előszó

Ahogy szerte a világban, úgy Magyarországon is folyamatosan gyarapszik a sajtóorgánumok száma. Az internetes oldalak, nyomtatott újságok és rádiócsatornák egyre bővülő kínálata mellett újabb és újabb televíziócsatornák válnak elérhetővé. Nem csoda, ha egyre nagyobb az érdeklődés a médiával, tömegkommunikációval kapcsolatos szakmák, azon belül is a mozgóképgyártáshoz és a televíziózáshoz kötődő munkakörök iránt. Ezzel párhuzamosan nő az e területekkel összefüggő végzettséget kínáló képzések száma. Fontos lenne azonban, hogy a mennyiség ne menjen a minőség rovására, vagyis az általános szakmai színvonal minél magasabb maradjon. Mindannyiunk érdeke, hogy megfelelően felkészített szakemberek dolgozzanak a média különböző területein, hiszen munkájuk minősége kihat a közgondolkodásra, a közérkölcökre és a közizlésre egyaránt.

A kommunikáció-, azon belül a médiatudomány – a média hétköznapokban betöltött egyre növekvő szerepe miatt – ma népszerű és dinamikusan fejlődő terület. Újabb és újabb kutatások, elméletek születnek a média működési mechanizmusaival, szociológiai és pszichológiai hatásaival, társadalmat átalakító jelentőségével kapcsolatban. De mi a helyzet az alkalmazott médiatudománnyal? Újságírói vagy fotós és videós kézikönyvek még viszonylag szép számmal elérhetők a könyvesboltok és a könyvtárak kínálatában hazai és külföldi szerzők tollából egyaránt. A (nem fikciós) mozgóképes tartalomszerkesztés és a televíziós műsorkészítés gyakorlatával kapcsolatban azonban már jóval szerényebb mennyiségű szakirodalom lát napvilágot. Alig akad olyan kiadvány, amely a mindennapi televíziós munka világában megfelelően elkalauzolná a kezdő tévéseket – főleg, ha azoknak nem a nagy, globális vagy országos csatornák valamelyikénél, hanem például egy-egy kisebb helyi vagy regionális csatornánál kell megállniuk a helyüket.

Magyar nyelvű, a televíziós műsorszerkesztéshez támpontokat adó gyakorlati kézikönyvekből különösen nagy hiány tapasztalható. E hiány mögött ott lappang az a súlyos probléma, hogy a hazai televíziós szakmának nincsenek általánosan használt, letisztult, pontos fogalmai. Ahány televízió, annyiféle műsorgyártási folyamat, struktúra, szerkesztési iskola és módszer. Más és más szavakat használnak az eszközök, a műsorelemek, a folyamatok megjelölésére. Hivatalos szakkifejezések nincsenek, a televíziós szleng pedig sokrétű és szerzteágazó. Vagyis ahány ház, annyi szokás... Közös nyelv hiányában a szakmai párbeszéd is szükségszerűen hiányos. Felmerül a kérdés: hogyan adja át a tudását egy szerkesztő, ha az ő fejében is káosz van a kifejezések értelmezése körül?

De nem csupán a szakmai fogalomrendszer hiánya miatt nehéz általános szabályokat és irányelveket meghatározni a televízióműsor-gyártás és -szerkesztés területén. A másik ok az, hogy a terület állandó változásban van. Ami néhány éve megcáfolhatatlan állításnak tűnt, az ma már nem biztos, hogy megállja a helyét, és amit ma kijelentünk, annak jövőre talán már az ellenkezője lesz igaz. Napjainkra az elnevezés – *televíziós műsorkészítés* – is kezd problémássá válni, hiszen azok a műsortartalmak, amelyeket korábban kifejezetten a televízió-képernyőre szántak, ma a világháló segítségével a számítógépek, táblagépek, okostelefonok képernyőin is megjelennek. A mozgóképes anyagok lassan nagyobb nézettségre tarthatnak számat a videómegosztó-portálokon, mint a televíziócsatornák műsorkínálatában. Minden, magára valamit adó televíziócsatornának van webes felülete és közösségi oldala, amelyre nemcsak a sugárzott műsorait tölti fel, hanem különféle kiegészítő tartalmakat is. Talán az „*audiovizuális műsortartalom-készítés*” megnevezés pontosabb lenne, ám nehéz elképzelni, hogy egy ilyen összetett kifejezés beivódjon a köztudatba. A hagyományos televíziózás az adatbázis-szerűen böngészhető tartalomtárak irányába látszik elmozdulni, de hogy ez az átalakulás pontosan milyen rendszereket eredményez majd, és meddig használjuk még egyáltalán a „televízió” kifejezést, az nehezen jósolható meg. A technikai fejlődés mindenesetre szédületes iramot diktál, melylyel párhuzamosan változnak a befogadói igények is. Így aztán nagyon nehéz mindenki által betartható szakmai szabályokat, irányelveket lefektetni.

A gyakorlati támpontok felállítását a célok tisztázatlansága is nehezíti. Egy műsor elkészítésének módszerét és eszközeit meghatározza az, hogy mi vele a szándék. Magas nézettség elérése és anyagi haszon? Szórakoztatás? Közszolgálat, tájékoztatás, ismeretterjesztés? Értékkörzés és dokumentálás? Netán nevelés és közízlés-formálás? Sajnos gyakori, hogy a szerkesztők, operatőrök és vágók úgy esnek neki a televíziós műsortartalmak elkészítésének, hogy nem gondolják végig, mi vezeti a kezüket. Sőt, sokan úgy választják e magas presztízsunek gondolt és divatosnak is nevezhető szakmák valamelyikét, hogy nem gondolkodnak el azon, vajon milyen célokat szeretnének szolgálni vele. Márpedig ahol nincs tudatosság, ott profizmus sincs. Ahhoz, hogy a szakmai színvonal ne induljon hanyatlásnak, olyan televíziós szakembereknek kell a munkaerőpiacra lépni, akik tudják, hogy miért dolgoznak, és átérzik a munkájukkal járó felelősséget. Akik nem csupán a feletteseiknek vagy az interjúalanyaiknak szeretnének megfelelni, de azt sem tévesztik szem elől, hogy a nézők érdekei mit kívánnak meg.

Ezek után joggal merül fel a kérdés: van értelme a televíziós műsorgyártás és műsorszerkesztés gyakorlatának fogalmait, szakkifejezéseit, irányelveit, szabályait, kategóriáit lefektetni és elsajátítani? Jelen jegyzet készítője hiszi, hogy igen. Ahhoz, hogy a televízió a szórakoztató funkció mellett a

jövőben is megtarthassa tájékoztató, ismeretterjesztő funkcióját, hogy gyarapíthassa a megfelelő információk birtokában felelős döntésekre képes, tehát a demokráciára alkalmas és érett állampolgárok számát, szükség van kiindulópontokra.

A fent felsorolt nehézségekből következik, hogy ezen jegyzet nem vállalkozhat örökérvényű kategóriák, definíciók, rendszerek felállítására. A benne foglaltak akár néhány év alatt elévülhetnek. Nem azzal a céllal íródott, hogy lefektesse, hogyan kell működnie ideális esetben a televíziós műsorgyártásnak és műsorszerkesztésnek, csupán arra vállalkozik, hogy képet adjon arról, a kétezres évek első évtizedeiben milyen alapvető ismeretekre van szükség az általános, hazai gyakorlat során. Azon belül is elsősorban az információs és ismeretterjesztő műsorokkal foglalkozik. A szórakoztató- és showműsorok, a vetélkedők, a különleges szervezési igényű szuperprodukciók, a licenz műsorok, valamint a tévéjátékok és fikciós tévésorozatok gyártása nem, illetve csak érintőlegesen képezi tárgyát a jegyzetnek. Fő célja az, hogy bemutassa a szerkesztett-vágott televíziós anyagok elkészülési folyamatát, e folyamat feltételeit, szereplőit, eszközeit. Támponkat kíván adni egy-egy híradós, illetve magazinműsorba készülő bejátszás, televíziós riport, ismeretterjesztő anyag elkészítéséhez, a mindennapi televíziós munkához.

A jegyzet kiindulópontjait személyes tapasztalatok adták, készítője közel másfél évtizedet töltött el a televíziózásban mint szerkesztő-riporter, műsorvezető és felelős szerkesztő. A szerző igyekezett minél több kollégát megkérdezni a bevett metódusokról, a szakkifejezések tartalmáról és használatáról, és kísérletet tesz ezeknek a rendszerbe foglalására. Természetesen így is fennáll a lehetősége, hogy vannak olyan műsorszerkesztőségek, amelyekben egészen más metódusok mentén és más elvárásokkal folyik a munka. Feltételezhető az is, hogy bizonyos folyamatokat máshol egészen más elnevezéssel illetnek. A jegyzet egyes fejezetei épp ezért nem tekinthetők lezártak, a felhozott témákhoz bizonyára még sokan sok mindent hozzá tudnának tenni. A szerző azonban reméli, hogy összeállításával – ha csekély mértékben is, de – hozzájárulhat az oly hiányos hazai televíziós szakmai párbeszédhez vagy akár vitához.

I.

A televíziós műsorgyártás alapjai

I.1. A televízió műsorstruktúrájának kialakítása

I.1.1. A TELEVÍZIÓMŰSOROKKAL KAPCSOLATOS ALAPFOGALMAK

A hagyományos (nem videótár alapú) televíziózásban kulcsfogalomnak számítanak az olyan kifejezések, mint a műsoridő, a műsorsáv, a műsorstruktúra, hiszen a nézettséget nem csupán az határozza meg, hogy egy-egy műsor-elem mennyire tartalmaz vagy szórakoztató. Legalább ennyire fontos, hogy mikor kerül adásba, mennyire harangozzák be, hogyan, milyen más műsor-elemek között találják. Ezért mielőtt az egyes műsorelemek elkészítésének körülményeit és hozzávalóit vesszük sorra, tekintsük át a közegükkel kapcsolatos fogalmakat!

Műsoridő

A médiatörvény műsoridőnek nevezi a médiaszolgáltatásban – valamely meghatározott időszak folyamán – folyamatosan közzétett műsorszámok együttes időtartamát.¹ Arról az időtartamról van tehát szó, amelyet egy televízió a programszolgáltatásra fordíthat. Napi hossza az adó jellegétől és válalásaitól függ. A műsoridő a tévétársaságok egyik legfontosabb tulajdona.²

Műsorsáv

A műsoridőt tagoló időszavokat nevezzük műsorsávoknak. A legtöbb potenciális nézőt jelentő, kiemelt sávot főműsoridőnek (angolul prime time) vagy főműsorsávnak is nevezik. E tagolás a kereskedelmi televíziócsatornák életében különösen nagy jelentőséggel bír, hiszen a kitüntetett napszakok műsorsávjaiban a hirdetők számára magasabb reklámtarifákat szabhatnak. Minél nézetesebb egy műsorsáv, a műsorstruktúra összeállítói igyekeznek annál érdekesebb tartalmakkal megtölteni.

Műsorstruktúra

Műsorstruktúra alatt többnyire azt értjük, hogy egy adott televízió milyen műsorokból milyen egymásutánban építi fel napi programkínálatát. A műsorstruktúra kialakítását a **műsorpoltika** határozza meg, vagyis az, hogy milyen vezérelvek mentén, milyen célok érdekében kívánunk építkezni.

A műsorstruktúra tervezése sokszor hónapokkal, néha évekkel is megelőzheti az adásba kerülés időpontját, hiszen a műsorok legyártásához idő

¹ 2010. évi CLXXXV. törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról.
http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=A1000185.TV (letöltés ideje: 2015.02.15.)

² *Film- és médiafogalmak kiesszótára*. Korona kiadó, Budapest, 2002. 277. old.

kell. A műsorstruktúrát befolyásolja a hatályos médiatörvény (például nem mindegy, milyen korosztálynak szánt műsor mikor sugározható), a hazai és a külföldi médiapiac változásai, a kereslet és kínálat alakulása, illetve számos, be nem tervezhető elem.

Megjegyzés: Gyakran okoz kommunikációs zavart, hogy sok helyen a műsorstruktúra kialakítását is a „műsorszerkesztés” kifejezéssel illetik. Jelen jegyzet műsorszerkesztés alatt az egyes műsorok, illetve az egyes televíziós anyagok tartalmi összeállítását, az elektronikus újságírói tevékenységet érti. Azt a folyamatot, amely alapján eldől, hogy az egyes műsorok milyen ütemezés szerint, mikor és milyen más műsorok előtt/után kerülnek adásba, a fogalmi zavarok elkerülése érdekében inkább így nevezi: a műsorstruktúra kialakítása.

I.1.2. A MŰSORSÁVOK ÉS A MŰSORSTRUKTÚRA VISZONYA

A televíziós műsorsávok kialakítása, behatárolása országoként és televízióként különböző lehet. Néhány óras eltérésekkel azonban többnyire a következőképpen állapítják meg a sávokat:

- Reggeli műsorsáv (általában 6–9 óráig)
- Délelőtti műsorsáv (kb. 9–12 óráig)
- Délutáni műsorsáv (kb. 12–16 óráig)
- Koraesti műsorsáv (kb. 16–19 óráig)
- Főműsoridő vagy főműsorsáv (kb. 19–22 óráig)

Az általános profilú televízióknál a reggeli sáv preferált műsortípusa a magazinműsor vagy a gyermekprogram, a délelőtti és a délutáni időszakokban a sorozatok jelenléte dominál, a koraeste a vetélkedőké, a főműsoridő pedig általában a hírműsor és egy nagyjátékfilm kombinációjára épül.³ (Bár napjainkban az esti film helyét sokszor valamilyen szórakoztató műsor, tehetségkutató vagy show veszi át.)

I.1.3. A MŰSORSTRUKTÚRA KIALAKÍTÁSA

A műsorstruktúra jellege nagyban függ attól, hogy milyen profilú, mekkora vételkörzettel bíró televízióról van szó. Amikor kialakítják egy televíziócsatorna műsorkínálatát és műsorainak egymásutánját, többek között az alábbi **szempontokat** érdemes figyelembe venni:

³ *Film- és médiafogalmak kieszótára.* Korona kiadó, Budapest, 2002. 278. old.

Célközönség

Mindenekelőtt tisztázni kell, hogy kiknek szeretnénk műsort készíteni, mely rétegeket szeretnénk megcélozni. Ha nemcsak egy jól meghatározható korosztály, társadalmi réteg, azonos érdeklődési körű emberek csoportja, hanem egy-egy város vagy ország lakosságának egésze a választott célközönségünk, akkor azt kell meghatározni, vajon mely rétegek mely időszakokban és milyen műsorokkal szólíthatók meg sikeresen.

Célkítűzések, küldetés, arculat

Minden televízió meg kell hogy fogalmazza önmaga számára a saját küldetését: milyen célkítűzésekkel kíván műsort készíteni? A média hagyományos funkciói közül (tájékoztatás, ismeretterjesztés, szórakoztatás, fórum biztosítása a társadalmi párbeszédhez, dokumentálás és archiválás, szocializációs funkció, kultúrákövetítés) melyeket szeretné ellátni? Milyen értékeket kíván közvetíteni? Milyen mértékben szeretne közszolgálati funkciókat ellátni? Mennyire fontos számára a rövid távú nyereség? A műsorstruktúrát csak határozott célkítűzések és kiforrott arculat birtokában, maximális tudatossággal lehet igazán jól kialakítani.

Rendelkezésre álló anyagi források

Egy televízió indulásakor el kell dönteni, hogy napi szinten mennyi műsoridő kitöltésére vállalkozhat. A vállalt műsoridőt kitölthetjük olcsóbb és drágább gyártású műsorokkal.

Fontos felmérni, hogy pénzügyi keretünkbe milyen típusú műsorok gyártása fér bele. (A legtöbb pénz általában a hirdók vagy a speciális szórakoztatóműsorok készítése emészti fel, a legolcsóbban pedig az egyszerű stúdióbeszélgetésekkel lehet kitölteni a műsoridőt.) A televíziók mögött álló jogi személyek által leggyakrabban igénybe vett forrástípusok a következők:

- Állami, illetve önkormányzati támogatások
- Különböző állami, európai uniós és egyéb pályázati források
- Befektetett magántőke
- Reklámbevételek
- Szponzorok műsortámogatásai

Különösen a kis helyi televíziók számára döntő jelentőségű, hogy figyeljék a pályázatokat. Noha nem ideális, sok esetben mégis érdemes lehet a pályázati lehetőségekhez hangolni a műsorstruktúrát.

Munkatársak száma, hozzáértése, szakterülete

Az anyagi lehetőségek megszabják, mennyi alkalmazottja és bedolgozó munkatársa lehet a televíziónak. A műsorstruktúrát úgy kell kialakítanunk,

hogy azt a humán erőforrás képes legyen biztonsággal ellátni, vagyis olyan műsorokat érdemes készíteni, amelyekhez elegendő szakember áll rendelkezésre. Kevés kínosabb dolog képzelhető el egy televíziónál, mint amikor a munkatársak túlterheltsége miatt a műsorok nem készülnek el időre, vagy nincs kapacitás tartalék anyagokat készíteni.

Ha különleges rétegműsorokat, szakújságírói munkát igénylő magazino-
kat szeretnénk készíteni, előbb meg kell vizsgálni, vannak-e olyan kollégák,
akik értenek az adott területhez. Ha pedig a technikai megvalósítást illetően
vannak speciális igényeink, szintén fel kell mérni, vannak-e olyan munka-
társak, aki képesek a különleges feladatok ellátására. Ha nincsenek, tobo-
rozni kell megfelelő munkaerőt, vagy le kell tenni az ilyen műsorok gyártá-
sáról.

Külső és belső gyártás, vásárolt, cserélt műsorok

Azok a műsorok, amelyeket egy-egy televíziócsatorna műsorkínálatában
láthatunk, különféle forrásokból származhatnak. A műsorstruktúrát a követ-
kező módokon beszerzett elemekből lehet felépíteni:

- Belső gyártással készült műsorok
- Külső gyártó megbízásával készült műsorok
- Készen vásárolt műsorok
- Csere útján kapott műsorok
- Térítésmentesen rendelkezésre bocsátott műsorok

Televízióként változó, hogy a műsoridő mekkora hányadát töltik ki saját
gyártású műsorokkal. Az ún. belső gyártású műsorokat a televízió közvetlen
munkatársai készítik, általában a cég saját infrastruktúrájával. Az ún. külső
gyártású műsorok pedig úgy születnek, hogy az egyes szerkesztőségek ve-
zetősége cégeket, partnerszervezeteket bíz meg azzal, hogy készítsenek el a
számukra egy-egy műsorelemet vagy sorozatot. Az így leszerződöttetett alváll-
alkozók általában saját infrastruktúrájukkal és technikájukkal vagy bérelt
eszközökkel dolgoznak. A televízió igényeinek megfelelő műsorok meg-
rendelése mellett azonban az is gyakori, hogy kész műsorokat vásárolnak
meg (sokszor többféle műsort tartalmazó csomagok formájában), alkalmaz-
kodva a kínálathoz.

A kisebb, helyi televíziók gyakorta cserélnek műsort egymás között, így
gazdagítva műsorralettájukat. Ha vételkörzeteik nem fedik egymást, a cse-
rével minkét orgánus ingyenesen jut olyan műsorhoz, amely a nézőtáboruk
számára új.

Előfordulhat az is, hogy a különféle pályázatok keretében megvalósított,
szponzorok által támogatott vagy közhasznú, közérdekű információkat tar-
talmazó mozgóképes tartalmakat a készítőik/készíttetőik ellenszolgáltatás
nélkül ajánlják fel vetítésre a televízióknak.

A vásárolt, kapott, cserélt műsorok sok esetben kevésbé tudnak lépést tartani az eseményekkel, többnyire nincs aktualitásuk. Ezért is nevezik őket „*konzerv*” műsoroknak, mert „elállnak”, nem veszítik értéküket az idő múlásával.

Ki mikor nézi a tévét?

Miután eldöntöttük, milyen típusú műsorokat szeretnénk vetíteni, azt is meg kell határoznunk, hogy ezek milyen gyakorisággal, mely napokon, milyen idősávokban kerüljenek adásba. Ehhez tudni kell, mely időszakokban nézik legtöbben a csatornát. A magas költségvetésű, a csatorna számára leginkább fontos, sok érdeklődőre számot tartó műsorokat célszerű a legnézettebb idősávokban vetíteni.

Tekintettel kell lennünk a különféle korosztályokra és társadalmi rétegekre, át kell gondolni, hogy a dolgozó korosztálynak, a nyugdíjasoknak vagy éppen a gyerekeknek mely időpontokban van lehetőségük televízió elé ülni, hisz érdemes ehhez igazítani a kínálatot. Azt, hogy melyik műsort milyen idősávban lehet vetíteni, a *korhatár-besorolások* is meghatározzák! A piktogramos és szöveges jelölésű osztályozási rendszer tartalmuk szerint különféle csoportokba sorolja a tévéműsorokat azzal a céllal, hogy tájékoztatást adjon a gyermekek és fiatalok szellemi fejlődésére veszélyes vagy káros tartalmakról. E besorolási rendszert⁴ valamennyi televíziótársaság munkatársainak ismerniük kell, és figyelembe kell venniük a műsorstruktúra kialakításánál.

Műsorok egymáshoz viszonyított elrendezése

Nem mindegy, hogy műsoraink milyen sorrendben követik egymást. Célszerű úgy felépíteni a műsorstruktúrát, hogy a néző minél tovább ott maradjon a képernyő előtt. Az egymástól nagyon különböző, teljesen más jellegű műsorok egymás után szerkesztése általában nem szerencsés, mert gyengíti egymás hatását. A kitüntetett műsorainkat érdemes olyan műsorral felvezetni, amely szintén érdekes lehet a célközönségnek. Sok hasonló profilú műsort egymás után vetíteni szintén nem célszerű, hiszen a néző megunja az adott témát. A sorrend meghatározása tehát számos tényezőtől függ, nagy szakértelmet, tapasztalatot kíván.

⁴ A korhatár-besorolásra vonatkozó aktuális információk az NMHH hivatalos honlapján érhetők el. Innen letölthető a megjelölések feltételeiről és a kategóriák feltüntetésének módjáról szóló kézikönyv is: http://nmhh.hu/dokumentum/3729/guide_korhatar_rendelet.pdf (letöltés ideje: 2016.03.10.)

A konkurencia műsorai

A nagy televíziótársaságok rendszerint elemzik a konkurens csatornák műsorkínálatát, hogy könnyebben megtalálhassák azokat a módszereket, amelyekkel nézettségben fölérjék kerekedhetnek. Gyakori, hogy egy adó ugyanabban a műsorsávban ugyanolyan jellegű műsort tesz adásba, mint a konkurencia – természetesen csak akkor, ha úgy érzi, az övét többen fogják nézni. Ha félő, hogy a konkurencia műsora lesz nézettebb, akkor inkább másik időpontban vetíti hasonló műsorát, abban bízva, hogy sokan lesznek, akik megnézik mindkettőt... Magyarországon ez a vetélkedés főleg az országosan fogható kereskedelmi csatornákra jellemző, de a konkurenciát egyetlen televízió sem hagyhatja teljesen figyelmen kívül.

I.1.4. TELEVÍZIÓS MŰSORTÍPUSOK

A műsorstruktúrában különféle műfajú televízióműsorok kapnak helyet attól függően, hogy a csatorna milyen profilú. Hagyományosan az alábbi műsorszortípus-kategóriákat szokták felállítani:

- Információs műsorok
- Kulturális és oktatóműsorok
- Gyermekműsorok
- Sportműsorok
- Szórakoztató műsorok
- Promóciós műsorok
- Filmműsorok⁵

A hagyományos kategorizálás azonban napjaink műsorkínálatára egyre nehezebben húzható rá, hiszen folyamatosan születnek új típusú műsorok, mások pedig eltűnnek vagy összeolvadnak.

I.1.5. AZ ÚJMÉDIA ÉS A MŰSORSTRUKTÚRA

„Mint látjuk, a televízió tevékeny: az internetet jól ismerő hadvezérekkel folytatja a képernyők csatáját”⁶ – írta 2008-ban Miskolczi Csaba producer, médiaszakember, aki érzékletes láttelepet adott a hagyományos televíziózást háttérbe szorító új technológiákról és a médiaipar útkereszteződéséről.

Az újmédia korszakának beköszöntével már nyilvánvalónak tűnik, hogy a hagyományos értelemben vett televíziózást részben felváltja az adatbázis-szerűen, videotárként működő mozgókép-források igénybevétele. Jócskán

⁵ Így kategorizálja a műsorszortípusokat Horvát János *Televíziós ismeretek* c. könyvében. Média Hungária Kiadó, 2000. 48. old.

⁶ Miskolczi Csaba: *Képernyők (h)arca. Tudósítás Digitániából, a televízió, az internet és a mobil világból*. HVG Kiadó Zrt., Budapest, 2008. 161. old.

benne vagyunk abban az időszakban, amit a „képernyők egybefonódásának” koraként emlegetnek, vagyis tévéműsört már nem csak a tévéképernyőkön nézünk. Az okostelefonok, tabletek világában felnövő fiatalok egyre kevésbé hajlandók a műsoridőhöz alkalmazkodni, úgy alakítani a mindennapjaikat, hogy adott időben a képernyők elé telepedhessenek, és megnézzék a kiválasztott műsört. Ők már azt igénylik, hogy a mozgóképes tartalmakat bármikor, bárhol, bármin megnyithassák, elindíthassák és megállíthassák, előre- vagy hátra lépegethessenek benne.

A kétezres évek második évtizedében még csak találgatni lehet, hogy a hagyományos „adás” teljesen eltűnik-e, átadva a helyét a fenti módszernek, vagy párhuzamosan megmarad az igény a lineáris mozgóképfolyamra. Napjainkban sokan párhuzamosan használják a kettőt, vagyis reggel bekapcsolják a televíziót, melynek adásai a napi teendőik háttérét adják (azaz *háttértelevíziózást* folytatnak), és közben a különféle egyéb készülékeiken böngésznek a videó-megosztó csatornákon, közösségi oldalakon fellelhető tartalmak között. Annyi azonban bizonyos, hogy a *főműsoridő* már nem hat annyira varázsszóként, mint egy-két évtizeddel korábban. A bőséges kínálat miatt nehéz egy-egy műsorral olyan kimagasló nézettségi adatokat produkálni, mint például a '90-es években. A főműsoridő reklámblokkjai is veszítenek értékükből, hiszen a cégeknek, szolgáltatóknak az újmédia révén számos más lehetőségük is adódik arra, hogy célközönségüket elérjék.

Azoknak a szakembereknek tehát, akik napjainkban a televíziók műsorstruktúrájának kialakításáért felelnek, figyelembe kell venniük a folyamatosan változó nézői igényeket és szokásokat, illetve számolniuk kell a folyamatos átalakulással.

I.2. A stúdió és a szerkesztőség kialakítása, felszerelése

I.2.1. ALAPVETŐ TECHNIKAI ESZKÖZÖK

Amikor egy új televízió elindul, be kell szerezni a megfelelő technikai eszközöket. Az egyes műsorgyártók eszközparkjainak összetétele és értéke között óriási különbségek lehetnek, mindenki az anyagi lehetőségei és a kitűzött célok függvényében szerelkezik fel. Egy kisebb, általános profilú, helyi televízió mindennapos munkájához (híradó és magazinműsorok készítéséhez, eseményrögzítésekhez) minimálisan az alábbi technikai eszközök szükségesek:

- ✓ Kamerák (kamkorder, DSLR)
- ✓ Állványok (kamerastatívok, mikrofon- és lámpaállványok)
- ✓ Mikrofonok (riportermikrofonok, csiptetős mikrofonok, iránymikrofonok)
- ✓ Lámpák (fejlámpák, led tablók, halogén tablók vagy spotlámpák igény szerint)
- ✓ Rögzítő tárhelyek (kazetták, memóriakártyák, winchesterek)
- ✓ Kábelek (hang-, video-, áram- és adatkábelek)
- ✓ Keverőpultok (kép, hang és fény keveréséhez)
- ✓ Kameramozgató eszközök (slider, steadycam, krán igény és lehetőség szerint)
- ✓ Táskák a kameráknak, állványoknak, egyéb felszerelésnek a biztonságos hordozhatóságért és tárolásért
- ✓ Számítógépek, laptopok és tartozékaik, megfelelő (ún. színhelyes) monitorokkal
- ✓ Szoftverek (vágáshoz, utómunkához, szövegszerkesztéshez, DVD-íráshoz stb.)
- ✓ Vágóprogram, utómunka szoftverek – természetesen jogtisztta hozzáféréssel

I.2.2. KIALAKÍTANDÓ TEREK

A több milliós nézőközönségre számot tartó televíziók szerkesztőségei és stúdiói általában hatalmas épületet vagy épületeket foglalnak el, amelyekben számos kisebb-nagyobb helyiséget alakítanak ki. Am ezúttal is vizsgáljuk meg a minimális igényeket! Egy kisebb helyi televízió elindításakor az alábbi helyiségekre van szükség mindenképpen:

- ✓ Hangszigetelt stúdiótér, ahol a műsorok felvétele zajlik.
- ✓ Narrátorfülke vagy egy megfelelő hely a stúdióon belül, ahol az összekötőszövegek felmondása történik.
- ✓ Szerkesztőség, ahol a szerkesztők anyagot gyűjthetnek a forgatáshoz, szkriptelhetnek, elkészíthetik a szerkesztői munkalapokat, adminisztrálhatnak stb.
- ✓ Helyiségek a vágói munkához – több kisebb helyiség jobban megfelel a célnak, hiszen ha a szerkesztő és a vágó együtt dolgozik, akkor nehezen kivitelezhető, hogy mindketten fülhallgatót használjanak, és közben egymással is kommunikáljanak. Ha több munkaállomáson zajlik vágás ugyanabban a térben, akkor a kiszűrődő hangok miatt zavarják egymás munkáját.
- ✓ Vendégek és partnerek fogadására alkalmas terület, tárgyaló.
- ✓ Öltöző és mellékhelyiségek, ahol a vendégek és a műsorvezető felkészülhetnek a képernyős szereplésre, ahol frizurájuk és sminkjük elkészülhet.
- ✓ Iroda a vezetőség, a gazdasági és marketinges munkatársak számára.

I.2.3. ALAPVETŐ BERENDEZÉSI TÁRGYAK ÉS EGYÉB HOZZÁVALÓK

Ha rendelkezésre állnak a megfelelő terek, meg kell tölteni azokat berendezési tárgyakkal és egyéb olyan eszközökkel, amelyek elengedhetetlenek a mindennapi munkához. A szerkesztőség alapvető berendezési tárgyai közé tartoznak a munkaasztalok, székek, polcok, szekrények. Szükség lesz irodaszerekre, takarítóeszközökre, valamint szerszámkészletre is a díszletépítéshez és a kisebb technikai problémák megoldásához.

A szerkesztők munkájához olyan számítógépekre, esetleg laptopokra van szükség, amelyekeken megtekinthető a nyersanyag, lehet rajtuk szkriptelni és megfelelő szövegszerkesztővel munkalapot írni. A háttéranyagok, adásmenetek, munkalapok kinyomtatásához kellő számú nyomtató is szükséges.

A szerkesztői és gyártásvezetői munkának alapfeltétele a telefon. A gyors internethozzáférés nemcsak az információszerezés miatt fontos, hanem az anyagok mozgatása, továbbítása, webes feltöltése miatt is.

Fontos, hogy valahol egy televíziókészülék is helyet kapjon, amelyen folyamatosan kontrollálható, hogy az adással minden rendben van-e.

Egy induló televíziósnak mindenképpen szüksége van egy vagy több gépkocsira, hiszen a stábok és a felszerelés mobilizálhatósága alapvető fontosságú. Gondoskodni kell a parkolási lehetőségről és az üzemanyagról is.

I.2.4. STÚDIÓTÉR ÉS DÍSZLETEK

Ha a televíziónak van egy vagy több hangszigetelt stúdióttere, azokat megfelelően be kell rendezni. A stúdiótér mennyezetére célszerű tartószerkezeteket, rudakat, síneket erősíteni, amelyekre fel lehet szerelni a lámpákat és a lelógó díszletelemeket. A stúdiók berendezését az ott rögzítendő műsorok témája, hangulata, arculata és igényei határozzák meg.

A nagy költségvetésű produkciók számára saját stúdiót terveznek és építenek, fix berendezéssel. Kisebb televízióknál azonban célszerű úgy kialakítani a stúdiót, hogy a díszletelemek könnyen variálhatók legyenek, többféle műsort is fel lehessen venni közöttük.

Megjegyzés: Sok televízió törekszik arra, hogy stúdiójuk otthonos hangulatot árásson, a díszletek lakásbelsőre, bebútorozott nappaliszobára emlékeztessenek. Vannak azonban olyan díszlettervezők is, akik szerint felesleges úgy tenni, mintha a stúdió egy otthon lenne, hiszen nem az! Ők inkább azt javasolják, hogy a stúdiót olyan vizuális elemekkel, objektumokkal rendezzük be, amelyek egyértelművé teszik, hogy a műsor egy stúdiótérben zajlik (tehát nem próbálják becsapni a nézőt), ám mégis látványosak, esztétikusak, és harmonikus képi összhatást eredményeznek.

A helyi vagy regionális televíziók stúdiójába általában az alábbi, alapvető díszletelemeket célszerű beszerezni:

- ✓ Pult és hozzá tartozó székek a hírműsorok felkonferálószovegeinek felvételéhez, hírháttér beszélgetések lebonyolításához.
- ✓ Fotelek, kanapék, asztalkák, melyek segítségével hangulatos közeg teremthető a magazinműsorok beszélgetéseihez.
- ✓ Mozgatható és sokféleképpen összerakható panelek, molinók, falak, paravánok, polcok a hátterek kialakításához.
- ✓ Dekorációs eszközök, tálak, vázák, kaspók stb.
- ✓ Szőnyegek, párnák, textíliák.

Virtuális stúdió, bluebox technika

Magyarországon a kétezres évek első évtizedében vált jellemzővé, hogy a tévéstúdiót nem valódi díszletekkel rendezték be, hanem bluebox (vagy greenbox) technika segítségével egy virtuális közeget alakítottak ki a műsorvezető és vendégei számára. E technika lényege, hogy a szereplők egy élénk kékre (vagy élénkzöldre) festett falú térben helyezkednek el. A felvételen a kék színű (vagy egyéb, kulcsként megadott színű) felület digitális utómunkával tetszőleges képre cserélhető. (Azért alkalmazzák többnyire a kéket vagy a zöldet, mert ezek ütnek el leginkább az emberi arcon, bőron, hajon látható színektől.) Ám ahhoz, hogy a bluebox technikával készült hát-

térnek ne legyen olyan hatása, mint a korai számítógépes játékoknak, a háttérképet vagy háttéranimációt nagyon professzionális módon kell megtervezni – és így már nem feltétlenül olcsóbb vagy egyszerűbb, mint az épített díszlet. Így a kezdeti fellángolás után a magazinműsorok többsége visszatért az épített díszlethez, a hírműsorokban pedig a valós és a virtuális térelemek észszerű kombinálása vált uralkodóvá.

Megjegyzés: Ha mégis a virtuális stúdió mellett teszi le a voksát egy televízió vezetője, ahhoz komoly beruházásra, megfelelő szoftverekre és szakemberekre lesz szükség. Ügyelni kell például arra, hogy a virtuális stúdió elemeit mindig megfelelő perspektívából lássa a néző. „A kamerának mindig látnia kell a stúdió háttérfüggönyére festett vonalháló-rendszert. Ennek a kékszínű háttéren lévő, sötét- és világoskék vonalakból álló rácsrendszer képének perspektivikus torzulásához számolja ki a rendszer a virtuális elő- és háttértek elhelyezkedését és méretét.”⁷ Az sem mindegy, hogy a szereplők milyen megvilágítást kapnak a felvétel során: a rosszul elhelyezett lámpák miatt az arcokon olyan árnyékok jelenhetnek meg, amelyek a virtuális közegben természetellenesnek tűnnek. Nem véletlen, hogy a mozifilmek esetében egész csapatok hónapokig dolgoznak egy-egy ilyen képsor hitelesre formálásán.

I.2.5. A BERENDEZÉS ÉS A TECHNIKA BESZERZÉSÉNEK SZEMPONTJAI

Az előző pontokban részletezett listák természetesen számtalan eszközzel és berendezési tárggyal bővíthetők attól függően, hogy milyenek a televízió anyagi lehetőségei és célkitűzései. A berendezés és a technikai felszerelés összeállításakor az alábbi szempontokat érdemes átgondolni, figyelembe venni:

Költségvetési lehetőségek

A beszerzések megindítása előtt mindenképpen meg kell határozni a költségvetési keretet. Nemcsak az éppen rendelkezésre álló összeg lényeges, de az is, hogy mennyi időre kell az adott keretből felszerelni a televíziót, mikor számíthatunk újabb olyan forrásra, amelyből megújíthatjuk, frissíthetjük a felszerelésünket. Fontos, hogy tudjuk, mennyi ideig kell kitaratniuk a megvásárolt eszközöknek.

Érdemes fontossági sorrendet felállítani a beszerzendő eszközök között, és a vásárlást a legszükségesebbekkel kezdeni. Célszerű folyamatosan fi-

⁷ Borbás Tamás: *A videokép*. In: Vagyóczky Tibor (szerk.): *Kézikönyv film & tv alkotóknak*. Magyar Operatőrök Társasága (HSC), 2009. 194. old.

gyelni a beszerzésre, a technikai felszerelés bővítésére irányuló pályázati lehetőségeket.

Megfontolandó, hogy bizonyos eszközökből célszerű-e használtat vásárolni. Ezekhez jóval olcsóbban lehet hozzájutni, viszont nem mindig jár hozzájuk garancia, a technika változása miatt pedig gondolni kell a gyors elavulásra.

A műsorstruktúra szolgálata

A berendezés, felszerelés összeállításánál szem előtt kell tartani, milyen típusú műsorok gyártása a cél. Ha például sok stúdióbeszélgetést tervezünk, érdemes a kis televízióknak is fix rendszert kiépíteni hozzá. Ha pedig az eseményrögzítés a stúdió fő profilja, fel kell készülni a kitelepülésekre. Ha nem jellemzőek a több kamerás felvételek, inkább az egyes stáboknak kiadható forgató-szettek fejlesztésére érdemes hangsúlyt fektetni. A díszletek kialakításához feltétlenül figyelembe kell vennünk a műsorok arculatát, célközönségét, szokásos menetét.

A televízió munkatársainak száma, feladatköre

A berendezés, a munkaállomások összeállításánál be kell kalkulálni, hogy hány belső és hány külső munkatárs, gyakornok van, nekik milyen a beosztásuk, ki mit csinál. Át kell gondolni, hogy egyszerre hányan tartózkodnak a területen, mennyire fontos biztosítani a párhuzamos munkára való lehetőséget. Fontos a megfelelő számú munkaállomás kialakítása a szerkesztésre, vágásra szolgáló helyiségekben, ne ezek hiánya legyen a munka gördülékenységének akadálya.

Érdemes (bár nem elengedhetetlen) számításba venni azt, hogy milyen technikai berendezésekhez, milyen számítógépes programokhoz (pl. vágó-szoftver) értenek a kollégák. Ha ilyenekkel szereljük fel a stúdiót, elkerülhetjük a betanításukkal járó procedúrát.

Kompatibilitás, a technika változása

Fontos hosszú távon gondolkodni: tisztázzuk, milyen irányban szeretnénk majd fejleszteni a technikát! Ehhez tisztában kell lenni azzal, merre mutatnak a fejlődési tendenciák, milyen technikai újítások bevezetése várható a mozgóképgyártó eszközök piacán. Célszerű elgondolkodni olyan kérdéseken, hogy milyen hordozókra szeretnénk rögzíteni, milyen formátumban, milyen felbontásban szeretnénk adást készíteni – és ezekhez a döntésekhez igazítani a rendszerünket. Ha a technikai eszközök között minden mindenrel kompatibilis, akkor elkerülhető a káosz, időt és energiát takarítunk meg.

Egyéb

A beszerzések előtt célszerű konzultálni a kollégákkal – szerkesztőkkel, operatőrökkel, vágókkal –, akik nap mint nap használni fogják a tárgyakat, eszközöket. A nagy és drága berendezési tárgyak, felszerelések mellett gondoljunk az olyan „apróságokra” is, mint a memóriakártyák, a lámpákba való izzók vagy a mikroportokhoz tartozó elemek, hiszen ezek hiánya megbénítja a munkát.

Mindig vegyük figyelembe, hogy a televíziós technika, a nézői elvárások és az üzleti környezet rendkívül dinamikusan változik. Napjainkban alapvető fontosságú, hogy egy-egy televíziócsatorna lépést tudjon tartani ezekkel a változásokkal.

I.3. A televízió személyzeti struktúrája. Ki kicsoda a televíziónál?

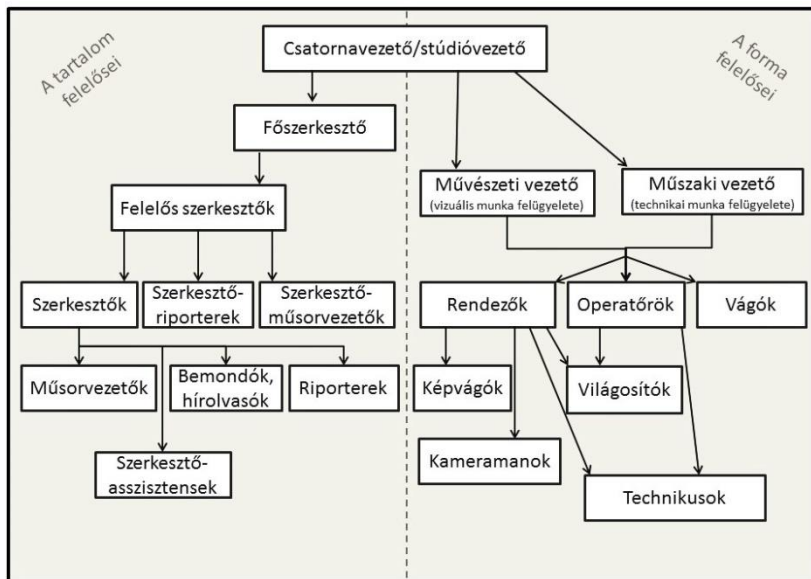
A televíziók személyzeti struktúrája általában hierarchikus felépítésű. Ez természetesen nem jelenti azt, hogy a hierarchia alsóbb fokain állóknak ne lehetnének jó és megvalósítandó ötletei, ám fontos, hogy mindenki tudja, mikor hol a helye, mit várnak tőle, kinek az utasításait és útmutatásait kell követnie. A televíziózás akut szituációk egymásutánjából áll, sokszor nincs idő az indoklásokra, hiszen adott időre adást kell produkálni.

A televíziós műsorkészítés mindemellett csapatmunka is: ha az operatőr és a riporter vagy éppen a szerkesztő és a vágó nem tudnak ráhangolódni egymás elképzeléseire és nem tudnak közös célokért dolgozni, akkor a munkavégzés aligha járhat sikerrel. Fontos a folyamatos konzultáció és ötletelés. A csapatmunka ugyanakkor azt is feltételezi, hogy a csapat minden tagja pontosan tudja, hogy mi a dolga, és milyen felelősség nyugszik a vállán. Az egy helyben toporgás, a határozatlanság, a felelősség áthárításának megkísérlése azonnal megakasztja a munkafolyamatokat. Ha például a szerkesztő nem készül el időben a szkripteléssel, azzal megvárakoztatja a vágót, így csúszik a többi anyag vágása, ami a veszéllyel jár, hogy az adás nem készül el időben, vagy a többi kollégának kell megfeszített munkával kompenzálnia a csúszást. A hanyagul vagy megkésve elvégzett munkával tehát a saját munkatársainkat hozzuk nehéz helyzetbe.

Az egyes televíziók személyzeti struktúrája nagyon eltérő lehet. Függetlenül attól, hogy milyen profilú, költségvetésű és területi lefedettségű televízióról van szó. Az országos televíziók gyakran több főszerkesztőségre oszlanak (pl. hírműsorok főszerkesztősége, szórakoztató műsorok főszerkesztősége, kulturális műsorok főszerkesztősége stb.), és mindegyik ilyen egy-egy kis piramist alkot a teljes személyzeti struktúrában belül. A helyi televízióknál viszont előfordulhat, hogy a feladatok összeolvadnak, egy-egy ember több funkciót is ellát.

Akár országos, akár helyi televízióról van szó, az ott dolgozó munkatársakat alapvetően két nagyobb csoportba lehet sorolni aszerint, hogy a verbális tartalomért vagy a tartalom képi megjelenítéséért, azaz a formába öntésért felelősek-e. E két csoport munkaköréi meglehetősen eltérő kompetenciákat igényelnek. A verbális tartalom felelőseinek munkája inkább a bölcseszett területéhez kapcsolódik, „humán” műveltség, tájékozottság szükséges hozzá, és elengedhetetlen, hogy mind írásban, mind élőszóban választékosan fejezzék ki magukat. Ez az ág erős rokonságot mutat a klasszikus újságírással, és nem áll messze az irodalomtól sem. A formáért, a képi kifejezésért felelős munkakörök képviselőinek viszont elsősorban műszaki és in-

formatikai kompetenciákkal, technikai érzékkel kell rendelkezniük, és persze fontos a vizuális művészetekben való jártasság, a szépérzék, az arányérzék, a ritmusérzék. Ám e két, merőben eltérőnek tűnő terület között is vannak átfedések, vannak olyan munkakörök, amelyek a kettő közötti összekötő kapcsot jelentik.



Lehetetlen vállalkozás olyan organogramot készíteni, amely valamennyi televízió személyzeti struktúrájára ráhúzható, hiszen mindegyik más és más. Az ábra tehát rugalmasan értelmezendő, célja csupán annyi, hogy a televíziós szakma valamely munkakörébe készülők nagyjából átlássák, hogy a gépzetben milyen szerepet töltenek be az egyes posztokon lévő személyek. Az ábra után olvasható leírásokból ki fog derülni, hogy a kép azért ennél árnyaltabb, és valójában minden feladatkör kapcsolódik minden másikhoz.

I.3.1. A TELEVÍZIÓK VEZETŐSÉGE

Csatornavezető, stúdióvezető, intendáns

A több csatornát is magukban foglaló, nagy médiabirodalmak vagy közszolgálati médiaszervezetek élén állhat egyetlen személy: a vezérigazgató, de az sem ritka, hogy több fős testület végzi az irányítást. Ilyen esetben az egyes csatornák élére felügyelőt, azaz intendánst neveznek ki.

Ha szerényebb keretek között működő, egy csatornás televízióról beszélünk, akkor az élen álló személyt csatornavezetőnek, csatornaigazgatónak vagy stúdióvezetőnek nevezik. Őt a tulajdonos nevezi ki, így ő a tulajdonosi kör érdekeit képviseli a televíziónál. Megszabja a fő irányokat, meghatározza a célokat, dönt a kardinális kérdésekben. Ügyel arra, hogy a televízió létrehozói/működtetői által kitűzött célok megvalósuljanak. Ha közszolgálati televízió élére kerül, akkor munkájával egy egész település, régió vagy ország nézőközönségét kell hogy szolgálja. Nem ritka, hogy a stúdióvezető egyúttal főszerkesztő is.

I.3.2. A TARTALOM FELELŐSEI

E csoport azokat a televíziós munkaköröket foglalja magában, amelyeknek ellátói az információkat, üzeneteket szavakba öntik, megfogalmazzák, strukturálják, rendszerezik, szerkezetbe foglalják, előadják. Az ő munkájukon múlik, hogy a televízió milyen verbális tartalmakat, értékeket közvetít a nézők felé. Természetesen ők sem hagyhatják figyelmen kívül, hogy a televízió az audiovizuális média kategóriájába tartozik, és igen sok múlik a látványvilágon. A vizuális élmény megteremtése ugyan nem közvetlenül az ő feladatuk, de annak létrehozásáért együtt kell működniük az erre hivatott szakemberekkel.

A főszerkesztő

A kisebb, regionális tévéknél általában egy főszerkesztő van, de nagyobb, országos csatornáknál előfordul, hogy külön főszerkesztősége van például a hírműsoroknak, a kulturális műsoroknak, a szórakoztató műsoroknak stb. Ilyen esetben értelemszerűen minden főszerkesztőség élén van egy-egy főszerkesztő.

Ideális esetben a főszerkesztő jelentős szakmai tapasztalattal és tekintéllyel rendelkező televíziós újságíró, akinek a személye garanciát jelent arra, hogy az illetékességi körébe tartozó műsorok megfelelnek a szakmai elvárásoknak.

A főszerkesztő általában csak bizonyos mértékig vesz részt a mindennapi szerkesztőségi munkában. Megadja az irányt, elbírálja a műsorkoncepciókat, eldönti, hogy milyen jellegű tartalmak kerülhetnek be az adásba, a televízió mivel foglalkozzon kiemelten a rendelkezésre álló kínálatból – de ennél mélyebben ritkán nyúl bele a műsorkészítés folyamatába. Nem kísérheti figyelemmel valamennyi műsor valamennyi adásának pontos tartalmát (hiszen akkor egész nap a képernyő előtt kellene ülnie), azok meghatározását legfőbb bizalmasaira, a felelős szerkesztőkre bízta.

A felelős szerkesztő

Minden műsornak vagy televíziós projektnek van kijelölt felelős szerkesztője, akit általában a főszerkesztő nevez ki. A felelős szerkesztő irányítja a műsorába anyagokat készítő szerkesztők napi munkáját.

A felelős szerkesztőt nem véletlenül hívják éppen így. Ő felel azért, hogy a műsor tartalma minden szempontból kifogástalan legyen, vagy hogy az adott projekt (pl. egy alkalmi műsorfolyam vagy egy több helyszínen bevonásával készülő élő közvetítés) nívós és értékes legyen. Ha a hatóságok vagy bárki más szakmai hibákat, burkolt reklámot, félrevezető információt, részrehajlást észlel a műsorban, a felelős szerkesztőnek kell tartania a hátát. Ha komolyabb hibát követ el, ő az, akinek elsőként távoznia kell a televíziótól.

A televíziózásban a felelős szerkesztő a legfőbb „kapuőr”.⁸ Ő találja ki és tervezi meg, hogy a műsora egy-egy adásában milyen témák kerüljenek terítékre. Ebben segítségére vannak a szerkesztői által összegyűjtött témajavaslatok. A feldolgozásra méltónak talált témákat kiosztja a szerkesztői között, megfogalmazza számukra az elvárásait. Felügyeli a szerkesztők munkáját, a bejátszások, beszélgetések elkészülését. Vágás előtt átolvassa, korrektúrázza a szerkesztői munkalapokat. A narrációkat többnyire csak akkor vehetik fel, ha a szöveget a felelős szerkesztő már jóváhagyta. Az elkészült anyagokat, majd a teljes, összerakott adást is megnézi, szükség esetén javítást kér a szerkesztőktől, vágóktól.

Egy-egy tematikus műsor felelős szerkesztője általában nagy szakmai tapasztalattal és tekintéllyel rendelkező televíziós újságíró, aki jártas abban a témában, amelyre a műsor épül. A híradók, hírműsorok felelős szerkesztői például naprakészen ismerik a legfontosabb hazai és külföldi politikai, gazdasági, kulturális eseményeket, közszereplőket. Napi gyártású műsorok vagy a naponta többször jelentkező híradó élén gyakran több felelős szerkesztő váltja egymást. Nem napi műsorok esetében a tervezést, ütemezést, felügyeletet egy állandó felelős szerkesztő is el tudja látni.

Noha a szerkesztőségi rangsorban a felelős szerkesztő a főszerkesztő beosztottja, a mindennapi munkában inkább ő a „főnök”. Az egyes műsorok készítői a főszerkesztővel viszonylag ritkán találkoznak, a felelős szerkesztők számonkérő tekintetét azonban folyamatosan magukon érzik, felé folyamatosan elszámolással tartoznak.

⁸ Közismert kommunikációelméleti fogalom, amelyet David Manning White alkalmazott a médiára: a kapuőr (*gatekeeper*) az a személy, aki eldönti, hogy a beérkező információk közül melyeket engedje tovább a nyilvánosság színterére, és melyeket tartja vissza.

A televíziós műsorszerkesztő

A főszerkesztők egy egész médiumért (vagy annak egy műsorcsoportjáért), a felelős szerkesztők egy-egy műsorért, műsorblokkért, a szerkesztők pedig egy-egy műsorelemért, anyagért, bejátszásért tartoznak elszámolással.

A szerkesztők munkáját a felelős szerkesztő koordinálja. Témajavaslatokat tárhatnak a felelős szerkesztő elé, aki az adott témát – ha szüksége van rá a műsorához – megrendelheti tőlük. Miután a felelős szerkesztő jóváhagyta választott témájukat, vagy kaptak tőle másik, feldolgozandó témát, felettesük kéréseit figyelembe véve önállóan megtervezik az anyag elkészítését. Kitalálják, hogyan épül majd fel a bejátszás, milyen szerkezeti építőköveket kívánnak használni benne, kivel készüljön interjú. Felveszik a kapcsolatot az érintettekkel, és leszervezik a forgatást. Ha a riporter teendőket nem ők maguk végzik, akkor a kezük alá dolgozó riporternek kiadják a forgatási instrukciókat, majd a riporter által leforgatott nyersanyagból megszerkesztik az anyagot.

A szerkesztői munka legfőbb tükre az ún. szerkesztői munkalap vagy „szkript”, amelyen szerepelnek a bevágandó interjúrészletek, a megfogalmazott narrációk, azaz összekötő szövegek és számos egyéb információ. Mielőtt a narrátorszöveget felvennék és megkezdenék a vágást, ezt a munkalapot jóvá kell hagyatni a felelős szerkesztővel.

A szerkesztők figyelemmel kísérik a vágás folyamatát, ha szükséges, közben korrigálnak a munkalapon. Megnézik és ellenőrzik a kész, vágott anyagot, majd bemutatják azt a felelős szerkesztőnek.

A jó szerkesztő tájékozott, jó a lényeglátó és összefüggés-teremtő képessége. A nyelvtanilag és stilisztikailag helyes fogalmazás alapfeltétel. Nem véletlenül nevezik a szerkesztőket gyakran televíziós újságíróknak, hiszen a szakma rokonságot mutat az írott sajtóban való ténykedéssel. A kellőképp tág szókincs és a fogalmazás könnyedsége itt is elengedhetetlen.

Kívánatos a helyes hangsúlyozás és a szép kiejtés is, hiszen a híradós és a magazinokba készülő anyagok narrációit általában maguk a szerkesztők vagy a riporterek mondják fel. (Előfordulhat ugyan, hogy valaki kiváló szerkesztő, de nem tudja megfelelően felolvasni a saját szövegét – ilyen esetben külön narrátort kell alkalmazni, ami sokszor hátráltatja a munka gördülékenységét.)

A riporter

A riporterek „terepen” dolgoznak, ők járnak ki a forgatási helyszínekre. Interjút készítenek a szerkesztő által megadott témában, felteszik a szerkesztő által kiadott kérdéseket. Valamennyi önálló reflektálási lehetőségük azért van, a kapott válaszok alapján a megfelelő mederbe kell terelniük az interjút, hogy a kívánt tartalmak, információk napvilágra kerüljenek.

A riporter nem minden esetben jelenik meg a képernyőn. A hangharapásos technikával (amelyről később bővebben szót ejtünk) készülő híradós, magazinós anyagok esetében maximum a vágóképeken tűnik fel. Vannak azonban olyan típusú anyagok is, amelyek aktívabb riporter szereplést kívánják meg. (Ezeket mindig több kamerával készítik.) Ilyenkor a riporter kérdések benne maradnak az anyagban, sőt, a riporter különféle cselekvéseket is végezhet, részt vehet a felvétel helyszínén zajló folyamatokban, hogy érzékletesebbé tegye a témát a néző számára.

A riporter olykor a helyszíni tudósító szerepét is fel kell hogy vállalja. Ilyenkor élőben jelentkezik be egy-egy fontos esemény vagy természeti csapás színhelyéről.

A jó riporter tájékozott, talpraesett, könnyen kommunikál, empatikus, kellemes személyiség, megjelenése ápolit. Fontos, hogy jó benyomást tegyen az interjúalanyokra, azok szívesen és könnyen megnyíljanak előtte.

A szerkesztő-riporter

A szerkesztői és riporter feladatokat gyakran ugyanaz a személy látja el. A két feladatkör összevonása általában gyorsabbá, hatékonyabbá teszi a munkát, főként híradós és rövidebb magazinós anyagok esetén. Inkább a bonyolultabb, hosszabb, dokumentumfilm-jellegű, több forgatást igénylő vagy párhuzamosan több helyszínen forgatott anyagoknál, riportfilmeknél jellemző, hogy a két feladatkör szétválik, és esetleg több riporter is dolgozik egy szerkesztő keze alá.

A szerkesztő-riporter munkaköre rendkívül összetett és változatos. A tájékozottság és a minél kiterjedtebb általános műveltség mellett nagyfokú kreativitást, sokoldalúságot és rugalmasságot is igényel.

A műsorvezető

A műsorvezető munkáját a felelős szerkesztő, a szerkesztő és az adásrendező koordinálja. Kijelölt témákban, kijelölt személyekkel kell beszélgetést folytatnia a stúdióban vagy külső helyszínen, megadott szempontok (és nem ritkán előre megírt kérdések) alapján. Általában fülmikrofonon keresztül menet közben is instrukciókat kap a feletteseitől, azok alapján kell terelgetnie a beszélgetést, noha időnként elengedhetetlen a gyors, önálló reflexió. Éppen ezért a jó műsorvezető tájékozott, művelt, naprakész ismeretekkel rendelkezik. Emellett ügyesen, pánik nélkül kezeli a váratlan helyzeteket. Empatikus, kellemes személyiség, megjelenése ápolit.

A szerkesztő-műsorvezető

Olyan műsorvezető, aki maga szerkeszti az általa vezetett műsort. Önállóan választ témákat és vendégeket. A beszélgetéseket saját elképzelése szerint irányítja, önálló kérdéseket tesz fel, szabadon reflektál az elhangzottakra.

Ez a fajta tevékenység alapos előzetes felkészülést igényel, el kell mélyedni az adott témában. (A háttéranyagok összeállításához, a szükséges információk megszerzéséhez, illetve az adások leszervezéséhez olykor szerkesztő-asszisztensek segítségét veszi igénybe.) Komoly, többirányú koncentrációs képességet igényel, hiszen a szerkesztő-műsorvezetőnek felvétel közben érvényesítenie kell saját koncepcióját, összeszedett kérdéseket kell feltennie, figyelnie kell a beszélgetőpartner által elmondottakra, hogy rugalmasan reflektálhasson. Emellett ügyelnie kell saját megjelenésére és a kollégái felvételre vonatkozó jelzéseire, a műsoridő tartására.

Ez a munkakör jóval kreatívabb és összetettebb, mint a mások által irányított műsorvezetői szerep. A szerkesztői és a műsorvezetői tevékenység összeolvadása teszi lehetővé az igazán egyedi, karakteres műsorok létrejöttét, ahol a műsorvezető személyisége, attitűdje meghatározza a végeredményt.

A hírolvasó

A hírolvasók munkája kevésbé kreatív, mint a szerkesztőké, hiszen többnyire mások által megírt felkonferáló szövegeket, híreket olvasnak fel sűgőgépről vagy papírból. Az átlag televíziónéző azonban az ő arcukat ismeri, így általában nagyobb népszerűségnek örvendenek, mint azok, akiknek a szövegeit felolvassák, akiknek a bejátszásait felkonferálják.

Egy hírolvasónak nincs lehetősége arra, hogy saját ötleteit, meglátásait belevigye a műsorba. A hír műfaja azt sem engedi meg, hogy mimikájával, hangsúlyozásával éreztesse saját véleményét, vagy teret engedjen saját egyéniségének.

Noha a televíziós szakmákon belül nem tartozik a kreatív munkakörök közé, a hírolvasó vállán mégis nagy felelősség nyugszik. Többnyire élő adásban kell helytállnia, a technikai problémákat, bakikat talpraesetten kell lereagálnia. Testével, arcával nem csak önmaga rendelkezik, a csatorna is elvárja tőle, hogy a megjelenése, öltözéke, frizurája mindig legyen tökéletes, testét tartsa karban, sohasem látszódnak kialvatlannak vagy ápolatlanak. A kellemes hang, az akadozás nélküli olvasás, a helyes hangsúlyozás és a hibátlan, szép kiejtés szintén alapfeltétel ennél a munkánál.

Megjegyzés: Hasonló munkára – a műsort felépítő anyagok, riportok, tudósítások felkonferáló szövegeinek felolvasására – természetesen nemcsak a hírekben van szükség, hanem bizonyos magazinműsoroknál is. Az e munkát ellátó személyeket gyakran műsorvezetőnek nevezik, noha feladatuk nem olyan összetett, mint a beszélgetéseket is levezető személyeké.

A narrátor

A híradós és az egyszerűbb magazinós bejátszások esetében a szerkesztő-riporter általában a narrátori tevékenységet is ellátja, vagyis maga olvassa fel azokat az összekötő szövegeket, amelyeket az anyagához írt. A hosszabb, jelentősebb riportokhoz, kisfilmekhez, dokumentumfilmekhez viszont gyakran kérnek fel professzionális narrátort.

A narrátor, azaz a mesélő csak a hangját adja az anyaghoz, az arcát nem. A narrációt stúdióköörülmények között, hangszigetelt helyen (süketszobában) veszik fel. A televíziós narráció szerepe legtöbbször az, hogy felvevésre, összekösse a bevágott interjúrészleteket, adatokat közöljön, segítsen értelmezni a témát a néző számára.

A hibátlan kiejtés, helyes beszéd alapkövetelmény. A narrátortól is elvárt a minél kiterjedtebb általános műveltség és tájékozottság, hiszen értenie kell a felolvasott szöveget – csakis ezáltal lesz képes úgy hangsúlyozni azt, hogy a néző számára megkönnyítse az értelmezést.

Ha a szöveg megengedi, a narrátor hangja érzelmeket is közvetíthet, hozzájárulhat a témához szükséges hangulat megteremtéséhez. Narrátornak gyakran kérnek fel színészt vagy olyan ismert személyt, akinek sokan kedvelik a hangját.

A bemondó és az állomáshang

Bemondónak nevezték azokat a személyeket, akik a televíziózás kezdeti évtizedeiben két műsor között elmondták, hogy mi fog következni, hogyan alakul majd a program. Mivel naponta többször is megjelentek a képernyőn, a közönség sztárként kezelte őket, sokan utánozták öltözködési stílusukat, frizurájukat.

A bemondók, bemondónők szerepét mára átvették a műsorajánló bejátszások, amelyek többnyire az adott műsor jellegzetes képsorait jelenítik meg dinamikus vágásban, animációs elemekkel tarkítva, a cím és az időpont feliratozásával. A képsorok alatt az ún. „állomáshang” által elmondott ajánló szöveget halljuk.

Az állomáshang vagy csatornahang (angolul *station voice*) alkalmazása a rádiózásból került át a televíziózásba. Általában jellegzetes és kellemes hangú személyt, nem ritkán egy ismert színészt kérnek fel erre a narrátor-szerepre. A műsorok között elhangzó ajánlók, közérdekű információk, csatornaüzenetek szövegét mindig ő mondja el, olvassa fel. Az arcát sohasem látjuk, de hangja a csatorna védjegye. Ideális esetben a hangját meghallva a néző azonnal tudja, melyik adót nézi.

I.3.3. A FORMA FELELŐSEI

Az előzőekben ismertetett munkakörök képviselői azért felelősek, hogy a televízió által a megfelelő verbális tartalmak jussanak el a nézőkhöz. A közvetzőkben taglalt munkakörök pedig azt szolgálják, hogy ezek a tartalmak minél igényesebb, színvonalasabb, élvezhetőbb formában, minél disztíngáltabb vizuális nyelvre lefordítva érjenek célba.

A vizuális élmény a hagyományos televíziózásban kissé szigorúbb keretek közé van szorítva, mint mondjuk a filmek vagy a fikciós műsorok világában. A képeknek mindig összhangban kell lenniük a verbálisan is elhangzó tartalommal – noha ahhoz hozzátehetnek valamiféle többletet, plusz információt. A nagyobb szabadságot megengedő műfajoknál, pl. egy riportfilm vagy portré esetében pedig akár a művészet szintjéig emelhetik a képi világ színvonalát.

Azt azonban le kell szögeznünk, hogy a televízióban a mozgóképsoroknak mindig a valóságot kell láttatniuk és a megértést kell segíteniük. A nézőnek úgy kell bemutatni az egyes helyszíneket, mintha a saját szemükkel néznének ott szét. Ez persze nem jelenti azt, hogy a televízió nyújtotta látványvilág ne képviselhetne jellegzetes, egyéni stílust, vagy a televíziós operatőrök által megkomponált képek ne lehetnének művészi értékűek. Eszköz-tárukat mindaddig bővíthetik, amíg azzal nem változtatják meg a valóságot, nem csapják be a nézőt. Ha pedig mégis áteveznék a fikció területére, akkor a megvágott anyagban nyilvánvalóvá kell tenni, hogy a néző illusztrációt, megrendezett jelenetet lát.

Művészeti vezető, kreatív igazgató

A művészeti vezető az a személy, aki meghatározza a televízió vizuális arculatát. Miután megismerte a vezetőség koncepcióját, kitalálja, hogy a közvetíteni kívánt tartalmak milyen formában lássanak napvilágot. Ő a felelős azért, hogy a tartalom és a forma harmóniában legyen.

A művészeti vezető találja ki a képi stílust, koordinálja a főcímekek, logók, animációk, egyéb arculati elemek gyártását, a díszlettervezést, a stúdióképek kialakítását. Igyekszik egységessé, karakteressé, jellegzetessé tenni a csatorna képi világát. Iránymutatását kötelesek figyelembe venni a rendezők, az operatőrök, a vágók is.

A művészeti vezető ideális esetben jártas a vizuális művészetek terén, ugyanakkor nem árt, ha van érzéke a marketinghez is, hiszen ő „csomagolja” a tartalmat a nézők számára. Legfőbb feladata, hogy a tartalmakat vizuálisan minél vonzóbbá tegye. Ugyanakkor a nézők figyelméért folytatott küzdelem nem eredményezheti a képi világ giccsességét, alpárivá válását. Ha egy televízió felvállalja a közízlés formálásának feladatát is, akkor különösen nagy felelősség nyugszik a művészeti vezető vállán.

Bizonyos csatornáknál a kreatív igazgató hatáskörébe tartoznak a fenti feladatok. A kreatív igazgató feladatköre azonban általában bővebb, mint a művészeti vezetőé. Ő különféle kampányok révén erősíti a csatorna imázsát, ötleteivel segíti a nézettség magasán tartását, és ahogyan a nevében is benne van: kreativitással tölti meg a televízió mindennapjait.

Műszaki vezető

A műszaki vezető alakítja ki a televízió technikai eszközparkját, rajta múlik, hogy milyen berendezésekre ruház be a csatorna, milyen lesz a stúdióter műszaki háttere. A rendelkezésre álló anyagi keretet a lehető legoptimálisabb módon használja fel a technikapark megteremtésére. A főszerkesztővel való konzultációt követően ő dönt a kardinális műszaki változásokról, a technikai átállásokról (pl. nagyobb képfelbontású adásra való átállás, kamerapark lecserélése, új vágószoftver bevezetése stb.).

Ő viseli a felelősséget azért, hogy a stúdióban technikai szempontból gördülékenyen menjen a munka, zavartalan legyen a gyártás.

Ő szabhatja meg, ki jogosult a különféle technikai eszközök használatára, illetve melyik műsorhoz milyen eszközök vehetők be. Neki tartoznak elszámolással a berendezéseket használó operátorok, kameramanok, technikusok. Bárkit felelősségre vonhat a technika nem megfelelő használatáért, ügyel az eszközök tisztán tartására, biztonságára. Rendet tartat a stúdióban, figyelemmel kíséri a leltár vezetését, rendelkezik a technikai problémák megoldásáról, a szervizelésről.

Adásrendező

Adásrendezőre főleg a stúdióban felvett műsorok, stúdióbeszélgetések, eseményrögzítések esetében van szükség. Ilyenkor ő az, aki átlátja és irányítja a munkát.

Az adásrendező a vezető operátorral karöltve irányítja a stúdió, illetve a forgatási helyszín berendezését, bevilágítását, a stúdiókép kialakítását. Kitálálják, hogy az adott eseményt hány kamera rögzítse, azok hol helyezkedjenek el, milyen kompozíciókat adjanak. Megtervezik, hogy az adott műsor szereplői, a műsorvezetők és a vendégek hol helyezkedjenek el, hogyan mozogjanak a mutatni kívánt térben. (Kivéve természetesen azokat az eseteket, ahol a szereplők mozgása adott: sportesemények, rendezvények, előadások közvetítése.) Az adásrendező kiadja az utasítást a felvétel indítására vagy leállítására, irányítja a képvágó és a kameramanok munkáját. A keverőpult mellől mikrofonon keresztül utasításokat ad a kameramanoknak, hogy mikor milyen képkivágást mutassanak a kamerájukkal. Ezeket az instrukciókat a kameramanok a fejhallgatójukon keresztül hallják.

Az adásrendező határozott fellépésű és gyors reagálású vezető, aki megfelelő dramaturgiai érzékkel és vizuális műveltséggel rendelkezik. Nem rit-

ka, hogy nagy tapasztalattal rendelkező televíziós operatőrök vállalják magukra az adásrendezői feladatokat.

Képvágó

A képvágó az adás folyamán elindítja a megfelelő bejátszásokat, bevágja a megfelelő kameraképeket, kapcsolja a megfelelő helyszíneket. Az eseményrögzítések, stúdióbeszélgetések, élő adások alkalmával a keverőpultot kezeli az adásrendező utasításainak megfelelően. Olykor azonban a két poszt összeolvad, és az adásrendező maga végzi a képvágói feladatokat.

A keverőpult felett látható kis monitorokon látja valamennyi, a felvétel helyszínére irányított kamera képét. Válogat a beérkező kameraképekből, az adásrendező instrukciói szerint bevágja az éppen láttatni kívánt kompozíciót. Mindez komoly koncentrációs képességet, gyors reakciókat igényel, hiszen az ő munkáján múlik, hogy a nézők mindig a legoptimálisabb beállításban lássák a pályán mozgó sportolókat vagy éppen a színpadot bejáró színészeket. Egy hangverseny rögzítésénél például mindig azt a hangszercsoportot kell mutatnia, amelyik megszólal. Egy élő főzőshow felvételénél ügyelnie kell rá, hogy minden mozzanatot jó szögből lássanak a nézők. De egy egyszerű stúdióbeszélgetés esetében is elengedhetetlen, hogy a néző mindig azt a személyt lássa, aki éppen beszél.

A képvágó munkáját általában hangtechnikus is segíti, aki a rögzített felvétel vagy az élő adás megfelelő hangminőségét garantálja. Olykor segítségére van egy olyan kolléga is, aki a megfelelő feliratok megfelelő időben történő, képernyőn való felbukkanásáért felelős.

A televíziós operatőr

A televíziós operatőrök felelősek az egyes témák képi megjelenítéséért. Munkájukban igen sok kreativitás rejlik, hiszen önállóan döntenek arról, hogy a kapott témát – a tartalomközvetítés és a műsorarculat maximális szem előtt tartásával – hogyan tálalják.

A megfelelő képi megközelítéshez nem csupán kifinomult látásmódra és nagyfokú vizuális műveltségre van szükség, de dramaturgiai érzékre is. Az operatőrnek már a felvétel pillanatában éreznie kell, hogy az általa felvett vágóképek egymásutánisága milyen tartalmi ívet és hangulati hatást teremt majd a vágóasztalon. Arra kell törekednie, hogy képei a verbalitás puszta aláámasztásán túl önálló jelentést is hordozzanak, tovább árnyalják a néző számára a jelenségeket. Bizonyos magazinok, riportfilmek, dokumentumfilmek esetében művészi szintre is fejlesztheti tevékenységét. Ám sohasem hagyhatja figyelmen kívül a készülő anyag tartalmi koncepcióját és célját, nem rendelheti azt alá a képeknek. A valóságot nem ábrázolhatja önkényesen vagy kiragadott szeletekben csupán a nagyobb vizuális élmény kedvéért.

A televíziós operatőr folyamatosan konzultál a szerkesztő-riporterrel, aki ismerteti vele a koncepcióját, elmondja neki, hogy tervei szerint milyen jellegű, milyen hosszúságú narrátorszövegeket kell majd fedni a felvett képekkel, illetve speciális kéréseket fogalmazhat meg. Az operatőr általában a szerkesztő-riporter vagy a riporter társaságában megy ki az egyes forgatási helyszínekre, ahol felveszi az interjúkat és/vagy részleteket rögzít bizonyos eseményekből. A televíziós operatőri munka legfőbb részét azonban a vágóképek elkészítése teszi ki.

Egy-egy bejátszáshoz igen sok vágókép felvétele szükséges. (Erről egy későbbi fejezetben még lesz szó.) Az operatőr a vágóképek segítségével teszi meg a témát a néző számára. Átfogóan be kell mutatnia, milyen az a hely, az a közeg, amelyben az események zajlanak. Ábrázolnia kell a téma szereplőit, meg kell örökítenie minden jelentős mozzanatot. Az egyik legnagyobb hiba, amit operatőr elkövethet, az, ha lekési a téma szempontjából fontos történéseket, nem indítja el időben a felvételt, amikor átvágnak egy szalagot, átadnak egy kitüntetést, letesznek egy alapkövet stb. A jó operatőr fűrgén és zajtalanul mozog, mindig észreveszi a lényeges mozzanatokot, a megfelelő helyről, változatos plánokban rögzíti a vágóképeket. Munkáját sokszor technikus segíti.

Kameraman

A kameramanok feladatköre jóval kötöttebb és kevésbé kreatív, mint az operatőröké. Rájuk általában a több kamerával rögzített stúdióbeszélgetések, eseményközvetítések alkalmával van szükség. Ők kezelik a fix helyre állított vagy a képi világ változatosabbá tételére hivatott mozgó kamerákat. Az adásrendező és a vezető operatőr utasításait követik, amelyeket fejhallgatójukból hallanak. A felvétel terének egy meghatározott részét, meghatározott képi témát kell mutatniuk, ezen belül kell lekövetniük az eseményeket. Az adásrendező felszólítására módosítanak a beállításon, azt komponálják be, amit kérnek tőlük. Passzív időszakokban (amikor más kameramanok képe van éppen bevágva) önállóan is kereshetnek és ajánlhatnak kompozíciót az adásrendezőnek, aki eldönti, hogy használja, azaz bevágatja-e a felkínált képet vagy sem.

A legtöbb televíziónál időnként az operatőröknek is fel kell vállalniuk a kameraman szerepét. A kameramanok csapatának munkáját mindig egy ún. vezető operatőr irányítja, aki szorosan együttműködik az adásrendezővel.

Vágó

A vágó az a személy, aki a nyersanyagból a szerkesztői munkalap, illetve a szerkesztői utasítások alapján összevágja a kész anyagokat. Ismeri a különböző vágóprogramok működését, azokat rutinosan használja.

A vágónak rá kell éreznie, milyen plánokat és milyen ritmusban vághat egymásra. A jó vágó jártas a vizuális kultúrában és van szépérzéke. Ugyanakkor tájékozottnak is kell lennie, hogy tudja, mit/kit mikor és meddig érdemes megmutatni egy-egy anyagban.

A vágás kezdetben szó szerint a filmszalag szétdarabolását és összeragasztását jelentette. Később egyik szalagról a másikra másolták a képeket egy meghatározott sorrendben, és így állt össze az anyag. Ennek az ún. analóg editálásnak az volt a hátránya, hogy csak lineárisan lehetett vágni, az anyag elejétől a vége felé haladva, sorban építkezve. A digitális vágás elve ismét a klasszikus „darabolásra” emlékeztet jobban, noha már nem manuálisan ollózzák szét és ragasztják a filmkockákat, hanem az ún. timeline-on vágják és illesztik össze azokat. A vágó tetszőlegesen lépkedhet az anyagban: többnyire először összerakja a vázat, azután elhelyezi a vágóképeket a megfelelő helyekre.

Egyes helyeken a szerkesztői munkalap alapján dolgozó, mások ötleteit megvalósító személyt montírozó technikusként nevezik, és a vágó elnevezéssel csak azokat illetik, akik képesek valamilyen vizuális vagy művészi többletet adni az anyagnak, érdemben hozzájárulni a film arculatának megteremtéséhez.

Világosító

A világosító az a személy, aki a vezető operatőr kéréseinek megfelelően beállítja a lámpákat a forgatás helyszínén vagy a stúdióban. Ez egy igen összetett munka: szükség van hozzá a fizika törvényszerűségeiben, a geometriai optikában való jártasságra, és elengedhetetlen a technika, a különböző lámpatípusok alapos ismerete. Sok helyen az erősáramú végzettséget is előírják.

A világításnak alkalmazkodnia kell a műsor stílusához, hangulatához, céljához, a kamerák tulajdonságaihoz, a díszlethez, a háttérhez. Mivel minden arc más, nehéz szabályokat köbe véteni azt illetően, hogy kit milyen szögekből, milyen erővel érdemes megvilágítani. Egy jó világítás éveket fiatalíthat a műsorvezetőn, megszépítheti a képen látható személyeket. A rossz világítás azonban tönkre teheti a sminkesek, az operatőrök és a rendezők igyekezetét is.

A legtöbb műsor stúdióképénél az a cél, hogy minél kevesebb árnyék rajzolódjon ki a képeken, de természetesen vannak olyan témák is, ahol az árnyékok a hangulati hatást erősítik. Nagyobb televízióknál, jelentősebb produkcióknál gyakori, hogy egy egész csapat dolgozik a fényeken. Összeszerelik, beállítják a lámpákat, a derítőállványokat, a derítőlapokat, fénykitakaró és -visszaverő eszközöket. Ehhez folyamatos konzultáció szükséges az adásrendezővel és a vezető operatőrrel.

A világosító munkájának jelentősége nem alábecsülendő, hiszen a nézőre gyakorolt összbenyomást nagymértékben meghatározzák a fények.

Díszlettervező, díszletépítő

Az országos televíziócsatornák általában több stúdióval is rendelkeznek, amelyekben olykor többféle műsort is felvesznek. A műsorok díszleteit ideális esetben a vizuális kultúrában jártas, profi szakemberek tervezik meg, akik az esztétikum mellett a funkcionalitásra is figyelnek. A látványvilág mellett fontos az is, hogy a műsorok szereplői, valamint a kameramanok könnyedén mozoghassanak a díszletek között. További, lényeges szempont, hogy könnyen mozgatható, szétszedhető elemekből álljon, amelyeket részben akár további műsoroknál is fel lehet használni.

A műsorok díszleteit fel is kell építeni, majd szétszerelni, raktárba vinni. Ehhez további munkaerőre, díszletépítő munkásokra van szükség.

Technikus

A technikusok a műsorkészítés folyamatának különböző fázisait segítik. A forgatótechnikus az a személy, aki elkíséri a stábokat a forgatásra. Az instrukcióknak megfelelően bepakolja a szükséges technikát, vezeti az autót, a helyszínre érve kipakol, segít az interjúbeállítások kialakításában, az operatőr kéréseinek megfelelően üzembe helyezi a kamerát, blendét állít. Az interjúkészítés folyamán figyel rá, hogy a hangfelvétellel minden rendben legyen. Az utóbbi feladatra, illetve az események hangjának rögzítéséhez a nagyobb tévék külön „mikrofonost”, hangtechnikust alkalmaznak.

Magyarországon a külső helyszíni forgatásokon a kétezres évek előtt elmaradhatatlan stábtag volt a technikus. Am ahogy a technika fejlődésével egyre kisebbé vált a felszerelés súlya, költségmegtakarítási okokból a technikus feladatokat gyakran az operatőrre hárítják át, vagy megosztják azokat a riporter és az operatőr között. Gyakran láthatunk olyan, kétszemélyes stábokat, ahol a riporter cipeli a kameraállványt a vágóképező operatőr után. A nagyobb szabású, beállított, bevilágított interjúkat is napirendre tűző forgatásokra azonban napjainkban is többnyire kimegy egy-egy technikus.

Vannak olyan technikusok is, akik a stúdió területén végzik munkájukat: a rendező és a vezető operatőr munkáját segítik, a kameratechnika összeállításáért és a bekábelezésért felelnek, közreműködnek a fények és a hang beállításában.

Sminkes, öltöztető, fodrász

Egy televízióműsor sikere nagyban múlik a sminkesek, fodrászok, öltöztetők, sztájlisztok munkáján – e feladatkörök bővebb ismertetésére azonban jelen jegyzet nem vállalkozik.

I.3.4. TARTALOM ÉS FORMA TALÁLKOZÁSA

Az előbbieken ismertetett munkaköröket aszerint csoportosítottuk, hogy inkább a tartalom vagy inkább a forma szolgálatába állítják-e szaktudásukat. Most következzen két olyan munkakör, amelyek hidat képeznek e kettő között.

Televíziós rendező

A televíziós rendező munkaköre részben hasonlít a játékfilm rendezők feladataira, de azért nem ugyanarról a szakmáról van szó. A televíziózás világában rendezője általában a riportfilmeknek, kisfilmeknek, dokumentumfilmeknek, ismeretterjesztő filmeknek, szórakoztató vagy fikciós műsoroknak van. (Korábban már tisztáztuk, hogy a stúdióban zajló műsorok vagy az eseményrögzítések felvételét irányító személyt inkább adásrendezőnek nevezik. De nem ritka, hogy ugyanaz a személy lát el hol adásrendezői, hol riportfilm-rendezői feladatokat.)

Ő egyaránt foglalkozik a tartalommal és a formával: megpróbálja megteremteni a kettő között az összhangot. Felelősséget vállal azért, hogy a film által közvetíteni kívánt üzenet a lehető legteljesebb mértékben célba érjen, a tartalom megfelelő formát kapjon, lekövete a nézőt.

A szerkesztővel közösen megírják a film szinopsziszát. A szinopszishoz alkalmazkodva a rendező kitalál, majd a forgatás során végigvisz egy rendezői koncepciót. Forgatókönyvet ír, megtervezi, milyen egységekre tagolódjon a film, hol legyenek témátörések, helyszínváltások, összefoglaló részek, animációs elemek. Gondoskodik arról, hogy a film forgatása a lehető legcél tudatosabban menjen végbe. A forgatás során irányítja a munkát. Folyamatosan konzultál a szerkesztővel és az operatőrrel, az utómunka során pedig a vágóval.

Kisebbségi volumenű riportfilmek, dokumentumfilmek esetén gyakori, hogy a szerkesztő vagy éppen az operatőr vállalja magára a rendező szerepét is.

Gyártásvezető

A gyártásvezető személye egyfajta összekötőkapocs egy televíziócsatorna alkalmazottai vagy egy független, külső gyártásban készülő produkció munkatársai között. Ő tartja a kapcsolatot a televízió vagy a produkció partnereivel is. Az ideális gyártásvezető jó kommunikációs készséggel rendelkezik, kiváló szervező, rugalmas és gyors problémamegoldó.

Egyik legfontosabb feladata az, hogy minden szükséges feltételt biztosítson a műsor elkészítéséhez. Logisztikai terveket, ütemterveket készít az egyes projektekhez. Sok helyen a feladatkörébe beletartozik a költségvetések és szerződések előkészítése, a pénzügyi lebonyolítás, a szerzői jogi és

partneri megállapodások megkötése, a forgatási engedélyek megszerzése és a produkciók végén történő elszámolás.

A forgatások leszervezésében is segít, hosszabb utak esetén vonat- vagy repülőjegyet foglal, szállást és ellátást intéz a stáboknak, összeállítja a programjukat, biztosítja a forgatási helyszínt, megszerzi a belépési engedélyeket, megoldja, hogy rendelkezésre álljon megfelelő áramforrás stb. (Az ilyen jellegű feladatok ellátására a nagyobb televízióknál külön embert szerződtetnek, aki szintén a gyártásszervezéshez tartozik: ő a felvételvezető.)

A televíziók mindennapi életének gördülékenységéhez nélkülözhetetlen egy jó gyártásvezető, aki átlátja az aktuálisan zajló munkafolyamatokat, az emberi és technikai erőforrásokat. Elkészíti a beosztásokat, összeállítja a forgatócsoportokat, biztosítja számukra a technikai felszerelést és a gépkocsit, élő adáshoz a stúdiót. Tudja, melyik stáb mikor hol van, mikor érkezik vissza a szerkesztőségbe, a náluk lévő technikát mikortól használhatja a következő stáb.

Többnyire sokrétű adminisztrációs munkát végez: vezeti az adástáblázatokat, nyilvántartásokat, kitölti az ún. diszpozíciós táblázatot, amelyből látszik, hogy melyik munkatárs mikor, milyen technikával, hol dolgozik. Időben észleli és elhárítja az esetleges akadályokat, problémákat.

A gyártásvezetők közül kerül ki az ún. diszpécser, aki szelektálja és továbbítja a beérkező információkat a szerkesztők felé. Fogadja a telefonokat, figyeli a postát és az e-maileket. Sokszor ő kommunikál a betelefonáló nézőkkel is.

I.3.5. EGYÉB

A negyedik csoportba azok a munkatársak tartoznak, akiknek a munkája nem közvetlenül a műsorkészítéshez kapcsolódik, de ahogy minden cégnél, úgy egy televíziónál is szükség van rájuk: gazdasági szakemberek, könyvelők, asszisztensek, marketingesek stb. Róluk most nem ejtünk bővebben szót.

I.4. A televíziós munkát segítő dokumentumok

Ahogy arról már korábban szó volt, a televíziós műsorgyártás csapatmunka. A csapat azonban csak akkor működhet hatékonyan, ha mindenki pontosan tudja, mi a feladata, mikor hol kell lennie, mivel mikorra kell elkészülnie. A feladatokat megfelelően össze kell hangolni a gyors, kiegyensúlyozott és költséghatékony működés érdekében. Ez többnyire a gyártásvezető dolga, akinek munkáját különféle táblázatok, dokumentumok, nyomtatványok segítik. A papírmunka azonban nem kizárólag az ő feladata, sok adminisztratív feladat hárul a szerkesztőkre is, hiszen az elkészült tartalmakat nyilvántartásba kell venni. E nyilvántartások alapján kerülhetnek kifizetésre a bérek, jogdíjak, és ezek alapján lehet archiválni a legyártott tartalmakat. Gondos adminisztráció nélkül a műsorgyártási egységekben eluralkodna a káosz. Tekintsük át a főbb, műsorgyártást segítő dokumentumokat!

I.4.1. DISZPOZÍCIÓS TÁBLÁZAT

A diszpozíció szó eredeti jelentése: rendelkezés, javaslat, követendő magatartás. A televízióműsorok szerkesztőségeiben általában a falra tűzve találjuk a lepedőnyi méretű diszpozíciós táblázatokat, bár ma már az sem ritka, hogy ezeket elektronikus formában teszik elérhetővé.

A diszpozíciós táblázat – amit a szakma berkein belül gyakran csak „diszpó”-nak neveznek – adja a stábok napi munkájának alapját. Ahány szerkesztőség, annyiféle formátum és rovat jellemző erre a dokumentumra, ám szinte mindig tartalmazza az adott nap forgatásainak listáját, azok helyszínét, időpontját, a hozzájuk rendelt technikai eszközöket és a témában érdekelt munkatársak nevét. Általában leolvasható belőle, hogy egy adott forgatási helyszínrre kik, mikor, milyen technikával, melyik gépkocsival mennek ki, tehát követhetővé teszi, hogy egy adott pillanatban ki hol tartózkodik, mely technikai eszközök vannak használatban.

Kitöltése általában a gyártásvezető dolga, vagy a gyártásvezető asszisztenséé. Fontos, hogy bárki bármikor megtekinthesse, rápillantva lássa, hová lett beosztva.

I.4.2. SZINOPSZIS

Miután megszületett egy műsor, egy riport-, portré- vagy éppen dokumentumfilm ötlete, a megvalósítás felé vezető út első lépése a szinopszis elkészítése. Ez nem más, mint a tervezett műsor leírása, egy ajánlat a szerkesztőség, a csatorna vezetősége vagy a producer és a szponzorok felé. Nem rit-

ka, hogy a különféle műsorpályázatokra is szinopszist kell benyújtani. Célja ennek megfelelően az, hogy a szinopszist olvasó döntéshozók zöld utat, támogatást, finanszírozást adjanak a műsor/film elkészítéséhez.

A szinopszis fogalmát nem mindenki értelmezi azonos módon. Többnyire azonban gondosan megfogalmazott, frappáns, esszézerű szöveget értenek alatta. Ki kell belőle derülnie, hogy a szerkesztő miért érzi fontosnak, hogy a műsor/film megszülessen, milyen célt szeretne beteljesíteni vele. Kifejti, hogy kiknek szól, miért lehet rá igény, miben hozhat újat, mennyiben hiánypótló. Röviden, a lényegyet kiemelve bemutatja a műsor témáját, leírja, hogy kik szólalnának meg benne, milyen képi és tartalmi elemekből épülne fel, milyen technikai megoldásokkal, milyen látványvilággal, milyen helyszíneken készülne.

Egy jó szinopszis elolvasása után a döntéshozók el tudják képzelni, hogy fog kinézni a leendő műsor, meggyőződnek afelől, hogy érdemes-e megvalósítani.

I.4.3. ADÁSTERV

Az adásterv tartalmazza, hogy a következő időszakban mely nap mely idő-sávjában milyen műsorok kerülnek majd vetítésre. Segítségével akár hónapokkal előre meghatározható, hogy a már legyártott és a jövőben legyártandó műsorok, illetve a konzerv-anyagok, kapott, cserélt, vásárolt műsorok mikor kerülnek adásba.

Az adásterv alapján készíthetők el a műsorújságokba szánt tartalmak – éppen ezért az adástervben előre meghatározott műsorrendtől csak nagyon indokolt esetben térnek el a televíziók. Komoly stratégiai hibát vét az a csatorna, amelyiknél gyakran előfordul, hogy a műsorújságokban, webes felületeken meghirdetett műsorrendtől eltér, hiszen ezzel kiváltja a nézők rosszallását, bosszankodását.

Az adásterv a műsorstruktúra alapján készül. Összeállításához szükség van a főszerkesztő, a felelős szerkesztők, a gyártásvezető és a marketinggel foglalkozó kollégák együttműködésére.

I.4.4. ADÁSMENET (MÁS NÉVEN ADÁSTÜKÖR, MŰSORTÜKÖR)

Míg az adásterv a televízió összes műsorának jövőbeli egymásutániságát tekintti át, addig az adásmenet nem más, mint egyetlen műsor egy adásának tervezete. Műsortükre, adásmenete az úgynevezett összetett műsoroknak, a hírműsoroknak, a magazinoknak, a stúdióbeszélgetésekre épülő műsoroknak, talkshow-knak, szórakoztató műsoroknak van. A filmműsorok, fikciós műsorok, sorozatok esetében ezt a szerepet a forgatókönyv tölti be.

Bizonyos értelemben az adásmenet is hasonlatos egy forgatókönyvhöz: tükrözi, hogyan fog kinézni, összeállni az adás, melyik percben mi fog történni, mit fog látni a néző. Megtudhatjuk belőle, hogy a felkonferáló szövegek, beszélgetések és bejátszások hogyan követik egymást, mire mennyi idő jut. Emellett számos fontos adatot tartalmaz: a műsor címét, tervezett hosszát, az adásba kerülés idejét, a benne megszólalók nevét (ez a feliratozás miatt fontos). Szerepelnek benne a műsorkészítésben részt vevő kollégák nevei, és az, hogy melyiküknek mikor mi a dolga.

Az adástükröt a felelős szerkesztő irányításával a szerkesztő vagy annak asszisztense készíti el, és kap belőle egy-egy példányt a műsorvezető, az adásrendező és mindenki, aki részt vesz az adás elkészítésében. Élő műsorok esetében különösen nagy jelentősége van a pontosan elkészített adásmenetnek, hiszen azon áll vagy bukik a csapatmunka zökkenőmentessége.

Általában hozzátűzik a bejátszások szerkesztői munkalapjait is (lásd később), majd az adás elkészülte után azokkal együtt archiválják.

I.4.5. TELEVÍZIÓS FORGATÓKÖNYV

A televíziós forgatókönyv mibenlétének meghatározása nem könnyű, mert ahány televíziós szakember, annyiféle dolgot ért alatta. Ahogyan arról az előző pontban már szó volt, bizonyos műsortípusok esetében sokan az adásmenetet tekintik forgatókönyvnek. Mások a film világában használatos forgatókönyvekből indulnak ki – ám ebben az esetben is legalább két különféle dokumentumról beszélhetünk: az irodalmi és a technikai forgatókönyvről.

Irodalmi forgatókönyv

Az irodalmi forgatókönyv egy film vagy fikciós tévéműsor teljes, mindenre kiterjedő leírása, amely gyakran önálló irodalmi alkotásként, olvasmányélményként is megállhatja a helyét. Rendszerint két szövegrészből áll:

- a) *Leíró, instrukciós rész*: tartalmazza a helyszínek, a díszletek, a szereplők, a mozgások részletes leírását, a jelenetek hangulatának ismertetését. Esetenként utalhat a zörejekre, a zenei aláfestésre vagy a kameramozgásokra.
- b) *Dialógusok*: tartalmazza a szereplők nevét, illetve azt, ami a filmben a szájukból elhangzik – vagyis szövegeiket, dialógusaikat.

Az irodalmi forgatókönyv elkészítése önálló – tehát jogdíjas – szellemi tevékenység. Utólag készülhet hozzá rajzos és technikai forgatókönyv is.

Technikai forgatókönyv

Nem fikciós tévéműsorok esetében többnyire csak technikai forgatókönyvet használnak, hiszen az irodalmi forgatókönyvnek esetükben nem lenne ér-

telme. Utasításokat tartalmaz a feladatok végrehajtásának minden technikai részletéhez: kamerák és díszlet elhelyezése, kompozíciók, tartalmi egységek, bejátszások stb. (Tehát szoros rokonságot mutat az adásmenettel.) A technikai forgatókönyv többnyire kéthasábos: a bal oldalon szerepelnek a látvánnyal kapcsolatos tudnivalók (akár rajzokkal), jobb oldalon a hallható anyag és a hangra vonatkozó utasítások.

I.4.6. SZERKESZTŐI MUNKALAP (SZKRIPT)

A szerkesztői munkalapot – amelyet sok helyen egyszerűen csak szkriptnek neveznek – az adott híradós anyag, magazinműsorba készülő bejátszás, riport, kisfilm szerkesztője készíti el, jegyzeteire és az összegyűjtött háttéranyagra támaszkodva. Összeállítása a szerkesztői munka egyik szellemi csúcspontja, hiszen általa, rajta születik meg a leendő anyag váza, íve, szerkezete. A munkalapírás a hagyományos újságírói munkával is rokonságot mutat, hiszen erre kell felvezetni a narrátorszöveget.

Profi és gördülékeny televíziós munka csakis szerkesztői munkalappal végezhető. Ennek ellenére sok helyen nem készítenek ilyet, hanem a szerkesztő a vágó mellé ülve próbálja kitalálni, hogyan álljon össze az anyag – feleslegesen rabolva ezzel a vágó idejét.

A szerkesztői munkalap elkészítése rákényszeríti a szerkesztőt, hogy tudatosan tervezzen, átlássa a nyersanyagot, képes legyen ívet adni az anyagának. Ez természetesen nem jelenti azt, hogy a lap alapján végleges anyag készül, amelyen már ne lehetne változtatni! Miután a vágó a munkalapnak megfelelően összevágta az anyagot, a szerkesztő azt megtekintve még kérhet változtatásokat, kivetethet, berakathat vagy átrakathat részeket az élvezetesebbé tétel vagy a megfelelő hosszúság elérése érdekében. Azt azonban kijelenthetjük, hogy minél profibb, tudatosabb és rutinosabb a szerkesztő, annál kevesebb utólagos szerkezeti variálásra lesz szükség.

E dokumentum azért is fontos, hogy a felelős szerkesztő még a vágás előtt tudja ellenőrizni, hogy jó irányba haladnak-e a dolgok. Mivel ő a munkalap alapján már viszonylagos pontossággal meg tudja ítélni, hogy milyen lesz a vágott anyag, később már túl sok kellemetlen meglepetésben nem lehet része. Tekintve, hogy az írott szöveget egyszerűbb átalakítani, mint a már készre vágott anyagot, a narrátorszövegek rögzítése és a vágás csak az után veheti kezdetét, ha megvan a felettes jóváhagyása!

A munkalapok közegeként más és más protokoll szerint készülnek, fontos azonban, hogy egy szerkesztőségen belül azonos legyen a formátumuk, hogy a felelős szerkesztő és a vágó könnyedén eligazodhasson rajtuk, azonnal átláthassa őket. Az egyes munkalapokat a műsor felelős szerkesztője vagy annak asszisztense összegyűjti, felhasználja az adásmenet elkészítéséhez, majd archiválja.

A munkalap a következőket kell hogy tartalmazza:

Munkacím, szalagcím, főcím

Az egyes magazinokon belüli anyagok, híradós bejátszások általában nem címkírással kerülnek adásba, ezért nem az a cél, hogy a munkalap elejére frappáns és figyelemfelkeltő cím kerüljön. A munkacímre inkább azért van szükség, mert ez alapján azonosítják be a kollégák, ezzel kerül be az adásmenetbe, majd később az archívumba. A cél tehát az, hogy a munkacím alapján következtetni lehessen rá, hogy miről szól az anyag, így később könnyebb lesz visszakeresni is.

Egészen más a helyzet az ún. szalagcímmel. Ha a műsorhoz ilyenre is szükség van, akkor ezt külön kell megadni a munkalapon. A szalagcím általában egy rövid, frappáns szóösszetétel, amely feliratként megjelenik a képernyőn. Fontos, hogy figyelemfelkeltő legyen, ám óvakodni kell a hatásadász, a nyelvtanilag helytelen vagy túl primitív, leegyszerűsítő kifejezésektől.

Dokumentumfilmek vagy önálló epizódokból álló riportfilm-sorozatok esetében megint más a helyzet, hiszen ezek elején többnyire kiírásra kerül a főcím, akár pontosító alcímmel kiegészítve. Ilyen esetben a munkalapon ennek is pontosan szerepelnie kell.

A műsor (sorozat) címe és az adásba kerülés dátuma

A szerkesztői munkalapon feltüntetetik azt is, hogy az adott bejátszást melyik műsoron belül és mikor vetítik.

A készítőik neve

A munkalap az anyag készítőinek névsorát is tartalmazza, megtudhatjuk belőle, hogy ki a szerkesztője, az operatőre, a vágója stb. A műsor arculatától függően ezeket a neveket vagy a bejátszás folyamán jelenítik meg a képernyő alján, vagy a műsor végén a stáblistában. A híradóba, magazinba készülő bejátszások esetében többnyire az anyag vége felé írják ki a neveket, nem ritkán a tevékenység jelölése nélkül. Nem betűrendben, hanem a következő sorrendben: szerkesztő, operatőr, vágó. A három nevet látva tehát már sejtethetjük, hogy melyik személy milyen feladatkört látott el az anyaggal kapcsolatban.

Mivel sok helyen a szerkesztői munkalap képezi a különféle nyilvántartások elkészítésének az alapját, a készítőik nevének pontos megadása azért is fontos, hogy a heti/havi teljesítményük számon tartható legyen. (Tehát a bérkifizetések miatt is lényeges.)

Felkonferáló szöveg

A fent ismertetett alapvető információk után többnyire a felkonferáló szöveg olvasható a szerkesztői munkalapon. (Ha olyan anyagról van szó, amelynek van felkonferáló szövege.) Az újságok lead-jeinek hagyományait követve ezt általában félkövér betűkkel gépeli a szerkesztő. A felkonferáló szöveg mibenlétéről és céljáról később még részletesen is szót ejtünk.

Narráció

A narrátorszöveg általában több blokkra oszlik a munkalapon, hiszen az interjúrészleteket és az egyéb szerkezeti elemeket köti össze. Általában normál betűvel gépelik. Szerepéről, céljáról, megírásáról később részletesen is lesz szó.

A narráció fedésére vonatkozó kérések

A szerkesztőnek át kell gondolnia, hogy az általa megírt narrátorszövegek elhangzása közben mit lát majd a néző! Erre vonatkozó elképzelését és kívánságait tudatnia kell a vágóval. Ennek egyik módja, ha a narráció egyes blokkjai, bekezdései alá (például zárójelben, dőlt betűkkel) odairja, hogy milyen jellegű, milyen tartalmú képekkel képzei el a fedést. (Bizonyos helyeken a munkalap a forgatókönyvhöz hasonlóan két hasábra oszlik, és az egyik oldalon csak a képekre vonatkozó utasítások láthatók.) Ez a vágó számára nagy segítség, de a szerkesztőt is kapacitálja arra, hogy összhangot teremtsen a képi világ és a tartalom között. Ehhez a szerkesztőnek természetesen ismernie kell a nyersanyagot, tudnia kell, milyen vágóképek állnak rendelkezésre.

Az interjúalany neve és titulusa

Alapvető riporteri feladat megkérdezni az interjúalanyt arról, hogy a nevét hogyan tüntethetjük fel az anyagban, mit írhatunk ki a neve alá a képernyőre. (Érdemes kérni egy névjegykártyát, nehogy rosszul feliratozzunk valamit.) Ismert vagy magas rangú személytől természetesen nem illik ezeket az információkat közvetlenül megtudakolni, ilyenkor inkább az asszisztensétől, sajtóreferensztől kérjünk segítséget, ha bizonytalanok vagyunk.

A szerkesztői munkalapon nagyon pontosan kell feltüntetni a nevet, az esetleges doktori címet, rangot, titulust, foglalkozást, intézményi kötődést stb., hiszen a vágó ez alapján készíti el az ún. ***névínzertet*** – a hangharapás elején megjelenő, majd 6–8 másodperc után eltűnő, animációs elemeket tartalmazó névkiírást. Tehát az lesz látható és olvasható a képernyőn, amit a szerkesztő a munkalapra ír! Az elírt nevek, hibás titulások nagyon rossz fényt vetnek mind a szerkesztőre, mind a televíziócsatornára. Sok helyen félkövér és dőlt betűvel gépelik a munkalapra, hogy kellőképp kiemelkedjen a többi szöveges elem közül.

Hangharapások

A hangharapás (vagy ahogy sok helyen nevezik: szinkron) nem más, mint a nyers interjúnak az a részlete, amelyet a szerkesztő kiválaszt, kijelöl arra a célra, hogy hallható és látható legyen a kész anyagban. (Ennek módját a későbbiekben részletesen taglaljuk majd.) Ahhoz, hogy a vágó könnyedén megtalálja ezeket a részleteket, jelölni kell, hogy azok a nyersanyag hányadik percénél/másodpercénél kezdődnek, illetve hol végződnek. Az egyértelműség miatt az idő-kód lejegyzése mellé oda kell írni a kezdő és végszavakat is. Az általában dőlt betűvel jelölt hangharapás fölött mindig ott van a megszólaló neve, titulusa is, hogy beazonosítható legyen, kinek a szövege kerül bevágásra, ki az, akitől a hangharapás származik. Mindez tehát így fest a munkalapon: *(példa)*

Dr. Nagy Jánosné, kuratóriumi elnök, Védett Állatokért Alapítvány

02:13 Azért éreztük ezt fontosnak, mert...

02:54 ...ha minél többen tudnak róla.

Ha a hangharapás nem hagyományos módon rögzített interjúból, hanem ún. szituációs interjúból vagy hasznos hangból származik (e fogalmakat a későbbiekben definiáljuk), e tényt is jelölni kell a munkalapon.

Egyéb szerkesztői utasítások és javaslatok

Ha a szerkesztő hasznos atmoszférát, belső etűdöt, trükköt, effektet, time-lapse-et vagy egyéb extra elemet szeretne használni valahol az anyagban, az erre vonatkozó instrukcióit is leírja. Ugyanígy jár el a felhasználni szándékozott archív anyaggal vagy animációval is.

A szerkesztő a munkalapon jelezheti, hogy milyen képváltási tempót, vágói stílust tartana megfelelőnek az anyag vágásánál, élesvágást vagy éppen átúszást javasol-e, netán osztott képernyőben gondolkodik. Ezek azonban csak javaslatok lehetnek, hiszen mindez alapvetően a vágó kompetenciája.

Segítség a vágónak, ha a szerkesztő előre kigondolja, milyen aláfestő zenét szeretne bevágtatni az anyagba, és annak szerzőjét, címét, előadóját is feltünteti a szerkesztői lapon. A nagyobb televízióknál, ahol ezt a munkát külön zenei szerkesztő végzi el, erre nincs szükség.

I.4.7. MŰSORKÍSÉRŐK

A műsorok egy-egy elkészült adása, epizódja mellé (főleg az országos televízióknál) többféle táblázatot kell elkészíteniük és mellékelniük a szerkesztőknek vagy a szerkesztő-asszisztenseknek. Ezek az úgynevezett műsorkísérők, amelyek bekerülnek a televízió központi nyilvántartásába, hogy a kü-

lönféle jogvédő szervezetek (pl. ARTISJUS, EJI, HUNGART, MASZRE) küldött jelentések alapjául szolgáljanak, lehetővé téve a jogdíjak kifizetését a jogtulajdonosoknak. Elkészítésük sok adminisztrációs terhet ró a műsor-készítőkre, jelentőségük azonban elvitathatatlan.

Műsorátvételi adatlap

A legfontosabb műsorkísérő dokumentum az ún. műsorátvételi adatlap, amely tartalmaz minden fontos információt: a műsor címét, az adás címét, a korhatár-besorolást, a reklámtartalomra vonatkozó információkat stb. Szerepel rajta a készítőik neve és az, hogy az adott feladatot ki hány százalékban végezte. (Ha például két operatőr is bedolgozott, akkor meg kell adni, melyikük milyen arányban vett részt a felhasznált képek elkészítésében.) E nyilvántartás alapján jelentik be a készítők tevékenységét a Filmszerzők és Előállítók Szerzői Jogvédő Egyesületénél (FILMJUS), hogy az a későbbiekben minden országos csatornán történő vetítés után jogdíjat utaltathasson ki a rendezőnek, a forgatókönyvíróknak és az operatőrnek.

A műsorátvételi adatlapra kerülnek rá az adásba kerülés engedélyezését igazoló aláírások és pecsétek. Ha ily módon minden illetékes jóváhagyta az anyagot, akkor vetíthető!

Zenefelállítás

Az ún. zenefelállítás egy táblázat, amely tartalmazza, hogy az adott műsor adott adásában/epizódjában milyen szerzőktől, milyen előadók tolmácsolásában milyen zeneszámok hangzanak el, a zenéket ki adta ki és mikor, azokból hány perc/másodperc hallható.

Képző-, ipar- és fotóművészeti alkotások adatlapja

Szintén egy táblázatról van szó, amely azt tartalmazza, hogy az adásban milyen vizuális alkotások bukkantak fel, válnak láthatóvá. Ha a képeken feltűnik egy szobor, festmény, fotó vagy más vizuális művészeti alkotás, akkor meg kell adni, hogy azok mennyi ideig voltak láthatók a filmben és ki az alkotójuk.

Előadóművészi szereplés és részletfelhasználás adatlapja

Ez a dokumentum azt adja meg, hogy az adásban milyen színdarab, kabaré-jelenet, musical, operett, opera, film, tévéműsor részlete került felhasználásra, azoknak ki volt a szerzője, rendezője, kik szerepeltek bennük előadóművészként.

Irodalmi alkotások adatlapja

Az adatlap tartalmazza, hogy az adásban milyen irodalmi alkotásokból hangzott el részlet, azoknak ki a szerzője.

II.
Mozgóképes alapfogalmak
a televíziózásban

II.1. A képkomponálás alapfogalmai

A mozgókép már régen nem számít olyan lebilincselő csodának, mint rögzítésének felfedezésekor – napjainknak már természetes velejárója, a mindennapi kommunikáció szerves része. A mozgóképrögzítő eszközök is óriási változásokon mentek át az elmúlt mintegy 120 év folyamán: a nagy, nehéz filmfelvevő gépektől eljutottunk a mindannyiunk zsebében megbúvó, élvezetes képminőséget biztosító mobil eszközökig.

A televíziózásban használatos eszközöknek is megvolt a maguk evolúciója. A professzionális tévékamerák és a „lakossági” videokamerák közötti minőségi különbség folyamatosan csökkent, ma már viszonylag csekély beruházással bárki hozzájuthat olyan technikai eszközökhöz, amelyekkel elkészíthető egy adásképes televíziós anyag. Ez persze nem jelenti azt, hogy az aktuálisan legmodernebbnek számító broadcast-technológiai újdonságok piaci értéke ne szökne a csillagos egetig, de a technika hozzáférhetősége kevésbé szab határokat azok számára, akik televíziós műsorkészítésre adják a fejüket.

Noha a hozzá nem értő embert automata funkciók tömkelege segíti a minőségi mozgókép létrehozásában, a kamerák kezelésével és a mozgóképes kompozícióalkotással kapcsolatos szakmák igazán magas szintű elsajátítása ma sem megy könnyebben, mint néhány évtizeddel ezelőtt.

Jelen jegyzet természetesen nem vállalkozhat arra, hogy átadja a kamerakezelés és a vágás mesterfogásait, csupán az alapfogalmak felvázolására tesz kísérletet. Ezeket ugyanis nem csupán a leendő kameramanoknak, operatőröknek kell elsajátítaniuk, de érdemes velük megismerkednie mindenkinek, aki bármilyen poszton részt szeretne venni a televíziós műsorgyártás folyamatában. Ahhoz, hogy zökkenőmentes legyen az együttműködés, megvalósuljon a szakmai párbeszéd, és valóban értsék egymást a munkatársak, a szerkesztőknek, a riportereknek és a műsorvezetőknek úgyszintén ismerniük kell a kameramozgásokat, plánokat, vizuális megoldásokkal kapcsolatos kifejezéseket. Csakis ezek ismeretében tudják elmondani elképzelésüket a rendezőnek, így tudnak megfelelő instrukciókat adni a velük dolgozó operatőröknek, vágóknak.

II.1.1. BEÁLLÍTÁS, SNITT

A beállítás a mozgóképgyártás folyamatának legkisebb egysége, a filmnyelv legalapvetőbb építőeleme. Az egyetlen kamera által rögzített folyamatos látványt értjük alatta. Idehaza is gyakran használják a németből átvett *snitt* kifejezést. *Felsnittelni* egy témát annyit tesz, mint különféle, egymással

összhangot alkotó beállításokból vágóképeket készíteni róla. Az angol szakmai szóhasználatban a *shot* vagy a *set up* kifejezés felel meg ennek.

Minden beállítás egyetlen felvétellel készül. Ha újra felveszik ugyanazt a jelenetrészt, valójában ugyanazt a beállítást ismétlik. Ilyenkor tehát újrafelvétélről van szó. „Ha azonban megváltoztatjuk a felvétel feltételeit – objektívet cserélünk, vagy arrébb helyezük a kamerát – akkor már nem újrafelvétélről, hanem egy új beállításról beszélünk.”⁹

II.1.2. VÁGÓKÉP

A vágóképekből állnak össze a tartalom képi elmesélésére vagy illusztrálására alkalmas képsorok. Ha az operatőr kialakította a beállítást, elindítja a vágókép felvételét. A vágókép lehet statikus, egyetlen beállításból készül. De lehet benne mozgás is, például pásztázás vagy kocsiszás. Ilyenkor az operatőr még a felvétel indítása előtt megtervezi azt is, hová jut el a kamera képe, milyen lesz az a kompozíció, amely a mozgás végén látható. A jó televíziós operatőr nem össze-vissza rögzít, hanem tudatosan választja meg a mozgás sebességét, az átívelni kívánt témát még akkor is, ha nincs annyi ideje kigondolni mindezt, mint egy filmes operatőrnek. A valóság eseményei pörögnek, ismétlésre nincs lehetőség – épp ezért a vágóképezés nagyfokú odafigyelést, összpontosítást, koncentrációt igényel a televíziós operatőrtől.

Miután lezajlott a forgatás, a vágóképeket a vágó helyezi el az anyagban, a szerkesztő és a rendező kéréseinek figyelembevételével. Televíziós bejátszásokban a vágóképek zenére vagy narráció alatt sorakozhatnak egymás után. A kész anyagban a vágóképek sorrendjét, egymásutániságát és időtartamát a szerkesztői/rendezői igények, illetve a vágás szakmai szabályai határozzák meg.

Vágóképeket különböző plánokban rögzíthetünk. Egy televíziós anyag általában akkor lesz változatos és érdekes, ha minél több vágóképet minél többféle plánban vonultat fel.

II.1.3. PLÁNOK

A plán fogalmát a filmgyártás és a televíziózás egyaránt használja. A plán – azaz a képsík, képkivágás, képméret – meghatározza, hogy a bemutatni kívánt dolgot milyen méretben, teljességében vagy részleteiben mutatjuk-e be. A *Film- és médiafogalmak kiegészítője* szerint „a kamera és a képtárgy mértékviszonyát jelölő fogalom, melyben a mérték mindig az emberi alak”.¹⁰

⁹ Szabó Gábor: *Filmes könyv. Hogyan kommunikál a film?* Ab Ovo, 2002. 17. old.

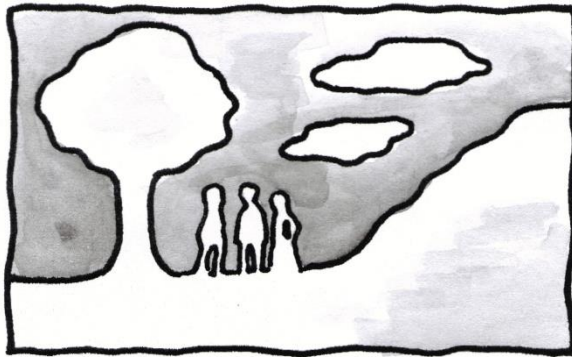
¹⁰ *Film- és médiafogalmak kiegészítője*. Korona Kiadó, Budapest, 2002. 141. old.

A felvétel tárgyát különféle plánokban mutathatjuk meg attól függően, mit akarunk a képpel kifejezni. Egy témáról készülhet több, különféle plánban felvett kép is.

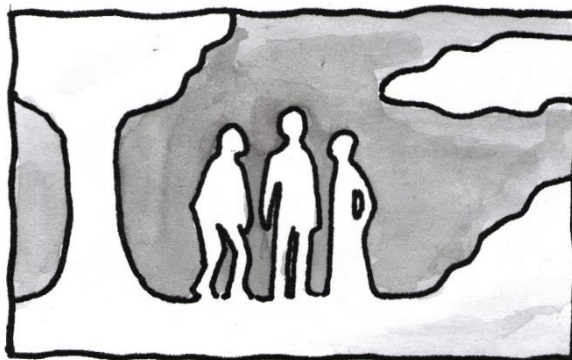
Totál plánok

A ***nagytotál*** a témánk helyszínét hivatott bemutatni. Lényege, hogy a televízióban bemutatni kívánt történés és az azt körülvevő környezet viszonyáról információt adjon. A tévés anyagok gyakran ilyen plánnal kezdődnek, hiszen megalapozó beállításnak tökéletes. Ám koránt sincs kőbe vésve, hogy nagytotál csak az anyag elejére vágható be, hiszen később is fontos szerepe lehet az atmoszféra, a vizuális közeg megteremtésében.

A ***totál*** plán valamivel kisebb területet mutat be, de tartalmazza a téma szempontjából lényeges összes elemet. A ***kistotál*** még szintén orientálja a nézőt a szereplők térben elfoglalt helyzetét illetően, de már bizonyos részletek megfigyelésére is lehetőséget ad.



Nagytotál plán



Totál plán

Egészalakos plán, amerikai plán

Az ***egész alakos*** beállítás olyan képkivágás, amely az szereplőt teljes egészében ábrázolja. Információt kapunk belőle annak megjelenéséről, tartásáról, kisugárzásáról.

Az ***amerikai plán*** combközépen vágja el az emberalakot. Elnevezése a western-filmekre vezethető vissza: fontos volt, hogy a pisztolyért nyúló kéz még része legyen a kompozíciónak, ugyanakkor már látsszanak az arcvonások is. Gyakran rögzítik ilyen plánban a tudósítói bejelentkezéseket, hiszen így még marad tér a tudósító mögött zajló események megmutatására.



Egész alakos plán



Amerikai plán

Szekond plánok

A *second plan* kifejezést a francia nyelvből vettük át, második plánt jelent. Míg az eddig tárgyalt plánoknál szerephez jut a környezet, a szekond plánok leválasztják a szereplőt a közegről, kiemelik és bemutatják őt.

A **tág szekond**, más néven bő szekond vagy félalakos beállítás deréktól felfelé mutatja az embert. A hírolvasókat is gyakran látjuk ehhez hasonló plánban, hiszen felsötetjük nagy része kilátszik a híradós pult mögül.



Tág szekond (félalakos) plán

A **szekond** vagy félközeli plán mell felett vágja el a szereplőt. A televíziózásban az interjúkat legtöbbször így rögzítik, hiszen az interjúalany állá alatt még belefér a képbe a mikrofonlogó, illetve a felúszó feliratok sem takarnak bele az arcba. Ennek szűkebb, a nyak alatt elvágott, a vállaknak épp csak a tetejét megmutató verziója a **szűk szekond**. Ebben a plánban már megengedett, hogy a fejtető kilógjon a képből.



Szekond plán



Szűk szekond plán

Premier plán, szuperplán

A ***premier plán*** a felvétel szereplőjének csak az arcát mutatja az állcsúcstól a fejtetőig, illetve a legtöbb esetben a fejtető már le is marad a képről, még nagyobb teret engedve az arcvonások láttatásának. A ***szuperplán*** pedig az arc részleteit, például a szemeket vagy a beszélő száját mutatja egészen közelről.

Ilyen képkivágásokat a televíziós operatőr csak akkor használ, ha az interjúalany valami nagyon személyes, bensőséges témáról beszél. Ezek ugyanis is lehetővé teszik a néző számára, hogy egy megrendítő vagy megható történet meghallgatása közben jobban megfigyelhesse az interjúalany arcjátékát, tekintetét. Ám az operatőrnek mértéktartónak kell lennie, elkerülve a hatásvadász benyomást. Ha a kamera öncélúan „belemászik” az interjúalany arcába, az ugyanolyan zavaró, mint amikor illetéktelenül hatolnak az intim szféránkba. A riport-, a portré- és a dokumentumfilm műfajába beleférhet, de a híradózásban vagy a tudósításokban alkalmazásuk nem ajánlott. (Alkalmassint interjúalanyunk hiúságát is sértheti, ha a ráncok, anyajegyek és bőrhibák ily módon túl nagy hangsúlyt kapnak.)



Premier plán



Szuper plán

II.1.4. KOMPOZÍCIÓS LEHETŐSÉGEK

A fent ismertetett plánokat többféle kompozícióban is fel lehet venni aszerint, hogy szereplőjüket a képmező melyik oldalán helyezzük el, és a környezetében lévő dolgok hogyan viszonyulnak hozzá. A kompozíciós lehetőségek száma végtelen, a szakmai párbeszéd gördülékenységéhez azonban elengedhetetlen, hogy a leggyakrabban alkalmazottaknak nevet adjunk.

A téma elhelyezése a képmező síkján

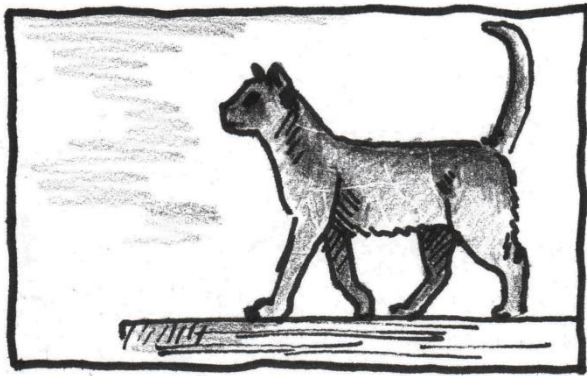
Szimmetrikus vagy központos kompozícióról beszélünk, ha a téma a képet közepén el metsző fő tengelyre vagy az átlók metszéspontjába van komponálva, és a kép két felére nagyjából azonos mennyiségű és minőségű információ kerül. A televíziózásban viszonylag ritkán használt kompozíció.

Az *asszimmetrikus kompozíciónál* a kép főtengelye nem a képmező közepén húzódik, hanem attól jobbra vagy balra. A téma tehát eltolódik a képmező valamelyik oldalára. Ez már sokkal gyakoribb. Fontos azonban, hogy a kompozíció így is egyensúlyban, harmóniában legyen. Ezért alkalmazzák előszeretettel az *arany metszés* szabályát, amely a művészettörténetben is meghatározó fogalom. Arany metszésről (*divina proportione*, azaz isteni arány) beszélünk, amikor valamit úgy osztunk két részre, hogy a kisebbik rész úgy aránylik a nagyobbikhoz, mint a nagyobbik rész az egészhez.

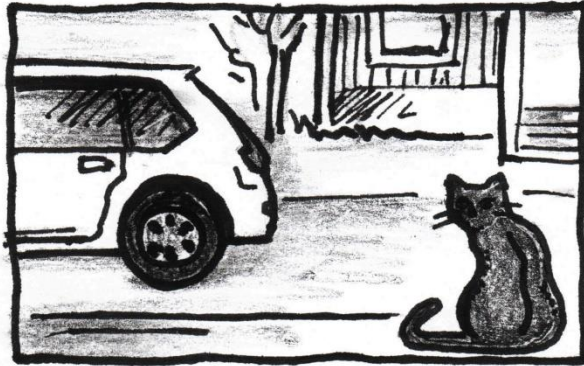
Az *átlós kompozíció* esetében téma a kép átlója köré rendeződik. Tájéképek vagy légifelvételek esetében gyakran használt kompozíció: például, amikor egy folyó átlósan szeli ketté a képmezőt.

A téma elhelyezése a kép terében

Az imént ismertetett elrendezések a témának a képmező síkján való elhelyezésére vonatkoztak. Ezeket variálja tovább a kép terében való építkezés. Az *egyteres kompozíció* esetében a téma a kamerától egy meghatározott távolságra, nagyjából egy síkon helyezkedik el. Ilyet láttunk, amikor egy kerítésen sétáló macskát komponálunk be oldalról, szemmagasságban. Az előtér és háttér ilyenkor nem kap hangsúlyt, nem érdekes. A *többteres kompozíció* estében a képen látható témák egymás mögött, több síkon helyezkednek el. A képen az előtérben és a háttérben is van valami, sőt, akár a kettő közé is be vannak iktatva újabb terek újabb témákkal. Például a képünk előtérben ül egy macska, a mögötte lévő síkban egy autó látható, amögött, a háttérben pedig egy épület. Az ilyen kompozíció nem emel ki a háttérből egy megadott témát, hanem épp az ábrázolt dolgok viszonyrendszerét hangsúlyozza.



Egyteres kompozíció



Többteres kompozíció

Az **ansnites kompozíció** a többteres kompozíciók egy speciális fajtája. Ebben az esetben nem az első képsík a fő síkunk. A lényeg a hátsó képsíkon helyezkedik el, ám oldalról, alulról vagy felülről belóg egy másik téma, ami részben takarja a fő képsíkot. Ilyen beállításban dolgozunk, ha például egy épületet úgy örökítünk meg, hogy a kamerához közel eső fa levelei belógnak a képbe. Az interjúbeállítás is lehet ansnites, ilyenkor a riporter tarkója, feje „lóg” be részben vagy egészben a kompozícióba. Jó megoldás lehet, amikor az a cél, hogy az interjú közben a riporter is látszon. Ez a módszer régen általános volt az interjúkészítésnél, ám a hangharapásos technika némiképp kiszorította. Napjainkban viszont ismét kezd elterjedni a televíziózásban, általában terepen felvett, teljes egészében rögzített beszélgetéseknél, amelyekből utólag nem vágják ki a riporter kérdéseket.



Ansnitt

II.2. Kameraállások, kameramozgások

II.2.1. KAMERAÁLLÁSOK

A *kameraállás* vagy más elnevezéssel a *gépállás* fogalma szintén a film világához köthető eredendően. Három fő gépállás létezik: **alsó, normál, felső**. Az alsó és felső gépállások önmagukban is jelentéssel bírnak. Alsó gépállásban megmutatva a felvétel szereplője nagynak, magabiztosnak, tekintélyesnek, olykor félelmetesnek látszik. Felső gépállásból fényképezve azonban a néző számára kicsinek, esendőnek, elveszettnek tűnhet a megörökített személy. A normál gépállás esetén szemmagasságban helyezkedik el a kamera.¹¹ Az így megmutatott személyt egyenrangú partnernek látjuk.

A legtöbb televíziós műfaj a normál gépállást preferálja, hiszen ennek segítségével tudjuk a dolgokat a lehető legobjektívebben megmutatni. Egy híradós anyagban például szinte elképzelhetetlen, hogy alsó vagy felső kameraállásból rögzítsünk egy interjút. Magazinműsorok vagy szórakoztató műsorok interjúi esetében a másik kettő sem kizárt, de nem szabad őket öncélúan, pusztán a változatosság kedvéért használni, figyelmen kívül hagyva az üzenetüket.

Tudni kell azt is, hogy az emberi arc esztétikája szempontjából a szemmagasság a legideálisabb, hiszen így biztosan nem kap hangsúlyt a toka vagy a kopasz fej. A néző számára is az a legkellemesebb, ha szemmagasságból látja azt, aki beszél, hiszen így tud leginkább figyelni az arcjátékára, a tekintetére.

A vágóképek esetében a televíziózásban is megengedett a nagyobb változatosság, hiszen minél többféle kameraállást, különleges látószöveget használ az operatőr, annál érdekesebb az anyag. A vágóképezés során az operatőr pl. leteheti a kamerát a földre, felmászhat vele egy magaslatra, vagy különféle dolgok mögül „kukkanthat” a felvétele tárgyára. Az alsó kameraállást nevezik **békaperspektívának** is, a felsőt pedig **madártávlatnak**.

II.2.2. LÁTÓSZÖG

Látószögnek nevezzük azt a nyílásszöveget, amelyben az objektív a környezetet mutatja. Meghatározza, hogy mennyire szűk vagy tág képet látunk az objektíven át szemlélt dologról. „Amikor egy beállításhoz megkeressük a kamera helyét, nemcsak a kamera fizikai pozícióját jelöljük ki, hanem az ob-

¹¹ Forgó Sándor – Tóth Tibor: *Médiумismeret II. Az Eszterházy Károly Főiskola digitális tananyaga*, 2011.
http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0005_27_mediumismeret_ii_scorm_07/35_a_gp11sok.html (letöltés ideje: 2015.02.10.)

jektív látószögét is kiválasztjuk, vagyis azt, hogy onnan, ahol van, milyen széles szögben lásson a kamera”¹² – írja Szabó Gábor Filmes könyvében.

A kamera helyének meghatározásán túl az objektív kiválasztásával tudjuk meghatározni a látószöveget. Az objektív a kamera „szeme”. Az emberi szemhez hasonlóan működik, a látószögébe eső fényt összegyűjti, majd az optikai tengelyére merőleges érzékeny anyagra vetíti. Minőségét a benne található lencsék (és esetenként tükrök) határozzák meg, amelyek különféle optikai tulajdonságokkal bírnak. Kiválasztásával behatároljuk, hogy fő témánk mögött mennyit fogunk látni a háttérből, milyen erős lesz a térspektíva, a téréret, mennyire lesz éles és konkrét a környezet.

Az ún. **nagylátószög** tartománya nagyobb területek befogására szolgál, például egy épület megmutatására. Nagy a mélységélesség, erős háromdimenziós térérzetet ad. Esetenként torzíthatja a teret, amely főleg a mozgásoknál látszik. A **normál látószög** felel meg leginkább az emberi szem látószögének. A **teleobjektív** összesűkíti a teret, kicsi a mélységélesség. Mivel ezzel jól leválasztható a téma a háttérről, előszeretettel használják interjúk rögzítéséhez.

II.2.3. ALAPVETŐ KAMERAMOZGÁSOK

Kameramozgásnak nevezzük azt, amikor a filmfelvevő gép valamilyen irányban elmozdul a felvétel tárgyához képest. E mozgások egyaránt jellemzőek a film világra és a televíziózásra, ám mindkét területen van egy nagyon fontos szabály: sosem lehetnek öncélúak. Az operatőrnek tisztában kell lennie azzal, hogy miért éppen az adott módon örökíti meg a témát. Ha tisztában van az egyes mozgástípusok üzenetével, akkor tudatosan képes azokat használni, világosabb üzeneteket tud átadni a nézőknek. A mozgóképgyártás az alábbi kameramozgásokra épül:

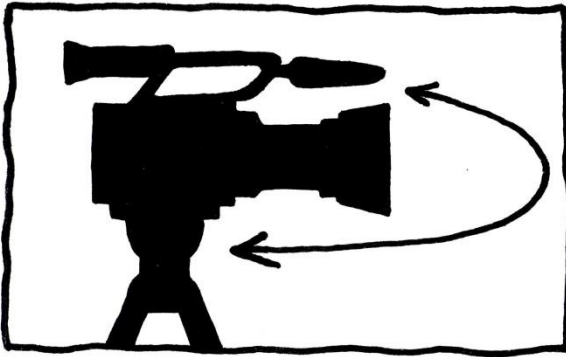
Svenkelés (pásztázás)

Noha van rá magyar kifejezés is, a *pásztázás* helyett a televíziós berkekben mégis sokkal elterjedtebb a német jövevényszó: *svenk*. Ez olyan mozgás, amikor a kamera egy helyben marad, csak a függőleges vagy a vízszintes tengelye körül fordul el. Az operatőr akkor használja, ha a néző szemét végig szeretné vezetni valamin. A mozgás irányától függően megkülönböztünk többféle pásztázást:

¹² Szabó Gábor: *Filmes könyv. Hogyan kommunikál a film?* Ab Ovo, 2002. 29. old.



Le/fel svenk



Jobbra/balra svenk

Le/felsvenk: Ilyenkor a kamera a vízszintes tengelye körül fordul el, tehát előre vagy hátra dönti az operatőr. Fentről lefelé vagy lentől felfelé pásztázva mutat meg valamit.

Jobbra/balra svenk: Ebben az esetben a kamera a függőleges tengelye körül fordul el, tehát oldalra mozdítja az operatőr. Jobbról balra vagy balról jobbra pásztázva mutat meg valamit.

Panorámázás: A svenkelés speciális fajtája. Ilyenkor a kamera a függőleges tengelye körül 180 fokban vagy annál nagyobb szögben mozdul el, tehát fél- vagy egész fordulatot tesz. Ez a mozgás kiválóan alkalmas például táj vagy nagyobb embertömeg bemutatására, főleg akkor, ha a kamerát sikerül valamilyen magaslati ponton elhelyezni.

Fahrt (kocsizás)

A kocsizás is egyike az alapvető kameramozgásoknak, ilyenkor a felvevőgép vízszintes irányban mozog. Nem csupán a saját tengelye körül fordul, mint a jobbra/balra svenk esetében, hanem itt már valódi, helyváltoztató mozgásról van szó.

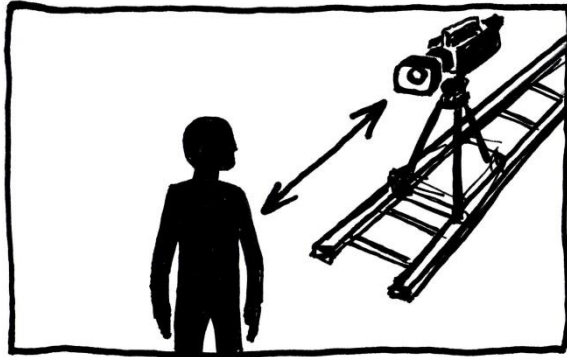
Az ilyen mozgatót akkor lehet legszebben kivitelezni, ha a kamera egy sínre van felszerelve – bár tény, hogy napjainkban egyre több olyan eszköz kerül a piacra, amelyekkel sínpálya kiépítése nélkül is lehet egyenletes, lágy mozgású kocsizást produkálni. De ha nem feltétlenül cél, hogy a mozgás sima és dőcögésmentes legyen, akkor a fahrt kivitelezhető egyszerűen úgy is, hogy az operatőr – kezében tartva a kamerát – odasétál a felvétel tárgyához.

A kocsizással gyakrabban találkozunk a filmgyártásban, mint a televíziós műsorkészítésben. Mivel az effajta mozgás precíz kivitelezéséhez speciális technikára és gondos előkészítésre van szükség, a dőcögős-sétálós fahrtot pedig sokan a házivideózás módszerének tekintették, a professzionális televíziózásban nem vált igazán elterjedtté ez a mozgás. Az utóbbi években viszont egyre gyakrabban tűnik fel mégis – köszönhetően egyrészt az új technikai eszközöknek, másrészt annak, hogy a „home video”-s látványvilág bizonyos értelemben divatba jött a televíziózásban.

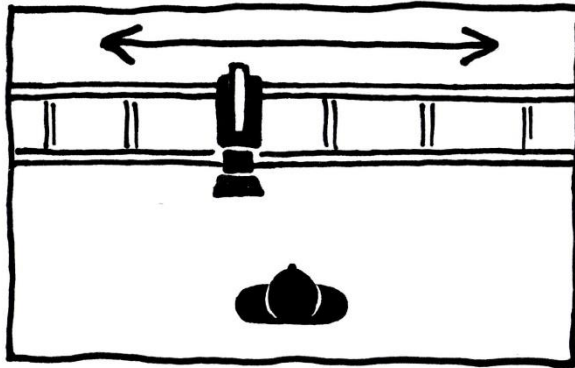
A mozgás irányának függvényében a kocsizásnak a következő fajtáit különböztethetjük meg:

Előrekocsizás: Ilyenkor a kamera a felvétel tárgyához, szereplőjéhez egyre közelebb gurul, csúszik, mozdul. Az ilyen mozgás célja a kiemelés.

Hátrakocsizás: Ebben az esetben a kamera egyre távolabb kerül a felvétel tárgyától, szereplőjétől. Célja a kompozíció szélesítése vagy a tárgy jelentőségének csökkentése. A tartalmi egység végén jelentheti az elköszönést, az elbúcsúzást valamitől.



Előre/hátra kocsizás



Oldalirányú kocsizás

Oldalirányú kocsizás: Amikor a kamera elhalad egy tárgy mellett, azzal megmutat, felvillant a néző számára valami olyasmit, ami akkor, abban a pillanatban nem játszik főszerepet, de tudni kell róla.

Együttes mozgás: Ebben az esetben a kamera a felvétel tárgyával, személyével együtt mozog, például lépést tart egy sétáló emberrel. A cél ilyenkor az, hogy a mozgó személy vagy tárgy környezetének változását érzékeltesük. A televíziózásban ezzel a mozgással fel lehet dobni az egyébként statikus felkonferáló szövegeket, műsorvezetői ismertetéseket. Kivitelezése azonban nagyfokú tudatosságot igényel mind a beszélőtől, mind az operatortól, hiszen összhangban kell mozogniuk, és ügyelni kell arra is, hogy a kezdő és záró kompozíció megfelelő legyen.

Körpályás kocsisás: A kamera körbejárja a felvétel tárgyát, hangsúlyozva, minden szögből, átfogóan bemutatva azt. Az ilyen mozgással főszereplővé tehetünk valakit vagy valakit, tekintélyt és fontosságot adhatunk neki. A gyors vagy több kört is megtévő kameramozgások pedig a szó szoros értelmében szédítő látványt nyújthatnak.

Variózás (zoomolás)

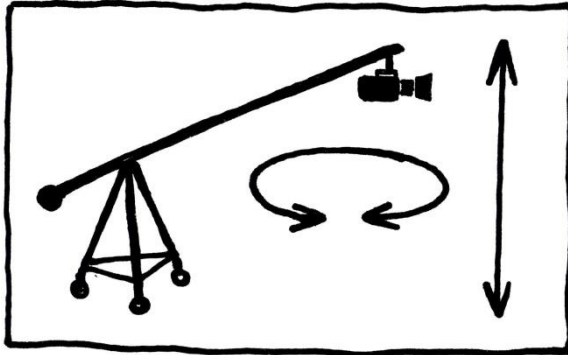
A variógyűrű húzásával, illetve a zoom-gomb lenyomásával is elérhetünk közelítő/távolító hatást. Ezek azonban nem tekinthetők valódi mozgásnak, hiszen a kamera nem, csak az objektívben lévő lencsék mozognak. (Erre természetesen csak a zoom objektívek alkalmasak, az ún. fix gyújtótávolságú objektívekkel nem lehet variózni. A digitális zoomnak pedig a televíziózásban nincs létjogosultsága, hiszen a képminőség romlásához vezet, ráadásul utómunkával is megoldható ugyanaz a ráközelítés.)

Vannak, akik úgy vélik, a professzionális mozgóképgyártásban nincs is helye ennek a mozgásformának: az operatőrök számára a varió csupán egy segédeszköz, amely lehetővé teszi, hogy a két kép megkomponálása és rögzítése között ne kelljen mindannyiszor helyet változtatni. Mások viszont nem tartják ezt ilyen szigorú szabálynak, és olykor „hasznosban” is varióznak, azaz a rögzített felvételen és a vágott anyagban egyaránt benne marad ez a mozgás. (Az ezredforduló utáni években például jellemzővé vált a televíziózásban az a trend, melynek során bizonyos műfajokban az interjúk képi világát gyakori ki-be variózással tették mozgalmasabbá.)

II.2.2. ÖSSZETETT KAMERAMOZGÁSOK SPECIÁLIS KAMERAMOZGATÓ ESZKÖZÖKKEL

Daruzás (kránozás)

A kamera daruszerkezetre szerelve szinte bármilyen irányban mozgatható a levegőben. A süllyedés, az emelkedés, a különféle irányú pásztázás mellett átlós és kombinált mozgások (pl. farth és svenk kombinációja) is lehetővé válnak általa. A daruzás különösen alkalmas nagyotatólok készítésére például olyan esetekben, amikor egy területet vagy a területen összegyűlt tömeget szeretnénk bemutatni, annak nagyságrendjét érzékeltetve. Tömegrendezvényeken azért kedvelt eszköz, mert a kamera a jelenlévők feje felett mozog, így nem kell attól félni, hogy a kitarjakk a látnivalót, belesétálnak a képbe. Az ún. *Jimmy Jib* olyan krán, amelynek a kamerával ellentétes végén ellensúlyok találhatók. Működtetői olyan szakoperatőrök, akik speciális képesítést kaptak az installálásához és kezeléséhez.



Daruzás (kránozás)

Kamerakocsi (dolly)

A kamerakocsi vagy más néven dolly kerek szerkezet, amely önmagában vagy sínen gurul. Erre lehet rászerezni a kamerát. Igen sokféle kamerakocsi létezik. A legegyszerűbb változata olyan, mint egy hagyományos kameraállvány, kerekkel a lábak alatt. Kocsiszerű változata is van, amelyre fel szállhat, ráállhat vagy ráülhet a kamerát mozgó operátor. Az így mozgatott kamera egyenletesen úszó hatású képet ad.¹³

Steadycam

Mellényszerű szerkezet, melynek segítségével a kamera az operátor testére szerelhető, és vele együtt mozog. Mechanikája bizonyos mértékig kiegyenlíti a döccenéseket, így akár a sint, kocsit is helyettesítheti. Számos lehetőség rejlik benne.

Slider

Kisméretű, könnyen kezelhető, hordozható kamerasín, amely asztra, földre vagy kameraállványra is helyezhető. A kamera egy ráhelyezett gördülő szerkezeten zökkenésmentesen, egyenletesen húzható tetszőleges irányba. Akár döntve is beállítható, így még érdekesebb mozgásokra ad lehetőséget. Mivel csak rövid pályát tud befutni, így nagy terekben való mozgás megőrkítésére nem, de tárgyak, csendéletek, kis terek izgalmas képi feldolgozására kiválóan alkalmas.

¹³ További hasznos információk a német nyelvű Wikipédia *Dolly (Kamerawagen)* szócikkében. [https://de.wikipedia.org/wiki/Dolly_\(Kamerawagen\)](https://de.wikipedia.org/wiki/Dolly_(Kamerawagen)) (letöltés ideje: 2016.01.11.)

Drónhoz erősített kamera

Egyre elterjedtebbek a távirányítható, levegőbe emelkedésre képes szerkezetre szerelt, kistestű, ütésálló, nagy látószögű objektívvel ellátott kamerák, amelyeket kiválóan lehet használni tájak, épületek, városképek vagy tömeg fényképezéséhez. (Bizonyos feladatoknál kiváltják a daruszerkezetre szerelt kamerákat.)

GoPro

Ennek ismertetése nem feltétlenül a kameramozgató eszközök között kellene hogy helyet kapjon, hiszen ez egy kameratípus. A benne rejlő, szerteágazó mozgatási lehetőségek miatt azonban talán érdemes itt megemlíteni. Nagy látószögű objektívvel ellátott, apró méretű, strapabíró kameráról van szó, amely felszerelhető emberi testrészekre (fej, kar, láb, mellkas), autó szélvédőjére vagy bármely más tárgyra. Extrém mozgásokat lehet vele végezni, kiválóan alkalmas pl. ugrás vagy futás megörökítésére. Bejuttatható olyan helyekre, ahová az operatőr nem fér be. Ezek az apró, de jó képminőséget produkáló szerkezetek ütésállóak, jól tűrik a szélsőséges körülményeket. Egyes modellek távirányíthatók, vízálló tokba is tehetőek, különféle kiegészítőkkel kaphatók. Nem csoda, ha szédületes gyorsasággal terjedtek el az amatőr videósok és a profik között egyaránt.

II.3. A televíziós vágás alapfogalmai

Napjainkban számos vágóprogram létezik, minden szakember megtalálhatja a neki leginkább megfelelőt. A számítógépes vágószoftverek elve hasonló. A különféle nyersanyagok beimportálhatók, a programban ki lehet választani belőlük a használni kívánt részeket, és az ún. *time-line*-on, azaz az idővonalon fel lehet építeni a kész anyagot. Abba bármely ponton bármikor beenyúlhatunk, a snitteket szétvághatjuk, összeilleszthetjük, megcserélhetjük, effektekkel láthatjuk el. Az idővonalnak általában több kép- és hangsávja van, így a beillesztett narrációkat vagy éppen interjú-részleteket vágóképekkel fedhetjük, zenét vagy egyéb hangelemeket tehetünk a kívánt helyekre.

Noha a technikai háttér hasonló, a televíziós vágás alapvetően más munkamódszerekkel, más elven működik, mint a filmes vágás. A televíziós vágó a kapott munkalap és adásmenet alapján dolgozik, a szerkesztő, illetve a rendező utasításait követve. A vágással kapcsolatos alapfogalmakat és szabályokat ezért nemcsak neki, de valamennyi televíziós munkakörben dolgozó személynek ismernie kell.

II.3.1. FELVÁGÓKÉPEZÉS

Így nevezik azt a folyamatot, melynek során az operatőr egy meghatározott témáról különböző beállításokban vágóképeket készít. Nem folyamatosan forgó kamerával járja körül a témát, hanem minden snittet egyenként bekomponál, pár másodpercben rögzíti a képet, leáll, új beállítást keres, amit ismét rögzít. (E folyamat különbözteti meg leginkább az amatőr videóst a profi tévés/filmes operatórtól.)

Egy televíziós anyag többnyire több feldolgozandó képi témát is tartalmaz, amelyek mindegyikét körültekintően fel kell vágóképezni, minél többféle plánban, minél több oldalról megmutatva azt. Egy klasszikus rendezvénytudósítás esetében például fel kell vágóképezni az eseménynek helyet adó épületet, az esemény szereplőit, a közönséget, az esetlegesen kiállított tárgyakat, a bemutatott folyamatokat. Az így felvett képsorokat tudja a vágó később egy-egy narráció, zenerészlet, interjú-részlet fölé, többnyire tematikus csoportosításban feltenni. Egy-egy ilyen képsor átfogóan be kell hogy mutassa a témát.

Arra vonatkozóan nincs pontos szabály, hogy egy-egy televíziós anyaghoz hány vágóképet kell rögzíteni, a kezdők azonban gyakran esnek abba a hibába, hogy túl keveset vesznek fel. Fontos, hogy a vágó kellő mennyiségű kép közül választhassa ki az anyag különböző részeihez illőket. Egy híradós anyaghoz ezért érdemes mintegy 20–30, egy 3–5 perces magazinműsor-

anyaghoz pedig akár 60–80 snittet is rögzíteni. Nagyon fontos az is, hogy ha egy mozgást vagy kompozíciót elront az operatőr, akkor ne legyen rest újra elkészíteni azt.

II.3.2. A VÁGÓKÉPEK TEMATIKUS CSOPORTOSÍTÁSA

A vágóképeket a vágó nem találomra pakolja fel a program idővonalára, hanem tematikus elrendezésben. A különböző témájú, a filmtér különböző részein felvett képek vegyítése megzavarja a nézőt.

A tévés vágóképezés alapvető célja az, hogy a néző odaképzeldhesse magát a képek helyszínére, és az általa így elképzelt közeg lehetőleg mindenben megegyezzen a valósággal. Az operatőrnek és a vágónak épp ezért úgy kell építkeznie a képekkel, ahogy a szemlélő járatná a tekintetét, ha ott lenne a helyszínen. Márpedig a tekintet jellemzően nem ide-oda ugrál a térben, hanem sorban végigpásztazza azokat a dolgokat, amelyek a szemlélő érdeklődését kiváltják.

A vágóképek sorrendjével vezetjük a néző szemét: ha például egy frissen felavatott szobrot akarunk bemutatni, akkor először megmutatjuk nagytotálban, majd egyre szűkebb plánokban, végül részleteiben. Eközben a nézőt egyre közelebb visszük a szoborhoz. Ebbe a képsorba nem célszerű más témájú képeket belekeverni, mert annak zavaró hatása lesz.

Egy tartalmi egység, egy narráció alá tehát lehetőség szerint azonos témájú képsort érdemes rakni. Ha ügyesen van felvágóképezve a téma, akkor nem kell attól tartanunk, hogy unalmas lesz. Amikor a verbális tartalom vált, akkor a képi téma is vált az anyagban! Mindez segít fenntartani a néző figyelmét, hozzásegíti őt ahhoz, hogy képes legyen eligazodni az ábrázolt események sorában.

(Ettől természetesen eltérhetünk olyankor, ha például az anyag elejére kedvesináló összefoglalót készítünk: ebben nyugodtan vegyíthetjük a filmtér és a filmidő eltérő pontjain készült képeket, hiszen ilyenkor az a cél, hogy kiragadott képek révén keltsük fel az érdeklődést. Az ilyen elemek, belső etűdök azonban sosem lehetnek túl hosszúak, mert egy ilyen montázs bizonyos hosszúságon túl már nem érdekesnek, hanem zavarosnak hat.)

II.3.3. A PLÁNOK SORRENDJE

A klasszikus televíziós vágásban a plánok egymás után vágásának szigorú szabályai vannak. A híradós bejátszásokban és a hagyományos felfogású magazinműsorokban, riportanyagokban, tudósításokban alapszabály, hogy csak egymástól eltérő plánokat szabad egymásra vágni: például nagytotálra kistotált, majd arra egy szekondot, arra egy közelit és így tovább. Ez a módszer lehetővé teszi a néző tekintetének vezetését egy adott témán belül, így

láthatjuk el a nézőt a lehető legtöbb információval, illetve ez garantálja a vizuális változatosságot.

Az ugyanolyan plánban felvett és egymás után vágott képek furcsa, ugáló, vibráló hatást kelthetnek. Ha a plánokon belül még a kompozíció is hasonló, akkor pedig egészen groteszk lehet az eredmény. Ha például azonos képdalra komponált, azonos plánban felvett embereket ábrázoló snittek teszünk egymás után, azzal olyan hatást érünk el, mintha ugyanaz a személy folyton átválna. (Körkérdés-interjúk egymásra vágásánál például különösen érdemes vigyázni erre!)

Kezdő videósok gyakran esnek abba a hibába, hogy túl kevés féle plánt rögzítenek: nyersanyaguk szinte csak kistotalókból áll. Egy ilyen nyersanyagból szinte lehetetlen vizuálisan izgalmas anyagot készíteni. A téma kontextusának megadásához és a helyszín beazonosíthatóságához természetesen kellene a nagytotalók és a kistotalók. Az anyag sava-borsát azonban mindig a közelik adják meg, azok rejtik magukban az információk oroszlánrészét, és hordozzák magukban a téma hangulatát. Ha mindezt még megfűszerezzük néhány különleges kompozícióval, szokatlan szögből felvett képpel, akkor garantáltan sikerül ott tartani a néző tekintetét.

Természetesen vannak olyan műfajok is, amelyek megengedik a plánváltások szabályainak felrúgását. Egy klipben, egy fikciós elemekkel is operáló anyagban vagy olykor művészeti vagy ifjúsági műsorban is lehet szándékos a vibráló vagy épp nyomasztó hatás keltése, az információk szándékos visszatartása. A szándék és az üzenet átgondolása azonban ilyen esetekben is fontos, a professzionális televíziózásban nincs helye esetleges vagy öncélú vágói munkának, a „parasztyakítás” kerülendő.

II.3.4. A VÁGÁS RITMUSA

A vágóképeket a vágó egymás után elhelyezi a program idővonalán. Megkeresi azt a pontot, ahonnan érdemes indítani a snitket, és azt, ahol el kell vágni. Azt, hogy ezek pontosan hol legyenek, hogy egy-egy vágóképet hány másodpercig érdemes láttatni, hogy milyen időközönként váltsák egymást a snittek, több tényező is befolyásolja. A híradós anyagoknál például – ahol az objektivitás miatt aláfestő zenét tilos használni – a szöveg ritmusa, a mondatrész- vagy szóhatárok határozzák meg, mikor történjen képváltás. Az olyan anyagoknál, ahol van aláfestő zene, ott pedig a zene ritmusát érdemes figyelembe venni.

Bizonyos témák lassabb ritmust, más témák dinamikusabb, akár ún. klipeket vágást igényelhetnek. Az is lehetséges, hogy például lassabb ritmussal indulunk, az anyag vége felé közelítve pedig egyre rövidülnek a snittek, ezáltal gyorsul a film tempója.

A vágás ritmusa meghatározza az anyag hangulatát. Különböző érzéseket, pl. feszültséget vagy éppen nyugalmat, életörömet vagy éppen melankóliát lehet vele érzékeltetni.

II.3.5. KÉPVÁLTÁSI TECHNIKÁK

A vágott anyag hangulatát meghatározza az is, hogy a képeket milyen módon, milyen átmenetekkel fűzzük egymás után. Az alapvető televíziós képváltási technikák a következők:

Élesvágás

Ez a legtöbbször használt képváltási technika a televíziózásban. A vágókép egy adott ponton egyszerűen véget ér, és közvetlenül utána indul a következő. Nevezik kemény vagy direkt vágásnak is.

Úsztatás (dissolve)

Még mielőtt véget ér egy vágókép, már elkezdődik a következő, és néhány frame, azaz képkocka erejéig mindkét képet egyszerre látjuk. Az előző kép fokozatosan eltűnik a szemünk elől, miközben a következő feltűnik. A rövid átúszásokat az emberi szem szinte alig érzékeli. Hosszú átúszásokat többnyire lírai témáknál használnak.

Abblende, aufblende (áttűnés)

Az abblende a képmező beszűkülését, elsötétülését jelenti. Kétféleképpen használható:

- a) A fényzárak felvétel közben a legkedvezőbb megvilágítás állapotából kiinduló fokozatos zárása a teljes elsötétedésig.
- b) A televíziókép fokozatos kicsinyítése, majd a képernyő elsötétedésével járó teljes eltűnése a műsor végének egyfajta érzékeltetéséeként.¹⁴

Az aufblende ugyanennek a fordítottja, a képmező kitágítását, kivilágosodását jelenti. Az abblende-aufblende kettős alkalmazását gyakran egyszerűen csak áttűnésnek nevezik. Régebben valóban a blende nyitásával zárásával érték el ezt a hatást, ma már inkább az utómunka során végzik el a beszűkítést-kinyitást. Sokszor a képet egyszerűen átúsztatják egy fekete képkockába, majd a feketéből felúsztatják a következő képet.

Általában egymás után használják őket az új tematikai egység, új helyszín vagy új időpont érzékeltetésére. A kép lehatárolódik az egyik képen, majd kitágul a következő képen, amely már új helyen/időben mutatja az eseményeket.

¹⁴ Bakos Ferenc: *Idegen szavak és kifejezések szótára*. Akadémia Kiadó, Budapest, 1994. 19. old.

Fehér villanás

Ebben az esetben ugyanaz az eljárás, mint az abblende-aufblende esetében, de a képek nem feketeségbe tűnnek át, hanem egy fehér képkockába, utána abból nyílik a következő snitt. Ezt is a témák elválasztásakor használják, vagy olyan esetekben, amikor egy megvágott interjúnál a vágópontot nem tudják vagy nem akarják vágóképpel fedni. Üzenete: nem akarom eltitkolni, hogy itt vágás történt, sőt, inkább felhívom rá a figyelmet, hogy az interjúalany a két mondatot nem egymás után mondta! A folyamat rendszerint csak néhány képkockára korlátozódik, ezért lesz villanásszerű hatása.

Képváltó effektek

Az egyik kép másikba való átváltásához számos effektet kínálnak a vágóprogramok. A váltást megoldhatjuk úgy, hogy az egyik kép oldalra tolódik, szétnyílik, szertefoszlik, ellapozódik stb., helyet adva a következőnek.

Megjegyzés: Képváltó effekteket a professzionális mozgóképgyártásban nagyon ritkán használnak. Egyáltalán: a televíziózásban bármiféle effektet csak nagyon indokolt esetben érdemes alkalmazni, ha a téma megkívánja. A látványos effektek halmozása különösen dilettáns hatást kelthet. (A különböző korrekciós, kép- vagy hangminőséget javító, de a néző számára nem tetten érhető effektek természetesen más lapra tartoznak.)

III.
A televíziós műsorszerkesztés
kiindulópontjai

III.1. Információszerzési módszerek és források

A televízióműsor-szerkesztői munka a megfelelő téma kiválasztásánál kezdődik. Ahhoz azonban, hogy a szerkesztő el tudja dönteni, milyen témákat tárjon nézői elé, be kell, hogy fussanak hozzá a témák alapját képező információk. Minél több információ fut be hozzá, annál biztonságosabban tudja kiválasztani azokat, amelyek érdekesek vagy értékesek a nézőközönsége számára. Az alábbiakban tekintsük át, hogy milyen módszerekkel tehetünk szert az információkra, milyen forrásokból juthatunk hozzájuk.

III.1.1. INFORMÁCIÓS HÁLÓZAT LÉTREHOZÁSA

A televíziócsatornák műsorszerkesztőségei mindenképp úgy értesülnek a hírekről, eseményekről, hogy partnereik számára elérhetővé teszik önmagukat. Közzéteszik e-mail címüket, telefonszámukat, címüket, regisztrálnak a közösségi oldalakon azzal a céllal, hogy a különféle intézmények vagy magánszemélyek témajavaslatokat juttathassanak el hozzájuk. Létrehoznak tehát egy információs hálózatot. (Ennek metódusáról és elemeiről később még részletesen lesz szó!)

Az információs hálózat azonban önmagában nem elég, hiszen a médiának olyan információkat is meg kell szereznie, amelyeket senki sem oszt meg vele önkéntesen. Ezért van szükség a következőkben részletezett tevékenységekre.

III.1.2. SAJTÓFIGYELÉS

A televíziós műsorszerkesztők folyamatosan figyelik a konkurenciát: böngészik az internetes portálokat, olvassák a helyi, országos és külföldi lapokat, hallgatják a rádiót, megnézik a különféle tv-csatornák műsorait. Elsősorban az olyan témájú cikkeket, műsorokat kísérik figyelemmel, amelyek a saját szakterületükkel kapcsolatosak – pl. politika, gazdaság, közélet, kultúra stb.

A sajtófigyelésnek több fontos célja is van. Egyrészt a szerkesztők így tudnak lépést tartani az eseményekkel, képbe kerülhetnek a szűkebb és tágabb környezetükben végbemenő jelenségekkel, történésekkel, folyamatokkal kapcsolatban. Szert tehetnek arra a naprakész tájékozottságra, amely szakmájukhoz elengedhetetlen. Másrészt háttérinformációkat gyűjthetnek egy-egy olyan témában, amelyet éppen fel akarnak dolgozni egy-egy televíziós anyag, bejátszás vagy beszélgetés formájában.

A konkurens orgánumok figyelése hozzásegíti őket ahhoz is, hogy lásák, milyen mércét kell átugorniuk, mi az a színvonal, amelyhez tartaniuk kell magukat. Megismerik szakmájuk aktuális kihívásait, az uralkodó trendeket.

És nem utolsósorban ötleteket meríthetnek a konkurencia által tálatl témákból saját műsoraikhoz. Gyakori, hogy amikor egy sajtóorgánum megír/lead egy hírt, azt utána az összes többi is „felkapja”, megpróbálnak újabb és újabb részleteket kinyomozni, újabb és frissebb információkat tálatni az adott ügygel kapcsolatban.

Az országos televíziók regionális tudósítói számára pedig egyenesen elengedhetetlen, hogy állandóan szemlézzék a helyi sajtót, és az ott fellelhető legjelentősebb témákat felajánlják a felettesüknek – ha ő is érdekesnek találja azt, megrendeli tőlük a témát feldolgozó mozgóképes híryanagot.

III.1.3. HÍRÜGYNÖKSÉGEK ANYAGAINAK FIGYELEMMEEL KÍSÉRÉSE ÉS FELHASZNÁLÁSA

Információkra akár feldolgozott formában, kész hírré formázva is szert tehetünk, ha regisztrálunk, illetve előfizetünk valamely hírügynökség szolgáltatásaira.

A hírügynökség hírek gyűjtésére és terjesztésére szakosodott sajtóvállalkozás, amely lehet állami vagy magántulajdonban. Érdeklődési területük szerint lehetnek általánosak vagy szakosodottak. A hírügynökségi szolgáltatások előfizetői jellemzően más médiumok, például napilapok, magazinok, rádió- és tévéadók, internetes portálok. Az előfizetők a hírügynökségektől tömör, pontos híreket várnak, amelyek a lehető leggyorsabban megérkeznek hozzájuk.¹⁵

A hírügynökségek többnyire letölthető vágóképeket, képsorokat is kínálnak, amelyeket például külpolitikai híryanagok elkészítéséhez használhatnak fel a televíziók. E módszer jóval olcsóbb és többnyire gyorsabb, mint ha saját tudósítót küldenének ki egy másik országba, kontinensre – az anyag azonban nem lesz exkluzív, hiszen ugyanazokat a képeket más tévécsatornák is felhasználják. Egy televíziós műsorszerkesztő az írott hírügynökségi tartalmaknak is hasznát veheti, hiszen a belőle megtudott információkat felhasználhatja a narrátorszöveg megírásához.

¹⁵ *Hírügynökség*. Wikipédia szócikk.
<http://hu.wikipedia.org/wiki/H%C3%ADr%C3%BCgyn%C3%B6ks%C3%A9g> (letöltés ideje: 2014.09.19.)

III.1.4. NYITOTT SZEMMEL JÁRÁS, TÉMAÉRZÉKENYSÉG

Ha a szerkesztő figyeli a konkurencia témáit, a hírügynökségek anyagait és az e-mailben, postán, közösségi oldalak révén hozzá befutó híreket, azzal még csak arra válik képessé, hogy lépést tartson a konkurenciával. Az igazi „nagy fogásnak” az számít, ha olyan témát vagy hírt tud találni, amely máshol még nem szerepelt. Így törhet a hírverseny élére, így tud igazán magas nézettséget produkálni.

Ahhoz, hogy olyan témát találjon, amelyet a többi sajtóorgánium még nem tált fel – vagy legalábbis nem úgy, nem olyan hangsúlyokkal –, észre kell venni, mi foglalkoztatja az embereket. Meg kell látni, hogy gondjaik, problémáik miből eredhetnek. Elcsépett mondás, de igaz: A téma az utcán hever. A televíziós újságíró a piacon, a buszon, a színházban vagy bárhol szembe találhatja magát egy unikális témával. Ehhez persze nyitott szemmel és füllel kell járnia, illetve észre kell vennie az összefüggéseket.

A témaérzékenység egyfajta adottság, amely vagy megvan egy szerkesztőben, vagy nincs. Ugyanakkor a naprakész tájékozottság is elengedhetetlen ahhoz, hogy felismerje az igazán jelentős és az adott pillanatban fontos témát. Az is megeshet, hogy egy egyébként népszerű és sokat taglalt jelenségnek sikerül olyan szegmensét feltárnia, amelyet másoknak még nem, vagy olyan új adalékokat közölhet egy fontos témában, amelyek új megvilágításba helyezhetnek egy problémát.

A jártunkban-keltünkben felfedezett témának persze nem feltétlenül kell napi aktualitással bírnia, hiszen a hírműfajon kívül is van élet... Lehet, hogy egy szociografikus riporthoz, egy dokumentumfilmhez vagy éppen egy ismeretterjesztő anyaghoz találunk nagyszerű indító gondolatot.

III.1.5. OKNYOMOZÁS

Vannak olyan témák, amelyekkel kapcsolatban nem kínálkozik tálcán az információ a szerkesztő számára. Ez azonban nem tántoríthatja el, hiszen alkalmasint olyan eseményekről és jelenségekről is kötelessége hírt adni, amelyekkel kapcsolatban a döntéshozók és a kommunikátorok nem osztanak meg szívesen részleteket, de a téma sokakat érint vagy érdekel. Ilyen esetben van szükség arra, hogy a szerkesztő-riporter oknyomozást folytasson.

Bajomi-Lázár Péter az oknyomozó-tényfeltáró újságírást folytató személyről azt írja: „Az ilyen újságíró a többi hatalmi ágat ellenőrző negyedik hatalom képviselőjeként azt feltételezi, hogy a titkolt – és nem egyszer üzleti, állam- vagy banktitoknak minősített – információk a jogi vagy erkölcsi

normák áthágására utalnak; legfontosabb feladatának tehát a szegények, a kizsákmányoltak, az elnyomottak érdekeinek képviselését tartja.”¹⁶

Olyan esetben, amikor a hivatalos forrásoktól nem számíthatunk elegendő információra, akkor mindenképp a téma érintettjeit érdemes felkeresnünk, vagy olyan személyeket, akiknek nem hivatalosan tudomásuk lehet a témával kapcsolatos dolgokról. A telefonos kérdezősködés ilyen esetekben rendszerint nem vezet eredményre – többet ér, ha személyesen járunk utána a dolgoknak, a saját szemünkkel és fülünkkel győződünk meg a tényállásokról. Ha mozgóképes oknyomozó riportot készítünk, akkor a kamera a nyomozás mozzanatait is megőrökíti.

Az oknyomozás mint tevékenység tág fogalom. Magában foglalja a telefonálást, a különféle helyszínek felkeresését, a személyes tapasztalatszerzést. Az oknyomozás során folytatott beszélgetéseknek rendszerint csak egy része használható fel az anyagban – ez függ attól, hogy a forrás hozzájárult-e a forgatáshoz, vagy csupán „mikrofonon kívül” adott tippeket, információkat. A kilétüket felfedni nem kívánó személyeket megszólaltathatjuk úgy is, hogy arcukat kitakarjuk, elsötétítjük, hangjukat az utómunka során effekttel változtatjuk meg. Az oknyomozás talpraesettséget, kreativitást és gyorsaságot kíván meg az operatortól is.

Az oknyomozás során nagyon körültekintően kell eljárni. Nem szabad akadályozni a hivatalos szervek munkáját, és ügyelni kell arra, hogy ne sodorjunk veszélybe senkit. A kiderített tényeket érdemes többszörösen ellenőrizni, nehogy a rágalmazás csapdájába essünk. Objektívnek kell maradni, tartózkodni kell az öncélú iróniától és a hatásvadász elemektől. A témát minél több oldalról körbe kell járni, nehogy egysíkúan, egy nézetnek kedvezve mutassuk azt be.

¹⁶ Bajomi-Lázár Péter: *Média és társadalom*. Antenna-könyvek sorozat, PrintXBudavár Zrt. és a Médiakutató Alapítvány közös kiadása, 2008. 228. old.

III.2. Az információs hálózat kiépítése

III.2.1. KAPCSOLATFELVÉTEL A PARTNEREKKEL

Ahogy arról már az előző fejezetben volt szó, mind a televíziós szerkesztőségek, mind a szabadúszó stábok számára elengedhetetlenül fontos, hogy elérhetővé tegyék saját magukat, elérjék, hogy a potenciális partnerek megtalálják őket az információikkal.

Amikor egy televízió vagy egy stáb megkezdzi a működését, ki kell alakítania a saját információs hálózatát – később pedig ezt folyamatosan frissítenie kell. Fel kell vennie a kapcsolatot azokkal az intézményekkel, szervezetekkel, egyesületekkel, önkormányzatokkal, kormányzati szervekkel, pártokkal, kommunikációs ügynökségekkel, alapítványokkal stb., amelyek lefedettségi területén jelentősek.

Ma már a legtöbb szervezetnek van sajtólistája, amelyre a sajtóorgánumok, illetve azok munkatársai felírathatják különféle elérhetőségeiket. Ezen szervezetek többnyire örömmel küldenek meghívót a rendezvényeikre, sajtótájékoztatóikra, és postázzák nekünk a sajtóközleményeket, hírleveleket, amelyekben informálnak bennünket a náluk zajló eseményekről, az általuk hozott intézkedésekről. Az információtovábbítás módjaitól függően több szintű információs hálózatot hozhatunk létre.

III.2.2. AZ E-MAIL-RENDSZER KIALAKÍTÁSA

Napjainkban a legtöbb szerkesztőség munkája az e-mail-rendszeren alapul, hiszen az információk így gyorsan, pontosan, költségek nélkül célba juttathatók.

Ha az e-mail címünk felkerült a megfelelő szervezetek sajtólistáira, akkor folyamatosan kapni fogjuk tőlük a híreket, képet kaphatunk ténykedésükről, bekapcsolódhatunk a közélet véráramába. Az e-mail előnye, hogy (ha jól van megszerkesztve, akkor) tartalma gyorsan és könnyen áttekinthető, ugyanakkor csatolmányként sokrétű és információgazdag háttéranyag is eljuthat az újságíróhoz.

E-mailben legtöbbször rendezvényekre, sajtótájékoztatókra invitáló meghívókat kapunk. A feladó sok esetben kéri, hogy jelezzünk vissza, részt kívánunk-e venni az eseményen. Elképzelhető, hogy a részvételhez szükséges regisztráció felületének linkjét is mellékelik. A további gyümölcsöző kapcsolat érdekében érdemes segíteni egymás munkáját azzal, hogy az ilyen kéréseknek eleget teszünk, a regisztrálásra, visszajelzésre vonatkozó határidőket betartjuk.

III.2.3. TELEFONOS RENDSZER LÉTREHOZÁSA

A legtöbb szervezet sajtólistája telefonszámokat is tartalmaz. A telefonhívásokkal általában csak ráerősítenek az e-mailben küldött invitálásokra, felhívják bennünket, hogy megkaptuk-e a sajtóanyagot, megyünk-e forgatni, beszámolunk-e a témáról. A sajtóreferensek, kommunikációs munkatársak a telefonhívás módszeréhez folyamodnak akkor is, ha hirtelen hívják össze sajtótájékoztatót, mert például egy politikus gyorsan szeretne reagálni az őt ért kritikákra. A rendőrség, a tűzoltóság vagy a katasztrófavédelem illetékei olykor kör sms-eket küldenek a sajtónak egy-egy baleset vagy vészhelyzet kapcsán.

Az információáramlás általában nem csupán intézményi szinten zajlik. A sajtóreferensek szívesebben hívják fel a személyesen ismert újságírókat, szerkesztőket, mint a szerkesztőségek központi telefonszámát. Ha közvetlen kapcsolat alakul ki sajtóreferens és televíziós szerkesztő-riporter között, az utóbbiak is tudnak egyenesen a sajtóreferenshez fordulni kérdéseikkel ahelyett, hogy az intézmény központi számával próbálkoznának. A munka így mindkét fél számára gördülékenyebb.

III.2.4. HAGYOMÁNYOS, POSTAI LEVELEZŐRENDSZER

Lassúsága miatt a szervezetek, ügynökségek nem ezt használják elsődleges tájékoztatási csatornaként. Nagyon sok eseményhez nem is készül papír alapú, postázható meghívó, hiszen azok tervezése és nyomtatása sok időt venne igénybe és költségekkel járna. Ha azonban rangos, protokolláris, jó előre megtervezett eseményről, ünnepségről, díjátadóról, megnyitóról, társasági eseményről van szó, amelyhez készül szép kivitelű nyomdai meghívó, azt rendszerint a sajtónak is postázzák. Gyakori, hogy ezekhez mellékelik a belépőjegyeket vagy fogadásokra invitáló kártyákat.

III.2.5. SAJTÓSZOBA-REGISZTRÁCIÓK

A nagyobb intézmények gyakran hoznak létre a weblapjukhoz kapcsolódó virtuális sajtószobát. Ezekbe regisztrálás után felhasználónévvel és jelszóval lehet belépni. Belépve rendelkezésünkre állnak az archív és a friss sajtóközlemények, háttéranyagok, meghívók. A megadott e-mail címünkre értesítést kérhetünk az új anyagok feltöltéséről.

III.2.6. KÖZÖSSÉGI OLDALAKON KÖZZÉTETT INFORMÁCIÓK

Napjainkban az újságírók és szerkesztő-riporterek számára fontos információszerzési forrást jelentenek a közösségi oldalak. Egyre gyakoribb az is,

hogy a sajtóorgánumok profilkat hoznak létre különféle közösségi oldalaikon, hogy az ott keringő információkat is elcsíphessék, ismeretségbe, közös körökbe, csoportokba kerüljenek a számukra érdekes szervezetekkel és magánszemélyekkel, láthassák azok bejegyzéseit és eseményeit – ugyanakkor a csatorna vagy a műsorszerkesztőség önmagáról is közzé tehet információkat partnerei számára.

III.2.7. SZEMÉLYES INFORMÁTOROK

Nem ritka, hogy a szerkesztő-riportereknek vannak személyes informátorai, bennfentesei, „téglaí” is, akik időnként friss információkat szállítanak neki egy adott intézménnyel, szervezettel kapcsolatban. Ez nem feltétlenül jelenti azt, hogy ők nem publikus, titkos információkat szivárogtatnak ki, egyszerűen csak arról van szó, hogy felhívják a szerkesztő figyelmét bizonyos történésekre vagy összefüggésekre. A barátoktól, ismerősöktől is származhatnak „fülesek”, azaz elmesélhetik nekünk, hogy a saját köreikben mi érdeklí az embereket, vagy milyen események tartják őket lázban.

Persze, vannak olyan egyének is, akik kereskednek a birtokukba jutott információkkal: anyagi ellenszolgáltatások vagy különféle előnyök reményében „súgnak” a sajtónak. Az ilyen informátorokkal fokozott elővigyázatossággal kell bánni, a tőlük származó információkat alaposan le kell ellenőrizni.

III.2.8. A SZEMÉLYES KAPCSOLATHÁLÓ ÉS A SAJÁT ADATBÁZIS SZEREPE

Egy szerkesztő-riporter nem hagyatkozhat kizárólag arra az információs bázisra, amelyet azon csatorna/szerkesztőség hozott létre, amelynél dolgozik. Érdeemes kiépítenie személyes kapcsolathálót is, amely mindig, mindenhol a rendelkezésére áll. (Ennek különösen akkor nő meg a jelentősége, ha a televíziós újságírónak történetesen megszűnik a munkaviszonya, máshová megy dolgozni, vagy szabadúszóként próbál boldogulni.)

Fontos, hogy ne csak a munkahelyünk alakítson ki partneri viszonyokat, de mi magunk személy szerint is jó viszonyt ápoljunk a közszereplőkkel, sajtóreferensekkel, intézményi kommunikátorokkal, döntéshozókkal. Ne vesztjük el az elérhetőségeit, névjegykártyáit azoknak, akikkel már dolgoztunk együtt, vagy akik információkat, interjú adtak nekünk! Hiszen, ha van ilyen adatbázisunk, akkor egy újabb feladat megoldása során már tudjuk, hogy hová fordulhatunk közvetlenül, kit hívhatunk fel, hogyan szervezhetjük le a találkozót, forgatást – ezáltal rengeteg időt, utánajárást, telefonálást spórolhatunk meg.

Készítsünk saját adatbázist! Ezt vezethetjük digitálisan, elektronikus jegyzetként vagy táblázatos formában, de akár hagyományos módon egy

noteszben is. A név mellé mindig jegyezzük fel, hogy az illető milyen intézményhez köthető, milyen munkát végez, hiszen rengeteg emberrel lesz kapcsolatunk, és fennáll a veszélye, hogy egy idő után csupán a névről nem fog beugrani, hogy ki is az illető. Minél több időt tölt el valaki a pályán, annál több embert ismer meg, annál több intézményben mozog otthonosan, annál több név és telefonszám kerül a személyes adatgyűjteményébe – ami ezáltal egyre értékesebbé válik, hiszen nagyban megkönnyíti és meggyorsítja a munkát.

III.3. A témaválasztás kritériumai

III.3.1. A KÖZÉRDEKLŐDÉS

Miután sikerült elérnünk, hogy az információk elérjenek bennünket, azaz bekerültünk a kommunikációs vérkeringésbe, a következő feladat az, hogy szelektáljunk. A hatalmas információhalmazból ki kell választanunk azokat a témákat, amelyeket érdemes feldolgozni és tálni a közönségünknek. A szerkesztő tehát igyekszik olyan témákat választani, amelyek minél nagyobb közérdeklődésre tartanak számot.

De mi az a közérdeklődés, mi tartozik bele ebbe a fogalomba? Ha a szót elemezzük, úgy válaszolhatunk, hogy mindazon jelenségek, események, történészek, amelyek a „köz” számára érdekesek lehetnek. Mivel azonban a „köz” fogalmába egy kis, szerves közösség vagy a lehető legszélesebb nyilvánosság egyaránt beletartozhat, ezért minden sajtóorgánumnak, minden rádióknak és televízióknak saját maga számára kell definiálnia ezt a kifejezést. Hiszen közérdeklődésre tart számot egy-egy terrortámadás, de akár az is, hogy elszaporodtak az algák az egyik horgásztóban. Az előbbi a több tízmilliós nézőtáborral rendelkező globális csatornák számára jelent feladatot, az utóbbi pedig egy-egy rétegműsor, például egy horgászmagazin számára. A közérdeklődésnek tehát több szintjét különböztethetjük meg.

A globális/nemzetközi közvéleményt foglalkoztató témák

Idetartoznak mindazok a témák, amelyek széles embertömegek sorsát érintetik, éljenek a világ bármely pontján. Ilyenek például:

- a globális politika eseményei, nagyobb diplomáciai események;
- háborús ügyek, zavargások, terrorcselekmények;
- világgazdasági események, pénzügyi stratégiai kérdések;
- nagy volumenű környezetvédelmi kérdések, károsanyag-kibocsátás, globális felmelegedés, nagyobb területekre kiterjedő katasztrófahelyzetek;
- több személyre vagy politikai, gazdasági, vallási vezetőkre kiterjedő merényletek;
- a nagy gazdasági hatalommal rendelkező, piacvezető országok kardinális belügyi (pl. elnökválasztás az USA-ban).

A globális közérdeklődésre számot tartó témákat természetesen nem csak azok a televíziócsatornák találják, amelyeknek országokra vagy kontinensekre kiterjedő nézőtáboruk van. Ezekkel a témákkal az egy-egy országra vagy régióra kiterjedő orgánumok is foglalkozhatnak, műsorpolitikájuk függvényében. Ilyen esetben érdemes megvilágítani, hogy az adott globális esemény hogyan csapódhat le helyben, hatással lehet-e a mi nézőinkre.

Az országos közvéleményt foglalkoztató témák

Idetartoznak mindazok a témák, amelyek egy-egy ország állampolgárait foglalkoztathatják, azok sorsára hatással lehetnek. Ilyenek lehetnek például:

- az országgyűlési és az európai parlamenti választások;
- törvényalkotás, új törvények születése;
- sokakra kiterjedő rendeletek, intézkedések és azok várható/bekövetkezett hatásai;
- nemzetgazdasági kérdések, országos pénzügyek, adóügyek;
- az ország természeti kincseit vagy épített értékeit érintő események, katasztrófavhelyzetek;
- országos közszereplőket érintő ügyek;
- a kultúra és az oktatásügy kiemelkedő eseményei.

Azok a témák, amelyek vélhetően országszerte közérdeklődést váltanak ki, természetesen megjelenhetnek a regionális érdekeltségű tévék adásaiban is. Ilyen esetben célszerű feltárni a téma helyi vonatkozásait, megkeresni és bemutatni a helyi érintetteket is.

A helyi szintű közérdeklődés

Idetartoznak mindazok a témák, amelyek egy-egy régió, település, településrész lakosságát foglalkoztatják és érintik. Egy városi televízió számára például az ilyen események jelenthetik a közérdeklődésre való számot tartást:

- a városi képviselőtestülettel, képviselőkkel, polgármesterrel kapcsolatos ügyek;
- városi rendeletek, intézkedések, szabályozások;
- helyi beruházások, pályázatok megvalósulása;
- infrastrukturális fejlesztések, felújítások, építkezések, térrendezés, közlekedésfejlesztés;
- rendezvények, kulturális és közéleti események;
- önkormányzati cégek ügyei, a település nagyobb intézményeivel kapcsolatos hírek;
- helyi civil szervezetekkel kapcsolatos hírek.

A tematikus közérdeklődés

Vannak olyan sajtóorgánumok, amelyek témáit a földrajzi elhelyezkedés és a nézőtábor helyi preferenciái mellett egy választott tematikai egység határozza meg. Így például egy kulturális magazin számára azok a témák érdekesek, amelyek a kultúra területén tartanak számot közérdeklődésre, egy sportmagazin számára a sportesemények, egy egészségügyi magazin számára az egészségüggyel kapcsolatos hírek a fontosak. A példákat hosszan le-

hetne sorolni, hiszen manapság már számtalan tematikus televíziócsatorna, illetve magazin létezik, amelyek kisebb-nagyobb területeket fognak át.

III.3.2. A KÖZÉRDEKLŐDÉS MINDENEKELŐTT?

A média örök, nagy kérdése: a kereslethez kell alkalmazkodni, vagy meg lehet határozni a keresletet? Vagyis: olyan műsorokat kell gyártani, amelyeket a többség látni akar, vagy lehet a televíziónak valamiféle nevelő, értékrend- és közízlésformáló szerepe is?

E jegyzet gyakorlati kézikönyvnek készült, így erre a kérdésre meg sem kísérel választ adni. A témaválasztással kapcsolatos szempontok taglalásánál ugyanakkor meg kell jegyezni, hogy nem feltétlenül azok a legfontosabb témák, amelyek nagy közérdeklődésre tartanak számot! Az a tény például, hogy egy szappanopera főszerepét alakító színész felvarratta a ráncait, számot tart viszonylag széles közérdeklődésre, viszont nincs hatással a nézőink életére, nem befolyásolja a sorsukat. Az a téma viszont, hogy határozati javaslatot nyújtottak be az adózás rendjével kapcsolatosan, talán sokak számára unalmasnak és száraznak tűnik, mégis fontos hírt adni róla, mert hatással lehet az életünkre, mindennapjainkra.

A közszolgálati csatornáknak egyenesen kötelességük minden olyan dolgról informálni a nézőket, amely érintheti őket, hatással lehet a sorsukra, akkor is, ha az adott információ egyébként kevesek érdeklődését kelti fel. Biztosítani kell a lehetőséget arra, hogy aki szeretne informálódni a közügyekről, megtehesse ezt.

A média céljai között ideális esetben előkelő helyen áll, hogy hozzásegítse az embereket a széles körű tájékozódás lehetőségéhez, látókörük szélesítéséhez. Ha az emberek nincsenek tisztában az életüket alakító folyamatokkal, akkor könnyen befolyásolhatók lesznek. A televízió felelőssége (is), hogy milyen lesz a tudatos, felelősségteljes, illetve a manipulálható állampolgárok aránya egy-egy országon vagy településen belül. A kiegyensúlyozott média a demokrácia záloga, hiszen információk hiányában nem lehet felelősségteljes állampolgári döntéseket hozni.

III.3.3. A HÍRÉRTÉK FOGALMA

A közérdeklődés mellett a hírérték is olyan alapfogalom, amely nagymértékben meghatározza a témaválasztást. Hírértéknek nevezzük az információnak azt a többlettulajdonságát, amely „eladhatóvá” teszi, amely miatt cikket kell írni, rádiós/televíziós anyagot kell készíteni belőle, minél több emberhez eljuttatva azt. A hírérték azt mutatja meg, hogy az adott hír adott közönség számára mennyire érdekes és fontos, mennyire van hatással a közönség sorsára, illetve a közönség mennyire kíváncsi rá.

A hírértéket növelő tényezők

Mitől lesz egy témának magas a hírértéke? Ezt meghatározzák az alábbi tényezők, szempontok:

- ✓ Az esemény, történes, cselekvés aktualitása, frissessége.
- ✓ Az esemény, történes, cselekvés közvetlen hatása a nézőtáborra, esetleg az abban rejlő veszély.
- ✓ A hírben szereplők ismertsége, pozíciója, befolyása.
- ✓ A tematikai keretbe illeszthetőség, azaz ha van előzménye a híreknek.
- ✓ A földrajzi és kulturális közelség. Minél közelebb történik hozzánk valami, annál kíváncsibbak vagyunk rá.
- ✓ Az esemény, történes, cselekvés egyedisége, szokatlansága, meglepő vagy megdöbbentő volta. Ahogy B. Bernát István fogalmaz: „Előnyben részesülnek a konfliktusok, a hatásosan nagy mennyiségek, a helyi vonatkozások, a normasértések.”¹⁷
- ✓ Az információ érdekessége, szórakoztató vagy botrányos jellege.

A fenti szempontok alapján dől el, hogy a hír műfajban tevékenykedő televíziós műsorszerkesztők mely témáknak tulajdonítanak magas hírértéket, mikor érzik feltétlen szükségét a téma tálalásának.

III.3.4. A TÉMAVÁLASZTÁS TOVÁBBI KRITÉRIUMAI

A különböző műfajú televízióműsorok esetében más és más szempontokat kell figyelembe vennünk ahhoz, hogy igazán jó témákat tárhassunk a nyilvánosság elé. Ne feledjük: az objektív tájékoztatás a megfelelő témaválasztással kezdődik! Nem véletlenül tartja a mondás: „Amivel nem foglalkozik a sajtó, az nincs is.” Érezzük át ennek felelősségét!

A közérdeklődésre való számot tartásról, illetve a hírértékről – mint a témaválasztás legfontosabb kritériumairól – már volt szó. Ezek mellett fontos az is, hogy a téma képviseljen értéket a nézők számára, szélesítse látókörüket, segítse őket hozzá a felelősségteljes döntések meghozásához.

A témaválasztásnál gondoljunk a kisebbségben vagy hátrányos helyzetben lévő csoportokat érintő eseményekre, és ne feledkezzünk meg a civil szféráról sem! Ügyelni kell arra, hogy a különféle politikai oldalakhoz, érdekcsoportokhoz vagy vallási felekezetekhez kapcsolódó események, jelenségek, hírek társadalmi súlyuknak megfelelő arányban jelenjenek meg az általunk biztosított felületen.

Műfaj, illetve műsortípus függvényében figyelembe kell vennünk azt is, hogy a téma legyen szórakoztató, kösse le a nézőt. Nem árt, ha a téma hor-

¹⁷ B. Bernát István: *A képernyő bűvöletében – a televízió. A hírek*. In: B. Bernát István, Pais Károlyné Rétfalvi Györgyi, Szilágyi Erzsébet, Turi László: *Média, kultúra, kommunikáció*. Libri Kiadó, Budapest, 2012. 343. old.

doz magában valamiféle unikalitást: ne csupán azokat a témákat lovagoljuk meg, amelyeket az összes többi sajtóorgánium is talál.

A híradásoknál, hírműsoroknál elengedhetetlen szempont a téma aktualitása, de a legtöbb magazinműsornál is erre törekszenek a készítők. Ám vannak olyan műfajok is, ahol kifejezetten az a cél, hogy a létrehozott médiatartalom időtálló (és évek múlva is ismételhető) legyen.

III.4. A háttérinformációk összegyűjtése, a háttéranyagok összeállítása

III.4.1. A MŰSORSZERKESZTÉS KIINDULÓPONTJA: A HÁTTÉRANYAG

Amikor egy szerkesztő-riporter kap egy feladatot, egy feldolgozásra váró témát, akkor első lépésként össze kell szednie azzal kapcsolatban minden háttérinformációt. Mielőtt elindul, hogy felgöngyölítse, leforgassa a témát, interjúkat készítsen, képbe kell kerülnie minden apró részlettel kapcsolatban, ami csak addig napvilágot látott az ügy kapcsán. A legcélszerűbb, ha háttéranyagot készít a saját maga számára, amelybe később is belenézhet, ellenőrizhet benne információkat, adatokat. A háttéranyag összeállítása sokszor a szerkesztőasszisztens feladata. Ha azonban a szerkesztőnek nincs asszisztense, akkor saját magának végzi el ezt a munkát.

A háttéranyag összeállítása napjainkban jellemzően digitálisan történik: készítője egy szöveges dokumentumba bemásolja a témában fellelt, interneten közzétett cikkeket vagy azok néhány részletét. Összeszedi az érintettek, potenciális interjúalanyok nevét, intézményi kötődéseit, elérhetőségeit, a velük kapcsolatos legfontosabb tudnivalókat. Összegyűjt minden fontos információt, adatot, amelyekkel tisztában kell lennie ahhoz, hogy nekiinduljon a munkának. A háttéranyag a téma felgöngyölítése folyamán is bővül saját jegyzetekkel, a telefonálással vagy személyes beszélgetések során gyűjtött információkkal.

Ha összegyűlt az összes szükséges információ, akkor a háttéranyag alapján minden bizonnyal jó és lényegre törő kérdéseket fogalmazhat meg a riporter. Háttérismeretek nélkül, rutinból is lehet kérdezni, de fennáll a veszélye, hogy csak olyan kérdéseket sikerül megfogalmazni, amiket már sokan feltettek előttünk: unalmassá, közhelyessé, sablonossá válhat az interjúnk – és talán épp a lényeg sikkad el!

Háttéranyagra a műsorvezetőknek is szükségük van, hiszen az alapján válnak képessé érdekes, izgalmas, fordulatos, újdonságértékkel bíró beszélgetések lebonyolítására.

Ha pedig szerkesztett anyag, bejátszás készül, akkor a háttéranyag kiváló kiindulópontot jelenthet a narrátorszövegek megírásához. (Természetesen csak az ellenőrzött információkat szabad felhasználni, idézésnél pedig meg kell adnunk a forrást.)

III.4.2. HÁTTÉRINFORMÁCIÓK AZ INTERNETRŐL

Ha adott egy feldolgozandó téma, a szerkesztő-riporter első dolga többnyire az, hogy böngészni kezd az interneten, rákeres a vele kapcsolatos kulcssza-

vakra. Ha felmerülnek számára ismeretlen fogalmak, akkor azok jelentésének utánanézés, elolvasása és kivonatolása a témában megjelent cikkeket. Természetesen a papír alapú sajtót is lehet szemlézni, ám napjaink szerkesztői inkább a világhálót választják, hiszen a legtöbb nyomtatott újság tartalma ma már fellelhető és gyorsabban áttekinthető rajta.

Ha tudományos téma vár feldolgozásra, utána kell nézni az adott terület alapfogalmainak, a tudományág adott szegmensében zajló kutatásoknak. Ha közéleti vagy politikai témában forgatunk, akkor alaposan tárjuk fel előzményeit, olvassunk utána annak, hogy melyik politikai oldal milyen véleményt képvisel az ügy kapcsán. Ha megemlékezésre vagy jubileumi ünnepségre megyünk, feltétlenül legyünk képből a történelmi háttérrel.

Ha portrét kell készítenünk, tanulmányozzuk az interjúalany életrajzát és munkásságát. Ha kulturális vagy művészeti témát kapunk, nézzünk utána a kritikáknak. Ha például egy képzőművészeti kiállításról kell tudósítanunk, akkor tudjunk meg mindent a kiállítók személyéről, a tárlat hagyományairól, a hozzá köthető irányzatokról.

Ha népszerű, a sajtóban gyakran szereplő személyekkel kell interjút készítenünk, akkor különös figyelmet kell fordítanunk a felkészülésre és a kérdéssorok összeállítására: ne kérdezzük meg sokadjára ugyanazt, amit már mások is számtalanszor megkérdeztek az illetőtől, és amelyre nyilvánvalóan olyan választ ad, amit a nyilvánosság már számos helyen hallhatott. A példákat még hosszan lehetne sorolni.

Az interneten talált információkból többnyire összeállíthatjuk a háttéranyagunk nagy részét.

III.4.3. KAPOTT SAJTÓANYAGOK

Napjainkban gyakori, hogy az intézmények, szervezetek, kormányzati szervezetek sajtóreferensei, kommunikátorai, valamint a kommunikációs cégek segítik a médiában dolgozók munkáját azzal, hogy kész háttéranyagokat küldenek nekik a rendezvényeikhez, kiállításaihoz, megmozdulásaikhoz, intézkedéseikhez kapcsolódóan. Ezeket nevezzük sajtóanyagoknak.

A készen kapott sajtóanyagok előnye, hogy meggyorsítják a felkészülést, illetve az anyagok megszerkesztését. A sajtótájékoztatókon, eseményeken nem kell mindent feljegyezgetni, hiszen a tények, adatok ott vannak az anyagban! Csökkenti a félreértések, hibás szám adatok, rossz megfogalmazások napvilágot látásának esélyeit. Számolnunk kell azonban azzal, hogy ezek az anyagok subjektívek: igyekeznek minél jobb színben feltüntetni a küldő intézményt, az esetleges ellentétes álláspontok, kritikák megfogalmazását pedig mellőzik. Egy ilyen sajtóanyag kézhez kapása tehát nem mentesíti a szerkesztő-riportert attól, hogy más forrásokból is tájékozódjon, alaposan feltérképezve az ügy hátterét.

III.4.4. HAGYOMÁNYOS KUTATÓMUNKA

Noha az interneten ma már szinte mindent megtalál az újságíró, amire szüksége van a felkészüléshez, olykor mégis szükség lehet hagyományos kutatómunkára. Ha például egy-egy jelenség tudományos hététréről, történetéről, hatásáról szeretne forgatni, akkor érdemes felkeresni a könyvtárakat, levéltárakat. Adott esetben készíthet önálló felméréseket, elemzéseket, közvélemény-kutatásokat is.

III.4.5. AZ INFORMÁCIÓSZERZÉS FONTOS ESZKÖZE: A TELEFON

Az internetről, sajtóból, szakirodalomból való tájékozódás után a következő lépés az, hogy kiderítsük, ki/kik illetékes/ek nyilatkozni az adott téma kapcsán. Az interjúalanyok felkutatásában, illetve a találkozók leszervezésében nagy szerep jut a telefonnak. Igaz, ma már a közösségi oldalakon, elektronikus üzenetekben is megbeszélhetünk találkozókat, a leggyorsabb módszer azonban a telefonálás. (Általában nincs idő arra, hogy félnapokat, napokat várjunk az írásbeli válaszokra.)

Egy-egy forgatást többnyire számos telefonhívás előz meg. Fel kell hívni az illetékes szerveket, az intézményeknél el kell érniük az illetékes munkatársakat. Ám nem csak az interjúk leszervezésére használhatjuk a telefont, hanem olyan információadatok kiderítésére is, amelyeket be szeretnénk építeni a narrátorszövegbe.

III.4.6. UTÁNAJÁRÁS, INFORMÁLIS TUDAKOZÓDÁS, BENYOMÁSOK MEGSZERZÉSE

Nem minden információ szerezhető meg a számítógép vagy a telefon mellett ülve. A jó szerkesztő-riporter igyekszik minél több dologról a saját szemével meggyőződni, személyes tapasztalatokat szerezni. Az igazán hiteles riportok leforgatásához szükség van valamiféle „beépülésre” is. Fontos, hogy a műsorkészítők belülről lássák azt a közeget, amelyet ábrázolni kívánnak, ismerjék az adott közegben uralkodó hangulatot, megértsék és átérezzék a motivációkat. Minél több benyomást szereznek a téma közegéről, annál valószínűbb, hogy hitelesen tudják ábrázolni mind képen, mind szövegben.

Fontos megjegyezni, hogy egy szerkesztő-riporter nemcsak a vezetői irodák előszobáiban vagy a sajtószóvivőkkel szemben ülve szerezhet értékes információkat, hanem például egy kocsmában, kávézóban, piacon, orvosi rendelő várójában vagy a tüntető tömegben elvegyülve is.

IV.
**A televíziós műsorszerkesztés
folyamata és a szerkesztői munka
alapjai**

IV.1. Hogyan lesz az információból televíziós anyag?

A televíziós műsorgyártás személyi és tárgyi feltételeinek feltérképezése, a mozgóképes alapfogalmak és az információszerezéssel kapcsolatos ismeretek taglalása után – de még mielőtt elmélyednénk a műsorszerkesztés részletkérdéseiben – tekintsük át magát a folyamatot! Fontos, hogy a televíziós műsorgyártás valamennyi területén működő szakember képes legyen átlátni, mi is történik az információval, míg az testet ölt egy mozgóképes anyag formájában, és láthatóvá válik a televíziók képernyőjén. A következő fejezet nagyvonalakban áttekintést ad az egyes munkafázisokról – az előkészületektől a sugárzásig.

IV.1.1. ELŐKÉSZÜLETEK

Tartalmi felkészülés

Ahogy arról az előzőekben részletesen is szó esett, a televíziós forgatás előkészületeinek első lépése a háttérinformációk megszerzése. Meg kell azonban jegyeznünk, hogy a gyakorlatban nem mindig jut idő arra, hogy órákat töltsünk a számítógép előtt, háttéranyagot mazsolázva. Főleg a híradózás világában gyakori, hogy a téma felgöngyölítésének szinte azonnal neki kell esni, hiszen feletteseink vágott anyagot várnak még az aznapi adásba. Ezért érdemes ismételtelen kiemelni a naprakész tájékozottság fontosságát! Szerencsére a mai technikai eszközök, az állandó internetelérést biztosító készülékek segítségével akár a forgatásra menet, az autóban is utánanézhetünk a legfontosabb tudnivalóknak.

Ha nem sürget a határidő, akkor viszont érdemes rászáni a kellő energiát az alapos tartalmi felkészülésre, hiszen a későbbi munkafázisokat jelentősen megkönnyíthetjük vele saját magunk és kollégáink számára.

A forgatás leszervezése

Ha egy rendezvényen szeretnénk forgatni, illik jelezni, hogy részt kívánunk venni rajta. (Sok esetben a kiküldött invitáló levélben kéri is, hogy jelezzünk vissza.) Nagy érdeklődésre számot tartó rendezvények esetén elképzelhető, hogy akkreditálni kell a stábot, vagy előre kell igényelni sajtóbelépőt, karszalagot, jegyet. Ez a helyi szokásoktól függően a szerkesztő-riporter vagy a gyártásvezető feladata.

Ha nem rendezvényre megyünk tudósítani, hanem riportot kell készítenünk egy megadott témáról, akkor ki kell derítenünk, hogy az ügyben ki, illetve kik illetékesek interjút adni. Már a telefonos érdeklődés alkalmával

fontos, hogy a szerkesztő-riporter jó benyomást tegyen az érintettre, rá tudja venni arra, hogy nyilatkozzon.

Természetesen vannak olyan esetek, amikor nincs idő a telefonos egyeztetésre vagy a visszajelzés megvárására, mert emiatt lekésznék egy baleseti helyszínelést, egy spontán demonstrációt vagy más eseményt. Ilyenkor érdemes azonnal autóbá ülni, és menet közben folytatni a szervezést. Ezzel természetesen bevállaljuk annak a kockázatát, hogy hiába megy ki a helyszínre a stáb, talán nem is lesz a dolognak hírértéke, vagy nem lesz mit felvenni, netán megtiltják a képkészítést.

Technikai előkészületek

A forgatás előtt gondoskodni kell arról, hogy rendelkezésre álljon a megfelelő humán erőforrás és a szükséges technika. A szerkesztői igények jelzése után erről általában a gyártásvezető gondoskodik. Ő az, aki a megadott időpontra beszervezi a stábtagokat, illetve gépkocsit, kameraszettet, egyéb technikai eszközöket rendel a forgatáshoz – és mindezt felvezeti a diszpozíciós táblázatba. Mindez akár napokkal vagy hetekkel a forgatás előtt megtörténhet. Közvetlenül a forgatás előtt az operatőrnek ellenőriznie kell, hogy az akkumulátorok fel vannak-e töltve, van-e elég hely a memóriakártyán, és működőképesek-e az eszközök.

Egyeztetés, megbeszélés a stáb tagjaival

A szerkesztő a forgatás előtt konzultál a stáb tagjaival, ismerteti velük a témát és a célkitűzéseket. Közös ötletelnek, átbeszélnek, milyen képekre lesz szükség, hogyan zajlik majd a forgatás menete. Ha a szerkesztő és a riporter nem ugyanaz a személy, akkor a szerkesztő ismerteti a riporterrel az elvárásait, egyeztetik az interjúkérdéseket. Összetettebb téma esetén, ahol rendezői közreműködés is van, szinopszist, részletes forgatási ütemtervet készítenek.

IV.1.2. A FORGATÁS MENETE

Ha a stáb egy rendezvényről szeretne tudósítani, vagy egy intézménybe látogat el, akkor a helyszínre érkezve a riporter megkeresi a sajtóreferenst vagy a szervezőket, házigazdákat, illetékeseket. Bemutatkozik, bemutatja a stáb tagjait, majd megbeszéli, mit lehet felvenni, megkérdezi, pontosan hogyan zajlik majd az adott esemény. Megkéri a potenciális interjúalanyt arra, hogy nyilatkozzon.

Ha egy rendezvény a téma, célszerű valamennyivel a kezdés előtt odaérni, hiszen sok esetben ilyenkor kell elkészíteni az interjúkat. Ideálisabb ugyan utólag interjúzni, hiszen a rendezvény során formálódhatnak a szerkesztő meglátásai, ötleteket kaphat a kérdésekhez. Sajnos mégis gyakran

előfordul, hogy a stáb nem várhatja meg a rendezvény végét, mert tovább kell mennie egy újabb forgatási helyszínre, vagy le kell adni a technikát a következő stábnak. Ezért is fontos, hogy a szerkesztő-riporter tökéletesen felkészülve menjen az eseményre, pontosan tudja előre, hogy mi fog ott történni. Az anyag összeállítása előtt telefonon még informálódhat, hogy a terveknek megfelelően zajlott-e az esemény, illetve történt-e valami megemléltendő a stáb távozása után.

Ha a helyszínen sikerült megtalálni azt a személyt, aki nyilatkozik, az operatőr kiválasztja a megfelelő interjúhelyszínt, és beállítja a technikát. Ha híradós bejátszás vagy eseménytudósítás készül, az interjút rendszerint állva készítik el, a riporter az interjúalany szája elé tartja a mikrofont. Ha több idő van, vagy a műsor stílusa megkívánja, akkor ültetett, csíptető mikrofonos, bevilágított interjú készül. Napjainkban egyre gyakoribb, hogy úgynevezett szituációs interjúkkal, „atmókkal” is színesítik az anyagot – erről a későbbiekben még lesz szó.

Ha kész van az interjú és kezdetét veszi az esemény, az operatőr a szerkesztő-riporter kéréseinek figyelembevételével felveszi a vágóképeket, esetleg hasznos hangot is rögzít. A forgatás végén a stáb visszatér a szerkesztőségbe, leadja a nyersanyagot és a technikát.

IV.1.3. SZERKESZTÉS

A nyersanyag másolása, tárolása

A kétezres évek első évtizedében a magyarországi televíziók többségében kazettára forgattak a stábok. A forgatás után az operatőr vagy más, ezzel megbízott személy a kazettáról a kamera vagy egy beíró magnó segítségével bejuttatta a felvételeket a számítógépbe, miáltal keletkezett egy videofájl. Napjainkban már jellemzően memóriakártyára történik a rögzítés, annak tartalmát egyszerűen csak be kell másolni a számítógépbe. A nyersanyag így több fájlból áll, hiszen a legtöbb kamera minden felvételindításkor új fájlként rögzíti az információt.

A nyersanyag precíz tárolása nagyon fontos, hiszen annak elvesztése, le-törölődése, megsérülése igen kínos következményekkel jár. Fontos, hogy minden műsornak, azon belül minden adásnak meglegyen a maga mappája az erre kijelölt tárhelyen.

Szkriptelés

A szerkesztő a megfelelő tárhelyről megnyithatja a nyersanyaga mappáját, átnézheti a felvett anyagokat, és hozzáláthat ahhoz a munkához, amit szakmai berkekben *szkriptelésnek* neveznek. Ez annyit jelent, hogy kijegyzeteli,

hol található a nyersanyagban az általa használni kívánt interjúrészletek és egyéb elemek.

Ha megnyitunk a számítógépen egy video-fájlt, a megnyílt ablak alján vagy valamelyik sarkában megtaláljuk a számlálót, amely azt mutatja, hány perc, hány másodpercnél jár a felvétel. A bevágandó részlet elején és végén megjelenő idő-kódot (angolul time-code) jegyzi fel a szerkesztő. Egyéni munkamódszer kérdése, hogy a szerkesztő ezeket rögtön egy szöveges dokumentumba írja be, vagy papírra jegyzi fel, és később gépeli be. A lényeg, hogy pontosan kiválassza azokat a részleteket, amelyeket be kíván vágtatni az anyagba.

A szerkesztői munkalap elkészítése

A szkriptelés során készített jegyzetek és a háttéranyag felhasználásával a szerkesztő elkészíti a gépelt *szerkesztői munkalapot*, amelyen minden, vágáshoz szükséges információ és adat szerepel – ahogy erről a televíziós munkát segítő dokumentumokról szóló fejezetben már részletesen szó esett. Egyes helyeken a szerkesztői munkalapot röviden csak szkriptnek nevezik.

Felsőbb jóváhagyás

A szerkesztő az általa készített munkalapot bemutatja a felelős szerkesztőnek. Ez történhet személyesen vagy e-mail útján. A felelős szerkesztő szükség esetén javítást kér, bizonyos narrációkat újraírat. Ha túl hosszúnak vagy terjengősnek találja az anyagot, kihúz belőle bizonyos részeket. A szerkesztőnek addig kell javítgatnia a munkalapot, amíg a felelős szerkesztő maradéktalanul elégedett nem lesz vele.

IV.1.4. A NARRÁTORSZÖVEG ÉS A FELKONFERÁLÓ SZÖVEG RÖGZÍTÉSE

A narráció rögzítése

Miután megvan a felelős szerkesztő jóváhagyása, a vágó vagy a hangtechnikus rögzíti a narrációt. Az esetek többségében a szerkesztő-riporter olvassa be az összekötő szövegeket, de felkérhetnek külső narrátort is. Mindez hangszigetelt fülkében történik. Az így született hangfájl oda másolják, ahol a nyersanyag többi alkotóeleme is található.

A felkonferáló szövegek rögzítése

Egy-egy magazinműsor általában több bejátszásból épül fel, amelyeket a műsorvezető(k) felkonferáló szövegei választanak el. Az ugyanabba a műsorba készülő anyagok felkonferáló szövegeit egyszerre veszik fel, amikor már a felelős szerkesztő biztonsággal tudja, milyen anyagok, milyen sor-

rendben kerülnek majd az adásba. Az előzetes rögzítésre természetesen csak akkor van szükség, ha nem élő adásról van szó. A híradók esetében például előbb megvágják a bejátszásokat, és a felkonferáló szövegek közvetlenül a sugárzás előtt, élőben hangzanak el.

IV.1.4. UTÓMUNKA

Vágás

A vágás megkezdése előtt ellenőrizni kell, hogy kéznél van-e minden hozzávaló. A számítógép megfelelő mappájában ott kell lenniük a nyersanyagoknak, a narrátorszöveget tartalmazó hangfájlnak, az esetlegesen használni kívánt fotóknak, archív anyagoknak. Szükség lesz a műsor arculati elemeire is: a főcíme, a névzert-alapokra, a stáblista-alapra és egyéb grafikus, animációs elemre. Ha mindez megvan, már csak a jóváhagyott szerkesztői munkalapot kell a vágó kezébe adni, és indulhat a munka! Egy jó munkalap segítségével a vágó a szerkesztő jelenléte nélkül is össze tudja rakni az anyagot, de ideális esetben a szerkesztő is ott ül a vágópult mellett, és felügyeli az anyag megszületését. Sokak szerint ez a szerkesztői munka legélvezetesebb és egyben leggyötrelmesebb része, hiszen ha jól dolgoztunk, akkor szépen kirajzolódik a történet. Ha viszont rosszul, akkor utólag kell a szerkesztői koncepción változtatni, ami az anyag újravágásával járhat.

Ellenőrzés

Miután elkészült az anyag, a szerkesztő-riporter és a vágó közösen végignézik. Ha nem találnak benne hibát, akkor megmutatják a felelős szerkesztőnek, aki szintén végignézi. Ha ő is rendben találja, az anyag adásba illeszthető.

Adásösszeállítás

Ha a számítógépben már ott sorakoznak a műsorunkat alkotó, kiexportált videófájlok, valamint az előre rögzített felkonferáló szövegek, a vágó összeállítja a teljes adást. A műsor elejére többnyire egy főcím kerül, ami után a műsorvezető beköszönését tartalmazó fájl helyezi el a vágó a szoftver idővonalán. Utána (többnyire rövid animációs elemmel, ún. *wish*-sel elválasztva) következik az első bejátszás, majd egy újabb „felkonf”, újabb bejátszás, és így tovább, attól függően, hogy hány anyagból áll a magazin. Műsortípustól függően stúdióbeszélgetések is kerülhetnek a bejátszások közé. Az adás végén pedig a stáblista kap helyet. Nem szabad elfeledkezni a különféle feliratokról, névzertekről sem. Miután összeállt az adás, a felelős szerkesztő így egyben is végignézi, és ha rendben találja, akkor sugározható!

Ha élő adásról van szó, akkor egy felkészült csapat gondoskodik arról, hogy a bejátszások időben induljanak, és a megfelelő feliratok a megfelelő időben jelenjenek meg a képernyőn.

Megjegyzés: A bejátszásokra sok helyen a „bejátszó” kifejezést használják. (Műsorvezetőktől is halljuk néha: „Ahogy az iménti bejátszóból kiderült...”) Ez nemcsak magyartalan, de félrevezető is. A magyar nyelv logikája szerint a bejátszó az, ami a bejátszást elvégzi (pl. bejátszó magnó, bejátszó szoftver). A bejátszás pedig szükségszerűen az, amit a bejátszó elindít.

IV.1.6. SUGÁRZÁS

A kész műsort az adáslebonyolító technikus betáplálja az adáslebonyolító számítógépbe, amely egy program segítségével a kijelölt időben adásba küldi azt. Élő adás esetén is ebbe a számítógépbe fut be a jel, ahonnan azonnal, illetve pár másodperc késéssel sugárzásra kerül. (Sugárzás alatt itt természetesen nem csupán a földi adótornyok által sugárzott jeleket értjük, hanem beleértjük a műholdon, kábelon vagy interneten keresztülli műsorszórás is.)

IV.2. A televíziós dramaturgia és a szerkesztett televíziós anyag felépítése

IV.2.1. VALÓSÁGÁBRÁZOLÁS A TELEVÍZIÓBAN

A dramaturgia eredetileg színházi fogalom, a konfliktus felépülésének és megoldásának rendjét értették alatta. Ugyancsak ilyen értelemben használják a kifejezést a mozifilmek világában. Hasonló dologról van szó a televízióműsoroknál is, bár itt nem a fikció, hanem a valóság szolgáltatja a témát, a konfliktust, amelynek megoldását nem a szerkesztő idézi elő, ő csupán bemutatja azt – már amennyiben a valóság egyáltalán szolgál megoldással.

Domokos Lajos újságíró, kommunikációs szakértő azonban felhívja a figyelmet a következőkre: „A (televíziós) újságíró – szembe kell nézni egyszer ennek minden negatív és pozitív következményével – a valóság elemeiből építkezve, de mégiscsak művi úton hoz létre egy művi világot. Ez ugyan a megszólalásig hasonlíthat a valóságra, de ez mit sem változtat azon, hogy a produktum a valóságba való beavatkozás, vagyis alkotás és nem a valóság szerves fejlődésének eredményeként jön létre. Ha pedig ez így van, az újságíró is helyesebben teszi, ha tudatosan építkezik, s nem csupán tehetségében, ösztöneiben bízik, amikor munkáját végzi.”¹⁸ E tudatos építkezéshez a televíziós újságírónak jól kell ismernie a műfaji kritériumokat és a rendelkezésére álló eszköztárat.

IV.2.2. A TELEVÍZIÓS DRAMATURGIA

A televíziós szerkesztői munka – az olyan erények mellett, mint a tájékozottság, az olvasottság, a fogalmazókészség, a lényeglátás, az empátia stb. – dramaturgiai érzéket kíván. Nem mindegy, hogy a szerkesztő hogyan tud bánni azokkal az alapelemekkel – nevezhetjük őket nyugodtan építőköveknek is –, amelyekből egy-egy anyag összeáll.

A televíziós dramaturgia azt határozza meg, hogy a néző milyen sorrendben, milyen szerkezeti elrendezésben kapja az információkat és benyomásokat, milyen eszközök révén alakul ki benne az a kép, amelyet a szerkesztő, illetve a rendező elé kíván tárni. Sok esetben a tévéműsor is történetet mesél, de mivel valóságos, megtörtént eseményekkel dolgozik, azok elmondásában objektivitásra kell törekednie.

¹⁸ Domokos Lajos: *Press. A nyomtatott és az elektronikus újságírás elmélete*. Teleschola, OMIKK, Domokos Press & PR Bt., Budapest, 1994. 191–192. old.

A változatos szerkezetű anyag általában jobban leköti a néző figyelmét, de arra ügyelni kell, hogy ne legyen töredezett a tartalom. Az építőkövekkel úgy kell bánni, hogy azok segítségével ívet adjunk a történetnek, fenntartjuk a figyelmet, maradéktalanul és átfogóan átadjuk a szükséges információkat.

Az objektivitást igénylő televíziós műfajoknál nem szabad megfeledkeznünk arról, hogy a dramaturgiának a valóság legteljesebb megismerését kell lehetővé tennie. Az izgalmas felépítés nem mehet az informativitás rovására, nem torzíthatjuk el a jelenségek képét csak azért, hogy izgalmasabb legyen a tálalás.

IV.2.3. MIT ÉPÍTÜNK?

Találóból kifejezés híján, a szakmai szlengből kiindulva a jegyzetben egyszerűen csak az „anyag” kifejezést használjuk a magazinműsorokban illetve a híradókban helyet kapó bejátszásokra (ezeket egyes helyeken VTR-nek nevezik, az angol *Video and Television Review* kifejezést rövidítve), riportokra vagy az önálló műsorként tálalt ismeretterjesztő, riport- és dokumentumfilmekre. A következőkben tárgyalt szerkezeti építőkövek az ilyen „anyagok” felépítésére szolgálnak.

Természetesen szükség van valamiféle dramaturgiára egy-egy szórakoztató műsor, show, vetélkedő esetén is, ám ezek többnyire pontos licenst követnek, amely meghatározza felépítésüket. A gyermek- és sportműsorok, valamint a fikciós műfajok szintén külön, speciális eszköztárakkal bírnak. A beszélgetésekből álló műsorok felépítésére pedig nem igazán lehet receptet adni, hiszen ott a műsorvezető dramaturgiai érzékén áll vagy bukik a műsor íve, sodrása.

IV.2.4. SZERKEZETI ÉPÍTŐKÖVEK

Az alábbi építőkövek tehát elsősorban a szerkesztett hír- és magazinműsoros anyagok, kisfilmek, riportok, ismeretterjesztő- és dokumentumfilmek felépítésére szolgálnak.

Megjegyzés: A szerkezeti építőkövek megnevezése közegenként eltérő lehet. Az sem ritka, hogy szlengesnek ható kifejezéseket használnak az egyes fogalmak jelölésére.

Felkonferáló szöveg

Rövidítve csak „*felkonf*”-ként szokták emlegetni. Ez nem más, mint az a néhány mondat, amelyet a műsorvezető olvas fel/mond el a nézőknek, mielőtt megkezdénék a vágott anyag bejátszását. Általában a stúdióban, díszle-

tek között veszik fel. Frappáns és korrekt megfogalmazása nagyon fontos, hiszen fel kell hogy keltse a figyelmet, meg kell hogy adja az anyag alaphangulatát. Híradó esetében a felkonferáló szövegek mindig élőben hangznak el. (Részletesen lásd később!)

Vágókép

A vágóképeket az operatőr készíti el a forgatási helyszíneken. Rövid, néhány másodperces snittek, amelyek egymás után vágva lefedik a narrációt, vagy belső etűdöt alkotnak. Híradóban nem, de magazin anyagok esetén a hangharapásokra is jut belőlük. Nem véletlenül nevezik bizonyos helyeken *takaróképek*nek őket.

A vágóképek különféle kompozíciókban, képkivágásokban láttatják az eseményeket. A vizualitás nyelvvel mesélik el ugyanazt, amit a narráció verbálisan. Alátámasztják, erősítik a szóban elhangzottakat. Ha jó az operatőr, a vágóképek többletinformációkat is hordozhatnak a szöveghez képest. A szerkesztő megadja, az anyag mely részeire milyen jellegű, milyen témájú képeket szeretne (ezt jelöli a szerkesztői munkalapon), de a vágóképek elhelyezésének pontos sorrendje, a különféle kompozíciók harmonikus egymás után rendezése már a vágó feladata.

Hangharapás (szinkron)

Napjainkban a híradókban és számos szerkesztett magazin anyagban *soundbite-technikát*, azaz hangharapásos technikát használnak. Ez azt jelenti, hogy a riporteri kérdések nem kerülnek bele az anyagba, csupán az azokra adott válaszok egyes részei. A felhasználásra nem kerülő interjúrészletekben elhangzottakat a szerkesztő-riporter saját szavaival röviden összefoglalhatja, belefogalmazhatja a narrátorszövegbe. A hangharapás – vagy ahogy sok helyen nevezik, a *szinkron* – az a szövegrész, amelyet a szerkesztő kiválaszt az interjúalanyok, megszólalók által elmondott szövegből.

Egy híradós anyagban 2, maximum 3 hangharapást használnak, általában különböző interjúalanyoktól. Magazinműsorban helyet kaphat ennél több is, és gyakori, hogy ugyanazt az interjúalanyt többször is bevégják.

Hangharapást lehet készíteni *hagyományos interjúból*, *situációs interjúból* vagy *hasznos hangból*. Ezekről a következő fejezetben ejtünk szót bővebben.

A hangharapások révén megszólaló személyeket szerepük függvényében három típusba sorolhatjuk:

- **A kompetens:** A legtöbb televíziós anyag szerkesztésénél elvárás, hogy szólaljon meg benne egy vagy több olyan személy, aki kompetens, illetékes az adott témában. Ez lehet szakember, szakértő, döntéshozó, szervező, teoretikus vagy éppen a témánk alapjául szolgáló alkotás, jelenség létrehozója, művelője, generálója.

- **Az érintett:** A kompetens nyilatkozó mellett nem árt, ha olyasvalakit is megszólaltatunk, aki érintett az általunk ismertetni kívánt témában. Ez a személy lehet például egy katasztrófa áldozata, egy rendelet vagy intézkedés következtében megváltozott helyzetbe kerülő illető, egy jelenség átélője vagy egy esemény résztvevője.
- **„Vox pop”:** A *vox populi* latin kifejezésből ered, amelynek jelentése: a nép hangja. Olyan nyilatkozó, aki nem kompetens és nem is feltétlenül érintett, csak egy hétköznapi ember, egy járókelő, akinek van véleménye a témáról. Az ilyen hangharapásokat szokták „az utca embere” megnevezéssel is illetni. Általában nem szerencsés egy-egy embert kiragadni a tömegeből – ha a nép hangját szeretnénk visszaadni, akkor legalább 2-3 személyt kell megszólaltatnunk. (Ha még több egyéntől vágunk be választ, azt körkérdésnek vagy kollektív interjúnak is nevezik. Ez az egyik legkönnyebben manipulálható műfaj, így hitelessége mindig kérdéses.)

Hasznos atmoszféra („atmo-törés”)

Hasznos atmoszférának nevezzük azokat a néhány másodpercre bevágott zajokat, zörejeket, amelyek a téma hangulatának érzékeltetésére szolgálnak. Általában egy szinkron és a narráció közé illesztik be. (Nem összekeverendő a *vágóképek atmoszférájával*, ami nem „hasznos”, mivel halljuk ugyan, de csak lehalkítva, és fölé van vágva a narráció vagy az aláfestő zene, így csupán másodlagos szerepe van az adott pillanatban.) A hasznos atmoszféra önmagában szól, és ugyanolyan hangerejű, mint a narráció és a szinkronok. Pl.: motorzúgás, kutyaugatás, gépek zaja, gyereksírás stb. Bizonyos helyeken „*atmo-törésnek*” is nevezik, utalva arra, hogy megtöri az anyagban elhangzó szövegek monotonitását, eléri, hogy az elkalandozó figyelmű néző újra felkapja a fejét.

A legtöbb televíziónál hasznos atmoszférának nevezik azt is, amikor egy-egy rendezvényen részleteket rögzítenek az ott bemutatott zenés-táncos produkciókból, és az anyag színesítése céljából beszerkesztenek belőle valamennyit. Ha azonban beszédből, emberi megszólalásból rögzítünk részletet, azt már *hasznos hangnak* nevezzük, és ebben az esetben már a hangharapások (szinkronok) közé soroljuk – a következő fejezetben erről bővebben is esik majd szó.

Stand up

Néhány, az anyagban szereplő esemény helyszínén elhangzó mondat, amely közben – ellentétben a narrátorszöveggel – látjuk is azt, aki beszél. A kifejezésnek közismert magyar megfelelője sajnos nincs. Technikájában hasonlít a felkonferáló szöveghez, de a stand upot nem a műsorvezető, hanem a riporter mondja el, és soha nem stúdiókörülmények között.

A riporter ezáltal érzékelteti, hogy ott van a helyszínen, része a közegnek, tehát hiteles az, amit mond. Szövegében mindig utal arra, ami mögötte, körülötte látszik: például egy árvíz esetén gumicsizmában, a vízben állva „jelenti”, hogy mi történt, az égő házzal a háta mögött beszél arról, hogy mit csinálnak a tűzoltók, vagy egy kigyóval a nyakában mondja el, hogy a jövőben állatokat lehet örökre fogadni a vadasparkban.

A magazinműsorokat színesítheti, ha a riporter közben valamilyen cselekvést is végez: például éppen megkóstolja a vásárban kapható termékeket, és elmondja, hogy mi minden közül válogathat az érdeklődő, vagy felülhet egy lóra, miközben elmeséli, hogy a fesztiválon többek között lovagolni is lehet. Ez a szerkezeti elem a riportertől ötletességet és némi „bevállalósságot” igényel, az operatortól pedig nagyfokú kreativitást.

A stand up színesebbé és hitelesebbé tudja tenni az anyagot, de csak akkor, ha a téma megkívánja, és a műsor stílusa megengedi. Jellegtelen helyszínen, jellegtelen háttér előtt, ahol nem történik semmi rendkívüli, és nem tudunk visszaadni a hétköznapiól eltérő hangulatot, ott teljesen felesleges stand upot mondani. Ha valaki csupán azért mond néhány mondatot, hogy a végén hozzátehesse, hogy „X.Y.-t hallották innen és innen”, az inkább a riporter önsztárolásának hat, így a néző számára idegesítő, szakmai szempontból pedig szálnalmas.

A stand upnak három típusát különböztetjük meg aszerint, hogy az anyag mely pontjára szerkesztik be:

- *Eleje stand up*: A riporter az anyag elején jelenik meg, bemutatva a helyszínt, érzékeltetve a közeget, hangulatot.
- *Bridge stand up*: Az anyag belsejében található. A híd szerepét tölti be, átvezeti a nézőt egyik helyszínről a másikra, egyik szituációból a másikba. A perspektíva-váltást segíti, elválasztja a tematikai egységeket.
- *Vége stand up*: Az anyag végén található. Összefoglal, lezár, értelmez és hitelesít.

Narráció

Ha az előző elemeket szerkezeti építőköveknek tekintjük, akkor a narrátor-szövegek jelképezhetik a habarcsot, amely összefogja, egymáshoz kapcsolja az építőköveket. A narráció nem más, mint alámondott összekötőszöveg, amelyet a vágás előtt rögzítenek, és a vágás során helyeznek el a szerkesztett anyagban. Ez köti össze a hangharapásokat, summázza és magyarázza a nézőknek a témát. Csak a hangot halljuk, nem látjuk azt, aki beszél, közben a szöveghez illeszkedő vágóképeket látunk. Általában az anyag szerkesztője mondja fel a narrációt, komolyabb anyagoknál elképzelhető, hogy külön narrátort alkalmaznak. Dokumentumfilmeknél gyakori, hogy egy-egy szí-

nészt vagy hivatásos narrátort kérnek fel a szöveg felolvasására. (A narrátorszöveg megírásáról később még részletesen is lesz szó!)

Aláfestő zene

A híradóba, hírműsorokba készülő anyagoknál nem, de az egyéb magazinműsorokba készülőkénél általában használnak aláfestő zenét, amely a narrációk alatt halkán szól, esetleg azok előtt/után néhány másodpercre felerősödik. Ez segít megteremteni az anyag hangulatát. Narráció alatt csakis instrumentális zenét ajánlott használni, másképp önkéntelenül a szövegre kezd figyelni a néző, ami elvonja a figyelmét a narráció tartalmáról. A dalszöveg és a narráció együttes alkalmazása általában kaotikus hatást eredményez. A zeneválasztás akkor igazán jó, ha a nézőben nem tudatosul, hogy zenét hall, hanem természetesnek veszi azt. A zene sohasem kerekedhet felül a film által közvetített tartalmakon, nem dominálhat.

Belső etűd

A filmetűd önálló műfaj, ám arra is van lehetőség, hogy egy-egy televíziós anyagon belül használjunk valami ahhoz hasonlót. Ez azt jelenti, hogy a narrációk és a szinkronok közé, netán az anyagunk elejére vagy a végére beiktatunk egy-egy zenés részt, amikor csak zenét hallunk, és alatta képeket látunk, szöveg, narráció nélkül. Ez az eszköz kiválóan alkalmas a téma felvezetésére vagy lezárására, a hangulat megteremtésére.

Gyakran élnek vele például képzőművészeti témák, kiállítások bemutatásánál: a művész nyilatkozata és egy narráció közé beiktathatunk egy 15–20 másodperces etűdöt, amikor csak az alkotásokat látjuk, s közben azokhoz illő zenét hallunk. De olyankor is jól funkcionálhat, ha a vidámság, dinamizmus üzenetét szeretnénk közvetíteni: egy fesztiválról szóló tudósítást is kezdetünk élénk ritmusú zenével, amely alatt izgalmas és mozgalmas életképeket mutatunk a rendezvényről. Belső etűdöt használhatunk egy cselekvéssorozat megmutatására vagy egy szereplő bemutatására is, amikor dinamikus zene kíséri az illető megérkezését vagy útnak indulását bemutató képsorokat.

Figyelem: csak olyan esetben készítsünk belső etűdöt, ha jó minőségű, szép vágóképeink vannak! Ilyenkor ugyanis a képeknek önmagukban jelentéssel kell bírniuk és élményt kell nyújtaniuk a néző számára.

Time-lapse

Ez egy rögzítési technika, melynek lényege, hogy az egy pontból, hosszú idő alatt felvett képsort felgyorsítva játsszák le. Alkalmas lehet például egy tájkép mozgalmasabbá tételéhez: hosszú időn át rögzítjük a felhők vonulását, majd azt gyorsítva vágjuk be az anyagba, izgalmas hatást keltve általa. De ha egy forgalmas utca közepén állítjuk fel a statívra a kamerát, és az ut-

caképet rögzítjük 20–30 percig, felgyorsítva ez is nagyon látványos lehet. A time-lapse a nézőben az idő múlásának érzetét kelti. (Maga a kifejezés is erre utal: az angol *time* szó jelentése idő, a *lapse* szó pedig mulást, illetve időközt is jelent.)

Ha az anyagban zene hallható alatta, akkor egyfajta belső etűdnek is tekinthető ez a szerkezeti elem. Természetesen hang nélkül vagy hasznos atmoszférával is bevágható, sőt, akár hangharapás fedéseként is használható... A legtöbbször azonban hagyják önmagukban, zenei aláfestéssel érvényesíteni a látványos képeket.

Animáció

Bizonyos témák képi alátámasztásához a vágóképek mellett szükség lehet animációs elemekre is. Ha például valakinek vagy valakiknek a nagy földrajzi távolságokat átívelő mozgását szeretnénk érzékeltetni, netán egy háborús konfliktusról számolunk be, akkor egy szépen kivitelezett térképes animáció jól szolgálhatja azt a célt, hogy a nézők jobban átlássák, miről van szó. A különféle tudományos vagy ismeretterjesztő anyagoknál szintén indokolt lehet a könnyebb megértést szolgáló animációk használata. Ezek elkészítésére általában külön munkatársakat szerződtetnek a televíziók, de az egyszerűbb animációkat akár a vágók is megszerkeszthetik.

Wish

Így nevezik (sajnos nincs rá bevett és elterjedt magyar szakkifejezés) azokat a rövid, néhány másodperces mozgóképes műsorelemeket, amelyeket két blokk, két tartalmi egység elválasztására használnak. Elkészítésükhöz általában grafikai és animációs eszközöket is felhasználnak. A wish-ek sokszor betűket, feliratokat is tartalmaznak, és zene vagy valamilyen hangeffekt hallható alattuk.

Ilyeneket alkalmaznak a televíziók például a „reklám”, az „ajánló” vagy egyéb feliratok, illetve a tévécsatorna nevének, logójának két műsor közötti feltüntetéséhez. (Ilyenkor hasonló szerepet töltenek be, mint a rádiókban a szignál.) A műsorokon belül pedig wish-ekkel lehet feltüntetni a rovatcímeket.

Szórakoztatóműsorokban, show-műsorokban gyakran használják. Olykor előfordul, hogy magazinműsorba készül a szerkesztett anyagon belül is megjelenik, egy-egy téma, tartalmi egység elválasztása céljából.

Archív anyag, amatőr felvétel, állókép

Történelmi téma taglalásánál hasznos lehet, ha a szerkesztő archív anyagot is beszerkeszt az anyagába. Ez nem könnyű, hiszen fel kell kutatni az archív anyag forrását, szükség esetén engedélyt kell kérni a használatához. Napjainkban az sem ritka, hogy a professzionális televíziózásban amatőrök által

rögzített képsorokat is felhasználnak, hiszen egy-egy katasztrófahelyzetben vagy különleges pillanatban elkapott jelenet tartalmi értéke feledteti a képi minőség kifogásolhatóságát. Olykor egy-egy fotó, állókép is hordozhat olyan üzenetet, ami miatt a szerkesztő úgy dönt, bevágja az anyagába.

Ha archív felvételeket, amatőrök által rögzített képsorokat vagy állóképeket szeretnénk beszerkeszteni, akkor egy fontos szabály van: valamilyen módon jeleznünk kell, hogy ezek a képek nem a saját nyersanyagunkból származnak! Ez nem csupán annyit jelent, hogy feliratban meg kell jelölnünk a forrást – vizuálisan is érzékeltetnünk kell, hogy a látottak nem akkor lettek rögzítve, amikor a nyersanyag többi része. Érdeemes őket keretbe tenni, vagy osztott képernyős, netán „kép a képben” megoldást alkalmazni a vágásnál. Napjainkban az állóképeket is többnyire megmozgatják egy kicsit a vágóprogram segítségével: lassú, épp, hogy érzékelhető közelítő/távolító vagy oldalirányú mozgásban látja őket a néző.

Lekonferáló szöveg

Rövidítve csak „*lekonf*”-ként szokták emlegetni. A felkonferáló szöveghez hasonlóan ezt is a műsorvezető mondja el. Ritkán használják, és többnyire élőben. Olyankor élnek vele, ha pl. be kell mondania a műsorvezetőnek egy adás közben érkezett fontos információt, ami az éppen lement anyaghoz kapcsolódik (pl. ha beszámoltak egy balesetről, de az anyag elkészítése óta kiderült, hogy újabb áldozatok vannak).

IV.2.5. A RIPORTERI SZEREPLÉS MINT DRAMATURGIAI ELEM

A dramaturgia szempontjából fontos, eldöntendő kérdés, hogy a riporter megjelenjen-e a képernyőn. Váljon-e az anyag szereplőjévé? Mondjon-e stand-upokat, mutassa-e őt a kamera, a kérdései és megjegyzései benne maradjanak-e majd a vágott anyagban? A modern televíziózásban riporter szerepléssel és anélkül is készülnek kiváló televíziós anyagok. A szerkesztő belátására van bízva, hogy kíván-e élni a riporter szereplésben rejlő lehetőségekkel vagy sem. Az alábbiakban tekintsük át az ezzel kapcsolatban hozott döntés előnyeit és hátrányait!

a) A riporter aktív részese, szereplője az anyagnak.

Ebben az esetben a riporter láttatja a nézőkkel az eseményeket, ő köti össze a helyszíneket, részt vesz a tevékenységekben, kommentálja azokat, segít értelmezni a néző számára a látványt.

Előnye: Ha jó a riporter, közelebb hozhatja a nézőkhöz a témát, életszerűbbé, fordulatosabbá teszi az anyagot.

Hátránya: A néző nem érzi objektívnek. Ha a riporter nem elég profi vagy csak nem szimpatikus a nézőnek, akkor fennáll a veszélye, hogy a né-

ző az egész témát negatívan ítéli meg. Ha a riporter túljátssza a szerepét, a néző számára idegesítővé, zavaróvá válhat, elvonja a figyelmet a témáról.

b) A riporter egyáltalán nem szerepel az anyagban.

Ebben az esetben a riportert nem látjuk a képeken, a kérdéseit nem halljuk. Az anyagot a soundbite-technika uralja, az interjúrészleteket narráció vagy belső etűdök választják el, illetve kötik össze, vagy több interjúalanytól származó szinkronok váltják egymást.

Előnye: A néző objektívebbnek érzi az anyagot, hiszen nem pusztán egy ember szemszögéből látja azt. A narrátorszöveg mindig sokkal általánosabban fogalmaz, mint a saját tapasztalatairól beszélő riporter. A riporter szereplés nem vonja el a figyelmet a témáról.

Hátránya: Ha rosszul szerkesztik meg az anyagot, unalmassá, egysíkúvá, élettelené válhat.

c) A riportert nem vagy csak néha látjuk, a kérdéseit viszont halljuk.

Ez a profi televíziózásban nem lehet alternatíva, csak azok használják, akik nem értenek a műsorszerkesztéshez. Sajnos sok kisebb, helyi televízióban mégis van erre példa, mert nincs vele munka: az egy kamerával felvett, csak az interjúalanyt mutató interjút egy az egyben, szinte vágás nélkül adásba rakják, esetleg vágóképekkel fedve. Magára valamit adó televízió azonban ilyen anyagot nem enged adásba! Ha az a cél, hogy kerek, vágatlan beszélgetés készüljön, akkor azt több kamerával, stúdióbeszélgetés vagy kitelepülő beszélgetés formájában kell megoldani, megmutatva azt, aki kérdez! Ne mossuk össze a két műfajt!

Hátránya: A néző számára zavaró, ha nem látja azt, aki kérdez. Az anyag unalmas, nézhetetlen, amatőr hatású.

Előnye: Nincs. (Azon kívül, hogy egy ilyen anyag elkészítéséhez nincs szükség szakmai hozzáértésre és különösebb energiabefektetésre...)

IV.3. A hangharapás-technika és a megfelelő interjúrészletek kiválasztása

IV.3.1. AZ INTERJÚ MINT ESZKÖZ ÉS MÓDSZER

A médiában az interjúra elsősorban úgy tekintünk, mint a nagy, klasszikus sajtóműfajok egyikére. Az írott sajtóban valóban külön műfajnak számít, hiszen írásba fektetett változata – egy jó lead-del kiegészítve – megállja a helyét önálló cikként.

Am az újságírók, rádiós és televíziós szerkesztő-riporterek számára az interjú nem csupán egy műfajt, de anyaggyűjtési módszert is jelent.

Ha az interjúra módszerként tekintünk, akkor nem az a cél, hogy a teljes interjút közzé tegyük, hanem inkább az, hogy általa fontos háttérinformációkhoz, tényekhez, adatokhoz jussunk hozzá. Egy híradásnak, tudósításnak, riportnak része lehet egy vagy több interjúrészlet is, noha azok csak egy-egy elemét alkotják ezeknek az anyagoknak. Az interjúk révén összegyűjtött információkat az újságíró leírhatja függőinterjúként, vagy akár anélkül, hogy kiderülne, az adott információ valakinek a nyilatkozatából származik. A rádiós és televíziós anyagokba pedig csak részleteket vágnak be belőle.

IV.3.2. INTERJÚ A TELEVÍZIÓBAN – NEM MINDEGY, HOGY INTERJÚ VAGY BESZÉLGETÉS!

A televíziózásban interjúnak az egyes helyszíneken felvett, riporterek által készített kérdés-válasz egymásutánt nevezik, amelynek csupán egyes részletei kerülnek bele a szerkesztett anyagba.

Ha az a cél, hogy a teljes beszélgetés egyben vagy minimális vágással, elejétől a végéig, a kérdésekkel együtt adásba kerüljön, akkor jellemzően nem az interjú kifejezést használják – ezt inkább beszélgetésnek hívják. Ilyen esetben azonban a nézőnek mindig látnia kell azt is, aki a kérdést felteszi!

A tévés interjúkat jellemzően egy kamerával rögzítik, a kamera csak az interjúalanyt mutatja, a riportert nem. A riporteri kérdéseket kivágják, csak a válaszok bizonyos részeit használják fel, vágják be. Ezeket nevezi a szakma hangharapásnak. Az interjú során napvilágot látott többi, kevésbé lényeges információt kihagyják, vagy narrációban foglalják össze, summázzák. Ilyenkor általában nem az interjúalany személye a lényeges, hanem a téma, amely kapcsán nyilatkozik. (Ahogy arról már korábban volt szó, a professzionális televíziózásban szóba sem jöhet az az opció, hogy a riporteri kérdés benne marad az anyagban, de közben nem látjuk azt, aki kérdez!)

A beszélgetéseket viszont több kamerával rögzítik, így a képeken az interjú készítő személy és az interjú alanya egyaránt megjelenik. A készítőt jellemzően nem riporternek, hanem műsorvezetőnek hívják, személye hangsúlyosabb, mint a riporteré. Az interjúalany teljes válaszait halljuk, esetleges kisebb vágásokkal, amelyeket a terjedelmi korlátok vagy bakik indokolnak.

IV.3.3. A HANGHARAPÁS-TECHNIKA

A soundbite-technika – magyarra fordítva a hangharapás-technika – először az amerikai újságírásban nevesített eljárás, amelynek lényege, hogy egy hosszabb interjúból csupán néhányszor tíz másodperces, esetleg egy-két mondatos részletet vágnak be. Az alany mondandójának többi részét narrációban összegzik a nézők számára. A hangharapás részben a tömörítést, részben a hitelesítést szolgálja.¹⁹

E technika bevezetése főleg a híradós anyagokban hozott változást, ahol előtte a riporter kérdéseket is hallhatták a nézők, miközben a riportert az interjúalannyal egy képbe komponálva, többnyire ansnittben látták. A hangharapások használata lehetővé tette a rövidebb, tömörebb, informatívabb anyagok megszerkesztését.

Magazinműsorok, ismeretterjesztő filmek esetében a technika legfőbb haszna abban áll, hogy az interjúalanyok terjengős, összeszedetlen, vontatottan előadott monológaiból ki lehet választani a leginkább „ütős” mondatokat, a többit pedig röviden és frappánsan össze lehet foglalni egy-egy narrációban. Fontos azonban, hogy ne maradjanak ki a logikai kapcsok, ne változzanak a hangsúlyok, ne módosuljon az üzenet! Horvát János *Televíziós ismeretek* című könyvében a technika veszélyeire figyelmeztet: „riporter szakértelem vagy etikai érzék híján sokszor a mondanivaló teljes eltorzításához vezethet.”²⁰

A nyers interjúból kiválasztott, „kiharapott” részt sok helyen szinkronnak nevezik.

Megjegyzés: A szinkron kifejezés hallatán a laikusoknak az idegen nyelvű filmek magyarítása jut eszébe. A szinkron szó jelentése: egyidejűség, összehangoltság. A szinkronizálás alapvetően a külön rögzített hang és kép technikai úton történő egymáshoz igazítását jelenti. Szűkebben értelmezve viszont valóban egy film „idegen nyelvű szövegének hazai nyelvű szöveggel

¹⁹ *Film- és médiafogalmak kieszótára*. Korona Kiadó, Budapest, 2002. 223. old.

²⁰ Horvát János: *Televíziós ismeretek*. Média Hungária, 2000. 61. old.

történi behelyettesítése a szereplők eredeti szájmozgásának megfelelő módon”²¹ – de itt most természetesen nem erről van szó.

IV.3.4. A HANGHARAPÁSOK (SZINKRONOK) FAJTÁI, TÍPUSAI

a) Hagyományos interjúból kiválasztott részlet

A hangharapásokhoz a legtöbb esetben a hagyományos kompozícióban rögzített interjúk szolgálnak nyersanyagként. Ilyenkor a riporter kérdésére adott válaszból választják ki a megfelelő részletet. A néző az interjúalanyt többnyire klasszikus beállításban, mellkastól felfelé, félprofilból látja. A kompozícióban többnyire benne van a tévécsatorna logójával feldíszített mikrofon is. Híradókban és magazinműsorokban leggyakrabban ilyen, hagyományos módon megkomponált interjúkból kivágott hangharapásokat látunk.



Klasszikus interjúbeállítás

b) Szituációs interjúból kiválasztott részlet („atmo”)

Az ilyen hangharapás nyersanyagában a riporter nem hagyományos beállításban, az elé tartott mikrofonba beszélgeti az alanyt, hanem valamilyen cselekvés közben, egy bizonyos szituációban szólaltatja meg. Például a hótörlesztés miatt az autójában rekedt utas a kocsiban ülve beszél a helyzetéről, egy állatorvos egy kutya vizsgálata közben érvel a veszteség elleni oltás fontossága mellett, vagy egy gazda kapálás közben mondja el, hogy milyen lesz az ideai termés.

Képi világot illetően a szituációs interjú ad lehetőséget a legnagyobb változatosságra, az operatőr megmutathatja kreativitását. Nem kell feltétle-

²¹ *Film- és médiafogalmak kieszótára*. Korona Kiadó, Budapest, 2002. 312. old.

nül statikusnak lennie, izgalmasabb, ha mozgó kamerával, vállról veszik fel, rá-ráközelítve a témára.

A hangot csíptetős vagy belógatós mikrofonnal érdemes rögzíteni, de az is gyakori, hogy egyszerűen a kamera beépített atmoszféra mikrofonjával dolgoznak. A rövid, egy-egy mondatos, atmoszféra mikrofonnal rögzített szituációs szinkronokat bizonyos helyeken egyszerűen csak „*atmo*”-nak nevezik. Az „*atmo*” gyakori és kedvelt eleme a híradós bejátszásoknak.



Szituációs interjú kompozíciója

c) Hasznos hang

Hasznos hangnak nevezi a szakma a nyilvános megszólalások során rögzített nyersanyagot. Ennek szereplője nem riporter kérdésre válaszol, hanem egy rendezvény, sajtótájékoztató, kiállítás-megnyitó, ünnepség, díjátadó stb. keretében szélesebb közönség előtt beszél, szónokol. A hasznos hangot többnyire kicsit tágabb képkivágással rögzíti az operatőr, mint a hagyományos interjút. A kompozíció látni engedi, hogy a szereplő milyen közegben, milyen helyzetben beszél. Az így felvett nyersanyagából is kiválasztható az anyaghoz egy-egy hangharapásnyi részlet. (A hasznos hang nem összekeverendő a hasznos atmoszférával! A hasznos hang mindig érthető emberi beszédet jelent, míg a hasznos atmoszféra bevágott zajokat, zörejeket.)



Hasznos hang rögzítésének jellegzetes kompozíciója

IV.3.5. A MEGFELELŐ INTERJÚRÉSZLETEK KIVÁLASZTÁSA

Amikor hozzáfogunk az anyag megszerkesztéséhez, addigra már alaposan ismerjük a téma háttérét és magát a nyersanyagot. Az interjút nem árt többször végighallgatni ahhoz, hogy megtaláljuk, mely részek alkalmasak leginkább arra, hogy hangharapásként szerepeljenek a szerkesztett anyagban. Vegyünk sorra néhány támpontot, amelyek segíthetnek bennünket a megfelelő interjúrészletek kiválasztásában!

A vezérelv

Az interjúalany által elmondott adatszerű, tárgyilagos információkat, tényeket, objektív elemeket inkább narráció formájában szőjük bele az anyagba, a hangharapáshoz pedig olyan részletet válasszunk, amely az interjúalany véleményét, nézetét tartalmazza, valami olyasmit, ami az ő szájából hangzik igazán hitelesen!

A **Ki? Hol? Mikor? Mit?** kérdésekre adott válaszok kerüljenek a narrációba! Egy eseménytudósítás esetében például lehetőleg a narrátorszövegbe fogalmazzuk bele, hogy az adott eseményre hol és mikor került sor, kik a szervezők, mi az esemény elnevezése, hányadszor szervezték meg, kik voltak az esemény főbb szereplői, azok mit csináltak ott. Ezek objektív tények, melyek elmondásához nincs szükség interjúalanyra.

A **Miért? Hogyan? Mi célból?** kérdésekre adott válaszokat azonban lehetőleg hagyjuk az interjúalany szájából elhangozni. A tudósítás példájánál maradván, mondassuk el az interjúalannal, hogy az adott eseménynek mi-ben áll a jelentősége, miért tartották fontosnak megrendezni, hogyan szeretnék elérni a kitűzött célokat.

A **történetek, sztorik, előzmények és egyéb szubjektív elemek** is hitelesebben hangzanak az interjúalany szájából!

Leegyszerűsítve: a tény kerüljön a narrációba, a vélemény a hangharapásba! (Természetesen vannak kivételek, bizonyos műfajoknál megengedett, hogy a narráció bizonyos mértékig szubjektív legyen.)

A kiválasztás szempontjai

A hangharapáshoz igyekezzünk olyan részletet kiválasztani az interjúból, amely önmagában értelmes, kerek egész mondat vagy mondatcsoport. Ahol az interjúalany nagyon eltér a tárgytól és csapong, azt a részt ne használjuk, inkább foglaljuk össze röviden és velősen egy narrációban.

Ügyeljünk arra, hogy a kiválasztott mondatokban ne legyenek visszautalások korábbi, bevágni nem szándékozott részekre vagy a néző számára utólag értelmezhetetlen időpontokra. (Pl.: „ahogy azt már korábban elmondtam...”; „tegnap ezt és ezt csináltuk...” stb.)

Ügyeljünk arra, hogy a kiválasztott interjúrészletben ne legyen reklám vagy trágár kifejezés, korhatáros tartalom. Lehetőség szerint olyan részt válasszunk, amelyben nincs nyelvbtlás, nyelvtanilag helytelen megfogalmazás, baki, köhögés, dadogás stb.

Az olyan részeket, ahol az interjúalany száraz tényeket, adatokat sorol, mellőzzük, és azokat inkább narrációban mondjuk el! Olyan részletet válasszunk, amely csak az interjúalanyunk szájából hangzik igazán hitelesen, ami tükrözi az ő saját meglátásait, személyiségét, világszemléletét, de legalábbis a témával kapcsolatos nézeteit!

IV.3.6. A HANGHARAPÁSOK FEDÉSE

A hosszabb magazin-anyagokban, a riport- és dokumentumfilmekben nem ritka, hogy a hangharapásokat vágóképekkel fedik. Ez különösen akkor ajánlott, ha ugyanattól az interjúalanytól több hangharapást is bevágunk, vagy ha egy-egy szereplő hosszan beszél, és félő, hogy a film közben vizuálisan ellaposodik. Fontos azonban, hogy ilyenkor csakis olyan képekkel fedjünk bele a szinkronba, amelyek illeszkednek az elhangzottakhoz. És ahogy a rutinos vágók szokták mondani: „egy vágókép nem vágókép!” Ha tehát egy hangharapásra vágóképet illesztünk, tegyünk legalább hármát-négyet egymás után!

Magazinműsorok, dokumentumfilmek esetében az információsűrítés elfogadott eszköze, hogy két hangharapást közvetlenül egymás után vágnak, a vágópontot pedig vágóképekkel fedik le. A híradós anyagokban azonban ez tilos, hiszen terepet adhat a manipulációnak. Gondoljunk csak bele, hogy egy-egy politikus például mennyire zokon venné, ha az elmondott szövege közepéből valamit kivágnának, és az előtte, illetve utána elhangzott mondatokat összeragasztanánk... Ilyen esetben a nézők is joggal vádolhatnak bennünket azzal, hogy „megbuheráltuk” az üzenetet. A híradós szinkronok

eleve rövidek, mintegy 10–30 másodperc hosszúságúak, így nem indokolt, hogy vágóképekkel fedjük őket. Fontos, hogy ezek az egy-két mondatos hangharapások fedés nélkül maradjanak, bizonyítva, hogy nincs bennük vágás!

IV.4. A narráció szerepe és megírása

IV.4.1. LEGYEN-E NARRÁCIÓ AZ ANYAGBAN?

A híradós anyagok szükségszerűen minden esetben tartalmaznak narrációt, azaz összekötő szövegeket a hangharapások között. Amikor viszont egy magazinműsorba forgatunk anyagot, vagy ismeretterjesztő filmet, dokumentumfilmet készítünk, akkor meg kell hoznunk a döntést: kívánjuk-e használni ezt az eszközt vagy sem. Tekintsük át, hogy milyen előnyei és hátrányai lehetnek döntésünknek!

a) Az anyag tartalmaz narrációt

A narrátorszöveg összekötheti a bevágott interjúrészeket (hangharapásokat), de vannak olyan anyagok, sőt, akár hosszabb ismeretterjesztő-, riport- vagy dokumentumfilmek is, amelyek csak narrációt tartalmaznak, hangharapást nem.

A narráció alkalmazásának előnyei:

- A narráció summáz, segít fenntartani a figyelmet, értelmezni a látottakat/hallottakat. Az interjúalany által túl hosszasan vagy nehezen érthetően megfogalmazott információkat sűrítve és egyszerűsítve át lehet ültetni narrációba.
- A jól megírt narráció erős érzelmi hatást válthat ki. Az irodalmi igényű összekötőszöveg akár a műalkotás szintjére is emelheti a filmet.
- A szerkesztő-riporter az utólagos szerkesztés során, az íróasztal mellett sokkal átgondoltabban, körültekintőbben, művesebben, a megfelelő szavak megtalálásával fogalmazhatja meg a téma kapcsán kialakult meglátásait és gondolatait, mint a rögtönzött helyszíni szereplés alatt.
- Az anyagba be lehet építeni olyan háttérinformációkat, adatokat, meglátásokat, amelyeket az interjúalanyok konkrétan nem mondtak ki.
- Rugalmas szerkezetformálást tesz lehetővé, könnyebb ívet, logikát adni a felépítésnek, könnyebb bevezetni és lezárni az anyagot.
- Narrációban elmondva pótolni lehet olyan információkat, amelyek kimondását nem sikerült megörökíteni. (Pl. egy ünnepségen elhangzó beszéd lényeges része alatt az operatőr épp vágóképezett, de a szerkesztő jegyzetelt, és utólag narrációban összefoglalja, mit mondott a szónok.)

A narráció alkalmazásának hátrányai:

- Sokak szerint hitelesebb, ha az interjúalanyoktól halljuk az információkat, a narráció kevésbé objektív, hiszen megírójának látásmódját „kényszeríti” a nézőre.
- Fennáll a veszély, hogy az információk tömörítése során megváltoznak a hangsúlyok, eltorzul az információ.

Mikor használjunk narrátorszövegeket?

- Nincs rá általános szabály, de narráció alkalmazása erősen ajánlott rövid híradós vagy magazin anyagok, jelenségeket bemutató riportok vagy tájakat, állatokat, növényeket bemutató kisfilmek, ismeretterjesztő filmek esetében.

b) Az anyag nem tartalmaz narrációt

Ha nem szeretnénk narrátorszöveget írni az anyaghoz, akkor meg kell oldanunk, hogy a szükséges információk más formában jussanak el a nézőhöz. Ennek egyik formája lehet, ha jelentősebb riporteri szerepléssel forgatjuk le az anyagot. Persze dolgozhatunk hangharapásos technikával is – ilyenkor az interjúrészleteket narráció helyett etűdök vagy animációk, effektek választják el egymástól, vagy azok egyszerűen csak egymásra vannak vágva.

A narrátorszöveg mellőzésének előnye:

- A nézőben az objektivitás érzetét kelti, hiszen úgy érzi, első kézből, magyarázat és kommentár nélkül kap hiteles információkat.
- Ha érdekes figura/figurák az interjúalany(ok), és jól, izésen, szabatosan, összeszedetten, csapongás nélkül beszél(nek), akkor remek anyagot készíthetünk narráció nélkül is, hiszen lényegében rábízhatjuk magunkat az interjúalanyra.
- Ha narráció helyett a riporter inkább helyszíni stand upok formájában mondja el a meglátásait, azok spontánabbnak tűnnek, mint az íróasztalnál megírt narrációban elhangzók.

A narrátorszöveg mellőzésének hátránya:

- Sokkal nehezebb jól megszerkeszteni egy anyagot narráció nélkül. Nehezebb elérni, hogy annak legyen íve, egészzé kerekedjen ki. Ha csapong(anak) az interjúalany(ok), akkor szinte lehetetlen vállalkozás.
- Nehezebb rugalmasan formálni, bevezetni és lezárni az anyagot.
- Fennáll a veszélye, hogy irreleváns vagy unalmas részek is belekerülnek az anyagba – ha viszont kivágjuk ezeket, akkor sérül a koherencia, nehezen lesznek érthetőek az ok-okozati összefüggések.

- Minden, a megértéshez szükséges háttérinformációt ki kell mondatnunk az interjúalanyokkal, ami néha mesterkéltn hatást kelt.

Mikor érdemes mellőzni a narrátorszöveget?

- Nincs rá szabály, de narráció nélkül jól működhetnek például bizonyos portréfilmek, szociográfiai igénnyel készült dokumentumfilmek vagy olyan alkotások, amelyekben a képek hordozzák az üzenet orozslánrészét, a képek önmagukban is jelentéssel bírnak.

Megjegyzés: Sajnálatos módon gyakran tapasztalható, hogy egy anyag csak azért készül ezzel a technikával, mert készítői nem tudnak narrációt írni, nem veszik hozzá a fáradságot, vagy nincs erre megfelelő emberük – pedig az anyag kiáltana érte. A professzionális televíziózásban ilyesmi nem fordulhat elő.

IV.4.2. A NARRÁCIÓ MEGÍRÁSA

A narrációt az interjúból bevágni nem kívánt részek, a forgatás során készített jegyzetek, a szakirodalom, a háttéranyag, valamint saját helyszíni tapasztalatai alapján írja meg a szerkesztő. Célja az anyag fel- vagy levezetése, a néző végigvezetése az adott témán, az információközlés, az ismeretterjesztés, a summázás, a sűrítés, a hangharapások közötti koherencia megteremtése. A narrátorszöveg az anyagban blokkokra oszlik, amelyekben a dramaturgiai felépítésnek megfelelően adagolhatjuk az információkat a néző számára.

Sok esetben az anyag sikere a narráción áll vagy bukik. Ha jól írjuk meg, élvezhető, informatív, a néző számára könnyen követhető anyagot készíthetünk. A jó narráció lendülete viszi magával a nézőt, akinek nem jut eszébe, hogy máshová kapcsoljon.

A narráció stílusát a műfajnak és a témának megfelelően kell megválasztani. Általánosságban elmondható, hogy minden narráció információkat sűrít. A közhelyeket, sallangokat, semmitmondó szófordulatokat kerülni kell. Különösen igaz ez a híradós narrációkra, amelyekben egyetlen felesleges szó sem lehet. Ha egy szó kihúzható anélkül, hogy a jelentéstartam megváltozna, akkor azt ki is kell húzni! A magazinműsoroknál már megengedett a több jelző használata, a kép gazdagabb árnyalása. Ha a téma megengedi, akár némi humort is szöhetünk bele! Egy riportfilmben vagy dokumentumfilmben pedig a szépirodalom szintjéig is felemelkedhet a narrátorszöveg színvonala.

A narráció megírásával kapcsolatban támasztott igények

- Csak hiteles és igaz, ellenőrzött információkat tartalmazhat.
- Híradós anyagok esetében csak tényeket tartalmazhat, véleményt soha.
- A szöveg legyen nyelvtanilag és stilisztikailag helyes, pontos.
- Kerüljük a szóismétléseket, a pongyola megfogalmazást.
- Legyen minél információgazdagabb, kerüljük a semmitmondó töltelészöveget, sallangokat, közhelyeket.
- Legyen közérthető és követhető, kerüljük a túl bonyolult mondat szerkesztést. Ami írásban érthető, az nem biztos, hogy elhangozva is az.
- Nem íródhat egyes szám első személyben, kivéve azt az esetet, amikor a riporter aktív szereplője az anyagnak, maga mondja fel a narrációt, és a szöveg elhangzása közben látható lesz a vágóképeken. Egyébként a narrátor külső mesélő, aki inkább általánosítva fogalmaz.
- Riportfilmek, dokumentumfilmek esetén a szerkesztő belefoglalhatja a narrátorszövegbe a saját meglátásait, tapasztalatait, következtetéseit, de csak megfelelően alátámasztva.
- A híradós és hírmagazinos anyagok kivételével megengedett, hogy a narrációval az érzelmekre, érzékekre is megpróbáljunk hatni, azaz művészi, irodalmi igénnyel írjuk meg a narrációt.
- A megírt szöveget többszörösen ellenőrizni kell, mert ha hibás állítás vagy sántító megfogalmazás kerül az anyagba, az a szerkesztőt és a csatornát egyaránt lejáratja.
- Noha a narrátorszövegek szóban hangzanak el, a helyesírási hibákat ezek megírásánál is kerülni kell. Ha például rossz helyre tesszük ki a vesszőket, összezavarhatjuk a narrátort, a hírolvasót vagy a felkonferáló szöveget felolvasó műsorvezetőt, akik nem fogják tudni megfelelően hangsúlyozni azt – ezért hiába írtunk frappáns és jó szöveget, a néző mégsem biztos, hogy megérti. (Sőt, rosszabb esetben félreérti...)

IV.4.3. A NARRÁCIÓ ÉS A HANGHARAPÁSOK VISZONYA

A klasszikus szerkesztésű anyagokat narrátorszöveg vezeti be és zárja le. Ez köti össze az egyes szerkezeti elemeket, például előkészíti és felvezeti a közvetlenül utána következő hangharapást. A köztes narrátorszöveg soha nem lóghat a levegőben, mindig szervesen kell kapcsolódnia azokhoz az információkhoz, amelyek az előtte és utána bevágott hangharapásban elhangzanak.

A narrációban időnként összefoglalva meg is ismételhetjük, summázhatjuk az addig elhangzottakat, hogy a néző könnyebben tudja követni a témát. A túl sok ismétlés azonban kerülendő, ne mondjuk el még egyszer ugyanazt ugyanúgy, ahogy az interjúalanyunk szájából is elhangzik!

IV.5. A felkonferáló szövegek megírása

IV.5.1. A FELKONFERÁLÓ SZÖVEGEK MEGÍRÁSA

A televíziós anyagok esetében a felkonferáló szöveg – amit szakmai szlenggel gyakran csak úgy emlegetnek, hogy „*felkonf*” – hasonlóan fontos szerepet tölt be, mint az újságcikkek esetében a *lead*. Ennek a pár mondatnak kell meggyőznie a nézőt arról, hogy maradjon a képernyők előtt, érdemes lesz megnéznie az anyagunkat. Hiába készítettünk egy nagyszerű anyagot, ha az érdektelen felvezetés miatt a néző továbbkapcsol.

A felkonferáló szöveg stílusát az anyag műfaja határozza meg. Híradó esetében elvárás a tárgyilagosság, magazinokba készült „színes” témák esetében a szöveg lehet szellemes, kedves, szubjektív hangvételű.

Sokan a felkonferáló szöveg megírásával kezdik a szerkesztői munkát, mások csak a legvégén írják meg, amikor már kész az anyag. Nincs rá szabály, ki-ki maga dönti el, melyik módszer kényelmesebb a számára. Ez a szöveg része ugyan az anyagnak, de annak enélkül, önmagában is kerek egésznek, értelmesnek kell lennie. Nem jó, ha a felkonferáló szöveg mondati egy az egyben megismétlődnek az anyagban. Az információk más formában, bővebben kifejtve viszont megismétlődhetnek.

IV.5.2. A FELKONFERÁLÓ SZÖVEGEK TÍPUSAI

Az alábbiakban áttekintjük a felkonferáló szövegek legfőbb típusait. Természetesen elképzelhető olyan szöveg is, amelyik egyik kategóriába sem fér bele, vagy több típust ötvöz.

Összefoglaló felkonferáló szöveg

Ilyen típusú felkonferáló szöveggel elsősorban híradós vagy hírmagazinos bejátszások előtt találkozhatunk. Azzal próbálja felkelteni az érdeklődést, hogy előre összefoglalja, miről hallhatunk majd az anyagban. Nem sejtet meglepetést, egyszerűen arra alapoz, hogy a néző számára úgyszólván nagy jelentőséggel bír a hírül adott esemény, így biztosan végignézni majd az anyagot. Az ilyen szöveg szinte már önmagában betölti a hír szerepét, hiszen általában válaszol a *Ki? Hol? Mikor? Mit?* kérdésekre – a *Hogyan? Miért? Micsé? Miből?* kérdésekre adott válaszok kibontását pedig az anyag szerkesztett-részére hagyja. Ennél a típusnál gyakori, hogy az anyagban – kicsit bővebben kifejtve – megismétlődnek ugyanazok az információk, amelyek a „*felkonf*”-ban már elhangzottak.

Kiemelő felkonferáló szöveg

A kiemelő felkonferáló szöveg szerzője a téma legfontosabbnak, legérdekesebbnek érzett momentumát, a legnagyobb hírértékkel bíró információját ragadja ki, és erre építi a hatást. A téma részleteibe nem megy bele, azokat csak az anyagot végignézve ismerhetjük meg. Arra épít, hogy a néző rácsodálkozik a kiemelt momentumra, és kíváncsi lesz a részletekre. Meglepő, váratlan, szokatlan, érdekesítő események tálalásakor érdemes ilyen felkonferáló szöveggel indítani az anyagot, de természetesen tartózkodni kell a túl hatásvadász vagy az információt eltorzító megfogalmazástól.

Ismeretterjesztő felkonferáló szöveg

Célja, hogy előre felfesse a téma hátterét, elmondja az annak értelmezéséhez szükséges előzményeket, tudnivalókat. Ha egy eseménysorozatba illeszkedő dologról adunk hírt, érdemes ezt a típust választani. Ilyen lehet például egy bírósági ítélet – ennek taglalása előtt elevenítsük fel a néző számára, hogy milyen ügyről van szó, annak kik az érintettjei. De ha egy megemlékezésről tudósítunk, akkor is érdemes ismeretterjesztő felkonferáló szöveggel indítani, amelyben felidézhetjük a megemlékezés tárgyát képező történelmi eseménnyel kapcsolatos tudnivalókat. E módszernek van egy praktikus előnye is: a felkonferáló szövegben elhangzó mondatokat nem kell képekkel illusztrálni. Tehát ha egy-egy dologról nincs vágóképünk, de azt fontos előzménynek érezzük, akkor a narráció helyett a felkonferáló szövegbe fogalmazzuk bele!

Késleltetett felkonferáló szöveg

Az ilyen szöveg hatásos felütéssel indít, és minden lényeges információt visszatart. Arra alapoz, hogy egy-egy sokkoló adattal, egy-egy provokatív kérdés felvetésével vagy esetleg nagy visszhangra számot tartó idézettel felcsigázza a néző érdeklődését. A megfogalmazás némiképp sejtelmes is lehet: a néző nem tudja meg, hogy pontosan miről is fog szólni a következő anyag, de a téma súlyáról és hangulatáról már kap benyomást.

Alkalmazott felkonferáló szöveg

Lényege, hogy az adott témát megpróbáljuk közelebb hozni a nézőhöz azáltal, hogy a téma kapcsán felmerülő kéréseket a mindennapi életre alkalmazzuk. Megvilágítjuk, milyen hatással van az adott jelenség vagy esemény az átlagember sorsára. Ezáltal a nézőt azonnal érdekeltté tesszük az anyag megtekintésében, az általunk kínált információk megszerzésében. Így a

„száraz”, törvényhozásról, rendeletekről, politikai-közéleti kérdésekről szóló anyagok azonnal érdekesítőbbnek tűnnek. Az ilyen felkonferáló szöveg elmondja, hogy holnaptól mennyivel kell többet vagy kevesebbet fizetni egy-egy árucikkért, vagy az egyes intézkedések hatására milyen megtakarítása vagy kiadása lehet egy átlag családnak.

V.

**A riporterri és a műsorvezetői munka,
valamint a képernyős szereplés alapjai**

V.1. A riporter és a műsorvezetői munka hasonlóságai és különbségei

V.1.1. SZÓRA BÍRNI AZ EMBEREKET

Elsőre talán furcsa lehet, hogy a jegyzet szerzője külön fejezetekben taglalta a műsorszerkesztéssel kapcsolatos ismereteket, ugyanakkor egy fejezetbe vonja a riporter és a műsorvezetői szakmát. Miért indokolt ez a szerkezet?

Ha onnan közelítjük meg a dolgot, hogy a néző számára a riporter sokszor teljesen láthatatlan, míg a műsorvezető maga a sztár, valóban érthetően ez a tagolás. Ha viszont abból indulunk ki, hogy mindkét szakmának az emberek szóra bírása, illetve egy-egy jelenség bemutatása a lényege, akkor azonnal érthetővé válik.

A televíziózással kapcsolatos feladatkörök közül kétségkívül a műsorvezetői munka az, amelynek a lakosság körében a legnagyobb a presztízse. Gyerekek, kamaszok sokasága ábrándozik arról, hogy „ha nagy lesz”, akkor műsorvezető lesz, hiszen azt látják, ők azok, akiket mindenki ismer. A „kép-ernyős személyiség” varázsáról, hatalmáról, presztízseről, hatásáról, kultúrszáról számos fejtegetés, tanulmány, kutatás jelent már meg. Jelen esetben azonban egyáltalán nem az a cél, hogy megfejtjük, mi a népszerűség titka, sőt: ez az, ami ennek a jegyzetnek egyáltalán nem témája. Ideális esetben ugyanis a műsorvezetők nem azért vannak a képernyőn, mert híresek akarnak lenni, hanem azért, mert valami egyéb céljuk van: a nézők szórakoztatása vagy informálása, látókörük szélesítése, tudásanyaguk bővítése, döntéseik elősegítése. Szakmájuk lényege ugyanaz, mint a riporter szakmáé: meg kell nyitniuk a velük szemben ülő vagy álló embert, hogy az információkat, tapasztalatokat, meglátásokat osszon meg a nézőkkel. E célok megvalósításának eszközeit és lehetőségeit próbáljuk áttekinteni a következőkben.

V.1.2. A MUNKAPARTNERI KAPCSOLATOK KIALAKÍTÁSÁNAK JELENTŐSÉGE

A riporter és a műsorvezető az a személy, aki a legtöbbet érintkezik a televíziócsatorna partnereivel, a közszereplőkkel, intézményvezetőkkel, sajtóreferensekkel. A csatorna megítélése és a riporter/műsorvezető egyéni szakmai pályafutása szempontjából sem mellékes, hogy milyen viszonyt sikerül kialakítani velük. Nekik kell megalapozniuk a gyümölcsöző együttműködést azokkal a személyekkel, akiktől a csatorna rendszeresen vár információkat. Ha elnyeri a szimpátiájukat, megtalálja velük a közös hangot, az hosszú távon nagyon megkönnyíti a közös munkát.

Sosem szabad elfelejteni, hogy nem csak az adott forgatás számít, hiszen sosem tudhatjuk, hogy egy-egy személy mikor kerül újra a mikrofonunk elé, vagy mikor kell tőle ismét információt szerezni. Ezért minden egyes munkanapon, sőt, a munkaidőn túl is úgy kell viselkedni, hogy a jó kapcsolat fenntartható legyen.

A riportereknek, műsorvezetőknek általában hatalmas ismeretségi körük van, ami nagy felelősséggel jár. Nem lehetnek álszentek, nem próbálhatnak úgy tenni, mintha mindenki a barátjuk lenne, de nem lehetnek zárkózottak, ridegek vagy pökhendiek sem. Igyekezniük kell minél kevesebb problémát okozni, nem rabolhatják feleslegesen mások idejét, és nem várhatják el, hogy körülöttünk forogjon a világ. Ugyanakkor azt sem szabad hagyniuk, hogy félretolják őket, packázzanak a stábjukkal, irreálisan hosszú ideig várakoztassák őket, ne vegyék őket kellően komolyan. A helyes egyensúlyt nehéz megtalálni, de egy felkészült, naprakész, tájékozott riportert/műsorvezető számára korántsem lehetetlen.

V.1.3. A RIPORTER ÉS A MŰSORVEZETŐ VISZONYA AZ INTERJÚALANYOKHOZ

Mind a riportereknek, mind a műsorvezetőknek maximális udvariassággal, de a lehető legnagyobb határozottsággal kell viszonyulniuk az interjúalanyokhoz. A legnagyobb tiszteletlenség velük szemben az, ha felkészületlenül fogadjuk őket, illetve megyünk oda hozzájuk. E munkakörök képviselője nem lehet fennhéjázó, lekezelő senkivel szemben, ugyanakkor nem alázkodhat meg, nem lehet behízelgő sem, nem adhatja jelét megilletődöttségnek. A cél az, hogy az interjúalanyban a tájékozott és egyenrangú partner benyomását keltse.

Sok esetben, például a tisztánlátást megteremtő beszélgetések, illetve oknyomozó riportok esetében néha olyan dolgokat is firtatni kell, amelyeknek az interjúalany nem örül. A „kényes” kérdéseket – ha azokra szükség van – próbáljuk minél egyszerűbben, egyenesebben feltenni, egyszerűen és érthetően fogalmazva. A túl sok körítés vagy hímezés-hámozás csak még kellemetlenebbé teszi a situációt, és félreértésekre ad okot.

A profi riportert/műsorvezető a személyes érzéseit nem adja az interjúalany tudtára. A dicsérétéivel, bókjaival, elismerésével maximum az interjú után hozakodik elő, ha feltétlen szükséges. A forgatás nem az autogramkérés és a közös fényképezkedés ideje, még akkor sem, ha az interjúalany töretlenül a riportert kedvenc előadóművésze! A rajongás kinyilvánítását tartogassuk akkorra, amikor egyértelmű, hogy ezt magánemberként tesszük, nem a csatornánk munkatársaként! Esetleges ellenszenvünket, megvetésünket pedig különösen nem nyilváníthatjuk ki.

A riporter ne legyen tolakodó, csak addig rabolja az interjúalany idejét, amíg feltétlenül szükséges. Ne éljen vissza a barátságos viszonyulással, ne kezdjen a forgatás után sztorik mesélésébe, ne sajtáttsa ki az illetőt, ne akadályozza, hogy mások is beszélhessenek vele.

Természetesen vannak olyan műfajok is, ahol a műsorvezető személyisége jobban előtérbe kerülhet, egyénisége nagyobb hangsúlyt kaphat, véleményének, meglátásainak hangot adhat. Ilyenek például a különféle show-műsorok. Fontos tehát a műsor műfaját is figyelembe venni az interjúalanyval, vendéggel való viszony kialakításakor.

V.1.4. A RIPORTER ÉS A MŰSORVEZETŐ MINT A NYILVÁNOSSÁG KÉPVISELŐJE

Az interjúkészítés és a beszélgetések kapcsán mindig szem előtt kell tartanunk a BBC irányelvét: a riporternek/műsorvezetőnek „olyan kérdéseket kell feltennie, amelyre a hallgatóság intelligens és független gondolkodású tagjai választ várnak. A makacs kitartás dicséretes, de az interjúalany zaklataása nem az.”²²

Fontos feladat, hogy az interjúalanyt, illetve a vendéget mindig szembe-síteni kell a vele ellentétes álláspontot vallók véleményével, ellenérveivel – megadva a lehetőséget arra, sőt, elvárva azt, hogy azokra reagáljon.

A BBC iránymutatást adott munkatársainak arra vonatkozóan is, hogy „az interjú készítője megfelelő módon kifejtheti az interjúalanyt, hogy véleménye szerint a közvélemény mit gondol és hogyan érez. Ezeket az érzelmeket azonban általában nem veheti át. Az interjúkészítő legyen nagyon körültekintő, nehogy gondatlanul megfogalmazott kérdések vagy indulatos hanghordozás révén az a látszat keletkezzen, hogy eleve állást foglal egy nyilvánosan vitatott kérdésben.”²³

V.1.5. A MŰSORVEZETŐ ÁLTAL FOLYTATOTT BESZÉLGETÉS ÉS A HANGHARAPÁSOS KÉRDEZÉSTECHNIKA KÜLÖNBSÉGEI

A műsorvezetői munka teljesen más jellegű kérdezéstechnikát igényel, mint a riporteré. A műsorvezető többnyire egy jól bevilágított stúdióban ül, kisminkelve és tökéletes frizurával. A néző látja őt, és hallja, hogy mit kérdez

²² *A BBC irányelvi tájékoztató műsorok készítéséhez.* Magyar Televízió, 1990. 22. old. (A szöveg a BBC Guidelines for Factual Programmes című, eredetileg belső használatra szánt szabálygyűjtemény rövidített fordítása, amely a Magyar Televízió háziyomdájában készült.)

²³ *A BBC irányelvi tájékoztató műsorok készítéséhez.* Magyar Televízió, 1990. 22. old.

a vendégtől. Kettejük kommunikációja általában nem „kérdézz-felelek” jellegű, sokkal inkább hasonlít a hétköznapi emberek beszélgetéséhez.

A riporter ellenben a stúdióon kívül, „terepen” találkozik azokkal, akiket különféle témákról kell faggatnia. Ha hangharapás-technikával dolgozik, ő maga általában nem is jelenik meg a képernyőn. Célja csupán az, hogy olyan válaszokat csalogasson elő interjúalanyából, amelyek jól beilleszthetők lesznek a szerkesztett anyagba. Ennek megfelelően teljesen más kérdéstechnikát kell alkalmaznia, mint a műsorvezetőnek! Az alábbiakban tekintsük át, melyek a legfőbb különbségek:

Az anyag típusa: Stúdióbeszélgetés	Az anyag típusa: Hangharapás-technikával készülő tudósítás, híranyag, magazinműsor-bejátszás
A kérdéseket felteszi: a műsorvezető (vagy szerkesztő-műsorvezető)	A kérdéseket felteszi: a riporter (vagy szerkesztő-riporter)
A műsorvezetőnek fel kell vezetnie a témát, kérdéseit a megfelelő tudnivalók tálalásával elő kell készítenie, kérdései kapcsán esetleg rövid magyarázatot kell hogy adjon a nézőknek.	A riporternek a kérdés feltevésekor nem kell gondolnia a nézőkre, hiszen a válaszok felvezetésére ott lesz a narráció mint lehetőség. Egyedül arra kell koncentrálnia, hogy az interjúalany értse a kérdéseit.
Az interjúalanyban és a nézőkben a tájékozottság érzetét kell keltenie, kérdéseit ennek megfelelően kell megfogalmaznia.	Bizonyos dolgokra akkor is rá kell kérdeznie, ha azokra pontosan tudja a választ. Az a lényeg, hogy az interjúalany szájából elhangozzanak azok a dolgok, amelyeket célszerű lesz beszerkeszteni, bevágni az anyagba.
Nyelvtanilag helyes, információtartalmában pontos reflexiót és kérdéseit lehetőleg dadogás nélkül, gördülékenyen, megfelelően hangsúlyozva, szépen artikulálva adja elő.	Mivel a riporter kérdések nem lesznek bevágni az anyagba, a megfogalmazás gördülékenysége itt kevésbé fontos. A nyelvi igényességre és az érthetőségre azonban itt is figyelni kell!

<p>A műsorvezető személye lényeges a nézőben keltett benyomást illetően.</p>	<p>A riporter személye a nézőben keltett benyomást illetően lényegtelen, hiszen nem látja és nem hallja. (Kivételt képeznek a riporter szereplésre építő magazinműsorok.)</p>
<p>A kérdéseket megelőzhetik állítások, megállapítások, háttérinformációk, reflexiók. A műsorvezető és a vendég közötti kommunikáció beszélgetés jellegű.</p>	<p>A kérdések szövegét, felvezetését nem érdemes „bő lére eresztetni”. A riporter és az interjúalany közötti kommunikáció kérdezz-felelek jellegű.</p>
<p>A moderálás lényeges, hiszen szorít a műsoridő. Szükség esetén meg kell szakítani a vendég szövegét, közbe kell szólni, közbe kell kérdezni.</p>	<p>A moderálás kevésbé lényeges, hiszen a nem releváns dolgok utólag kivághatók, nem kerülnek be az anyagba. Csak akkor érdemes megszakítani az interjúalanyt, ha nagyon messzire kalandozott vagy mellébeszél.</p>
<p>A beszélgetésnek minden, a néző számára fontos és a megértéshez szükséges információt tartalmaznia kell.</p>	<p>Az interjúban elhangzott információk utólag, a narrációban még kiegészíthetők.</p> <p>Nem muszáj minden apró részletre az interjúban rákérdezni, az adatszerű információkat elég feljegyzetelni és utólag beleszöni a narrációba. (Ezáltal nyersanyagot, helyet spórolunk a memóriakártyán, és a szkriptelés folyamatát is lerövidíthetjük.)</p>
<p>A műsorvezető figyelme megosztott: figyel arra, hogy mit mond az interjúalany, közben arra is gondol, hogy a nézők számára érthető, követhető-e a beszélgetés, illetve figyel a kollégái jelzéseire, a műsoridő betartására és saját külső megjelenésére.</p>	<p>A riporternek „csak” arra kell koncentrálnia, hogy a megfelelő információtartalmakat „kihúzza” az interjúalanyból.</p>

<p>A műsor a beszélgetés közben, a beszélgetés révén születik meg.</p>	<p>Az interjúkészítés csak egy része a műsorkészítésnek, a műsor csak jóval az interjúkészítés után, a szerkesztés és a vágás révén születik majd meg.</p>
------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

V.2. A riporter feladatai, megjelenése, magatartása

V.2.1. A RIPORTERI FELADATOK

A riporter feladatok egyes aspektusait a korábbi fejezetekben már érintettük. Fontos azonban ismét kiemelni, hogy a forgatási helyszíneken ő a stáb vezetője. Amikor kollégáival megérkezik valahova, az ő dolga, hogy megkeresse és köszöntse az illetékeseket, bemutatkozzon, bemutassa a stáb tagjait, és elmondja, mit szeretnének. Ő kéri meg a potenciális interjúalanyokat arra, hogy nyilatkozzanak.

A legfontosabb feladata az interjú elkészítése. Ilyenkor a riporter mindig a közvéleményt képviseli. Végiggondolja, mire lehet kíváncsi a nyilvánosság, milyen információk napvilágra hozása szolgálja az emberek érdekeit, és annak megfelelően teszi fel kérdéseit. Ugyanakkor mindig arra törekszik, hogy a közismert információkon túl valami olyat hívjon elő interjúalanyából, amit a közönség még nem hallott. Ahogy Domokos Lajos fogalmaz: „amikor beszélgetünk az interjúalannal, nem az a dolgunk, hogy elismételjük vele mindazt, amit már minden, nálunk jobban informált ember tud a témáról, hanem a partnerünkkel folytatott eszmecsere a valóság feltárásának egy valóban új szakaszát kell, hogy jelentse.”²⁴

Ha az anyag koncepciója megkívánja, a riporter aktív szereplőjévé is válhat az anyagnak. Ha kell, részt vesz bizonyos cselekményekben, tevékenységek végén a vágóképeken, stand-upot mond, vagy élőben jelentkezik be a helyszínről.

A forgatás végeztével a riporter feladata, hogy az egész stáb nevében elköszönjön, megköszönje az interjút és az egyéb segítséget.

V.2.3. A RIPORTER FELLÉPÉSE, MEGJELENÉSE

A forgatási helyszínen a riporter a teljes tévécsatornát képviseli, ennek felelősségét át kell éreznie. Megjelenése ennek megfelelően mindig legyen konzolidált, ápoltság, tisztaság, viselkedése pedig udvarias, tiszteletteljes és diszkrét, ám határozott.

Egy aktív szereplést nem vállaló riporter esetében az előnyös külső nem annyira fontos, mint egy műsorvezető esetében, de neki is törekednie kell arra, hogy megjelenéséből minél többet hozzon ki. Ahhoz, hogy elnyerje az interjúalanyok szimpátiáját, és azok megnyíljanak előtte, nem hátrány a kel-

²⁴ Domokos Lajos: *Press. A nyomtatott és az elektronikus újságírás elmélete*. Teleschola, OMIKK, Domokos Press & PR Bt., Budapest, 1994. 279. old.

lemes, de legalábbis ápolts külső. Ha a riporter olyan anyagot forgat, amelyben van riporter szereplés, stand-up, tudósítói bejelentkezés, akkor a külsejére vonatkozó elvárások még magasabbak.

Célszerű, ha öltözékét a forgatás helyszínének és témájának megfelelően választja ki, hiszen nem mindegy, hogy egy mezőgazdasági üzembe vagy egy elegáns szállodába megy-e interjút készíteni. Bizonyos műfajoknál azonban ez nehézségekbe ütközik: a híradós riporterek például általában csak a munkahelyükre való megérkezés után értesülnek arról, hová kell menniük aznap. Ezért célszerű mérsékeltlen elegáns öltözetben elindulni otthonról, (ing, blézer, zakó, megfelelő lábbeli), amely minden szóba jöhető szituációnak megfelel.

A női riporterek esetében a túl kihívó öltözet vagy a túl erős smink kerülendő, mert komolytalanná teszi a megjelenést, lejárhatja a csatornát, amelynek dolgozik. Az öltözet nem akadályozhatja a munkavégzés gyorsaságát, a szabad mozgást (pl. a túl magas cipősarok kerülendő).

Mindemelllett a riporter munkához elengedhetetlen a határozott, magabiztos, de nem fennhéjázó fellépés. A céltudatosság a stábtagek munkájának megkönnyítése miatt is fontos – hiszen a felkészületlen, tétovázó, félszeg, döntésképtelen riporter akadályozza a forgatás gördülékenységét.

V.2.4. ALAPVETŐ ETIKAI SZABÁLYOK A MINDENNAPI RIPORTERI MUNKA SORÁN

A televíziós újságírás morális háttéréről nehéz rövid áttekintést adni. Jelen jegyzetnek nem is célja, hogy médiaetikai fejtegetésekbe bocsátkozzon, csupán néhány alapvető szabályra szeretné felhívni a figyelmet, amelyek ismerete és betartása a mindennapok gyakorlatában fontos.

- A riporter célja, hogy hozzájusson a lehető legtöbb és legjobb minőségű információhoz, és azt tálalja a nézőknek – ez azonban sosem válhat mások kárára. (Kivéve természetesen azokat az eseteket, amikor bűncselekményt leplezünk le – ilyenkor korántsem baj, ha hátrányos helyzetbe hozzuk a szabálysértőket, törvényszegőket.)
- Az interjúigény bejelentésekor az interjúalanynak azt is tudomására kell hozni, hogy milyen témában szeretnének beszélgetni vele. Nem etikus hazugságokkal vagy a lényeg elhallgatásával a kamera elé csalni valakit, hogy utána olyan kérdéseket tegyünk neki fel, amelyekre nem számíthatott. (Illetve ha tudta volna, hogy mi a tervünk, el sem vállalta volna az interjút...)
- A televíziós anyagok készítése során az interjúalanyokat csak akkor hozhatjuk kellemetlen helyzetbe, lelkiállapotukat, pszichés stabilitásukat csak akkor boríthatjuk fel, ha ők ezt előre vállalták, illetve ha

az interjú által keletkező közösségi előny arányban van az okozott negatívumokkal. (Gondoljunk itt például a balesetek, bűncselekmények, katasztrófák áldozataival, az áldozatok hozzátartozóival, nehéz, kiszolgáltatott helyzetben lévőkkel készített interjúkra.)

- Vészhelyzetekben a jó anyag elkészítésén való munkálkodás nem előzheti meg a segítségnyújtást!
- A megszerzett információkat mindig ellenőrizni kell.
- Az erkölcsi érzékre nemcsak az interjúkészítés során, de az utómunka közben is szükség van. A vágással vagy egyéb eszközökkel nem szabad manipulálni a nyilatkozatokat, rövidítés esetén ügyelni kell arra, hogy a szöveggörnyezetükből kiragadott mondatok értelme és lényege megmaradjon.

A televíziók tulajdonosai azt várják el munkatársaiktól, hogy azok a lehető legjobb, legérdekesebb anyagokat készítsék el, amelyek a lehető legnagyobb nézettségre tesznek szert. Lehetnek azonban olyan szituációk, amelyekben a csatorna érdekei ütköznek egy-egy magánember, jogi személy vagy közösség érdekeivel. Ilyen esetekben a szerkesztő-riporter kényes helyzetbe kerülhet: a felettesei kívánalmainak tegyen eleget, vagy a szakmai elveknek? Ilyenkor saját etikai érzékére kell hogy támaszkodjon. Az általános szakmai irányelvek felül kell hogy írják a csatorna érdekeit. Erkölcsösebb vállalni az összetűzést a felettesekkel, mint szakmai-etikai hibát véteni, még akkor is, ha ez a magatartás rövidtávon anyagi vagy egyéb hátrányokkal, akár az állás elvesztésével jár. Hosszú távon viszont a szakmai-etikai hiba nyomhatja rá a bélyegét a televíziós pályafutására.

V.3. A műsorvezető és a hírolvasó külső megjelenése

V.3.1. A MŰSORVEZETŐ MUNKÁJA

A műsorvezető munkája igen összetett, teendői a műsor típusától és stílusától függenek. A műsorvezetői, a szerkesztő-műsorvezetői és hírolvasói feladatkörök mindegyikére igaz, hogy képernyős szerepléssel járnak: betöltjük arcát és hangját adja a műsorhoz.

A műsorvezető egy-egy műsorban ellátja a házigazda teendőit, felkonferálja a bejátszásokat, köszönti és bemutatja a vendégeket, olykor beszélgetéseket készít, vitákat moderál, végigkíséri a műsor lefolyását, a végén pedig elköszön a nézőktől. Amerikai terminológiával „horgonyembernek” is nevezhetjük, hiszen „ő az, akinek a kedvéért a nézők tartós viszonyt alakítanak ki az adott programmal, sőt, magával az egész csatornával is” – olvashatjuk Pikó András, Wisinger István és Zöldi László *Általános médiaismeret* című könyvében.²⁵ Épp ezért a szakmai hozzáértés mellett természetesen az sem mellékes, hogy milyen az illető külső megjelenése.

V.3.2. A MŰSORVEZETŐ KÜLSŐ MEGJELENÉSE

A műsorvezetői szakma esetében napjainkban elvárás az előnyös, vonzó külső. A kevésbé jó fizikai adottságok nem zárják ugyan ki a képernyős szereplést, de a műsorvezetőnek ilyen esetben is kötelessége kihozni magából a maximumot. Aki ezt a hivatást vállalja, annak tisztában kell lennie azzal, hogy szakmai kötelessége karban tartani a testét, és nem utolsósorban vigyáznia kell a testsúlyára.

A műsor felvétele előtt nem végezhet olyan tevékenységeket, amelyek nyomot hagyhatnak a külsején (éjszakai, italozás, túlzásba vitt napozás, kozmetikai kezelés stb.). Mindig ügyelnie kell arra, hogy aludja ki magát, mosson időben haját, legyen friss és üde. Frizuráját úgy kell megválasztania, hogy az alkalmas legyen a képernyős szereplésre, festett haj esetében nem engedheti meg magának a lenövéseket.

A nagyobb költségvetéssel működő televízióknál a műsorvezetők külső megjelenéséért egy egész stáb felelős:

- ✓ Öltöztető, esetleg stylist, aki egy rendelkezésre álló kollekcióból válogat ruhadarabokat, segít a külső megtervezésében.

²⁵ Pikó András – Wisinger István – Zöldi László: *Általános médiaismeret*. Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs, 2007. 183. old.

- ✓ Sminkes, aki minden adás előtt kisminkeli a műsorvezetőt.
- ✓ Fodrász, aki elkészíti, beállítja a frizurát.

V.3.3. A MŰSORVEZETŐ ÖLTÖZKÖDÉSE

Ideális esetben van egy szponzor, aki biztosítja a ruhadarabokat, vagy barter alapon egy-egy divatcég vagy bolt a reklámért cserébe rendelkezésre bocsát egy-egy kollekciót. Ha ez a lehetőség nem adott, akkor a műsorvezető saját ruhatárából kénytelen válogatni.

Az ideális öltözék összeállításánál műsortípus függvényében különféle szempontokat kell figyelembe venni. Az azonban általános szabály, hogy a ruha soha ne legyen túl hivalkodó vagy kihívó, mert eltereli a nézők figyelmét a tartalomról. Az öltözék legyen stabil, ne kelljen igazgatni vagy húzogatni műsor közben. Hölgyek esetében a vállak lehetőség szerint ne legyenek szabadon, kivéve, ha egy gálaműsorról van szó, ahol estélyi ruhát visel a műsorvezető.

Fontos, hogy a zakó, blézer legyen jó szabású, ne gyűrődjön fel, begombolt állapotban ne púposodjon, ne álljon el. Érdemes olyan ruhadarabot választani, amelyre könnyedén felcsíptethető a mikrofon. Érdemes figyelni a részletekre is, hiszen például a cipő, az ékszer vagy a nyakkendő meghatározó lehet a teljes látvány, az összkép szempontjából.

V.3.4. A MŰSORVEZETŐ SMINKJE

Ideális esetben a televízió sminkese készíti el a műsorvezető és a vendégek sminkjét. Kisebb költségvetésű televízióknál a sminkelés feladata olykor magára a műsorvezetőre hárul.

A smink elkészítésekor érdemes szem előtt tartani, hogy a képernyősmink mindig lehet egy kissé erősebb, mint a hétköznapi nappali smink. Az utóbbit a kamera alig adja vissza. Nem a drámai hatás a lényeg, és nem célszerű csillogó vagy feltűnő színű festékeket választani, mint egy esti vagy egy színpadi smink esetében, de a nappal hordott árnyalatok és kontúrok lehetnek hangsúlyosabbak, erősebbek. Törekedni kell arra, hogy a smink ne legyen túl tarka vagy közönséges, tükrözzön harmóniát!

Különös gondot kell fordítani az alapozásra, korrektor használatára. Törekedni kell a szem alatti sötét árkok, bőrhibák, pattanások és egyéb egyenetlenségek eltüntetésére, férfiak esetében is! Különösen fontos a púder használata, amely megakadályozza a bőr csillogását. Ha egyebet nem is, púdert a férfi műsorvezetőknek is mindenképp használniuk kell.

V.3.5. A MŰSORVEZETŐ FRIZURÁJA

Ideális esetben a televízióknak van olyan munkatársa, aki gondoskodik a műsorvezető frizurájáról. Ha a műsorvezetőnek mégis önállóan kell elkészítenie a frizuráját, érdemes figyelembe venni az alábbi szempontokat:

Fontos, hogy a frizura ne lógjon nagyon az arcba, ne vessen az arcra árnyékot, és semmiképp ne takarja a szemet! Válasszunk ennek megfelelő fazon, illetve hajlakkal érjük el a megfelelő hatást. A feltűnő hajbavalókat, csatokat, pántokat inkább kerüljük.

A jól vágott, rövid vagy félhosszú frizura általában jobban mutat a képernyőn. A hosszú haj sem kizáró tényező, ám jóval több törődést igényel. A simán lógó hosszú haj ápolatlanság benyomását keltheti, ráadásul ha alul túllóg a kompozíción, akkor sátorszerű formát ölt. Hölgyeknél jó megoldás lehet, ha a hosszú hajba laza hullámokat készíttetnek, a végét kifelé vagy befelé szárítják, formát adnak neki.

A hosszú haját nem célszerű simán copfban hátrafogni, mert frontális beállításnál a haj tömege nem fog látszani. Egy alacsonyan tűzött konty esetén ugyanaz lehet a probléma, mint a lófaroknál: a haj eltűnik a fej mögött, és csak a fejet övező kis hajszálak látszanak. Ezek a megoldások többnyire előnytelenek, „fakanál” sziluettet eredményeznek. Ha feltűzzük a haját, tűzzük magasra, például csigákból formált kontyba rendezve, amely szemből is látszik.

Férfiaknál még nehezebb megtalálni az ideális frizurát hosszú haj esetén. Bizonyára nem véletlen, hogy a férfi műsorvezetők elsöprő többsége a rövid fazon mellett dönt.

Akármilyen frizurát is választunk, azt minden esetben kezelni kell hajlakkal, hogy beszéd közben ne lapuljon le, ne csússzon a szemünkbe, ne sűrölje a mikrofont. A fej körül röpködő kis hajszálak, a „babahajak”, amelyeket megvilágítanak a lámpák, igen furcsa hatást eredményeznek a képernyőn – ezt is megelőzhetjük kellő mennyiségű hajlakkal.

V.3.6. MEGJELENÉS A MŰSORTÍPUSOK FÜGGVÉNYÉBEN

Az előzőekben áttekintettük, hogy milyen általános szabályok vonatkoztathatók a műsorvezető megjelenésére, öltözködésére, sminkjére és frizurájára. Bizonyos speciális műsортípusok azonban speciális igényeket hordoznak. Az alábbiakban a teljesség igénye nélkül tekintsünk át néhány ilyent!

Hírműsorok

A hírolvasók, a hírháttér-beszélgetések, politikai vitaműsorok moderátorainál különösen fontos a visszafogott, jellegtelen megjelenés. A híradás lényege az objektivitás, a műsorvezető személye és megjelenése nem terelheti

el a figyelmet az információkról, nem befolyásolhatja a nézők szimpátiáját. Öltözetük színeiben és formavilágában is visszafogottságot kell hogy tükrözzön. Teljes egészében háttérben kell hogy maradjanak, hogy az információk dominálhassanak. Kerülni kell a feltűnő kiegészítőket, ékszereket is. Politikai műsoroknál ügyelni kell arra, hogy az öltözék színei ne tükrözzék valamely párt emblematikus színét.

Gálaműsorok

A színházi gálaműsort, tehetségkutatót vagy valamely egyéb, nagyszabású, ünnepélyes, előadóművészettel kapcsolatos műsort vezető munkatársaknál fokozott elvárás az elegancia. Ők általában állnak, tetőtől talpig látszanak. Fontos, hogy jó szabású és elegáns estélyit, öltönyt, esetleg szmokingot viseljenek a hozzá illő lábbelivel. Megjelenésüknek harmonizálnia kell a fellépő előadóművészek megjelenésével. Merészebben bánhatnak a színes, esetleg csillogó ruhadarabokkal, a smink is lehet ragyogóbb, színpadiasabb.

Ifjúsági, könnyűzenei műsorok, alternatív kulturális magazinok

Ezeknél a műsортípusoknál megengedett a lazább megjelenés, a feltűnőbb, jellegzetesebb ruhadarabok akár extrém frizurákkal vagy kiegészítőkkal. Arra azonban ügyelni kell, hogy a műsorvezető ne tegye nevetségessé magát, megjelenése ne legyen természetellenes vagy diszharmonikus.

V.4 A nyilvános megszólalás alapjai, a műsorvezető testtartása és arcjátéka

V.4.1. A NYILVÁNOS MEGSZÓLALÁS ALAPJAI

Vannak, akik számára a nyilvános megszólalás természetes, mások számára nagy stresszel és feszélyezettséggel jár. A műsorvezetők szakmájához azonban hozzá tartozik, hogy tömegekhez szólnak, még ha azokat nem is látják, hiszen a kamerába mondják szövegüket.

Mielőtt és amikor elindul a felvétel, egy bizonyos szintű izgalom természetes. Ez hozzájárul ahhoz, hogy a műsorvezető könnyebben tudjon összpontosítani, koncentrálni. A túlzott izgulás azonban semmiképp nem jó, hiszen ha a műsorvezető szorong és feszeng, az átragadhat a vendégére is, és nem sikerül oldott hangulatot teremteni egy jó beszélgetéshez. Fontos tehát, hogy a műsorvezető magabiztosságot és nyugalmat sugározzon. Ám a túlzott lazaságnak is rossz üzenete van, a vendég úgy érezheti, nem veszik komolyan, nem tisztelik.

Ahhoz, hogy egy műsorvezető kellő önbizalommal tudjon végigmoderálni egy beszélgetést, mindenekelőtt alapos felkészültség, háttértudás szükséges. Az összehatas szempontjából azonban óriási a jelentősége a megfelelő testtartásnak, arcjátéknak, beszédtempónak, hangsúlyozásnak is.

V.4.2. A MŰSORVEZETŐ TESTTARTÁSA

A testtartás sokat elárul arról, hogy a műsorvezető mennyire érzi magát otthon a képernyőn. Fontos, hogy ne görnyedjen meg, üljön/álljon egyenesen, és húzza ki magát, de ne „karót nyelt” módon vagy túl katonásan, csak amennyire természetes. Ne fészkelődjön, de azért ne is merevedjen szoborzerű dermedtségbe. Küzdje le a kényszeres cselekvést: a kezével/lábával ne doboljon, ne igazgassa állandóan a haját vagy a ruháját, ne simogassa folyton az állát, ne harapdálja a száját stb.

Az álló testhelyzet megkönnyíti a beszédlégzést, nem „szorulnak be” a hangok. Amikor például narrátorszöveget olvasunk fel, célszerű azt is állva mondani, mikrofonállványra tett mikrofonba. A hírolvasókat többnyire alacsony támlás vagy támla nélküli, bárszékszerű alkalmasosságra ültetik a pult mögött, amely kikényszeríti az egyenes testtartást.

Egészalakos felkonferáló szövegeknél, riporteri magyarázatoknál, stand-upoknál vagy például időjárás-jelentésnél a fontosabb üzenetet tartalmazó mondatainknál célszerű kisterpeszben állni, a testsúlyt a két lábunkon egyenletesen eloszlatni. A kevésbé lényeges részeknél, magyarázatoknál kontraposztot vehetünk fel, testsúlyunkat időnként áthelyezhetjük egyik lá-

bunkról a másokra, de ezt ne tegyük túl gyakran. Nyugodtan használjuk a kezünket, gesztikuláljunk: ez a legtöbbször segíti a folyékony beszédet, és a hallgatóságunk figyelmét is koncentráltabbá teszi. A túl heves hadonászást persze kerüljük.

Próbáljuk minden tagunkat ellazítani, ne legyünk merevek, görcsösek – az ellazulás azonban nem azt jelenti, hogy összegörnyedhetünk. A gerincünk maradjon egyenes, a vállainkat ne engedjük előre esni!

A beszélgetős műsorok, stúdióbeszélgetések esetében legtöbbször fotelekbe, kanapéra kell ülnie a műsorvezetőnek. Ebben az esetben nagyon fontos, hogy ne görbítsük meg a hátunkat, mert ezzel csak megnehezítjük a légzést és a beszédhangok megfelelő képzését. A székben vagy fotelben célszerű minél hátrébb ülni, derekunkat szorosan a támlához nyomva – így kisebb a kísértés a nem esztétikus testtartás felvételére. Ha egyenes a gerincünk, nem szorul be a hangunk, és az öltözékünk is jobban mutat!

Ülő helyzetnél ügyeljünk a lábtartásra is. Hölgyeknél a keresztbe tett lábak – szoknya viselése mellett is – általában jól mutatnak a képernyőn, de esztétikus hatást kelt az is, ha a műsorvezető a térdeit összezárja, a bokáit keresztezi, és a lábfejeit oldalra helyezi. Férfiak esetében szintén szóba jöhet a keresztbe tett láb vagy az egyszerű, egyenes lábtartás, amely esetében a térdek nincsenek egymástól túl messze.

V.4.3. SZEMMOZGÁS, SZEMKONTAKTUS

A hírolvasók vagy a felkonferáló szövegeket elmondó műsorvezetők a legritkább esetekben mondják fejből a mondandójukat, hiszen nem tudnának napról-napra olyan mennyiségű szöveget megtanulni. Napjainkban a papírból olvasás is ritka, többnyire inkább sűgőgépről olvassák fel a híreket, közleményeket, „felkonf”-okat. Közben azonban úgy kell tenniük, mintha a kamerába, illetőleg a néző szemébe néznének.

A sűgőgép – nevét meghazudtoló módon – valójában nem „sűg” a műsorvezetőnek, egyáltalán nem ad ki semmilyen hangot. E gép nem más, mint egy speciális tükrös szerkezettel ellátott monitor, amelyet közvetlenül a kamera elé helyeznek. Ezen fut a szöveg, amelyet a műsorvezető felolvas. Gördülékeny használatához kell némi gyakorlás.

A sűgőgép használata közben nem szabad, hogy a néző érzékelje a műsorvezető szemmozgását. Ehhez egy olyan olvasási technika szükséges, amelynél a szem nem a sorokat követi, nem fókuszál rá az egyes szavakra. A hírolvasónak meg kell próbálnia a tekintetével egyben befogni a monitort, és úgy olvasni fel a rajta lévő szöveget.

Ha a műsorvezető beszélget valakivel, akkor nem a kamerába néz. Csak a beszélgetés felvezetésekor tekint ki a nézőre, illetve a beszélgetés végén, amikor elköszön a nézőktől. A köztes időben a vendégével tart szemkontaktus-

tust. A kérdések feltevése közben különösen fontos, hogy mindig nézzen az interjúalany szemébe, és amikor a választ hallgatja, akkor se kalandozzon el sokáig a tekintete. Persze nem szabad a másik végletbe sem esni, a szemkontaktus nem tűnhet delejes bámulásnak.

A beszélgetések folyamán gyakori, hogy a műsorvezetőnél van egy kisebb mappa, amely tartalmazza a saját jegyzeteit, a szerkesztői kéréseket, a vendégnek szánt kérdéseket. Az azonban nagyon fontos, hogy a műsorvezető soha nem olvashatja papírból a kérdést! Amíg az interjúalanya beszél, bepillanthat a jegyzeteibe, de amikor ő megszólal, akkor már az interjúalany szemébe kell néznie. Kérdés közben csak akkor pillanthat ismét a papírba, ha idéz valakitől.

V.4.4. ARCJÁTÉK ÉS TESTBESZÉD

Hírolvasás közben a műsorvezető arca nem áruhat el semmilyen érzelmet. Sem a mimikája, sem a hangsúlyozása és hanglejtése, sem a testbeszéde nem sejtetheti, hogyan viszonyul a felolvasott szöveghez, egyetért-e az elhangzottakkal vagy sem. A hír műfaja még a homlokráncolást vagy a túl lelkes előadásmódot sem engedi meg. Legfeljebb a híradók végén helyet kapó „kis színes” anyagokat lehet egy-egy mosollyal kísélni, ha a téma megengedi.

Az érzelemnyilvánítástól való tartózkodás a hírháttér-beszélgetésekre, politikai vitaműsorokra is érvényes, hiszen ellenkező esetben sérül az objektivitás. Különösen óvatosnak kell lenni akkor, amikor ellentétes nézeteket valló vendégeink vannak: a néző testbeszédünkől és arcjátékunkból nem következtethet arra, melyik meghívottunkkal szimpatizálunk.

A könnyedebb témájú magazinműsorok esetében már megengedett a lelkesedés bizonyos fokú nyilvánítása. Egy-egy délelőtti vagy délutáni, családdal, életmóddal, egészséggel, kultúrával, sporttal kapcsolatos beszélgetés során természetesen nem baj, ha a műsorvezetőt vidámnak, mosolygósnak látja a néző. Túlzásokba azonban itt sem szabad esni, a moderátornak meg kell őriznie hitelességét.

A beszélgetések közben, a kérdések feltevésekor vagy a válasz meghallgatásakor kerülni kell a fintorokat vagy a túl erős mimikát. A kedves (nem gúnyos!) mosoly természetesen megengedett a szituáció és a válasz függvényében.

Bármilyen műfajról is van szó, a heves gesztikuláció, a túl sok fészkelődés és testhelyzet-változtatás visszatetszést kelthet. A műsorvezető mindig, minden helyzetben nyugodt és kiegyensúlyozott kell, hogy maradjon – ezt tükrözze a testbeszéde is!

V.5. A műsorvezető beszédmódja, beszédstílusa

V.5.1. A BESZÉDHANG

A beszéd a hétköznapi életben is a személyiség egyik legfontosabb megnyilatkozási módja, milyensége szimpátiát ébreszthet vagy taszítóvá teheti a beszélőt. A televíziós műsorvezetők, szerkesztő-riporterek, narrátorok számára különösen fontos, hogy beszédük hibátlan, beszédstílusuk megnyerő legyen.

A helyes beszéd a szakma alapkövetelménye. Az apró, alig észrevehető ejtési hibák vagy enyhe hangsúlyozási problémák még nem jelentenek kizáró okot a pályán, de ezeket beszédtechnika-tanár segítségével orvosolni kell. Ideális esetben annak, aki ezt a szakmát választja, kellemes hangszínnel kell rendelkeznie, és képesnek kell lennie a szöveg értelmezését segítő, helyes hangsúlyozásra.

A laikusok számára szokatlan és általában nem kellemes élmény, ha felvételről visszahallják a hangjukat. A műsorvezetőknek, narrátoroknak ehhez hozzá kell szokniuk. A visszahallgatott szöveg sok információval szolgálhat azt illetően, min kell változtatnia a beszélőnek, segíthet abban, hogy megtanuljunk bánni a hangunkkal. A kezdő műsorvezetőnek, narrátornak mindekelőtt meg kell szoknia és meg is kell szeretnie a saját hangját. Néhány alkalom után kialakul a rutinja, hogy képes legyen „kívülről” hallani önmagát, megérezni, hogy beszéde miként hat a hallgatóságra. A hang a műsorvezető legfontosabb eszköze, amely számos lehetőséget rejt magában – meg kell tanulni használni!

V.5.2. LEVEGŐVÉTEL ÉS BESZÉDTEMPÓ

Ha valaki kellemes hanggal rendelkezik, az még önmagában nem garantálja, hogy sikeresen is bánik majd vele. A nézőkre (hallgatókra) tett benyomás szempontjából igen lényeges, hogy milyen a beszéd tempója. A túl gyorsan mondott szöveget a hallgatóság nem tudja megfelelően dekódolni, a túl vontatottan előadott információ pedig türelmetlenséget vált ki, ami abban nyilvánulhat meg, hogy a néző elkapcsol a csatornáról.

A megfelelő ritmus eltalálásához elengedhetetlen a kiegyensúlyozott levegővétel. A szöveg előadása folyamán alapevegővel, pótlevegővel és ún. lopott levegővel gazdálkodhatunk.²⁶

²⁶ Hernádi Sándor: *Beszédművelés*. Osiris Kiadó, 1996. 21. old.

Alaplevegő

Alaplevegőt a beszéd megkezdésekor veszünk, illetve minden hosszabb tartalmi egység elindítása előtt. Ez tulajdonképpen egy hosszú belégzés az orron és/vagy a szájon át. A beszédben célszerű érdemi szüneteket, hatásszüneteket tartani. Ezeket használjuk fel arra, hogy ellássuk a tüdönket alaplevegővel. A szép beszéd érdekében fontos, hogy zajtalanul vegyünk alaplevegőt, közben sehol ne szűkítsük el a légutakat. Ha sikerül kellő mennyiségű alaplevegőt venni, akkor értelmesebb és folyamatosabb lesz a beszédünk. Túlzásokba azért ne essünk, mert a túl sok benntartott levegő fesztítő hatású lehet, természetellenessé teheti a beszédet. A nagyobb tartalmi egységek előtt mindig iktassunk be rövid hatásszünetet, ismét vegyünk alaplevegőt.

Pótlevegő

Ha csak az alaplevegőre hagyatkoznánk, akkor túl gyakran kellene hatásszüneteket tartanunk.

A beszéd folyamatosága érdekében folyamatosan biztosítanunk kell a magunk számára a pótlevegőt, ami gyors, rövid belégzéseket jelent a mondatok, mondatömbök határán. A pótlevegő azonban nem akaszthatja meg a tolmácsolt egységet.

Lopott levegő

Beszéd közben segítségünkre lehet a szavak között felszívott, csekély mennyiségű, „lopott” levegő. Általa a hosszabb, bonyolultabb mondatokat is hiba nélkül elmondhatjuk, anélkül, hogy azt éreznénk, megfulladunk, mire a végére jutunk.

Az alap-, a pót- és a lopott levegő csak akkor lehet hasznunkra, ha mindháromra egyszerre támaszkodunk. A nyugodt tempó és kiegyensúlyozott légzés elősegíti a beszéd közbeni jó közérzetet, melynek révén a néző számára is szimpatikus, magabiztos benyomást kelt a műsorvezető.

V.5.3. AZ IZMOK ELLAZÍTÁSA

Ahhoz, hogy a műsorvezető folyékonyan, akadozásmentesen elő tudjon adni egy szöveget, fontos, hogy minden porcikája kellőképp ellazult legyen. Egy ökölbe szorított kéz vagy a papír görcsös markolása is kihát a beszédre! Hiszen ha bármelyik testrész izmai megfeszülnek, akkor már a testtartás és a fejtartás is merevvé válhat. A görcsösség kiül az arcra, homlokráncolásban vagy az arcizmok természetellenes mozgásában nyilvánulhat meg. Nagyon fontos, hogy a műsorvezető el tudja lazítani a tagjait, a vállát, a nyakát és az arcizmait egyaránt, hiszen másképp nem fog tudni megfelelően artikulálni.

V.5.4. ARTIKULÁCIÓ

Az artikuláció a hangok képzésének és kiejtésének módja, amely lehetővé teszi mondandónk megfelelő tagolását. A garat-, az orr- és a szájüreg mellett az artikulációban fontos szerepe van a nyelvnek, az állkapocsnak és persze annak a sok apró izomnak, ami a szánkat körülveszi, mozgásra bírja.

A beszédhangok megfelelő formálása érdekében fontos, hogy az állkapcsunk és az arcizmaink lazák legyenek. A jó artikuláció érdekében ne féljünk használni az arcizmainkat, szájunkat a hangoknak megfelelően nyitni, kerekíteni, széthúzni! Merev arccal, alig mozgó szájjal biztosan nem sikerül szépen előadni a szöveget.

Ügyeljünk arra, hogy ne harapjuk el a szavak végét. A szóvégi mássalhangzókat enyhén meg is nyomhatjuk, hogy kellőképp hallhatóak legyenek, könnyítsék a szöveg értelmezését a műsor nézői számára.

V.5.5. HANGSZÍN, HANGKÉPZÉS, HANGSÚLYOZÁS

A hang a beszéd legkisebb, tovább nem osztható egysége. Az emberi testnek azokat a szerveit, amelyek a beszéd hangjait létrehozzák vagy módosítják, együttesen beszélőszerveknek nevezzük. Beszéd közben a hangképző szervek állandóan mozognak, a hangok képzése folyamatos.

A hangszín a hangunk egyedí jellemzője, egy műsorvezető számára nagyon fontos tulajdonság, hiszen ez teszi felismerhetővé olyankor is, amikor éppen nem látszik a képernyőn. Bizonyos mértékig meghatározza azt, hogy kik számára leszünk szimpatikusak, kik számára ellenszenvesek.

A testalkatunk és a hangképző szerveink egyéni eltérései anatómiailag behatárolják, hogy milyen hangszínen beszélhetünk. Sokan azonban nem tudják megfelelően használni a hangjukat, és a helytelen hangképzés miatt lesz a hangszínük magasabb vagy mélyebb. Ennek az a következménye, hogy hang könnyebben „elfárad”, rekedtessé válik, a túleröltetés miatt akár torokfájás is jelentkezhet. Fontos megtalálni azt a hangszínt, amelyen a legtermészetesebben tudunk beszélni anélkül, hogy megerőltetnénk a hangképző szerveinket.

A műsorvezető akkor lesz hiteles, ha beszédhangja természetesen cseng. „Az, hogy a hivatásos beszélő a 'saját hangján' beszéljen, az egyik legalapvetőbb elvárás. Nem csupán azért, mert ezen tud hiteles lenni (jusson eszünkbe a gyakorlatlan előadók, közéleti szereplők mesterkélt, magasított vagy éppen kiabáló hangvétele), hanem azért is, mert csak így tudja megóv-

ni hangjának egészségét a nagyobb igénybevétel mellett²⁷ – figyelmeztet Fábíán Zsuzsanna logopédus.

Ahhoz, hogy megszólalásunk a kellő hatást elérje, megpróbálhatunk egy nagyon kicsivel mélyebb hangfekvésben beszélni, mint a hétköznapi beszédhelyzetekben, hiszen a mély hang mindig őszinteséget és közvetlen, bensőséges viszonyt sugall. Igyekezzünk minél inkább megzengetni, kellően testessé tenni a beszédünket, kihasználva az ún. rezonáns üregeket.²⁸ Ebben szakember lehet a segítségünkre.

A hangsúly valamelyik szó meghatározott szótagjának kiemelését, a hang erősítését jelenti. Gyakori hangsúlyozási hiba az éneklő, kántáló felolvasás. Ennek leküzdésében segíthet, ha rögzítjük és visszahallgatjuk a hangunkat, kielemezzük a hibákat. A rossz hangsúlyozás mögött gyakran az a probléma húzódik meg, hogy a felolvasó nem értelmezi magában a szöveget. Ám a hangsúlyozással kapcsolatos nehézségek csak egyénileg tárhatók fel és javíthatók igazán.

V.5.6. HANGOSSÁG

A hangosság a hang fülünk által érzékelt intenzitásának, erősségének mértéke. Szoros kapcsolatot mutat a hangnak mint rezgésfolyamatnak az intenzitásával, amplitúdójával, illetve függ a hang összetételétől, spektrumától.²⁹

Ha olyan szituációba kerülünk, hogy a hétköznapi társalgási szintnél hangosabb beszédre van szükség, a hangerőt ne kiabálással fokozzuk, mert az kényelmetlen érzést kelt a hallgatóságban, és lehetetlenné teszi a megfelelő hangsúlyozást. A hangerő fokozásához meg kell próbálni minél több rezgést belevinni a hangunkba, minél teltebb, mélyebb, zengőbb hangot produkálni. Ezzel megőrizhetjük a beszédünk és hangsúlyozásunk sokszínűségét.

A túl monoton beszéd hangerőtől függetlenül unalmassá teszi a mondanókat, hallgatóságunk figyelme elkalandozik. A hangerővel játszhatunk is, a nyomatékosabbnak szánt mondatokat mondhatjuk hangosabban. A túl hirtelen váltások „felébreszthetik” ugyan a hallgatóságunkat, de visszatetszést is kelthetünk bennük.

A televíziós megszólalásoknál azonban általában általában normál hangerővel kell beszélnünk, hiszen ahhoz igazítják a mikrofonokat, úgy állítják be a hangsávokat. Ha nem egyenletes hangerővel beszélünk, hanem túl sok dinamikát

²⁷ Fábíán Zsuzsanna: *A hatásos beszéd mestersége*. Beszédtechnikai gyakorlat- és szöveggyűjtemény. Grafotip Kft., 2005. 37. old.

²⁸ A mellüreg, az arc- és koponyaüreg erősítik fel, teszik hallhatóvá a létrehozott hangot.

²⁹ *Hangosság*. Wikipédia szócikk. <https://hu.wikipedia.org/wiki/Hangosság%C3%A1g> (letöltés ideje: 2016.02.03.)

viszünk a beszédbe, az technikai szempontból problémás lehet, hiszen a rögzített hang olyan tartományba futhat, ahol már torzul.

V.5.7. BESZÉDMÓD, BESZÉDSTÍLUS

A beszédmód a nyelv használatának egy sajátos változata, amit a beszélő attitűdje, beállítottsága irányít. A beszédmód határozza meg, hogyan fejezzük ki magunkat, milyen szavakkal fogalmazzuk meg a gondolatainkat – így következtetni enged a beszélő műveltségére is. A stílus a beszédmód egyik jellemzője, amelyben megnyilvánul a beszélő egyénisége, habitusa.

Amikor egy műsorvezető mások által megírt szövegeket olvas fel, a saját beszédmódja, beszédstílusa nem igazán nyer teret. Az egyéni stílus inkább olyankor érzékelhető, amikor a műsorvezető beszélget valakivel. Hír műfajban a kötelező objektivitás az, ami nem engedi, hogy a műsorvezető egyénisége különösebben előtérbe kerüljön, hiszen nem kelthet érzelmeket, nem sugallhat véleményt. Egy kötetlenebb témájú beszélgetésnél már sokkal inkább megvilágítást nyer az egyéni beszédmód, beszédstílus. Bizonyos talk show-k pedig kifejezetten a műsorvezető egyedi (beszéd)stílusára épülnek.

A BBC irányelvei szerint a műsorszórás nem szorul rá a fellengzős nyelvhasználatra. „Egyszerű, keresetlen és közérthető szavak jobban szolgálják a céljainkat, mint a harsány és »rámenős« kifejezések. (...) Kliséket nagyon ritkán használjunk. Gyakran hiányzik belőlük a meggyőző erő és elcsépelet, frázisszerű gondolkodásra vagy a gondolkodás hiányára utalnak.”³⁰

V.5.8. TÁRSUNK, A MIKROFON

Aki televíziós szerkesztő-riporterként vagy műsorvezetőként dolgozik, annak mindenképpen meg kell barátkoznia a különféle mikrofon-típusokkal. Fontos, hogy tudjuk, melyiket hogy kell tartani, melyikbe milyen messziről kell belebeszélni.

Stúdióbeszélgetések esetén általában a ruhára csíptethető mikrofont használnak, amellyel a felszerelés után nincs különösebb teendő. Nagy előnye, hogy a műsorvezető és a vendég el is feledkezhet róla, nem feszélyezi a beszélgetőket. Az olyan helyeken azonban, ahol nagyobb a háttérzaj, vagy szabadtéri helyszíneken, ahol fúj a szél, a csíptetős mikrofon nem használható. A kézi mikrofonnál meg kell találni az optimális távolságot, és ügyelni kell arra, hogy a szánk felé irányítsuk. Laikusok gyakran úgy tartják a mikrofont, mint egy csokor virágot... A beszélgetés megkezdése előtt a műsorvezető és a hangtechnikus közösen elmagyarázhatja a vendégnek, hogy mi a

³⁰ A BBC irányelvei tájékoztató műsorok készítéséhez. Magyar Televízió, 1990. 24. old.

teendő. Fontos az is, hogy a kézi mikrofonnal soha ne takarjuk az arcunkat, hiszen úgy sokkal kevésbé hatásos a kommunikáció!

A különféle helyszíneken rögzített, egy kamerás interjúk esetében többnyire a riportert tartja oda az interjúalany szája elé a mikrofont. A riportert álljon minél közelebb a kamera és az interjúalany által meghatározott síkhoz – ez azért fontos, hogy szép legyen a kompozíció. (Ha ugyanis túl távol áll a kamerától, és az interjúalany ránéz válaszadás közben, akkor a kamera szinte teljesen profilból látja majd a válaszadót. A cél viszont az, hogy az arcából minél többet megmutassunk!) A mikrofont a kamera felé eső kézben célszerű tartani, míg a másik kézzel a test mellett alá lehet támasztani a mikrofont tartó kezünket, hogy az kevésbé fáradjon el. Ha hangharapás-technikával dolgozunk, a mikrofon maradhat végig az interjúalany szája előtt, saját kérdéseinkhez nem muszáj visszahúznunk, hiszen azokat úgysem szeretnénk bevágni az anyagba.

Eseményrögzítéseknél előfordulhat, hogy a műsorvezetőnek állványon lévő mikrofonba kell beszélnie. Ilyenkor elengedhetetlen, hogy az állványt megfelelő magasságúra állítsuk. Ha többen is beszélnek ugyanabba a mikrofonba, minden megszólalás előtt a használó magasságához kell állítani, hiszen a felvételen nagyon rosszul mutat, ha egyeseknek pipiskedniük, másoknak görnyedniük kell. Ezt megteheti egy technikus, de a leghatékonyabb módszer az, ha a műsorvezető maga képes gyorsan és rutinosan átállítani azt.

VI.
Műsorkészítés a gyakorlatban,
televíziós forgatások,
műsorok, helyzetek

VI.1. A híradós anyagok elkészülése

VI.1.1. A HÍR FOGALMA

A hír olyan ellenőrzött, hiteles forrásból származó, válogatott információk összessége, amely a populáció egy nagyobb részét érinti, és amely a szak-szerű (televíziós) újságírói kutatómunka és az információk megfogalmazása által jön létre. Rövid, tényszerű összefoglalója egy olyan történésnek, amely sok embert érint. Lényege az objektivitás.

A hír nyersanyaga az információ, az információhalmaz. Az információk közül azokból lesz hír, amelyeket a sajtó munkatársai (a magyar szaknyelvben is használatos angolszász terminológia szerint: kapuőrök) kiválasztanak. A kiválasztás a hírtérték szerint történik, amelyről a témaválasztás kapcsán már volt szó.

VI.1.2. A HÍR TARTALMA

A hír tartalmáért a televízióban a szerkesztő és a felelős szerkesztő felel. (Mivel a nagy, országos televíziókban naponta több híradó is van, a híradók élén több felelős szerkesztő váltja egymást ügyeleti rendszerben.)

Országos televízióknál az ország különböző pontjain dolgozó szerkesztők összegyűjtik a térségükben hírtértekre számot tartó témákat, és eljuttatják azokat a felelős szerkesztőnek, aki eldönti, mely hírek kerüljenek az aznapi híradóba.

A híradós anyagnak általában öt kérdésre kell választ adnia: „Ki? Hol? Mikor? Mit? Hogyan?” (Bizonyos esetekben a „Miért?” kérdésre adott válasz is benne lehet, ám ez magában hordozza az objektivitás sérülésének veszélyét, hiszen az okok visszafejtése, a jelenségek magyarázata nem mindig egyértelmű. Sokak szerint a miérteket érdemesebb a hírmagyarázatokra, hírháttér-műsorokra hagyni.) Az amerikai újságírásból eredő hagyomány szerint: 5W + 1H (Who? Where? When? What? Why? + How?)

Az írott sajtóban alapelv: egy jól megírt hírben egyetlen felesleges szó nincs, bármelyik szó kihúzása értelmetlenné tenné a hírt. Ugyanez igaz a televíziós híryanagok összekötőszövegeire is.

A hír felépítése és szerkezete a híradós anyag típusától függ – ezeket lejjebb vesszük sorra. Akármilyen típusról is van szó, általában tartozik hozzá egy frappáns szalagcím, illetve egy ún. OTS (Over The Shoulder). Az OTS nem más, mint egy a hírolvasó válla felett megjelenő állókép, amely jól jellemzi a felolvasott, illetve felkonferált hírt. Sokszor a mozgóképes anyagból ragadnak/merevítenek ki egy sokatmondó képkockát.

VI.1.3. A TV-HÍRADÓ SAJÁTÓSSÁGAI

A híradó többnyire az egyik legfontosabb, legnézettebb műsora a televízió-csatornáknak. Az egyik legdrágább műsортípus, hiszen számos ember dolgozik rajta párhuzamosan, sok bevetett technikát igényel, a stábokat moblizálni kell. Ehhez képest viszonylag csekély műsoridőt fed le.

A tévéhíradó híreit ugyanolyan szigorú kritériumok szerint kell megírnia a szerkesztőknek, mint az újság híreit az újságíróknak. Horvát János szerint *„egy jó tévés vagy rádiós hír korrekt, világos, tömör és színes. Vagyis pontosan tükrözi a lényegét, első hallásra érthető, a rendelkezésre álló minimális időben úgy tesz eleget az említett követelményeknek, hogy az esetleg passzív, elkalandozó tévénéző figyelmét is megragadja és meg is tartsa.”*³¹

A szerkesztett híradós anyag hangharapásokat is tartalmaz. Az interjúból mindig a leginkább releváns, legfontosabb, legnagyobb jelentőségű mondatokat vágjuk be!

A képek fontos plusz információkkal szolgálhatnak a néző számára. Ahogyan a szöveg, úgy a képi világ sem lehet szubjektív, a szigorú tárgyilagosság az elvárás. Mutassuk meg a valóságot úgy, ahogyan azt az adott helyszínre érkező ember látja.

VI.1.4. A HÍRADÓS STÁBOK

A híradós stáb az ezredforduló előtt rendszerint három főből állt: szerkesztő-riporter, operatőr, technikus. Ma már a legtöbb helyen két ember: szerkesztő-riporter és operatőr végzi ugyanazt a munkát, hiszen így költséghatékonyabb. A technikusi feladatokat – autóvezetés, útvonaltervezés, technika összekészítése, technika hordozása, a felvétel hangjának beállítása, kazetták feliratozása stb. – a legtöbb helyen átvette és egymás között megosztotta a szerkesztő-riporter és az operatőr. A gazdasági megfontolások mellett ebben szerepet játszott az a tény, hogy a piacon megjelentek az egyre kisebb súlyú technikai eszközök.

A híradók elkészülésén párhuzamosan több stáb is dolgozik. Az országos televíziók arra töreksznek, hogy minél kiterjedtebb tudósítói hálózatot hozzanak létre, és az ország több pontján, sőt, külföldön is minél több helyen működjön olyan stábjuk, amely ellátja őket híryananyagokkal. Az országos televíziók központja általában a fővárosban van, az ott működő hírszerkesztőségbe internetes feltöltéssel juttatják el a nyersanyagot vagy a vágott bejátszásokat a tudósítók.

³¹ Horvát János: *A televíziós újságírás alapjai. A televíziós hírek.* In: Bernáth László (szerk.): Műfajismeret. Sajtókönyvtár, Sajtóház Kiadó, [é. n.] 140. old.

Az országos tévék fenntarthatnak saját technikával felszerelt, alkalmazottakat foglalkoztató körzeti stúdiókat vagy kisebb szerkesztőségeket, napjainkban viszont az a jellemzőbb, hogy saját technikával rendelkező alvállalkozókat bíznak meg a tudósítások elkészítésével.

VI.1.5. A HÍRADÓS ANYAGOK TÍPUSAI

Szerkesztett, vágott híryanag (VTR)

Ha a felelős szerkesztő teljes híryanagot kér, akkor a stáb kimegy az esemény helyszínére, interjúkat készít az illetékesekkel, esetleg hasznos hangot vesz fel az elhangzó beszédekből, illetve vágóképeket készít. A szerkesztő-riporter a nyersanyagból kiválasztja a használni kívánt részleteket és megírja az összekötő szövegeket. Ha a forgatás hosszabb utazással jár, ezt akár már a visszaúton, az autóban megteheti egy laptop vagy notebook segítségével. A szerkesztői munkalapot elküldi a felelős szerkesztőnek, majd jóváhagyás után – már a bázison – felmondja a narrátorszöveget, majd a vágóval megvágja a 0,5–2 perces anyagot. A gyorsaság fontos szempont, hiszen lehetőleg a legközelebbi híradóban le kell vetíteni azt. Amikor elindul az adás, a hírolvasó élőben elmondja a felkonferáló szöveget, majd indítják a bejátszást.

(A szerkesztett-vágott híryanagot – mint már említettük – egyes helyeken VTR-nek nevezik. A betűszó az angol *Video and Television Review* kifejezés rövidítése, melynek jelentése: *Videó- és televízió szemle.*)

Képes hír vagy „demó”

A nézettségért és a naprakészségért folyó küzdelem a klasszikus híradós anyag mellett egy másik típust is kitermelt. A képes hírt sokkal gyorsabban el lehet készíteni és adásba lehet tenni. Ilyenkor nem készül interjú, nincs felvéve hang. A szerkesztő 3-4 mondatban megírja a hírt, és azt már élőben olvassa fel a híradó műsorvezetője. Az első mondat után elkezdik alájátszani az egymás után vágott képek sorát, és ha vége a szövegnek, akkor egyszerűen lekeverik, elvágják ott, ahol éppen tart. Akkor alkalmazzák, ha sietni kell, vagy akkor, ha a téma nem ér meg egy teljes anyagot.

Gyakori az is, hogy a szerkesztett-vágott anyagokból utólag képes hírt készítenek, hogy a híradó második/harmadik, rövidített kiadásában a hír rövidebb formában megismételhető legyen.

„Demó-szinkron”

Ha a stáb azt az utasítást kapja, hogy „demó-szinkront” készítsen valamilyen témáról, akkor lényegében egy képes hírt kell készítenie, amelyhez mellékelten küldenek egy szinkront, azaz hangharapást is. A forgatás ugyanúgy zajlik, mint amikor szerkesztett-vágott híryanagot készít a stáb, tehát a

vágókép mellett interjút is kell készíteni. A szerkesztő-riporter ez esetben is kiválasztja az interjú leginkább „ütős” mondatait, de azokat a vágó nem a narrátorszövegek között helyezi el, hanem egyszerűen az elküldeni kívánt vágóképsorozat végére teszi.

Beolvasott hír

Ilyen esetben nincs képanyag a hírhez, a hírolvasó egyszerűen felolvassa a néhány mondatban megfogalmazott hírt. Olyankor jellemző, ha a témáról még nem volt idő képeket készíteni, ám az olyan horderejű, hogy minél előbb nyilvánosságra kell hozni.

Kommentár nélkül

A hírsatornak műsorblokkjai között gyakran kapnak helyet az ún. no comment azaz kommentár nélkül típusú anyagok. Ezek lényege, hogy egy adott eseményről alámondott szöveg nélkül számolnak be – mindössze egy felirat árulja el, hogy hol vagyunk. Ilyenkor a bemutatni kívánt eseményről hosszú snittek készülnek. Ezeket utána egymás mellé vágják úgy, hogy az anyag hangját kizárólag a képek saját atmoszférája adja. Van, hogy mindössze egyetlen snittből áll a teljes, általában egy-két perces vagy akár egy percnél is rövidebb anyag.

A kommentár nélkül bemutatott képsor önmagában hordozza az információt. A néző erőteljes impressziót kap az adott történés hangulatából, amelyet pont a kommentár hiánya miatt érez hitelesnek. Gyakorta készül ilyen anyag ünnepekről, felvonulásról, tüntetésről, hadgyakorlatról, katasztrófa-helyzetek utáni állapotokról, de az sem ritka, hogy a műsorfolyamot színesítő, kedves témát, például egy kiselefánt első lépéseit és az állatkerti látogatók arra adott reakcióit jelenítik meg ilyen formában.

Helyszíni kapcsolat, élő tudósítói bejelentkezés

Napjainkban egyre nagyobb igény mutatkozik az élő bejelentkezések iránt, hiszen így közvetíthetők a legfrissebb információk. A hírolvasó felkonferálja a témát, majd odakapcsolnak az adott helyszínre, ahol az operatőr már bekomponálta a riportert. A hírolvasó feltesz neki néhány kérdést, amelyekre a riporter a helyszínen szerzett tapasztalatai alapján válaszol. Fontos a jól megválasztott, informatív háttér, amelyből látszik, hogy a televízió munkatársa valóban ott van, az események sűrűjében. Az operatőr esetleg el is fordíthatja róla a kamerát, bemutatva a környezetet, de a szöveg végére mindig vissza kell igazítania a riporterre. Előfordulhat olyan eset is, hogy a riporter közben élő interjút készít valakivel.

Napjainkban egyre egyszerűbb az élő kapcsolások technikai kivitelezése. Már az sem ritka, hogy egy egyszerű laptop és egy webkamera segítségével, operatőr igénybevétele nélkül jelentkezik be valaki. A profi kép- és

hangminőséghez azonban rendszerint közvetítőköcsit használnak, amely nemcsak a tudósítói bejelentkezések kezelésére alkalmas, de a belsejében kialakított, generátorral ellátott térben szerkeszteni és vágni is lehet.

Képi világát és célját tekintve a tudósítói bejelentkezés hasonlít a stand uphoz. Mindkettő esetében fontos a riportert körülvevő környezet és hangulat érzékeltetése, és mindkettő a hitelesítést szolgálja: azt üzeni, a nézők első kézből kapják az információkat, hiszen a riporter saját tapasztalatait osztja meg velük. De míg a stand upot előre rögzítik és a vágás során helyezik el az anyag megfelelő pontjára, addig a tudósítói bejelentkezés önmagában is megáll, nem csupán egy dramaturgiai elem szerepét tölti be. A tudósítói bejelentkezés esetében a riportert el kell hogy mondjon minden lényeges információt, hiszen megszólalását nem követi további magyarázat.

VI.1.6. A HÍRMŰSOROK FELÉPÍTÉSE

A vezető hír

Vezető hírnek nevezzük a nap legmagasabb hírértékkel rendelkező hírét. Ez általában olyan esemény, amely a széles nyilvánosságot érdekli, érinti, lázban tartja. A nap legfontosabb, legmeghatározóbb történése, ezzel harangozzák be a televíziók a híradójukat. A televíziós híradások többnyire a műsor elején teszik adásba a vezető hírt. Az elbulvárosodott hírműsoroknál előfordul, hogy csak a híradó közepén vagy végén fejtik ki, de addig is fokozzák a feszültséget: „Hamarosan elmondjuk, hogy...” – ígérik, de előbb még bejátszanak egy másik, kevésbé lényeges hírt, esetleg beszúrnak egy reklámblokkot. A fontos hírek visszatartása sokak szerint etikátlan, a közszolgálati televíziózásban elfogadhatatlan.

Hírblokkok, rovatok

A hírblokkokat az azonos tematikájú híryananyagok egymásutánja alkotja. A televíziós híradások a vezető hírek elmondása után általában ilyen – a nyomtatott sajtó hírvotataihoz hasonló – blokkokba csoportosítva adják le a híreket. Az, hogy a hírblokkok hogyan követik egymást, televízióként eltérő. Az országos televíziók általában a következő módon építkeznek:

1. Belpolitika
2. Gazdaság
3. Külpolitika
4. Kriminálisztika, kék hírek
5. Kultúra
6. Sport
7. Színes hírek, érdekességek
8. Időjárás

A fenti sorrendtől a bennük taglalt témák hírértéke függvényében eltérhetnek a hírműsor-szerkesztők.

A híradók felépítése

A közszolgálati funkciót ellátó, hagyományos híradókban a hírérték szerinti, lineáris szerkesztési mód van előtérben: a magas hírértékű hírektől haladnak az alacsony hírértékűek felé. Ha az egyes témákból csak beolvasandó vagy képes hír készül, azt a hírolvasó tolmácsolja. A szerkesztett-vágott anyagoknak csak a felkonferáló szövegét mondja el, majd elindul a bejátszás.

A hírműsorok felépítése:

1. **Headline:** A hírműsorok elején lévő összefoglaló, képes tartalomjegyzék, amelyben röviden kiemelik a hírműsorban várható legfontosabb híreket. Többnyire egy-egy hatásos mondatban összefoglalják a témát, alatta zenét hallunk és képeket látunk.
2. **Vezető hír:** A headline után a hírolvasó felkonferálja a vezető hírt, majd következik az ahhoz kapcsolódó bejátszás. Általában ez a híradó leghosszabb bejátszása.
3. **Hírblokkok egymásutánja:** A hírolvasó felkonferálja az egyes hírblokkokba tartozó híreket, majd elindulnak az azokat kifejtő bejátszások.
4. **Elköszönés,** a csatornára vonatkozó közérdekű információk
5. **Stáblista**

A híreket követően sok csatorna tűz műsorára valamilyen hírháttér-műsort, ahol az egyes hírek tartalmát szakértőkkel, elemzőkkel, vendégekkel részletesebben kifejtik.

VI.2. Forgatás a sajtótájékoztatón

A sajtótájékoztató nagyobb érdeklődésre számot tartó, személyes közvetítést igénylő témákban kizárólag a sajtó képviselői számára szervezett, információk, üzenetek átadására szolgáló esemény. A média és a szervezetek/intézmények/pártok közötti leggyakrabban alkalmazott kommunikációs eszköz.

Előnye, hogy a szervezet üzeneteit személyesen ismerteti a szóvivő vagy a szervezet vezetősége, illetve lehetőséget biztosít azonnali kérdésekre és válaszokra. Hátránya, hogy az információ a média számára leértékelődik, hiszen ugyanabban az időpontban az összes sajtóorgánum értesül a témáról. Az alábbiakban tekintsük át, hogyan lesz a sajtótájékoztató elhangzó témából televíziós anyag!

VI.2.1. KAPCSOLATFELVÉTEL

Az adott szervezet többnyire e-mailben, ritkább esetben postai levél formájában meghívót küld a sajtó képviselőinek. (A sürgősen bejelentésre váró események esetén előfordul, hogy rögtönzött sajtótájékoztatót kell tartani, ilyen esetben a sajtóreferens körbe telefonálja a sajtó képviselőit.) A felelős szerkesztő eldönti, érdeklí-e őt a meghívóban szereplő téma, szüksége van-e rá a műsorához. Ha igen, kiadja a témát egy szerkesztő-riporternek.

VI.2.2. FELKÉSZÜLÉS A SAJTÓTÁJÉKOZTATÓRA

A sajtótájékoztató-meghívók általában nem tartalmaznak túl sok háttéranyagot, előfordul, hogy csak egy mondat vagy szókapcsolat jelöli meg a témát. A jól informált, tájékozott szerkesztő-riporter azonban már ebből következtetni tud arra, mi fog történni.

A szerkesztő-riporter felkutat minden lehetséges háttérinformációt, hogy ismerjen az ügyben minden álláspontot, és azok fényében tudjon kérdezni. (Ha például a kormánypárt az új oktatási program bevezetésével kapcsolatban hív össze sajtótájékoztatót, a szerkesztő előtte tájékozódik arról, mi az ellenzék véleménye a kérdésben, mit kifogásolnak, mik lehetnek a társadalmi vitát kiváltó pontok az ügyben.)

Vannak olyan sajtótájékoztatók, amelyekre nem lehet érdemben felkészülni, egyrészt mert nincs rá idő, másrészt mert a téma nem kívánja meg. Például egy rendőrségi sajtótájékoztató kapcsán, ahol egy baleset vagy egy bűntény körülményeit közvetlenül az esemény után ismertetik, nem találhatunk előzetesen kiszivárgott információt. Ilyenkor a helyszínen kell ügyesnek lenni. Szintén kevesebb előzetes utánajárást igényel, ha például egy

színház hív meg bennünket sajtótájékoztatóra, melynek keretében a következő évad repertoárját ismertetik...

VI.2.3. A SAJTÓTÁJÉKOZTATÓK MENETE

a) Csoportos sajtótájékoztató

A szervezet vezetősége vagy sajtószóvivője ismerteti a témát a sajtótájékoztatóra összegyűlt sajtómunkatársakkal, akik jegyzetelhetnek, vagy rögzíthetnek egy-egy részt az elhangzottakból, de utána külön-interjúkra nincs lehetőség. Nagy érdeklődésre számot tartó, fővárosi eseményeken, ahol számos sajtóorgánum, nagyon sok tévéstáb képviselteti magát, többnyire ilyen sajtótájékoztatót tartanak, hiszen nem lenne idő mindenkinek külön-külön nyilatkozni. Így járnak el akkor is, ha rangos, prominens személyiség a sajtótájékoztató vendége.

b) Sajtótájékoztató egyéni interjúlehetőséggel

Az első rész ugyanúgy zajlik, mint az előző típusnál: ismertetik a témát a sajtómunkatársakkal, akik jegyzetelhetnek, vagy rögzíthetnek egy-egy részt, de ezután lehetőséget biztosítanak a külön-interjú elkészítésére is. A sajtótájékoztatót tartó emberek állnak a sajtó rendelkezésére és szívesen nyilatkoznak mindenkinek. Kisebb érdeklődésre számot tartó vagy kisebb településeken rendezett sajtótájékoztatókon többnyire így járnak el, hiszen kevesebb tévéstáb, rádiós és újságíró vesz részt rajtuk.

VI.2.4. FORGATÁS A SAJTÓTÁJÉKOZTATÓN

Operatőri feladatok

A sajtótájékoztatók általában nem tartoznak az operatőrök kedvenc munkái közé, hiszen vizuális szempontból általában nem túl ingergazdagok. A vágóképeken szerepelniük kell a sajtótájékoztatót tartó személyeknek, lehetőleg mindegyikükről többféle plán készüljön. Szükség van néhány képre a sajtótájékoztatót hallgató újságírókról, megörökíthetők a jegyzetelő kezek. Ha a helyszínen vannak a témához kapcsolódó tárgyak, prospektusok, logóval ellátott brosrák, akkor azokról is érdemes képet készíteni. Az operatőr munka közben időnként rápillant a szerkesztő-riporterre, figyeli a jelzéseit, hogy tudja, mikor kell hasznos hangot vennie.

Szerkesztő-riporteri feladatok

A szerkesztő-riporter a sajtótájékoztató közben figyeli az elhangzottakat, és jegyzetel! Igyekszik minél több információt összegyűjteni. Jelzi az operatőrnek, hogy mikor kezdjen hasznos hangot venni, és mikor álljon le.

Hasznos hang rögzítése

A sajtótájékoztatón a szerkesztő nem lehet mindig az operatőr sarkában. Ő többnyire ül a közönség soraiban, míg kollégája járkal a teremben, hogy több szögből készíthessen felvételt. A szemkontaktust azonban időről-időre felveszik! Ilyenkor a szerkesztő apró kézmozdulatokkal üzenhet az operatőrnek:

- „*Indítsd a felvételt, és forogjon folyamatosan*” – ezt az üzenetet úgy tudja közvetíteni a szerkesztő, ha mutatóujját körkörösén mozgatja.
- „*Elég, leállhat a felvétel!*” – ezt az üzenetet rövid, határozott intéssel jelzi.
- „*Most készíthetsz vágóképeket!*” – amikor már nincs szükség hasznos hangra, a szerkesztő két ujjával ollót formázva, „nyisszantó” mozdulatokkal int az operatőrnek.

Interjúkészítés

Ha van rá lehetőség, a sajtótájékoztató után a stáb interjút készít. Az operatőr kiválasztja a háttérrel, és előkészíti a technikát. A szerkesztő-riporter odamegy az interjúalanyhoz, bemutatkozik, és a kamera elé invitálja.

Ügyesnek és szemfülesnek kell lenni, hiszen egy sajtótájékoztató után általában sokan „vadásznak” az interjúalanyokra. A konkurens stábokkal udvariasan, de határozottan kell viselkedni, nem szabad ellopni előlük az interjúalanyt, de túl sokáig téblábolni, mindenkit magunk elé engedni sem jó, hiszen kifutunk az időből. Ideális esetben van a helyszínen egy ügyes sajtóreferens, aki megszervezi, beosztja, hogy az egyes illetékesek mikor tudnak a különböző stábok rendelkezésére állni.

Ha sok a stáb és kevés az idő, sor kerülhet **csoportos interjúkészítésre** is. Ilyenkor több tévéstáb, illetve rádiós kolléga körbeállja az alanyt, a riporterek egyszerre tartják oda a mikrofonjukat. Hátránya, hogy az operatőr ilyen esetben nem tud olyan szép kompozíciót készíteni, hiszen tülekednie kell, az interjúalany pedig nem a riportereinkre néz, hanem pásztázik a tekintete a kérdezők hadán. Az így készített interjú kevésbé értékes, mint az exkluzív, hiszen a konkurencia is ugyanazzal a nyersanyaggal térhet haza.

Hozzáforgatás

Gyakran szükség van arra is, hogy más helyszínen történő forgatással egészítsük ki az nyersanyagot. A sajtótájékoztatókon általában nem lehet vizuális szempontból túl izgalmas képsorokat készíteni, ezért ha van rá idő és lehetőség, érdemes a témához illusztrációként további vágóképeket felvenni – valahol máshol. Ha például egy mezőgazdasági témáról volt szó, a stáb utólag készíthet néhány snittet a termőterületekről, vagy ha oktatásügyi kérdé-

seket taglaltak a sajtótájékoztatón, el lehet menni egy iskolába vágóképezni stb.

Politikai téma, vitás kérdés esetén nem elég, ha a sajtótájékoztatót tartók álláspontját közvetítjük, az elfogulatlanság jegyében meg kell kérdeznünk a másik oldalt is a témáról, így ilyen esetben az objektivitás biztosítása érdekében kell hozzáforgatnunk a sajtótájékoztatón készült nyersanyaghoz.

VI.2.5. UTÓMUNKA

A forgatás után a nyersanyag olyan folyamatokon megy keresztül, mint a többi szerkesztett anyag: digitalizálás, szkriptelés, szerkesztői munkalap elkészítése, vágás, ellenőrzés, adásba illesztés...

VI.3. A magazinműsorok és riportok kihívásai

VI.3.1. A MAGAZINMŰSOROK TÍPUSAI

A magazin (franciául: magasin, olaszul: magazzino) arab eredetű szó, jelentése raktár, készlet. A tömegsajtó kialakulásának hajnalán a kifejezést azokra a hetente vagy havonta megjelenő, vegyes tematikájú sajtótermékekre használták, amelyeknek célja a könnyed szórakoztatás volt. Az írott sajtó térhódításával számtalan féle magazin jelent meg az újságárosoknál, és már nemcsak a vegyes témájú lapokra használták ezt a szót, hanem azokra a tematikus folyóiratokra is, amelyek nemcsak egy-egy szűk szakmát céloztak meg (mint a szaklapok), hanem a széles nyilvánosságot.

A kifejezést ma már a hasonló ambíciókkal készített rádió- és televízióműsorokra is használjuk. A legtöbb magazinműsor vegyes tematikájú. Céljuk, hogy egy-egy időszámban – jellemzően délelőtt és délután – szórakoztassák és információkkal lássák el a közönséget. E színes műsorok mellett tematikus magazinműsorok is léteznek: pl. gasztronómiai, egészségügyi, ifjúsági, kulturális, esélyegyenlőségi, nemzetiségi stb. magazinok. Ezek nem mindegyikére jellemző, hogy könnyed témájúak lennének, ám céljuk mindig az, hogy közérthető formában adjanak közre információkat.

A rendszerváltás után a magyar televíziózásban is megjelentek az ún. riportermagazinok. Ezek rövid felkonferáló szövegekkel felvezetett, 2–5 perces bejátszásokat tartalmaztak, amelyek mindig valamilyen figyelemfelkeltő, érdekes, furcsa, megbotránkoztató vagy szánalomkeltő témát dolgoztak fel a celebek magánéletétől a családi drámákon, súlyos betegségekben szenvedő gyerekek sorsán, kriminalisztikai híreken át a három lábbal született csirkékig és a villanypóznáról leszedett macskákig. Ríportereik az ország különböző területéről gyűjtötték be ezeket témákat, amelyeket a lehető legmagasabb nézettséget megcélözva, sokszor meglehetősen hatásvadász módon táltak. E műsortípus napjainkban is virágzik.

VI.3.2. A MAGAZINMŰSOROK FELÉPÍTÉSE

A magazin mint műfaj igen sokféle műsort foglalhat magába. Vannak olyanok, ahol a műsorvezetőknek csupán annyi a szerepük, hogy felkonferálják az anyagokat. Más jellegű magazinoknál házigazdai szerepet is ellátnak, stúdiobeszélgetéseket folytatnak, vagy valamilyen cselekvésbe – például főzésbe, kézműveskedésbe – is bekapcsolódnak a stúdióban.

A különféle magazinműsorok szerkezete, felépítése és hossza is igen változó. Vannak egész délelőttöket, délutánokat átívelő magazinok, ame-

lyeket akár meg is szakíthatnak egy-egy híradóval vagy egyéb műsorrel. Más magazinok pedig csupán 15, 20, 30 percet ölelnek fel.

A magazinműsorokba készülő anyagok – nevezhetjük őket bejátszásoknak is – általában 2–6 perc hosszúságúak, de elképzelhetők ennél rövidebbre vagy hosszabbra vágottak is. Műfajukat tekintve lehetnek tudósítás vagy riport jellegűek. A híradós bejátszásoknál mindenesetre általában hosszabbak, változatosabb szerkezetűek, és gyakori jellemzőjük a narráció alatt hallható aláfestő zene.

VI.3.3. A TELEVÍZIÓS RIPORT

A riport fogalmával kapcsolatban nemcsak a laikusok fejében van óriási káosz, de sajnos az sem ritka, hogy maguk a médiában dolgozók sincsenek tisztában e műfaj céljaival és eszköztárával. Sok tévés a saját dilettantizmusáról állít ki bizonyítványt, amikor az interjú és a riport fogalmát összekeverve azt mondja: „készítettem egy riportot X.Y.-nal”. Holott riportot csak *valamiről*, esetleg *valakiről* lehet készíteni, és nem *valakivel*.

A zűrzavar egyik oka, hogy angolszász nyelvterületen a „*report*” kifejezéssel többnyire a tudósításokat, beszámolókat illetik. (Az angol „*to report*” igét így fordíthatjuk: *jelenteni*.) A magyar újságírói hagyományban azonban a riport egy jóval átfogóbb, komplexebb, a publicisztika felé mutató műfajt jelöl, amely nem csupán dokumentál, hanem ábrázol is.

További félreértésekre adhat okot, hogy idehaza a *riporter* szóval elsősorban nem a riportok készítőit, hanem az interjúk készítőit illetjük. A riportok készítője sokkal több, mint riporter – olyan televíziós újságíró, aki szerkeszt, elemez, dramaturgiai ívet alkot, összefüggéseket teremt, lényegét látat, és mestere a fogalmazásnak.

A riport olyan műfaj, amely egy jelenséget, problémakört, eseményt, helyzetet, közösséget komplex módon mutat be. Készítője felderít, elemez, értékel és általánosít. Célja, hogy olyan élményt adjon, amely révén a néző bele tudja magát élni az ábrázolt helyzetbe, belülről látja az adott problémát, jelenséget.

A televíziós riport mindig „terepen” készül, a témához kapcsolódó helyszíni tapasztalatok alapján, az illetékesek és érintettek megszólaltatásával. Meghatározó, központi eleme a történet, de a „sztori” mellett a helyszín és a szereplők is fontosak. Általában emberközpontú szemlélet, az egyéni sorsok iránti érzékenység jellemzi őket.

A riportban – főleg a narrátorszövegekben – megjelenhetnek a készítő egyéni meglátásai. A képi világ szintén kissé szubjektív, hiszen az operatőr művészi feladatot teljesít: kamerája segítségével képet fest a néző elé egy jelenségről.

A riport tehát jóval szabadabb műfaj, mint a hír vagy a tudósítás. Nagyobb teret enged a készítők önkifejezésére. Nem véletlen, hogy az írott sajtó műfajainak besorolásakor általában átmeneti műfajnak tekintik a tény- és a véleményújságrírás között.

A televíziós riportok hossza változó, noha azt kijelenthetjük, hogy 2-3 percnél rövidebb időintervallum alatt nemigen lehet átfogóan ábrázolni egy jelenséget. A 10–15 percnél hosszabb riportokat pedig már inkább riportfilmnek nevezzük.

VI.3.4. A TELEVÍZIÓS RIPORT ÖSSZETEVŐI ÉS ESZKÖZEI

A riport kifejthet egy érdekes vagy különleges történetet, de összeállhat több, egyéni történetből is, amelyek kirajzolnak valamilyen általános jelenséget, társadalmi, szociológiai, gazdasági problémát.

A riport érzékeltetheti szereplői élőhelyének, közegének milyenségét. Ezt elsősorban a képeknek kell közvetíteniük. Az operatőr számára nagy kihívást jelentő feladat az apró részletekben megbúvó üzenetek megragadása, a hangulat visszaadása.

Ugyancsak fontos feladat a szereplők megfelelő kiválasztása és bemutatása. A riport alanyait narrációk és képsorok segítségével hozhatjuk közelebb a nézőhöz. Ismertethetjük a velük kapcsolatos, főbb tudnivalókat, életrajzukat, életkörülményeiket. A riporter beszélgetéseket vagy interjút készít a szereplőkkel, az előbbieket érdemes több kamerával rögzíteni, az utóbbiakat pedig hangharapásos technikával beleszerkeszteni az anyagba.

Ezen a ponton ismét fontos kiemelni: az interjú nem maga a riport, csupán egy alkotóeleme a riportnak! „A riport sokkal tágasabb világ, s ebben a világban az újságírónak sokkal keményebb tárgyakból kell vizsgáznia, mint az interjúkészítőnek: élet- és emberismeretből, sokoldalú, szuverén írni tudásból, eredeti gondolkodásmódból”³² – írja Szigethy András, akinek szavai nemcsak az írott, de a televíziós riportra is igazak.

Igen lényeges az okok és okozatok feltárása: A riport nem elégszik meg a felszín ábrázolásával, mindig megpróbálja a jelenségek mögött munkáló erőket is megmutatni. Kísérletet tesz arra, hogy magyarázatot találjon a jelenségekre, visszamegy a „kályháig”, megpróbálja felderíteni, mi miből fakad.

A riport elsődleges célja, hogy minél több oldalról körbejárjon egy jelenséget, és arról minél komplexebb képet adjon. Ez azonban nem jelenti azt, hogy ne szűrhetné le a riportkészítés során megfogalmazódott tanulságokat. A riport szerzője summázhat, értékelhet, ám a véleménye nem ala-

³² Szigethy András: *A riport*. In: Bernáth László (szerk.): *Műfajismeret*. Sajtókönyvtár, Sajtóház Kiadó, [é. n.] 77. old.

pulhat pusztán egyéni szimpátián, tetszésen. A sejtetett állásfoglalás nem lóghat a levegőben, azt mindig alaposan alá kell támasztani, meg kell indokolni.

A riportba belefér a művészet: nemcsak az operatőr nyúlhat a filmművészet magasságait idéző képi ábrázolásmódhoz, de a szerkesztő is használhat szépirodalmi eszközöket a narrátorszövegek megírása során. Ismét ide kíváncsi Szigethy András szavai, aki úgy véli „a sajtóműfajokat aszerint is két csoportra lehet osztani, hogy (1.) a világot magyarázzák, vagy (2.) ábrázolják. Nem véletlen, hogy a magyarázó csoport csúcsát reprezentáló eszköze a tudomány, a tudományosság eszközeivel is nagymértékben él, míg a riport a szépirodalom irányába mutat.”³³

³³ Szigethy András: *A riport*. In: Bernáth László (szerk.): *Műfajismeret*. Sajtókönyvtár, Sajtóház Kiadó, [é. n.] 75. old.

VI.4. Az eseményrögzítés és az eseményközvetítés. Az élő adás

VI.4.1. AZ ESEMÉNYRÖGZÍTÉS FOGALMA

Kitelepülő eseményrögzítés

Amikor egy televízió egy-egy eseményt, például hangversenyt, koncertet, tudományos előadást, ünnepséget, színházi bemutatót, sportmérkőzést, rendezvényt az elejétől a végéig, több kamerával teljes terjedelmében egy külső helyszínen felvesz azzal a céllal, hogy azt valamikor később műsorára tűzze, kitelepülő eseményrögzítésről beszélünk.

Stúdiótérben történő eseményrögzítés

Technikailag az eseményrögzítések körébe sorolhatók a tehetségkutatók, gálaműsorok, showműsorok felvételei is, amelyek erre a célra felépített stúdiókban történnek, illetve az egyszerű stúdióbeszélgetések is, melyekről a következő fejezetben lesz szó bővebben.

VI.4.2. AZ ESEMÉNYKÖZVETÍTÉS FOGALMA

Kitelepülő eseményközvetítés

Míg az eseményrögzítés esetében a felvételt valamikor később sugározza a televízió, az eseményközvetítésnek az a lényege, hogy azt valós időben, élő adásban lássa a néző.

Amikor a televízió egy stúdiótéren kívül zajló eseményt szeretne megmutatni a nézőinek, a stábot és a teljes technikai felszerelést ki kell telepítenie a helyszínre: például egy sportaréna, egy színház- vagy hangversenyterembe vagy egy város főterére. Olyan eszközökről is gondoskodni kell, amelyek lehetővé teszik a rögzített jelek eljuttatását a megfelelő helyre, ahonnan élő adás sugározható. Ezt többnyire közvetítőkocsival oldják meg. Amikor kezdetét veszi az esemény, a stúdióból odakapcsolnak, így a nézők élőben láthatják és hallhatják, hogy mi történik.

Stúdiótérből történő eseményközvetítés

Idesorolhatók azok az esetek, amikor egy televízió élőben kíván sugározni olyan eseményeket, amelyek a stúdió falai között zajlanak (tehetségkutatók, gálaműsorok, showműsorok).

VI.4.3. ÉLŐ, „ÉLŐSZERŰ” ÉS VÁGOTT ADÁSOK

Élő eseménybemutató (eseményközvetítés)

Élő eseménybemutatóról beszélünk, amikor a néző valós időben, ugyanakkor látja a műsort, amikor az esemény zajlik. (Vagy néhány másodperc csúszással.) Ezáltal a naprakészség érzetét kelti a nézőben. Az élő adás mindig komoly felkészültséget igényel a stábtól és a műsorvezetőtől, hiszen nincs lehetőség javításra. A képvágó a felvétel közben választja ki az éppen használni kívánt kameraképet, amit a néző lát – ezt hívjuk úgy, hogy „keveri” a képet. Közben a hangtechnikus a felvétel helyszínén elhelyezett mikrofonokból bejövő hangokat szabályozza, gondoskodva arról, hogy a néző azt és olyan erősséggel hallja, amit és ahogy kell. Egy újabb munkatárs pedig arról gondoskodik, hogy a megfelelő feliratok, névzertek időben felkerüljenek a képernyőre.

„Élőszzerű” eseménybemutató (eseményrögzítés)

Első hallásra meglehetősen furcsának tűnhet a szóösszetétel, de nem véletlenül alakult ki a szakmai szlengben ez az elnevezés. A felvétel ugyanis pontosan úgy zajlik, mintha élő adásról lenne szó, csak éppen a jel nem megy ki adásba, hanem egy adott tárhelyen rögzül. Tehát az egyes kamerák képét külön-külön nem, hanem csak a kevert képet rögzítik. Ezáltal jóval kevesebb nyersanyagot kell tárolni, és különösebb utómunkára sincs szükség. Az élő adáshoz képest előnye, hogy szükség esetén javíthatók a bakik, kivághatók a problémás vagy vonatott részek.

Vágott eseménybemutató

Vágott eseménybemutatóról akkor beszélünk, ha valamennyi kamera képét külön rögzítik, és azokból utólag vágják össze a felvételt. Hátránya, hogy sokkal több tárhely kell a nyersanyag rögzítéséhez, és a munkafolyamat tovább tart. (Minél több kamerával vették fel, annál bonyolultabb lesz az utómunka.) Előnye, hogy nem kell ragaszkodni a felvétel kronológiai sorrendjéhez, a végeredmény lehet teljesen más szerkezetű vagy sokkal rövidebb. Utólag sokkal könnyebb megtalálni azokat a pontokat, amikor érdemes kameraképet váltani: így a végeredmény dinamikusabb, ritmusosabb, dramaturgiailag hatásosabb lehet. (Például koncertek vagy színházi előadások esetében a képvágó élőben nem biztos, hogy eltalálja, mikor kell azt a szereplőt vagy azt a zenekari tagot mutatni, aki éppen beszélni vagy szólózni fog.)

VI.4.4. AZ ESEMÉNYRÖGZÍTÉSHEZ, ESEMÉNYKÖZVETÍTÉSHEZ SZÜKSÉGES TECHNIKA

Kamerák

A professzionális televíziózásban egy kamerás eseményrögzítés nem képzelhető el! A két kamera is kevés az élvezhető felvétel produkálásához, esetleg rövid, egyszereplős eseményeknél (pl. versmondás, konferenciaelőadás) megengedett. Az eseményrögzítéshez minimum három kamera szükséges, a maximális számnak pedig csak az anyagi lehetőségek szabnak határt.

A kamerák által biztosított képkompozíciók:

- Totálképet biztosító kamerák
- Közeli képkompozíciókat biztosító kamerák
- Különleges kompozíciókat biztosító kamerák (pl. plafonra szerelve, padlóra állítva)

A kamerák elhelyezése:

- A kamerák állhatnak állványon, mögöttük az azokat kezelő kameramanokkal.
- A kamerák lehetnek kézben vagy a kameraman testére szerelve (steadycam), amikor is a kameraman folyamatosan mozog velük, változatos kompozíciókat adva.
- Fix helyre (pl. plafon) is szerelhetők távvezérlésű kamerák.
- Sínen vagy kránszerkezeten mozgó kamerákkal is változatosabbá tehető a felvétel.

Mikrofonok

Eseményrögzítésnél általában térmikrofonokkal, illetve ún. puskamikrofonokkal rögzítik a hangot. Stúdióban az is elképzelhető, hogy a felvétel minden szereplőjén mikroport van. Kitelepülés esetén, ha az adott rendezvényen van hangosítás, akkor a stáb a hangosító pultból is kérhet jelet.

Keverőpult (video switcher és hangkeverő)

A keverőpultba futnak be és itt kerülnek rögzítésre az egyes kamerák képi, illetve a kihelyezett mikrofonok hangjelei. A képekből az adásrendező utasításai alapján a képvágó választja ki, hogy mikor melyik kompozíciót lássák a nézők. A hangokból pedig hangtechnikus keveri ki azt, amit a néző hall. (Kis televíziók esetén, ahol csak 3-4 kamerás rögzítésről beszélünk, az adásrendező, képvágó és hangmérnök sokszor ugyanaz a személy.) Keverőpultból különféle változatok léteznek a piacon, amelyek közül a televíziók saját igényeiknek és anyagi lehetőségeiknek megfelelően választanak. Gyakori, hogy a kép és a hang keverésére külön pultokat használnak.

Közvetítőkocsi

Az eseményközvetítés élőben történő sugárzása ma már viszonylag egyszerűen is megoldható, akár egyetlen laptop és megfelelően széles sávú internet segítségével. A nagy televíziók azonban többnyire közvetítőkocsit használnak, amely egyszerre több funkciót ellát. Ilyen közvetítőkocsi az ún. SNG (Satellite News Gathering) vagy DSNG (Digital Satellite News Gathering) autó. Ezek műholdas közvetítőkocsik, melyekben magas színvonalú műszaki infrastruktúrát alakítottak ki. A rendszer kommunikációját az autó tetején elhelyezett antenna biztosítja. Több kamerás eseményrögzítések keverésére kiválóan használható, hiszen beépített keverőpultok állnak a munkatársak rendelkezésére. A technikai felszerelés biztonságosan és praktikusán szállítható bennük.

VI.4.5. AZ ESEMÉNYRÖGZÍTÉSHEZ SZÜKSÉGES HUMÁNERŐFORRÁS

Az eseményrögzítések, illetve az eseményközvetítések sok ember összehangolt munkáját igénylik. Mindenképpen szükség van egy adásrendezőre, aki a rögzített végeredményért felel. Ő szorosan együttműködik a műsor szerkesztőjével, aki a tartalmi kérdésekben dönt. Nélkülözhetetlen a képvágó, aki a keverőpultot kezeli. Az ő keze alá dolgozhat még egy (vagy több) kolléga, akik a feliratokat úszatják fel, a wish-eket, arculati elemeket kezelik, a bejátszásokat elindítják. A hangtechnikus felel azért, hogy a hangminőség élvezhető, a hangerő kiegyensúlyozott legyen. Szükség van kameramanokra, akik a kamerákat kezelik, és a képeket komponálják. Mellettük megfelelő számú technikusnak is rendelkezésre kell állnia, hogy a helyszín berendezése, illetve az összekapolás gyors és zökkenőmentes legyen. Nagyszabású produkciók esetén a technikai személyzet akár már napokkal a felvétel előtt megkezdí a rendszer kiépítését.

VI.5. A stúdióbeszélgetések felvétele

VI.5.1. A STÚDIÓBESZÉLGETÉS FOGALMÁNAK MEGHATÁROZÁSA

A stúdióbeszélgetés az elektronikus média egyik műfaja. Rádióban és televízióban egyaránt alkalmazzák, napjainkban pedig internetes portálokra is töltenek fel ilyeneket. A stúdióbeszélgetés – ahogyan a nevében is benne van, – stúdiókörülmények között zajló, kamerák és/vagy mikrofonok által rögzítésre kerülő beszélgetés, melynek során egy vagy több műsorvezető tesz fel kérdéseket egy vagy több vendégnek.

A stúdióbeszélgetés funkcionálhat önálló műsorként, de többnyire csak egy része, eleme a műsornak. Gyakoriak az olyan műsorok, amelyek több, egymás utáni stúdióbeszélgetésből épülnek fel, melyeket esetenként bejátászsások tesznek változatosabbá.

VI.5.2. A STÚDIÓBESZÉLGETÉS ELŐNYEI

A stúdióbeszélgetés viszonylag olcsó műfaj, lebonyolítása gazdaságos. A stábnak nem kell helyet változtatnia, ezáltal időt és közlekedési költséget takarít meg. Különösen kifizetődő, ha egymás után több beszélgetés is rögzítésre kerül ugyanabban a díszletben.

A stúdióbeszélgetés műfaja lehetővé teszi az élő adást, így a hírversenypben való élen járást is, hiszen a beszélgetésben elhangzó információk azonnal eljuthatnak a nézőhöz.

Amennyiben a stúdióbeszélgetés nem élőben zajlik, akkor is gyors és olcsó műfajnak számít, hiszen kellő felkészültség mellett nincs szükség, vagy alig van szükség utómunkára.

VI.5.3. MIKOR ÉRDEMES STÚDIÓBESZÉLGETÉST KÉSZÍTENI?

Mielőtt emellett a műfaj mellett döntünk, érdemes megfontolni, hogy a téma mennyire igényel képi alátámasztást. Egy kiállításról például nem célszerű stúdióbeszélgetést készíteni, hiszen akkor a néző nem látja, miről beszélgetünk. Ilyen esetben inkább szerkesztett anyag készítése ajánlatos – helyszíni interjúval, sok vágóképpel.

Kifejezetten ajánlott stúdióbeszélgetés formájában feldolgozni az olyan témákat, amelyek képekkel nehezen megfoghatóak, nehezen illusztrálhatók. Ilyen témák például a szociális kérdések, politikai/közéleti dilemmák. Stúdióban érdemes beszélgetni a jövőben várható eseményekről is: ha például be szeretnénk harangozni egy rendezvényt, amiről vágóképünk nem lehet, hiszen még nem zajlott le.

A stúdióbeszélgetés létjogosultsága vitathatatlan az olyan esetekben is, ahol a téma maga a vendég személye, annak nézetei, cselekedetei, életútja.

VI.5.4. A STÚDIÓBESZÉLGETÉSEK ALAPVETŐ TÍPUSAI

A stúdióbeszélgetéseket többféleképpen csoportosíthatjuk.

a) Témájukat illetően

- közszolgálati jellegű
- hírháttér
- bulvár
- vélemény
- egyéb magazin – sport, életmód, művészet stb.

b) Az adás időpontját illetően

- reggeli beszélgetős műsor
- délelőtti/délutáni
- esti

c) A műsorvezető személyének dominanciáját illetően

- A hírháttér- és egyéb, információorientált stúdióbeszélgetések esetében a műsorvezető személyisége nem kerülhet előtérbe, nem ismerhetjük meg a véleményét.
- A mélyenszántóbb, világnézeti, társadalmi, filozófiai kérdéseket taglaló beszélgetések esetében jobban kidomborodhat a műsorvezető egyénisége, meglátásai.
- Bizonyos műsoroknál a műsorvezető személye hangsúlyosabb, mint a vendégé (show műsorok).

d) A vendég személyét illetően

- Vannak olyan esetek, amikor a témához keresünk vendéget (pl. egyetemi tüntetések esetén hívunk egy-egy illetékest a diákok és az oktatáspolitikai részéről).
- Vannak olyan esetek, amikor a vendég személye adott (például egy nemrég megjelent könyvről annak szerzőjét hívjuk beszélgetni).
- Van, amikor a vendég személye önmagában a téma: portrébeszélgetések.

e) A rögzítés módja szerint

- élő stúdióbeszélgetések
- „élőszzerű” stúdióbeszélgetések
- vágott stúdióbeszélgetések

VI.5.5. A STÚDIÓBESZÉLGETÉS TARTALMI ELŐKÉSZÜLETEI

Meg kell határozni a stúdióbeszélgetés kereteit: milyen műsorba kerül, mennyi műsoridőt kell hogy kitöltsön. Ki kell választani a vendég(ek) személyét, és ki kell tűzni az adás időpontját, amely előadás esetében egybeesik a felvétel időpontjával. Ha nem előadást készítünk, meg kell határozni a felvétel időpontját. Egyeztetni kell az időpontokat a meghívandó vendégekkel.

Háttéranyagot kell gyűjtenünk a témával és a vendégekkel kapcsolatban. Ha a koncepció igényli, előzetesen fel lehet keresni személyesen is a leendő vendégeket ismerkedés, a témában való elmélyülés céljából. E feladatokat többnyire a műsor felelős szerkesztője, szerkesztője, vagy a szerkesztők asszisztense végzi.

VI.5.6. A STÚDIÓBESZÉLGETÉS ERŐFORRÁS-SZÜKSÉGLETEI

a) Emberi erőforrás

A stúdióbeszélgetés lebonyolításához minimálisan az alábbi személyekre van szükség:

- ✓ Szerkesztő
- ✓ Műsorvezető
- ✓ Kameramanok (általában minden kamera mögé egy-egy ember áll)
- ✓ Adásrendező
- ✓ Képvágó

A szerkesztő és a műsorvezető posztját gyakran ugyanaz az ember tölti be, ahogy az adásrendező és a képvágó személye is gyakran megegyezik – főleg kis költségvetésű televízióknál. A felsoroltakon kívül világosítók, technikusok, asszisztensek segíthetik a munkát.

b) Technikai eszközök, berendezési tárgyak

Mielőtt belevágunk egy beszélgetés felvételébe, gondoskodni kell arról, hogy rendelkezésre álljon a stúdió, megfelelő díszlettel. A legtöbb stúdióbeszélgetés otthonosan berendezett környezetben zajlik: ülőbútorok, dohányzóasztal, dísz tárgyak, háttérfal alkotják a díszletet. A hírműsorokba épített stúdióbeszélgetések pedig többnyire egy pult körül zajlanak.

Gondoskodni kell arról is, hogy a stúdió technikai felszereltsége megfeleljen a stúdióbeszélgetés koncepciójának. Ami a kamerák számát illeti, háromra mindenképp szükség lesz: kell egy totálképet adó kamera, egy olyan, amelyik a műsorvezetőt és egy olyan, ami a vendéget mutatja. A maximális számot nem lehet meghatározni, minél több vendéget várunk, és minél változatosabb a műsor felépítése, annál több felvevőgépre lesz szük-

ség. A mozgó, illetve a különleges nézőponttal szolgáló fix kamerák feldobják, érdekesebbé teszik a beszélgetést.

A hang rögzítésére a stúdióban általában csíptetős mikrofonokat, mikroportokat használnak, melyekből annyi kell, ahány szereplője van a beszélgetésnek. Szükség lesz megfelelő fénytechnikára is, illetve ha élőszzerű rögzítést tervezünk, egy keverőpultra. A további hozzávalókat az adott műsor jellege határozza meg.

VI.5.7. A STÚDIÓBESZÉLGETÉS MENETE

A stáb tagjai a vendégek érkezése előtt meghatározott idővel megjelennek a stúdióban. A műsorvezetőnek ekkor már a birtokában van egy kérdéslista, amelytől a beszélgetés menetétől függően el lehet térni, a szerkesztő és a rendező pedig már egyeztetette az adásmenetet.

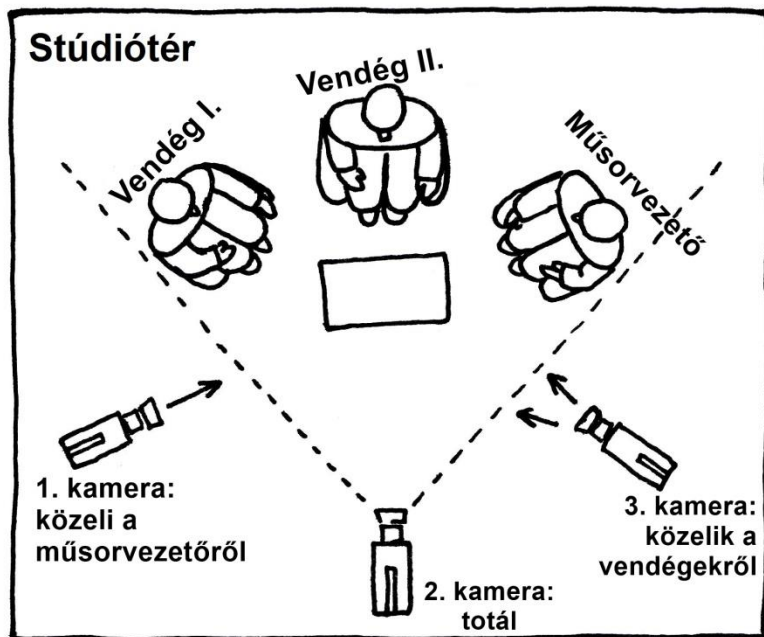
A stáb minden tagja megismeri a beszélgetés technikai forgatókönyvét (egyszerűbb koncepció esetén ez csak szóbeli instrukciókat jelent). Berendezik a stúdiót az igényeknek megfelelően, elhelyezik a díszlet elemeit.

Stúdióbeszélgetés esetén nagy hangsúlyt kell fektetni a bevilágításra – erre a folyamatra kellő időt célszerű kalkulálni. Be kell állítani a technikai berendezéseket, szinkronba hozni a kamerák képeinek színét és fényerejét, hangpróbát kell tartani.

Amikor a vendég megérkezik, a stúdió felvételre kész állapotban van. Kezds előtt még egy utolsó egyeztetés zajlik a vendéggel, majd a rendező indítja a felvételt!

A beszélgetés alatt a képvágó a megfelelő kamera képét vágja be, lehetőség szerint azt mutatva, aki beszél, változatosság céljából variálva totálképpel vagy a mozgó kamerák képeivel. A beszélgetés végén a műsorvezető megköszöni a vendégnek a jelenlétet, és ha a beszélgetés vége egybeesik a műsor végével, akkor elköszön. Nem kelnek fel azonnal, csak amikor a rendező jelzi, hogy leállt a felvétel.

Ha nem élőadás, a szerkesztő instrukciói alapján a vágó elvégzi az utómunkákat, feliratozza, főcímmel látja el a műsort. A kész műsort az adáslebonnyolító technikus az adáslebonnyolító berendezés segítségével juttatja el a televíziókészülékek képernyőjére.



A felülnézeti ábra a kamerák elhelyezésének egy lehetséges módját mutatja, amennyiben 2+1 (két vendég + egy műsorvezető) alakos stúdióbeszélgetést kell rögzítenünk 3 kamerával. Így a képvágó egy totálképet váltogathat 3 féle közeli képpel.

Felhasznált irodalom

- *A BBC irányelvei tájékoztató műsorok készítéséhez.* Magyar Televízió, 1990.
- Bajomi-Lázár Péter: *Média és társadalom.* Antenna-könyvek sorozat, PrintX-Budavár Zrt. és a Média kutató Alapítvány közös kiadása, 2008.
- B. Bernát István: *A képernyő bővületében – a televízió. A hírek.* In: B. Bernát István, Pais Károlyné Rétfalvi Györgyi, Szilágyi Erzsébet, Turi László: *Média, kultúra, kommunikáció.* Libri Kiadó, Budapest, 2012.
- Bernáth László (szerk.): *Műfajismeret.* Sajtókönyvtár, Sajtóház Kiadó, 1995.
- Domokos Lajos: *Press. A nyomtatott és az elektronikus újságírás elmélete.* Tele-schola, OMIKK, Domokos Press & PR Bt., Budapest, 1994.
- Fábián Zsuzsanna: *A hatásos beszéd mestersége.* Beszédtechnikai gyakorlat- és szöveggyűjtemény. Grafotip Kft., 2005.
- *Film- és médiafogalmak kishoztára.* Korona kiadó, Budapest, 2002.
- Hernádi Sándor: *Beszédművelés.* Osiris Kiadó, 1996.
- Horvát János: *A televíziós újságírás alapjai. A televíziós hírek.* In: Bernáth László (szerk.): *Műfajismeret.* Sajtókönyvtár, Sajtóház Kiadó, [é. n.]
- Horvát János: *Televíziós ismeretek.* Média Hungária Kiadó, 2000.
- Miskolczy Csaba: *Képernyők (h)arca. Tudósítás Digitániából, a televízió, az internet és a mobil világából.* HVG Kiadó Zrt., Budapest, 2008.
- Pikó András – Wisinger István – Zöldi László: *Általános médiaismeret.* Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs, 2007.
- Szabó Gábor: *Filmes könyv. Hogyan kommunikál a film?* Ab Ovo, 2002.
- Szigethy András: *A riport.* In: Bernáth László (szerk.): *Műfajismeret.* Sajtókönyvtár, Sajtóház Kiadó, [é. n.]
- Vagyóczy Tibor (szerk.): *Kézikönyv film & tv alkotóknak.* Magyar Operatőrök Társasága (HSC), 2009.

INTERNETES FORRÁSOK:

- *2010. évi CLXXXV. törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról.* http://net.jogtar.hu/jr/gen/hjegy_doc.cgi?docid=A1000185.TV (Letöltés ideje: 2015.02.15.)
- Forgó Sándor – Tóth Tibor: *Médiumismeret II.* Az Eszterházy Károly Főiskola digitális tananyaga, 2011.
http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0005_27_mediumismeret_ii_s_corm_07/35_a_gpllsok.html (letöltés ideje: 2015.02.10.)
- *Hangosság.* Wikipédia szócikk.
<https://hu.wikipedia.org/wiki/Hangosság%C3%A1g> (letöltés ideje: 2016.02.03.)

- *Hirügynökség*. Wikipédia szócikk.
<http://hu.wikipedia.org/wiki/H%C3%ADr%C3%BCgyn%C3%B6ks%C3%A9g>
(letöltés ideje: 2014.09.19.)
- *Kézikönyv a filmalkotások korhatár szerinti megjelölésének feltételeiről és a korhatár besorolási kategóriák feltüntetésének módjairól*.
http://nmhh.hu/dokumentum/3729/guide_korhatar_rendelet.pdf (letöltés ideje: 2016.03.10.)