

Pusztai Virág

TELEVÍZIÓS MŰSORKÉSZÍTÉS



Pusztai Virág

# TELEVÍZIÓS MŰSORKÉSZÍTÉS



Juhász Gyula Felsőoktatási Kiadó  
Szeged, 2020

A jelen kötet Pusztai Virág 2017-ben megjelent,  
*A televíziós műsorgyártás és műsorszerkesztés gyakorlati alapjai* című könyvének  
átdolgozott és jelentősen kibővített változata.

Szöveggondozó:  
*Horváthné Szélpál Mária*

A kötetben szereplő fotókat készítette:  
*Rácz Szabó Viktor*

ISBN 978-615-5946-21-9

© Pusztai Virág, 2020  
© Juhász Gyula Felsőoktatási Kiadó, 2020  
Fotó © Rácz Szabó Viktor, 2020

# TARTALOM

<i>Előszó</i> .....	7
<b>I. A TELEVÍZIÓS MŰSORGYÁRTÁS KIINDULÓPONTJAI</b> .....	<b>11</b>
I.1. Mi a televízió, és milyen funkciói vannak? .....	11
I.2. A televíziós műsorkészítéshez szükséges kompetenciák .....	16
I.3. A televízió személyzeti struktúrája – Ki kicsoda a televíziónál? .....	22
I.4. A televízió műsorstruktúrájának kialakítása .....	37
I.5. A stúdió és a szerkesztőség kialakítása, felszerelése .....	45
I.6. A televíziós munkát segítő dokumentumok .....	50
<b>II. A TELEVÍZIÓZÁS MOZGÓKÉPTECHNIKAI ALAPJAI</b> .....	<b>59</b>
II.1. A camera obscurától a digitális mozgóképrögzítésig .....	59
II.2. A mozgóképrögzítő eszközök felépítése és beállítása .....	62
II.3. A mozgóképrögzítő eszköz és az objektív megválasztása .....	67
II.4. A képkomponálás alapfogalmai. A plánok .....	72
II.5. Kameraállások, kameramozgások .....	80
II.6. Hangrögzítés a televíziózásban .....	86
II.7. Az interjúbeállítás .....	90
II.8. A világítás alapjai .....	94
II.9. A televíziós vágás alapjai .....	98
<b>III. A TELEVÍZIÓS MŰSORSZERKESZTÉS ALAPANYAGA:</b>	
<b>AZ INFORMÁCIÓ</b> .....	<b>107</b>
III.1. Az információáramlás alapfogalmai .....	107
III.2. Az információáramlás folyamata és szereplői .....	111
III.3. Közérdeklődés, célközönség, hírérték, aktualitás .....	115
III.4. A témaválasztás felelőssége .....	119
III.5. Az információs hálózat kiépítése .....	124
III.6. További információszerzési és témaválasztási módszerek .....	127
III.7. A háttérinformációk összegyűjtése, a háttéranyagok összeállítása .....	130
III.8. A forráshoz való viszony és az információk felhasználása .....	133

---

<b>IV. A TELEVÍZIÓS MŰSORSZERKESZTÉS .....</b>	<b>137</b>
IV.1. Hogyan lesz az információból televíziós anyag? .....	137
IV.2. A televíziós dramaturgia és a szerkesztett televíziós anyag felépítése .....	143
IV.3. A riporteri szereplés mint dramaturgiai elem .....	150
IV.4. A hangharapás-technika és a megfelelő interjúrészletek kiválasztása .....	151
IV.5. A narrátorszöveg szerepe és megírása .....	157
IV.6. A felkonferáló szövegek megírása .....	161
<b>V. A NYILVÁNOSSÁG KÉPVISELETÉBEN</b>	
<b>- A RIPORTERI ÉS A MŰSORVEZETŐI MUNKA ALAPJAI .....</b>	<b>163</b>
V.1. A riporteri és a műsorvezetői munka hasonlóságai és különbségei .....	163
V.2. Kérdéstechnika .....	164
V.3. A riporter feladatai, megjelenése, magatartása .....	166
V.4. A műsorvezető feladatai, megjelenése, magatartása .....	169
V.5. A nyilvános megszólalás alapjai, a műsorvezető testtartása és arcjátéka .....	173
V.6. A műsorvezető beszédmódja, beszédstílusa .....	176
<b>VI. TELEVÍZIÓS FORGATÁSOK, HELYZETEK</b>	
<b>ÉS NÉHÁNY MŰFAJI SAJÁTOSSÁG .....</b>	<b>181</b>
VI.1. Az eseményrögzítés és az eseményközvetítés – Az élő adás .....	181
VI.2. A stúdióbeszélgetések felvétele .....	184
VI.3. Forgatás a sajtótájékoztatón .....	188
VI.4. A híradó .....	192
VI.5. A magazinműsorok kihívásai .....	197
VI.6. A dokumentumfilmek műfajok kihívásai .....	199
VI.7. A televíziós riport .....	202
<i>Felhasznált irodalom .....</i>	<i>207</i>

## ELŐSZÓ

Noha sokan már jó ideje kongatják a halálharangot a televízió felett, a televíziócsatornák száma egyelőre nem csökken, sőt, inkább növekszik. Ezzel együtt természetesen egyre fokozódik az internet – a streaming szolgáltatások, a videómegosztó oldalak, a közösségi média és a különféle alkalmazások – révén látható mozgóképes tartalmak jelentősége is. E változások mellett nem szabad elmenni. Fontos azonban látni, hogy ezekből nem következik az, hogy a jövőben ne lenne szükség jól képzett szakemberekre a mozgóképgyártás folyamatához! Attól még, hogy ma bárki képes arra, hogy videókat készítsen, és eljuttassa azokat a nyilvánosság színtereire, még szükség van a profikra is, akik képesek kielégíteni azon nézők igényeit, akik fontosnak tartják a magasabb esztétikai minőséget, az igényesebb nyelvezetet, a pontos és ellenőrzött információkat, a szelesebb rálátást, és nem utolsósorban a tények és a vélemények szétválasztását.

A médiával kapcsolatos szakmák iránt az ezredforduló óta nagy az érdeklődés, és 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 közízlésre, és formálja az emberek értékrendjét.

A kommunikáció és médiatudomány ma népszerű és dinamikusan fejlődő terület. Újabb és újabb kutatások, elméletek születnek a média működési mechanizmusaival, szociológiai és pszichológiai hatásaival, etikai dilemmáival 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 tartalom szerkesztés 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. Magyar nyelvű, a televíziós műsorszerkesztéshez támpontokat adó szakirodalomból különösen nagy hiány tapasztalható.

E hiány mögött ott lappang az a súlyos probléma, hogy a hazai televíziós szakmának nincsenek általánosan használt, letisztult, pontos fogalmi. Ahány televízió, annyiféle műsorgyártási folyamat, struktúra, szerkesztési iskola és módszer. Más és más szavakat használnak az eszközök, a műsorelemek, a folyamatok megjelölésére. Hivatalos szak kifejezések nincsenek, a televíziós szleng pedig sokrétű és szerteágazó. 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 televíziós műsorgyártás területén. A másik ok az, amire az első bekezdés utalt: a terület állandó változásban van. A technikai fejlődés szédületes iramot diktál, mellyel párhuzamosan változnak a befogadói igények is. 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. Lehet, hogy a *televíziós műsorkészítés* helyett is ma már pontosabb lenne a *nem-fikciós audiovizuális médiatartalom-készítés* kifejezést használni, noha ez olyan hosszú és bonyolult, hogy aligha fog elterjedni. (A nem-fikciós jelzőt viszont fontos hangsúlyozni, hiszen a fikciós filmkészítés egy teljesen más ismereteket igénylő terület, amely mellett a valóság mozgéképes dokumentálásával foglalkozó szakmáknak az új körülmények között is meg kell határozniuk önmagukat.)

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? Értéktörzés és dokumentálás? Netán nevelés és közízlésformálás? 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 presztízsűnek 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 műsor-szerkesztés gyakorlatának fogalmait, szakkifejezéseit, szabályait, kategóriáit lefektetni és elsajátítani? A jelen kötet készítője hiszi, hogy igen. Ahhoz, hogy a televízió (mind hagyományos, mind megújuló formáiban) a szórakoztató funkció mellett a jövőben is megtarthassa tájékoztató, ismeretterjesztő, horizonttágító funkcióját, hogy gyarápíthassa a megfelelő információk birtokában felelős döntésekre képes, tehát a demokráciára alkalmas és érett állampolgárok számát, szükség van kiindulópontokra.

A fent felsorolt nehézségekből következik, hogy e kötet nem vállalkozhat örökérvényű kategóriák, definíciók, rendszerek felállítására. A benne foglaltak akár néhány év alatt elévülhetnek. Nem azzal a céllal íródott, hogy lefektesse, hogyan kell működni ideális esetben a televíziós műsorgyártásnak, csupán arra vállalkozik, hogy képet adjon arról, hogy a XXI. század első felében milyen alapvető ismeretekre van szükség az általános, hazai gyakorlat során. Azon belül is elsősorban az információs, ismeretterjesztő, elemző, feltáró és dokumentáló célú műsorokkal foglalkozik. A szórakoztató- és show-műsorok,

a vetélkedők, a különleges szervezési igényű szuperprodukciók, a licenszműsorok, a promóciós műsorok, valamint a tévéjátékok és fikciós tévésorozatok gyártása nem, illetve csak érintőlegesen képezik tárgyát a kötetnek. Fő célja az, hogy bemutassa a szerkesztett-vágott televíziós anyagok elkészülési folyamatát, e folyamat feltételeit, szereplőit, eszközeit. Támpontokat 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 másfél évtizedet töltött el a televíziózásban mint szerkesztő-riporter, műsorvezető és felelős szerkesztő. A szerző igyekezett minél több kollégát megkérdezni a bevett metódusokról, a szak kifejezések tartalmáról és használatáról, és kísérletet tesz ezek 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 lezártaknak, a felhozott témákhoz bizonyára még sokan sok mindent hozzá tudnának tenni. A szerző azonban reméli, hogy összeállításával hozzájárulhat az oly hiányos hazai televíziós szakmai párbeszédhez vagy akár vitához.



# I. A TELEVÍZIÓS MŰSORGYÁRTÁS KIINDULÓPONTJAI

## I.1. Mi a televízió, és milyen funkciói vannak?

### TELEVÍZIÓ A XXI. SZÁZADBAN?

Már a múlt évezredben is három különböző dolgot értettünk a „televízió” kifejezés alatt. Egyfelől azt a dobozt jelölte, amely a szekrény sor közepén állt, antennával vagy kábelen fogtuk be az adását, és ablakot nyitott nekünk a világra. Másfelől egy csatornát érthetünk alatta, harmadrészt pedig az ahhoz tartozó orgánumot, intézményt, ahol szakemberek készítették a műsorokat.

Mára valamennyi értelmezés relativizálódott: már nemcsak a dobozban látunk tévéadásokat, hanem laptopunk, tabletünk, okostelefonunk képernyőjén, akár egy közösségi oldal linkjére kattintva, vagy egy appot megnyitva. A médiatársaságok párhuzamosan több csatornát is működtetnek, mind a szó hagyományos értelmében, mind pedig beleértve a különféle újmédiás platformokat, weboldalakat, közösségi oldalakat, videómegosztó csatornákat, streaming szolgáltatásokat, alkalmazásokat, műsортárakat. A tartalmakat pedig adják-veszik, sok esetben a csatornától teljesen független alvállalkozói csoportok készítik őket, és az sem ritka, hogy amatőr felvételeket jászanak be.

Voltak, akik már az ezredforduló előtt temetni kezdték a televíziót, mondván, hogy az „ómédiához” tartozik, s a nyomtatott sajtó után ezt is a múzeumba száműzi majd az újmédia. Ám nem egészen ez történt. A televízió nem szűnt meg, csak átalakult. Fogalma már nem kötődik olyan erősen a lakás díszhelyén álló dobozhoz (ami egy ideje már sokkal inkább tábla), nem csak abban és nem csak az adás sorrendjében nézhetünk mozgóképes tartalmakat. Minden, magára valamit adó hagyományos televízió-csatornának van webes felülete és közösségi oldala is, amelyre nemcsak a sugárzott műsorait tölti fel, hanem különféle kiegészítő tartalmakat is. A hagyományos televíziózás az adatbázis-szerűen böngészhető tartalomtárak irányába mozdul.

Arra viszont változatlanul igény van, hogy legyenek olyan szakemberek, akik képesek érdekes, változatos és informatív tartalmak előállítására, amelyek mind a verbalitás szintjén, mind képi világukat illetően igényesek és magas minőséget képviselnek. Igaz, hogy sokan vannak, akiket kielégítenek a fikciós és a szórakoztató tartalmak: a filmek, sorozatok, vetélkedők, realityk. De azoknak, akik kíváncsiak rá, mi történik szűkebb és tágabb környezetükben, melyek azok a történések, események, folyamatok, amelyek közvetlenül is kihatnak a sorsukra, azok számára meg kell adni a lehetőséget, hogy tájékozódjanak ezekről – lehetőleg objektivitásra és pártatlanságra törekvő, a szakmai és etikai irányelveket betartó munka révén. Egy ilyen ambíciók mentén működő műsor-készítés lehet az alapja annak a televíziózásnak, amelyre mindig szükség lesz.

## **A MÉDIA FUNKCIÓI**

A televíziós műsorkészítési folyamatok résztvevőinek mindenekelőtt meg kell ismerniük azokat a funkciókat, amelyeket munkájukkal szolgálnak. Ez elősegíti, hogy a munkavégzés tudatos legyen, a készítőik átérezzék munkájuk társadalmi hatását és az azzal járó felelősséget.

Társadalmi szerepét illetően a médiának hagyományosan 7+1 alapvető funkcióját különböztethetjük meg. Ezek közül az első hét a befogadó igényeire alapoz, ideális esetben a nézői/hallgatói/olvasói elvárásokat elégíti ki. Az utolsó funkcióról, a rábeszélésről ez nem feltétlenül mondható el – sőt, többnyire inkább zavarja a nézőt –, ám sajnos a médiapiac működésének nélkülözhetetlen velejárójává vált. Elemezzük részletesebben is e funkciókat!

### **1. Tájékoztatás**

A tájékoztatás a média egyik legalapvetőbb, legelemibb funkciója. Nem túlzás azt állítani, hogy a médiát és a tömegkommunikációs eszközöket a tájékoztatás igénye hívta életre, hiszen már az első, kézzel írott újságlevelek is abból a célból készültek, hogy tájékoztassák a nyilvánosságot bizonyos, sokakat érintő eseményekről. A televíziózásban is óriási szerepet játszik, a hírcsatornák például kifejezetten erre a funkcióra építkeznek.

E funkció a valóság tényeire alapoz, a minket körülvevő világ aktuális folyamatait igyekszik bemutatni. A tájékoztatás elsősorban a hír és hírháttér műfajú műsorok, az úgynevezett információs műsортípusok révén valósul meg.

A modern demokráciák számára alapvető jelentőségű az információhoz való jog. A média által nyújtott tájékoztatás a demokrácia működésének alapja, hiszen csak megfelelő mennyiségű információ birtokában képesek az állampolgárok felelősségteljes döntéseket hozni egy-egy választás, népszavazás vagy társadalmi megmozdulás alkalmával. Ehhez azonban fontos, hogy a tájékoztatás objektív, kiegyensúlyozott, pártatlan legyen.

### **2. Ismeretterjesztés**

A média ismeretterjesztő funkciója a tudományos ismeretek közérthető formában való átadását célozza. Míg a tájékoztatás mindig aktuális, a nézőket érintő, sorsukat befolyásoló események, jelenségek hírének adja át, addig az ismeretterjesztés általános műveltségi anyagot, a világ jelenségeivel kapcsolatos, de nem időhöz kötött tudást (pl. természettudományos, egészségügyi, történelmi, informatikai, gasztronómiai, művészeti stb. ismereteket) ad át. E funkció azért fontos, mert bővíti a befogadók ismereteinek körét, tágítja horizontjukat, műveltebbé teszi őket. Az ismeretterjesztés történhet a kifejezetten ismeretterjesztőnek nevezett műsorok és csatornák által, de beépülhet a szórakoztató műsorokba is.

### 3. Szórakoztatás

A szórakoztatás ugyancsak „ősi” funkciója a médiának, hiszen már az első sajtótermékek készítői felismerték, hogy az újságokban a tájékoztatás lehetősége mellett hatalmas potenciál rejlik a szórakoztatásban is. E funkció később egyaránt fontos küldetése lett a rádióknak és a televízióknak. Kialakultak azok az újságok, rádió- és tévéműsorok, amelyek elsődleges (és sokszor egyetlen) célja a szórakoztatás.

Az igényes szórakoztatás létjogosultságát nem vitathatjuk el. Nem mindegy azonban, hogy a média milyen színvonalon működteti e funkciót. Napjaink televíziózásának az egyik központi problémája éppen az, hogy a szórakoztató műsorok alparívá váltak a nézettség hajszolása közben, és nem az igényes, hanem a legigénytelenebb közönség-reteg elvárásaihoz húzták le az általános nívót.

A másik problémát pedig az jelenti, hogy a szórakoztató funkció nem korlátozódik a különféle show-műsorokra, vetélkedőkre, tehetségkutatókra, filmekre és sorozatokra, hanem begyűri azokra a területekre is, amelyeken nincs keresnivalója: egyre többször érhető tetten, hogy a hírek, tudósítások szerkesztésénél is nagyobb szerepet játszik a szórakoztató potenciál, mint a tények objektív kezelése, az információk megfelelő súlyozása. Ezt a jelenséget nevezik úgy, hogy **infotainment**. Az angol eredetű szóösszetétel az *információ* és *szórakoztatás* (*information* és *entertainment*) szavakból tevődik össze, az információ szórakoztató formában történő átadására utal. Ez akkor okoz károkat, ha a szórakoztatóvá tétel miatt torzul az információ, vagy ha a lényeges, de nem elég szórakoztatónak ítélt információk nem jutnak el a nézőkhöz. E probléma nem újkeletű, rámutatott többek között Neil Postman amerikai médiateoretikus is 1985-ös, *Amusing Ourselves to Death* (*Halálba szórakozzuk magunkat*) című könyvében, melyben így fogalmaz: „Amikor azt állítom, hogy a televíziós hírműsor szórakoztat, de nem informál, sokkal komolyabban mondom annál, mint hogy meg vagyunk fosztva az autentikus információtól. Azt mondom, hogy elveszítjük annak tudását, hogy mit jelent jól informálnak lenni. A tudatlanságon mindig lehet segíteni, de mit tehetünk, ha tudásnak gondoljuk a tudatlanságot?”<sup>1</sup>

### 4. Fórum biztosítása a társadalmi párbeszédhez

A média a legkülönbözőbb társadalmi problémakörökben teret ad a döntéshozók, a szakértők és az érintettek vitáinak, eszmecseréinek, véleménycseréinek, lehetővé teszi a különféle álláspontok egymás mellé sorakoztatását. Ezáltal lehetőséget ad arra, hogy kiderüljön, az egyes közösségek vagy érdekcsoportok hogyan viszonyulnak egy-egy témához. E fontos funkció lehetővé teszi, hogy a vitás kérdésekben új szempontok,

---

<sup>1</sup> Postman, Neil: „Váltsunk témát...” Részlet a szerző *Halálba szórakozzuk magunkat* c. könyvéből. In: Gelencsér Gábor (szerk.): *Képkorszak. Szöveggyűjtemény*, Korona Kiadó, Budapest, 1998. 315.

nézőpontok bukkanhassanak fel. Segíti a társadalmi párbeszéd kibontakozását, az egyes problémakörök árnyalását, ezáltal hozzájárul a konszenzusokhoz.

Sajnálatos módon a televíziók képernyőin egyre kevesebb vitát látunk. Ritkán hívnak meg egy időpontra ellentétes nézeteket valló politikusokat vagy szakembereket, és ha ezt meg is teszik, azok ritkán vállalják a vitákban való részvételt, attól tartva, hogy ők bizonyulnak majd népszerűtlenebbnek. Inkább mindenki a hozzá közel álló csatornán fejt ki az álláspontját. A várakozásokkal ellentétben az újmédia sem nyitott megfelelő teret az árnyalt társadalmi párbeszédnek, legtöbbször inkább ún. *véleménybuborékokban*<sup>2</sup> tartja a felhasználókat.

## 5. Szocializáció

Szocializáció az a folyamat, melynek révén a személy viselkedése úgy módosul, hogy megfeleljen az őt körülvevő csoport elvárásainak, képes legyen közösségben élni. A hagyományos szocializációs terepek (családi, baráti, egyházi, iskolai, munkahelyi közösségek) részben elvesztették korábbi jelentőségüket. Mivel az emberek – köztük a gyerekek – médiával töltött ideje jelentősen megnőtt, így a szocializálás felelőssége nagyban a médiára hárult. Tapasztalataink egyre nagyobb hányadát a médiából nyerjük, így sok esetben olyannak látjuk a valóságot, amilyennek a mozgóképek megmutatják. A televízió is erőteljesen kiveszi a részét a társadalmi beilleszkedéséhez szükséges normák, magatartásminták, értékek és ismeretek közvetítéséből. Amit gyakran látunk és hallunk, az beépül gondolkodásunkba, viselkedésünkbe, ízlésvilágunkba. A kérdés az, hogy a médiatartalmak előállítói mennyire hajlandók szembenézni ezzel, átértékelik-e az ezzel járó felelősséget.<sup>3</sup>

## 6. Kultúrák közvetítés, értékteremtés

A média által jobban megismerhetjük a saját kultúránkat, a velünk élő kisebbségek értékeit, a mellettünk élők hagyományvilágát, távoli kultúrák vonásait vagy azokat a globális értékeket, amelyek mindannyiunk számára fontosak lehetnek. A televízió képes eljuttatni a nézőihez egy tágabb vagy szűkebb közösség, társadalmi csoport, nemzet vagy vallás kulturális értékeit. Azáltal, hogy ezeket a megfelelő formába önti, műsorokat, filmeket készít a hiteles bemutatásuk érdekében, maga is értéket teremt.

E funkciót a közszolgálati médiának kötelessége felvállalni. A kereskedelmi média ma már ritkán vállalkozik direkt módon a művészet- és kultúrák közvetítésre, félve attól, hogy nézőtábort veszít – hiszen a nézőik már hozzászoktak az olyan szórakoztató

<sup>2</sup> Véleménybuboréknak nevezzük azt a jelenséget, amikor valaki csak a számára szimpatikus forrásokból, egy lezúkított tematikán belül tájékozódik. A közösségi média algoritmusai ráerősíthetnek erre, ha a korábbi keresések alapján olyan tartalmakat kínálnak fel, amelyek szintén a kedvelt forrásokból és témakörökből származnak. Ez akkor jelent komoly problémát, ha a tartalomfogyasztó ezzel nincs tisztában, és azt gondolja, széles körű tájékozódással alakítja ki a saját véleményét.

<sup>3</sup> Bővebben lásd: Kósa Éva: *A médiaszocializáció kezdetei*. In: Kósa Éva (szerk.): *Médiaszocializáció*. Wolters Kluwer, Budapest, 2015. 11–50.

tartalmakhoz, amelyekkel nem kell szellemi munkát végezni, nem igénylik, hogy a befogadó gondolkodjon rajtuk. A kulturális és művészeti értékek befogadása viszont igényel bizonyos értelmi és érzelmi erőfeszítéseket, szükség van hozzá az elemi kíváncsiságra, tudásvágyra. Ennek kapcsán is felmerül a média világának egyik legnagyobb dilemmája: a kínálatnak a kereslethez kell alkalmazkodnia, és olyanná kell válnia, ami az embereknek tetszik? Vagy meg kell próbálnia formálni az igényeket, mintát és példát mutatni, kockáztatva ezzel, hogy elveszíti a közönségét?

## 7. Dokumentálás és archiválás

A média magára vállalhatja azt a szerepet, hogy megörökíti, dokumentálja a társadalom vagy egy közösség jelentős pillanatait, fontos eseményeit, majd az így keletkezett írásos és (mozgó)képes anyagokból archívumot hoz létre. Megőrizheti az utókor számára a valóság meghatározó pillanatait, és a dokumentumokat hozzáférhetővé teheti a kutatók számára, hogy később felhasználhatók legyenek pl. tudományos munkák, tananyagok vagy éppen dokumentumfilmek összeállításához. A közszolgálati médiaszolgáltatóknak ez kötelessége is, az adófizetők és az állam a fenntartásért cserébe elvárják ezt. Fontos feladat az archívum gondozása, megóvása, frissítése, esetlegesen új, korszerűbb hordozókra történő átvitele (digitalizálás) a hozzáférhetőség érdekében.

### +1 A rábeszélő funkció

Ahogy a hatalmi-politikai szféra már a kezdetekkor meglátta a televízióban azt a lehetőséget, amely hozzásegítheti nézetei népszerűsítéséhez, úgy az üzleti-vállalkozói szféra számára is gyorsan nyilvánvalóvá vált, hogy lehetővé teszi termékei és szolgáltatásai eladását.

A rábeszélő funkció az utóbbi területen érhető tetten a legnyilvánvalóbb formában, hiszen amikor reklámot nézünk, tudatában vagyunk annak, hogy épp meg akarnak győzni minket valamiről, és rajtunk áll, engedünk-e neki. Épp ezért reklámot ma már csak reklámblokkban, a műsoroktól elkülönítve lehet vetíteni.

A történelem folyamán azonban az üzleti mellett számos esetben megjelent a politikai, világnézeti propaganda is a televízióban. A totalitárius médiarendszerekben egészen nyílt formában is dicsőítették az aktuális hatalmat. Burkolt formában azonban napjainkban is tetten érhetők a fogyasztók világnézetét formálni igyekvő törekvések, foganjanak akár a liberalizmus, a globalizáció és a „*political correctness*”,<sup>4</sup> akár a genderelmélet vagy a zöld gondolat, akár a konzervatív, az antiglobalista vagy épp a nacionalista vagy anarchista megközelítések talaján.

---

<sup>4</sup> Az angol kifejezés olyan nyelvezetet, viselkedést, eszmét jelöl, amely igyekszik minimalizálni az egyes vallási, etnikai, kulturális vagy egyéb közösségek megsértését. A magyar közbeszédben politikai korrektségként emlegetik, vagy a rövidítését használják (PC, kiejtve „píszí”). Pártolói szerint ez szavatolja a civilizált eszmecsereket, kritikusai szerint viszont egyre több mindenre kiterjesztett alkalmazása magában hordozza azt a veszélyt, hogy már semmit sem lehet a nevénevezni, a túlzott óvatosság miatt lehetetlenné válik bizonyos témák megvitatása.

A televízió története folyamán kialakította a maga retorikai, érvelési, argumentációs módszereit, és ugyancsak tekintélyes eszköztárat alakított ki a különféle manipulációs technikákból.<sup>5</sup> Épp ezért sürgetik egyre többen ezen eszköztárak megismertetését, a médiaműveltség és a tudatos médiafogyasztás előmozdítását.

Nyilvánvalóan erőteljes hatással vannak a közgondolkodásra a média által közvetített eszmék, épp ezért fontos, hogy ne egyféle nézetrendszert sulykoljon a televízió, hanem az álláspontok minél szélesebb spektrumával találkozzon a néző. Ám nagyon nehéz megállapítani, meddig tart a jószándékú befolyásolás, meggyőzés, és hol kezdődik a manipuláció. Azt például nem érezzük problémának, ha az egészséges és környezettudatos életmód követésére buzdít a média, de azt már igen, ha ennek örvén politikai állásfoglalásra késztet. A direkt manipulációs eljárásokat valamennyire kordában tartják a médiatörvények és az etikai kódexek, ám olyan szabályozást alkotni lehetetlen, amely minden befolyásoló tényezőtől megóvja a nézőt. Ezért van szükség a szakmailag magasán kvalifikált, fejlett társadalmi felelősségérzettel és erkölcsi érzékkel rendelkező médiaszakemberekre.

## I.2. A televíziós műsorkészítéshez szükséges kompetenciák

### A TELEVÍZIÓS SZAKMA MÍTOSZAI

A médiában végzett munka iránt óriási az érdeklődés. Sokan dédelgetnek olyan álmokat, hogy újságírók legyenek, képernyőn szerepeljenek, vagy kamerával a kezükben keressék a kenyerüket. Úgy tűnik azonban, sokkal többen indulnak el ezen az úton, mint ahány emberre valóban szükség van a médiapiacon. A képernyő előtt ülve talán egyszerűnek látszik a televízióban folyó munka, pedig sokan és sokat dolgoznak egy-egy percnyi igényes tartalom előállításán. Tudni kell azt is, hogy a közhiedelemmel ellentétben a televíziós szakma nem a hatalmas összegű bérekről szól. Még az országosan ismert képernyős személyiségek sem keresnek vagyionokat. Legfőbb motivációjuk jellemzően nem a pénz, hanem jó esetben az elhivatottság, rosszabb esetben pedig a hírnév és az exhibicionizmus. És az utóbbihoz kapcsolódik a másik közkeletű tévhit, amely szerint az a „tévés”, akit a képernyőn látunk. A laikusok egy része talán még az operatőr és a vágó szerepével úgy-ahogy tisztában van, de arról általában fogalmuk sincs, hogy a szerkesztők munkáján múlik a legtöbb. Ez a munkakör pedig végképp nem jellemezhető azzal, hogy könnyű és egyszerű volna.

Ugyanakkor – a túlkínálat ellenére – jó szakemberekre mindig szükség van! Hiába sok az aspiráns, azt nem lehet kijelenteni, hogy a televíziók, médiavállalkozások dűskálnának

---

<sup>5</sup> Lásd pl. Aczél Petra: *Médiaretorika*. Magyar Mercurius, Budapest, 2012.

a megfelelő jelentkezőkben. Gyakran hangzik el a panasz, hogy nehezen találnak olyan munkatársat, akinek megvan a megfelelő képzettsége, munkabírása, hozzáállása, ugyanakkor kellőképp művelt és tájékozott a közügyekben. Az utóbbiak nélkül azonban nem lehet műsort készíteni, az általános tájékozódást talán csak a bulvár legkevésbé igényes műhelyeiben lehet megúszni, és ott is csupán ideig-óráig.

Fontos tudni azt is, hogy nem minden frissen végzett, tapasztalatlan fiatalat várnak tárt karokkal az országos csatornák. Az apróhirdetések között sem igen találunk olyan állásajánlatokat, amelyek teljes munkaidős foglalkoztatást és jó fizetést ajánlanak számukra valamely televíziónál. Kezdetben valószínűleg alkalmi műsorkészítői munkákkal, egy-egy megrendelt mozgóképes anyaggal kell bizonyítani, és e megbízások sem jönnek házhoz! Viszont, ha ezekkel sikert aratunk, jöhetnek akár komolyabb megrendelések is. (A referencia általában nagyobb súllyal esik a latba, mint a végzettséget igazoló papír.) És természetesen attól sem szabad visszariadni, hogy egy-egy kisebb helyi vagy regionális televíziónál szerezzünk munkatapasztalatot, amelynek birtokában tovább lehet lépni! Ahogy a legtöbb szakmára, úgy erre is igaz, hogy kezdetben az anyagi ellenszolgáltatásokhoz képest jóval több időt és energiát kell ráfordítani ahhoz, hogy elindulhassunk a karrierépítés útján.

### **KIKBŐL LEHET „TÉVÉS”?**

Mielőtt valaki úgy dönt, hogy vállalja a műsorkészítő szakma kihívásait, érdemes némi önvizsgálatot tartania, hogy kiderítse, vajon megvannak-e benne az ehhez szükséges képességek és motivációk! E kötet a következőkben részletesen is taglalja majd, hogy pontosan milyen munkakörökből áll a „tévés” szakma, és kinek milyen feladatokat kell ellátnia. Alapvetően két nagyobb csoportot különíthetünk el. Az egyikbe a szerkesztők, riporterek, műsorvezetők tartoznak, akik mindenekelőtt a verbális tartalomért felelnek. A másik csoportba a kameramanok, operatőrök, vágók, akik inkább a formaadásért, a képi megjelenítésért tartoznak felelősséggel. E két terület értelemszerűen eltérő kompetenciákat igényel. A verbális tartalom felelőseinek munkája inkább a bölcsészet területéhez kapcsolódik, „humán” műveltség, tájékozottság szükséges hozzá. 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 informatikai kompetenciákkal, technikai érzékkel kell rendelkezniük, és persze fontos a vizuális művészetekben való jártasság, a szépérzék, az arányérzék, a ritmusérzék.

A továbbiakban tekintsük át, hogy melyikhez milyen készségekre, képességekre van szükség. A területi bontás előtt azonban kezdjük a legfontosabbal, amely nélkül egyetlen televíziós munkakör sem látható el: ez a tájékozottság!

## **A LEGFONTOSABB HOZZÁVALÓ: A TÁJÉKOZOTTSÁG**

Az ember mindig tud valamennyit csiszolni a meglévő képességein. De ha nincs meg benne a hajlandóság arra, hogy folyamatosan tájékozódjon a szűkebb és tágabb környezetét érintő eseményekről és jelenségekről, akkor egészen biztosan nincs keresnivalója a médiaszakmákban. A naprakész tájékozottság alapvető követelmény, hiszen nélküle azt sem tudjuk, hogy mit kellene tudnunk, vagyis milyen információkért kell nyeregbe szállunk ahhoz, hogy azokat közvetíthessük a nézőink felé.

A tájékozottság megszerzésének előfeltétele a minél kiterjedtebb általános műveltség, helyismereti jártasság, amelyre rá lehet építeni az aktuális, napi információkat. Az újságírók, szerkesztő-riporterek kötelessége, hogy állandóan figyeljék a helyi és az országos sajtó, tisztában legyenek a nagyvilágban zajló eseményekkel.

### **A tájékozottság mint szükséglet**

A tájékozott ember könnyebben átlátja helyzetét és lehetőségeit, képes önálló vélemény kialakítására, így jobb eséllyel képes uralni a saját sorsát, mint tájékozatlan társai – a tájékozatlan ember nem képes megalapozott döntéseket hozni, nem maga alakítja életének eseményeit, csupán sodródik. A tájékozott ember esélyt kap arra, hogy az eseményekre rálátást szerezzen, vagy akár beleszólást azok alakulásába – a tájékozatlan ember csupán elszenvedti a mások által hozott döntéseket.

A demokrácia működésének alapja, hogy az emberek élnek a jogaikkal és eleget tesznek állampolgári kötelezettségeiknek. Ahhoz, hogy egy állampolgár képes legyen felelősségteljes döntéseket hozni, fontos, hogy tisztában legyen azzal, milyen elvek, csoportok, intézkedések mellett teszi le a voksát. A demokrácia önálló gondolkodásra képes, szuverén, felelősségteljes egyéneket feltételez. Ahhoz, hogy a tömeg ilyen egyénekből álljon, elengedhetetlen a megfelelő tájékozottsági szint és a széles látókör.

A történelem során bebizonyosodott, hogy az információ hatalom. Ennek az ellentéte is igaz: az információ hiánya megköti a kezünket, kiszolgáltatottá, befolyásolhatóvá tesz. Ahhoz, hogy a tájékoztatói oldalról a megfelelő információkat tartalmazó üzenetek induljanak a tájékoztatni kívánt befogadók felé, elengedhetetlen, hogy a tájékoztatást végző személyek messzemenően jól informáltak legyenek.

### **A tájékozottság mint a médiában dolgozók társadalmi felelőssége**

Ha egy újságíró, rádiós/televíziós szerkesztő nem egy hatalom szócsöve kíván lenni, hanem küldetéssel bíró, önálló, munkáját felelősséggel végző szakember, akkor törekednie kell látóköre szélesítésére. Egy újságírónak, szerkesztőnek képesnek kell lennie arra, hogy átlássa a társadalmi folyamatokat, továbbá logikusan gondolkodni, összefüggéseket teremteni, tanulságokat levonni. Ehhez pedig megfelelő mennyiségű háttérinformációra van szüksége.

A médiában dolgozó személyektől a társadalom joggal várja el, hogy naprakészek legyenek a világban, az országban és szűkebb környezetükben történő eseményeket illetően, különös tekintettel a saját szakterületükre. Ismerniük kell az információ felkutatásának lehetőségeit, képessé kell válniuk az információk súlyozására és szelektálására, ismerniük kell az információkezelés szakmai és etikai alapelveit. A tájékozatlan és az információval bánni nem tudó újságíró/szerkesztő/műsorvezető sem szakmai, sem erkölcsi szempontból nem alkalmas a munkavégzésre.

## **TOVÁBBI HOZZÁVALÓK: A SZERKESZTŐ-RIPORTEREK, MŰSORVEZETŐK KOMPETENCIÁI**

### **Íráskészség**

Ebben a szakmában döntő fontosságú a nyelv tökéletes ismerete, a nyelvvel való bánni tudás, a bő szókincs, a szavak, kifejezések árnyalatai iránti érzékenység. A nyelvtani és helyesírási szabályok ismerete, valamint a számítógépes szövegszerkesztő programmal való bánni tudás szintén alapkövetelmény. Szükség van a jó fogalmazókészségre: a mondatoknak, kifejezéseknek lehetőleg könnyedén és gyorsan össze kell állniuk a szerkesztő tolla (billentyűzete) nyomán. A fogalmazás gördülékenysége elősegíthető azáltal, ha a szerkesztő sokat olvas, főleg, ha sok értékes szépirodalmi olvasmány szerepel a repertoárján (a napi tájékozódás, informálódás, sajtófigyelés mellett).

### **Magas szintű verbális kommunikációra való képesség**

Még az írott sajtóban dolgozóknak is szükségük van arra, hogy képesek legyenek könnyedén verbális kommunikációs viszonyt teremteni másokkal, hiszen meg kell ismerkedniük potenciális interjúalanyaikkal, rá kell venni őket arra, hogy nyilatkozzanak, elő kell csalogatni belőlük az információkat. A rádiós és televíziós szerkesztő-riporterek, műsorvezetők esetében pedig elvárás a beszédhibáktól mentes, szép beszéd, a kiegyensúlyozott beszédtempó, a kellemes hangszín, a helyes artikuláció, az értelmező hangsúlyozás.

### **Lényeglátó képesség**

Az újságíróknak, szerkesztőknek képesnek kell lenniük arra, hogy megkülönböztessék a lényeges információt a lényegtelentől. Tudni kell súlyozni, rangsorolni az információkat. Meg kell látni, fel kell ismerni, hogy egy történetben, témában „*hol van a kutya elásva*”. Vagyis: mi a legfontosabb, legérdekesebb, legizgalmasabb, legnagyobb hírértékkel bíró mozzanat. A nyitottság és az előítéletek félretolásának képessége szintén nagyon fontos. Ugyanakkor nem árt, ha az újságírónak/szerkesztőnek szilárd és kiforrott értékrendje van, nem hagyja magát befolyásolni, félrevezetni.

## **Kíváncsiság és empátia**

Az újságírókban, szerkesztő-riporterekben működni kell egy természetes kíváncsiságnak. Abból lesz jó szakember, aki valóban kíváncsi arra, mások hogyan látják a világot, milyen célokért és milyen motivációktól vezérelve tevékenykednek, milyen értékrendet vallanak, milyen kultúra és szokásrendszer veszi őket körül, miben mások és miben hasonlóak, mint ő. Az interjúalanyok könnyebben megnyílnak olyan személy előtt, akiről azt feltételezik, valóban érdeklő az, amit elmondanak neki. Ha valaki csak színleli az érdeklődést, azt az interjúalanyok általában megérik – ha nem is mindig tudatosodik bennük. Ha nincs valódi érdeklődés és nyitottság, akkor nehezebb kérdezni is: ha nem vagyunk kíváncsiak semmire, akkor nem tudunk jó kérdéseket megfogalmazni, és nem tudunk előcsalni semmi érdemlegeset. Képesnek kell lenni arra, hogy az interjúalany helyébe képzeljük magunkat, minél nagyobb mértékben átérezzük és megértsük cselekedetei motivációit!

## **Megfelelő fellépés és megjelenés**

Mint minden olyan szakma képviselőinek, akik emberekkel érintkeznek, a tévéseknek is fokozottabban kell ügyelniük az ápolt, igényes megjelenésre. A szerkesztő-riporterek nem feltétlenül jelennek meg a képernyőn, de ettől függetlenül sokakkal érintkeznek, és fontos, hogy jó benyomást tegyenek interjúalányaikra. Azoknak pedig, akik a kamera előtt mozognak, még több időt és energiát kell szánniuk a külsejükre. A testi szépség nem feltétele annak, hogy valaki jó riporter vagy műsorvezető legyen, az azonban fontos, hogy az adottságaikból minél többet hozzanak ki: tartsák karban a testüket, ne felejtsenek el haját mosni, ruházatukat az alkalomhoz illően válasszák meg stb. (Az igényes megjelenés persze a stáb többi tagja esetében is fontos, hiszen a mackónadrágos operatőrök ideje lejárt...) Ám a külsőségeknél még fontosabb a megfelelő magatartás! Az udvariasság, illemtudás mellett elvárás a magabiztos, de nem pökhendi fellépés, amelynek mindig a felkészültségen kell alapulnia.

## **TOVÁBBI HOZZÁVALÓK: AZ OPERATŐRÖK, VÁGÓK KOMPETENCIÁI**

### **Technikai érzék**

A kameramanok, operatőrök kezében igen sokféle technikai eszköz megfordul, ezért fontos, hogy megfelelően tudjanak bánni velük. Mivel az apparátus gyorsan cserélődik, gyakran előfordul, hogy új, addig ismeretlen eszközöket kapnak a kezükbe, és általában nem áll rendelkezésre túl hosszú idő a kezelésük elsajátítására. Amikor zajlanak körülöttük az események, gyorsan meg kell tudniuk oldani a felmerülő technikai problémákat, másképp talán lemaradnak a lényegről!

### **Vizuális műveltség, kifinomult látásmód**

Mind az operatőröknek, mind a vágóknak a képek nyelvén kell elmesélniük a történeteket. Ezt akkor tudják véghezvinni, ha rendelkeznek bizonyos vizuális műveltséggel, ismeretekkel a képi jelek és szimbólumok terén, ha ismerik a vizuális nyelv eszköztárát és a képi kommunikáció lehetőségeit. Hasznos, ha van némi rálátásuk a művészet-történet és a filmtörténet fejezeteire, tisztában vannak az aranymetszés fogalmával, a plánok elnevezéseivel.

### **Kompozíciós érzék és ritmusérzék**

Ugyan a képalkotás szabályai tanulhatók, a vizuális műveltség bővíthető, mégsem árt, ha az operatőr és a vágó ösztönösen ráérez a képi harmóniára, rendelkezik kompozíciós érzékkel, képes megalkotni azokat a képeket, amelyek a legteljesebben hordozzák az átadni kívánt üzenetet. A mozgókép világában óriási a jelentősége a ritmusnak is, illetve a szöveg-zene-kép egységének, amelynek megteremtése elsősorban a vágó feladata.

### **Fogékonyság a részletek iránt**

Amikor egy operatőr képes arra, hogy képeivel ne csak a narrátorszöveget illusztrálja, hanem többlettartalmakat is átadjon a nézők számára, azt szokták mondani: „van szeme hozzá”. Ez azt jelenti, hogy az operatőr megérti a szituációt, a téma lényegét, és képes meglátni azokat az apró részleteket is, amelyek jól kifejezik azt. Néha egy-egy jól megfogott képi motívum, amit a forgatás helyszínén más talán észre sem venne, többet mond minden szónál!

### **Gyors, ügyes mozgás**

Az operatőrök tevékenysége igényli a megfelelő fizikai és szellemi állóképességet. Annak ellenére, hogy a mai kamerák már nem olyan súlyosak, mint az ezredforduló előttiek, így is jól kell velük manőverezni, vagy épp hosszabb időn át, remegés nélkül egy helyben tartani őket. A vágóképek készítése a legkülönbözőbb testtartásokat igényli – gondoljunk például egy békaperspektívára. Az is lényeges, hogy amikor egy rendezvény vagy előadás közben dolgozik az operatőr, képes legyen úgy mozogni, hogy a lehető legkevésbé zavarja az eseményeket, és ne keltsen a szükségesnél nagyobb feltűnést. A sebesség sem mellékes, hiszen időben kell reagálnia a körülötte zajló történésekre. Ezek lekövetéséhez pedig megfelelő koncentráció, megosztott figyelem szükséges.

## **A TELEVÍZIÓS MUNKA SZÉPSÉGEI ÉS ÁRNYOLDALAI**

A televíziós munka változatos, izgalmas, élményekkel teli. A forgatások során számos olyan helyre eljutnak a stáb tagjai, ahová magánemberként nem feltétlenül sikerülne. Rengeteg emberrel ismerkednek meg a legkülönfélébb szakmákból, társadalmi rétegekből. Minden nap újabb és újabb világnézettel, felfogással, mentalitással találkoznak, más és más sorsokba, élethelyzetekbe pillanthatnak be. Minden feladat különbözik az előzőtől, mindegyik új kihívásokat tartogat.

Tudni kell azonban azt is, hogy ami az előnye, ugyanaz a hátránya: bírni kell a tempót, fel kell tudni dolgozni a sok új benyomást, alkalmazkodni kell az újabb és újabb szituációkhoz, meg kell találni a hangot az aznapi, sokadik interjúalannal is. Ez a szakma nem a nyugalomról, a kiszámíthatóságról és a tervezhetőségről szól. Az események nem reggel 8-tól délután 4-ig zajlanak, így adott esetben este, éjszaka, hétvégén vagy éppen karácsonykor kell forgatni egy-egy rendezvényről, történésről. Azt is nehéz megtervezni, pontosan meddig tart majd egy-egy forgatás, vagy mennyi időt fog igénybe venni a vágás és az utómunka. A tervek folyamatosan borulhatnak, gyakran kell improvizálni, ami nem csak a munkavállalónak lehet megterhelő, de a közvetlen hozzátartozóitól is sok türelmet, toleranciát kíván.

Az iménti kijelentések persze kissé általánosítók, hiszen – mint látni fogjuk – a televíziózás világában is igen eltérő tartalmú munkakörök vannak. Más egy mindig úton lévő híradós operátor munkája, mint mondjuk egy magazinműsor vágójáé, aki ideje nagy részét előre meghatározott munkaidőben, a stúdióban tölti. Addig azonban, amíg egy pályakezdő tévés megtalálja a helyét, és kialakul a pontos feladatköre, sok kihívással kell megküzdenie, és tudnia kell, mire vállalkozik.

### **I.3. A televízió személyzeti struktúrája**

#### **Ki kicsoda a televíziónál?**

#### **A CSAPATMUNKA FONTOSSÁGA**

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 azzal 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 munkatársainkat is nehéz helyzetbe hozzuk.

#### **AHÁNY SZERKESZTŐSÉG, ANNYIFÉLE STRUKTÚRA...**

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 egy-egy kis piramist alkot a teljes személyzeti struktúrán 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. Ahogyan arról már volt szó, e két csoport munkakörei meglehetősen eltérő kompetenciákat igényelnek. Ám e két, merőben eltérőnek tűnő terület között is vannak átfedések, vannak olyan munkakörök, amelyek a kettő közötti összekötő kapcsot jelentik.

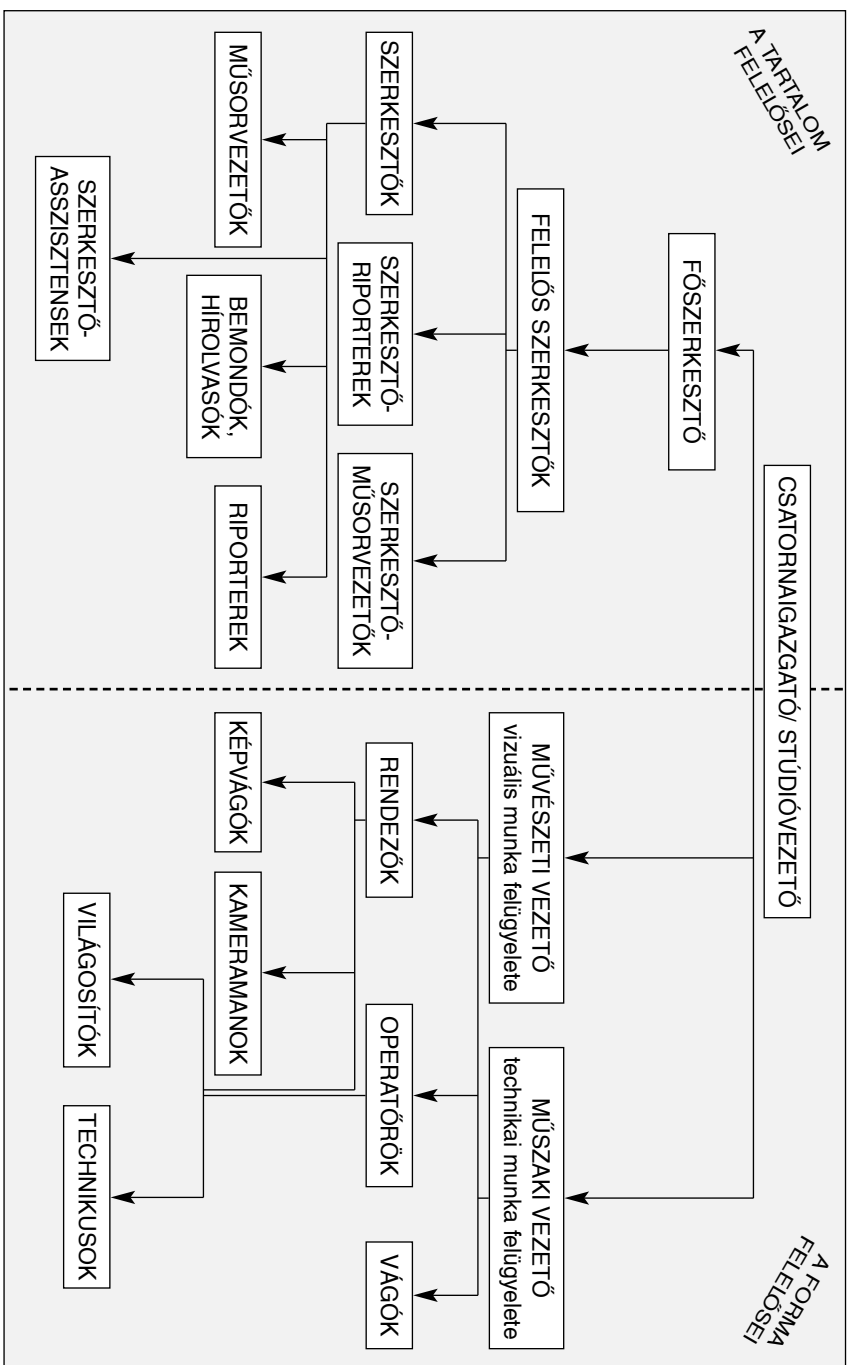
Lehetetlen vállalkozás olyan organogramot készíteni, amely valamennyi televízió személyzeti struktúrájára ráhúzható, hiszen mindegyik más és más. Az 1. ábra tehát rugalmasan értelmezendő, célja csupán annyi, hogy a televíziós szakma valamely munkakörébe készülők nagyjából átlássák, hogy a gépezetben milyen szerepet töltenek be az egyes posztokon lévő személyek. Az ábra után olvasható leírásokból ki fog derülni, hogy a kép ennél árnyaltabb, és valójában minden feladatkör kapcsolódik minden másikhöz.

#### **A TELEVÍZIÓK VEZETŐSÉGE**

##### **Csatornaigazgató, stúdióvezető**

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, más szóval intendánst neveznek ki.

Ha szerényebb keretek között működő, egycsatornás televízióról beszélünk, akkor az élen álló személyt csatornavezetőnek, csatornaigazgatónak vagy stúdióvezetőnek nevezik. Őt a tulajdonos nevezi ki, így a tulajdonosi kör érdekeit képviseli a televíziónál. Megszabja



1. kép: A televíziók személyzeti struktúrájának jellemző felépítése

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.

#### **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 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 a nagyobb, országos csatornáknál előfordul, hogy külön főszerkesztőséget alapítanak például a hírműsoroknak, a kulturális műsoroknak, a szórakoztató műsoroknak stb. Ilyen esetben értelemszerűen minden főszerkesztőség élén áll 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 kísérelheti 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 helyszín bevonásával készülő élő közvetítés) nívós és értékes legyen. Ha a médiafelügyelet vagy bárki más szakmai hibákat, burkolt reklámot,

félrevezető információt, részrehajlást észlel a műsorban, a felelős szerkesztőnek kell tartania a hátát. Ha komolyabb hiba csúszik a műsorba, ő az, akinek elsőként távoznia kell a televíziótól.

A televíziózásban a felelős szerkesztő a legfőbb *kapuőr*.<sup>6</sup> 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 alkalmasnak 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 felelős szerkesztő már jóváhagyta a szöveget. 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 bíró 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, hogy a szerkesztőségben, a *newsroom*ban mindig legyen valaki, aki meg tudja hozni a döntéseket. 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, neki folyamatos elszámolással tartoznak.

## A televíziós műsorszerkesztő

Míg a főszerkesztők egy egész csatorna műsorkínalataért (vagy egy műsorcsoport kínalataért), a felelős szerkesztők pedig egy-egy műsorért, műsorblokkért, addig a szerkesztők egy-egy műsorelemért, anyagért, bejátszásért tartoznak felelősséggel.

A szerkesztők munkáját a felelős szerkesztő koordinálja. Témajavaslatokat tárhatnak elé, és ő az adott témát – ha szüksége van rá a műsorához – megrendelheti a szerkesztőtől.

Miután a felelős szerkesztő jóváhagyta választott témájukat, vagy kaptak tőle egy 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

<sup>6</sup> A kapuőr (gatekeeper) az a személy, aki eldönti, hogy a beérkező információk közül melyeket engedni tovább a nyilvánosság színterére, és melyeket tartja vissza. *A televíziós műsorszerkesztés alapanyaga: az információ* című fejezetben bővebben is lesz szó erről a fogalomról.

alá dolgozó riporternek kiadják a forgatási instrukciókat, majd a riporter által leforgatott nyersanyagból megszerkesztik az anyagot.

A szerkesztői munka legfőbb tükre a *szerkesztői munkalap* vagy más néven *szkript*. A szerkesztő erre vezeti fel a bevágandó interjúrészletek időközzeit, az összekötő szövegeket és számos egyéb információt. Mielőtt a narrátorszöveget felvonnák és megkezdik a vágást, ezt a munkalapot a felelős szerkesztőnek jóvá kell hagynia.

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, kiváló a lényeglátó és összefüggésteremtő 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 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 is 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 hangharapás-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 kívánnak 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. Ennek megfelelően a jó riporter talpraesett, könnyen kommunikál, empatikus, kellemes személyiség, megjelenése ápolat. Fontos, hogy jó benyomást tegyen az interjúalanyokra, azok szívesen és könnyen megnyílnak 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, több forgatást igénylő vagy párhuzamosan több helyszínen forgatott anyagoknál, riportfilmeknél jellemző, hogy a két feladatkör szétváljon, és esetleg több riporter is dolgozik egy szerkesztő keze alá.

## **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 fülmonitoron 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, empatikus személyiség, aki ügyesen, pánik nélkül kezeli a váratlan helyzeteket.

## **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 szerkesztő-asszisztensek segítségét veheti igénybe.)

Komoly, több irányú 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 sugógépről vagy papírból. Az átlag televízió néző azonban az ő arcukat ismeri, így általában nagyobb népszerűségnek örvendenek, mint azok, akiknek a szövegeit felolvassák, akiknek a bejátszásait felkonferálják. Egy hírolvasónak nem igazán van lehetősége arra, hogy saját ötleteit, meglátásait belevigye a műsorba. A hír műfaja azt sem engedi meg, hogy mimikájával, hangsúlyozásával éreztesse saját véleményét – hiszen akkor sérülne az objektivitás.

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

ápolatlannak. A kellemes hang, az akadozás nélküli olvasás, a helyes hangsúlyozás és a hibátlan, szép kiejtés szintén alapfeltétel ennél a munkánál.

*Megjegyzés: Napjainkban a hírolvasók feje felett állandóan ott lebeg a pallos: ha bakiznak, azt a szemfüles közönség azonnal feltölti a videómegosztó portálok vagy közösségi oldalak valamelyikére, ahol élcelődés céltáblájává válnak. Pedig ki ne követne el sok adásnyi élő felolvasás során egy-egy nyelvbotlást? Ráadásul ezt az is okozhatja, ha a sugógépen futó szövegben marad benne egy-egy hiba. Ezért is fontos, hogy a szerkesztők megfelelő minőségű, helyesen központosított szövegeket adjanak ki a kezükből.*

### **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 általában nem látjuk. A narrációt stúdió körülmények között, hangszigetelt fülkében (szakmai szlenggel: *süketszobában*) veszik fel.

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 is megkönnyítse az értelmezést. Ha a műfaj 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 a csatornahang**

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, bemondónók szerepét mára átvették a műsorajánló bejátszások, amelyek többnyire az adott műsor vagy film jellegzetes képsorait jelenítik meg dinamikus vágásban, animációs elemekkel tarkítva, a cím és az időpont feliratozásával. A képsorok alatt az ún. *csatornahang* 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 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.

## A FORMA FELELŐSEI

Az előzőekben ismertetett munkakörök képviselői azért felelősek, hogy a televízió által a megfelelő verbális tartalmak jussanak el a nézőkhöz. A következőkben taglalt munkakörök pedig azt szolgálják, hogy ezek a tartalmak minél igényesebb, színvonalasabb, élvezhetőbb formában, minél disztináltabb 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 egy 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. Eszköztárukat mindaddig bővíthetik, amíg azzal nem változtatják meg a valóságot, nem csapják be a nézőt. (Az még természetesen nem számít csalásnak, ha például az interjúbeállítás elkészítéséhez egy-egy tárgyat, kisebb bútordarabot arrébb tesznek, hogy esztétikusabb legyen a kompozíció, de a közeg hangulata, jellegzetessége megmarad.) Ha viszont mégis áteveznék a fikció területére, akkor a megvágott anyagban nyilvánvalóvá kell tenni, hogy a néző illusztrációt, megrendezett jelenetet lát.

## A művészeti vezető és a 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.

A művészeti vezető találja ki a képi stílust, koordinálja és levezényli a főcímek, logók, animációk, egyéb arculati elemek gyártását, a dízlettervezést, 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 giccsessé, túldíszítetté 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.

### **A műszaki vezető**

A műszaki vezető alakítja ki a televízió technikai eszközparkját, rajta múlik, hogy milyen berendezésekre ruház be a csatorna, milyen lesz a stúdiótér műszaki háttere. A rendelkezésre álló anyagi keretet a lehető leghatékonyabb módon használja fel a technikapark megteremtésére. A főszerkesztővel való konzultációt követően ő dönt a kardinális műszaki változásokról, a technikai átállásokról, legyen az például a nagyobb képfelbontású adásra való átállás, a kamerapark lecserélése vagy épp egy új vágószoftver bevezetése.

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 vethetők be. Neki tartoznak elszámolással a berendezéseket használó operatőrök, kameramanok, technikusok. Bárkit felelősségre vonhat a technika nem megfelelő használatáért, ügyel az eszközök tisztán tartására, biztonságos tárolására. Rendet tartat a stúdióban, figyelemmel kíséri a leltár vezetését, rendelkezik a technikai problémák megoldásáról, a szervizelésről.

### **Az 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 operatőrrel karöltve irányítja a stúdió, illetve a forgatási helyszín berendezését, bevilágítását, a stúdiókép kialakítását. Kitalálják, 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 reagálása vezető, aki megfelelő dramaturgiai érzékkel és vizuális műveltséggel rendelkezik. Nem ritka, hogy nagy tapasztalattal rendelkező televíziós operatőrök vállalják magukra az adásrendezői feladatokat.

## A 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 elhelyezett 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 hangszer-csoportot kell mutatnia, amelyik megszólal. Egy élő főzőshow felvételénél ügyelnie kell rá, hogy minden mozzanatot jó szögéből lássanak a nézők. De 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 felbukknásáért 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 pusztá alátámasztásán túl önálló jelentést is hordozzanak, tovább árnyalják a néző számára a jelenségeket. Bizonyos magazinós anyagok, 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 operatóri 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 operátor a vágóképek segítségével festi 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 operátor 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 operátor fürgén és zajtalanul mozog, mindig észreveszi a lényeges mozzanatot, a megfelelő helyről, változatos plánokban rögzíti a vágóképeket. Munkáját sokszor technikus segíti.

### **A kameraman**

A kameramanok feladatköre jóval kötöttebb és kevésbé kreatív, mint az operatóröké. 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 operátor 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-e, azaz bevágatja-e a felkínált képet vagy sem.

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

### **A televíziós 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.

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 mozgóképes alkotás arculatának megteremtéséhez.

## **A világosító**

A világosító az a személy, aki a vezető operatőr kéréseinek megfelelően beállítja a lámpákat a forgatás helyszínén vagy a stúdióban. Ez 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 vésni 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 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 összbemutató nagymértékben meghatározzák a fények.

## **A díszlettervező**

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.

## **A 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 esetben 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. Ám ahogy a technika fejlődésével egyre kisebbé vált a felszerelés súlya, költségmegtakarítási okokból a technikus feladatokat gyakran az operatőrre hárítják át, vagy megosztják azokat a riportert és az operatőr között. Gyakran láthatunk olyan, kétszemélyes stábokat, ahol a riportert 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.

### **A sminkes, az öltöztető és a fodrász**

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

## **TARTALOM ÉS FORMA TALÁLKOZÁSA**

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

### **A televíziós rendező**

A televíziós rendező munkaköre részben hasonlít a játékfilmes 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, lekötve a nézőt.

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

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

### **A gyártásvezető**

A gyártásvezető személye egyfajta összekötő kapocs 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, továbbá gyors problémamegoldó.

Egyik legfontosabb feladata az, hogy minden szükséges feltételt biztosítson a műsor elkészítéséhez. Logisztikai tervek, ütemtervek készítését 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 egy 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 szerkesztőségekbe, a náluk lévő technikát mikortól használhatja a következő stáb.

Többnyire sokrétű adminisztrációs munkát végez: vezeti az adástáblázatokat, nyilvántartásokat, kitölti az ún. diszpozíciós táblázatokat, 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.

## EGYÉB MUNKAKÖRÖK

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 televízió műsorstruktúrájának kialakítása

### A TELEVÍZIÓMŰSOROKKAL KAPCSOLATOS ALAPFOGALMAK

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

### Médiaszolgáltatás

A televíziócsatornák által is végzett mediaszolgáltatás nem más, mint „*meghatározott, önálló, üzletszerűen – rendszeresen, nyereség elérése érdekében, gazdasági kockázatvállalás mellett – végzett gazdasági szolgáltatás, amelyért egy mediaszolgáltató szerkesztői felelősséget visel, amelynek elsődleges célja műsorszámoknak tájékoztatás, szórakoztatás vagy oktatás céljából a nyilvánossághoz való eljuttatása valamely elektronikus hírközlő hálózaton keresztül*”.<sup>7</sup> A mediaszolgáltatás tárgya a műsorszámok sorozata. A mediaszolgáltatás nyújtója a mediaszolgáltató.

Napjainkban már megkülönböztethetünk **lineáris** és **lekérhető** mediaszolgáltatást. A lineáris mediaszolgáltatások esetében egyidejű, műsorrend szerinti hozzáférés valósul meg, a lekérhető esetén pedig a szolgáltató által összeállított műsorkínálatból a felhasználó egyéni kérés alapján, az általa kiválasztott időpontban tekintheti meg a műsorszámokat.

---

<sup>7</sup> A mediaszolgáltatás és a sajtótermék fogalma az új magyar mediaszabályozásban. A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatechnikai Osztásának tájékoztató kiadványa. <http://nmhh.hu/dokumentum/162242/tajekoztato02.pdf> (letöltés ideje: 2020. 03. 24.).

## **Médiaszolgáltató**

A mediaszolgáltató olyan természetes vagy jogi személy, gazdasági társaság, amely szerkesztői felelősséggel rendelkezik a mediaszolgáltatás tartalmának megválasztásáért, és meghatározza annak összeállítását. A televíziótársaságok jogi értelemben mediaszolgáltatónak minősülnek.

## **Műsor**

A műsor egy gondosan összeállított, megszerkesztett mozgóképfolyam. Vannak egyedi, alkalmi műsorok, melyeket csak egyszer, egy bizonyos alkalomra állítanak össze, egyetlen adás formájában (amit természetesen később ismételhetnek), és vannak olyan műsorok, amelyek bizonyos rendszerességgel – naponta, hetente, havonta – jelentkeznek új adással. Az egyes műsoroknak előre kitalált, egységes arculata, szerkesztői koncepciója, meghatározott tematikája van. Egy-egy új műsor elindítását hosszas ötletelés előzi meg, amelyet a szinopszis megírása követ. A szinopszis elfogadása után kidolgozzák a részleteket, elkészítik a költségvetést, megteszik a szükséges technikai előkészületeket, felállítják a stábokat, és utána indulhat a gyártás!

## **Műsorszám**

A műsorszám jogi fogalom, a médiatörvényekben találkozhatunk vele. A meghatározás szerint műsorszámnak minősül a hangok, illetőleg hangos vagy néma mozgóképek, esetleg állóképek sorozata, mely egy mediaszolgáltató által kialakított műsorrendben vagy műsorkínálatban önálló egységet alkot.

## **Adás**

Adásnak nevezzük az egyes műsorok adott részében, aktuálisan levetített tartalmakat. Ha egy műsor sok adást megér, az azt jelzi, hogy van rá igény, illetve a csatorna vezetőisége vagy a producerek látnak benne fantáziát. Az egyes műsorok adásait mindig megadott határidőre kell elkészíteni, tartalmukért a felelős szerkesztő szavatol.

## **Anyag/bejátszás**

Egy adásban több, különböző helyszínen és időpontban forgatott anyag is helyet kaphat. Az anyagok tartalmazhatnak interjúrészleteket, összekötőszövegeket, vágóképeket. Történetük önmagában is kerek és érthető. Egy híradó esti adása például több stáb külön-külön megszerkesztett és megvágott anyagából áll össze – ezeket bejátszásnak is nevezik. Sok magazinműsor is úgy épül fel, hogy a műsorvezető felkonferál egy témát, majd elindul az annak megfelelő bejátszás. Amikor az véget ér, újra a stúdióképet látja a néző. Sok esetben a stúdióbeszélgetések közben is levetítenek egy-egy ilyen szerkesztett-vágott anyagot. Ezek elkészítésével a felelős szerkesztők bízzák meg a kezük alá dolgozó szerkesztő-riportereket.

*Megjegyzés: Van, ahol egyszerűen riportnak nevezik az összes szerkesztett-vágott televíziós anyagot. Ez szakmai szempontból helytelen, hiszen a riport összetett műfaj (melyre később részletesen is kitérünk), és a bejátszások nagyobb része nem ebben a műfajban készül.*

### **Műsoridő**

A médiatörvény műsoridőnek nevezi a médiaszolgáltatásban – valamely meghatározott időszak folyamán – folyamatosan közzétett műsorszámok együttes időtartamát.<sup>8</sup> Arról az időtartamról van tehát szó, amelyet egy televízió a programszolgáltatásra fordíthat. Napi hossza az adó jellegétől és vállalásaitól függ. A műsoridő a tévétársaságok egyik legfontosabb tulajdona.<sup>9</sup>

### **Műsorsáv**

A műsoridőt tagoló idősávokat 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 nézettebb egy műsorsáv, a műsorstruktúra összeállítói igyekeznek annál érdekesebb tartalmakkal megtölteni.

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

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

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.<sup>10</sup> (Bár napjainkban az esti film helyét sokszor valamilyen szórakoztató műsor, tehetségkutató vagy show veszi át.)

---

<sup>8</sup> A 2010. évi CLXXXV. törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról. <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1000185.tv> (letöltés ideje: 2020. 02. 15.).

<sup>9</sup> *Film- és médiafogalmak kisszótára*. Korona Kiadó, Budapest, 2002. 277.

<sup>10</sup> *Film- és médiafogalmak kisszótára*. Korona Kiadó, Budapest, 2002. 278.

## Műsorstruktúra

Műsorstruktúra alatt többnyire azt értjük, hogy egy adott televízió milyen műsorokból, milyen egymásutánban építi fel napi programkínálatát. A műsorstruktúra kialakítását a **műsorpolitika** 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 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. A jelen kötet 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.*

## TELEVÍZIÓS MŰSORTÍPUSOK

A műsorstruktúrában különféle műfajú televízióműsorok kapnak helyet attól függően, hogy a csatorna milyen profilú. Hagyományosan az alábbi műsortípusokat különböztetjük meg:

- Információs műsorok
- Kulturális és oktatóműsorok
- Gyermekműsorok
- Sportműsorok
- Szórakoztató műsorok
- Promóciós műsorok
- Filmműsorok<sup>11</sup>

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

---

<sup>11</sup> Így kategorizálja a műsortípusokat Horvát János *Televíziós ismeretek* c. könyvében (Média Hungária Kiadó, Budapest, 2000. 48.).

## **A MŰSORSTRUKTÚRA KIALAKÍTÁSA**

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

### **Célkitűzések, küldetés, arculat**

Minden televízió meg kell hogy fogalmazza önmaga számára a saját küldetését: Milyen célkitűzésekkel kíván műsort készíteni? A média már említett, alapvető funkciói közül melyeket szeretné ellátni? Milyen értékeket kíván közvetíteni? Milyen mértékben szeretne közszolgálati funkciókat ellátni? Mennyire fontos számára a rövidtávú nyereség? A műsorstruktúrát csak határozott célkitűzések 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 televízió. A vállalt műsoridőt kitölthetjük olcsóbb és drágább gyártású műsorokkal, ezért fontos felmérni, hogy pénzügyi keretünkbe milyen típusú műsorok gyártása fér bele. (A legtöbb pénzt általában a híradók vagy a speciális szórakoztató-műsorok 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:

- Befektetett magántőke
- Reklámbevételek
- Szponzorok műsортámogatásai
- Állami, illetve önkormányzati támogatások
- Pályázati források

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.

### **A munkatársak száma, hozzáértése, szakterülete**

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 magazinokat 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 munkatársak, akik képesek a különleges feladatok ellátására.

### **Kiknek szól a műsor?**

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

### **Ki mikor nézi a tévét?**

Miután eldöntöttük, milyen típusú műsorokat szeretnénk vetíteni, azt is meg kell határoznunk, hogy ezek milyen gyakorisággal, mely napokon, milyen időszavokban 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 időszavokban 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 lehetősége televízió elé ülni, hisz érdemes ehhez igazítani a kínálatot. Azt, hogy melyik műsort milyen időszavban lehet vetíteni, a **korhatár-besorolás**ok 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 rendszert<sup>12</sup> 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 gyengítik egymás hatását. Kitéüntetett műsorainkat

---

<sup>12</sup> A televíziók vonatkozásában a 2010. évi CLXXXV. törvény (Médiatörvény) 6, 12, 16 és 18 éves korhatárokat állapít meg. A besorolást maguk a csatornák végzik az NMHH ajánlása alapján és ellenőrzése alatt.

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.

### **A konkurencia műsorai**

A nagy televíziótársaságok rendszeresen elemzik a konkurens csatornák műsorkínálatát, hogy könnyebben megtalálhassák azokat a módszereket, amelyekkel nézettségben föléjük 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.

### **KÜLSŐ ÉS BELSŐ GYÁRTÁS, VÁSÁROLT, CSERÉLT MŰSOROK**

Azok a műsorok, amelyeket egy-egy televíziócsatorna műsorkínálatában láthatunk, különféle forrásokból származhatnak. A műsorstruktúrát a következő 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

A belső gyártású műsorokat a televízió közvetlen munkatársai készítik, általában a cég saját infrastruktúrájával. A külső gyártású műsorok pedig úgy születnek, hogy az egyes szerkesztőségek vezetősége alvállalkozókat bíz meg azzal, hogy készítsenek el a számukra egy-egy műsorelemet vagy sorozatot. Az így leszerződött partnerek általában a saját infrastruktúrájukkal és technikájukkal vagy bérelt eszközökkel dolgoznak. A televízió igényeinek megfelelő műsorok megrendelése mellett azonban az is gyakori, hogy kész műsorokat vásárolnak meg (sokszor többféle műsort tartalmazó csomagok formájában), alkalmazkodva a kínálatához.

A kisebb, helyi televíziók gyakorta cserélnek műsort egymás között, így gazdagítva műsorpalettájukat. Ha vételkörzeteik nem fedik egymást, a cserével minkét orgánium ingyenesen jut olyan műsorhoz, amely a nézőtáboruk számára új.

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

A vásárolt, kapott, cserélt műsorok általában olyanok, amelyek nem veszítik el rövid idő alatt az aktualitásukat. Ezért is nevezik őket **konzervműsoroknak**, mert „elállnak”.

*Megjegyzés: A konzervműsor fogalmát nem használja egységesen a televíziós szakma. Bizonyos televízióknál (és általában a rádiózásban<sup>13</sup> is) minden nem élő, vagyis előre rögzített műsort így neveznek – ilyen értelemben még a híradó ismétlése is konzervnek minősül.<sup>14</sup> Más műhelyek a néhány napot vagy hetet tolható, tartalék anyagokat nevezik így, megint más helyeken az aktualitással egyáltalán nem rendelkező, bármikor adásba szerkeszthető tartalmakat hívják konzervnek.*

## AZ ÚJMÉDIA ÉS A MŰSORSTRUKTÚRA

„Mint látjuk, a televízió tevékeny: az internetet jól ismerő hadvezérekkel folytatja a képernyők csatáját”<sup>15</sup> – írta még 2008-ban Miskolczy Csaba producer, médiaszakember, aki érzékletes látéletet adott a hagyományos televíziózást háttérbe szorító új technológiákról és a médiaipar útkereszteződéseiről.

Az újmédia korszakának beköszöntével már nyilvánvalónak tűnik, hogy a hagyományos értelemben vett televíziózást részben felváltja az adatbázisszerűen, videótárként működő mozgókép-források, lekérhető műsorszolgáltatások igénybevétele. Jócskán benne vagyunk abban az időszakban, amit a *képernyők egybefonódásának* koraként emlegetnek, vagyis tévéműsort már nem csak a tévéképernyőkön nézünk. Az okostelefonok, tabletek világában felnövő fiatalok egyre kevésbé hajlandóak a műsoridőhöz alkalmazkodni, úgy alakítani a mindennapjaikat, hogy adott időben a képernyők elé telepedhessenek, és megnézzék a kiválasztott műsort. Ők már azt igénylik, hogy a mozgóképes tartalmakat bármikor, bárhol, bármin megnyithassák, elindíthassák és megállíthassák, előre vagy hátra lépegethessenek benne.

A kétezres évek első két évtizedét búcsúztatva még csak találgatni lehet, hogy a hagyományos műsorstruktúra-szövés teljesen eltűnik-e, átadva a helyét a fenti módszereknek, vagy mellette megmarad az igény a lineáris mozgóképfolyamra is. Az utóbbi bizonyos szempontból kényelmesebb, mert nem kell újabb és újabb videókat keresgélni és

<sup>13</sup> Lásd pl. ARTISJUS: *10 rádiós fogalom – amivel nem árt tisztában lenned!*, megjelent az ARTISJUS blogján, 2014. 03. 13-án: <https://dalszerzo.hu/2014/03/13/10-radios-fogalom-amivel-nem-art-ha-tisztaban-vagy/> (letöltés ideje: 2020. 04. 09.).

<sup>14</sup> Lásd pl. Horvát János: *A televízió és az üzlet; televíziós műsортípusok; a televíziós személyiség*. MEK, 1998. <https://mek.oszk.hu/00100/00143> (letöltés ideje: 2020. 04. 09.).

<sup>15</sup> Miskolczy Csaba: *Képernyők (h)arca. Tudósítás Digitániából, a televízió, az internet és a mobil világából*. HVG Kiadó Zrt., Budapest, 2008. 161.

elindítani. Napjainkban sokan párhuzamosan használják a kettőt, vagyis bekapcsolják a televíziót, melynek adásai a napi teendők háttérét adják (azaz *háttértelevíziózást* folytatnak), és közben a különféle egyéb készülékeiken böngésznek a videómegosztó csatornákon, közösségi oldalakon fellelhető tartalmak között.

Annyi bizonyos, hogy a *főműsoridő* már nem hat annyira varázsszóként, mint pár 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.

## 1.5. A stúdió és a szerkesztőség kialakítása, felszerelése

### 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
- Állványok (kamerastatívok, mikrofon- és lámpaállványok)
- Mikrofonok (riportertermikrofonok, csiptetős mikrofonok, iránymikrofonok)
- Lámpák (fejlámpák, led tablók, halogén tablók vagy spotlámpák igény szerint)
- Rögzítő tárhelyek (memóriakártyák, winchesterek)
- Kábelek (hang-, videó-, áram- és adatkábelek)
- Keverőpultok (kép, hang és fény keveréséhez)
- Kameramozgató eszközök (slider, steadycam, drón 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 stb.) jogtiszta hozzáféréssel

## **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. Ám ezúttal is vizsgáljuk meg a minimális igényeket! Egy kisebb helyi televízió elindításakor az alábbi helyiségek azok, amelyekre mindenképp szükség van:

- 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, telefonokat bonyolíthatnak, megírhatják 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.
- Irodák a vezetőség, a gazdasági és marketinges munkatársak számára.

## **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, a technikai eszközök tisztításához szükséges eszközökre, valamint szerszámkészletre a díszletépítéshez és a kisebb technikai problémák megoldásához.

A szerkesztők munkájához olyan számítógépekre, esetleg laptopokra van szükség, amelyeken 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 internet-hozzáférés nemcsak az információszerezés miatt fontos, hanem az anyagok mozgatása, továbbítása, webes feltöltése miatt is.

Egy induló televízióknak 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.

## STÚDIÓTÉR ÉS DÍSZLETEK

Ha a televíziónak van egy vagy több hangszigetelt stúdiótere, 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 árasszon, a díszletek egy lakásbelsőre, bebútorozott nappaliszobára emlékeztessenek. Vannak azonban olyan díszlettervezők is, akik szerint felesleges úgy tenni, mint ha 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 összehatást eredményeznek.*

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

- Pult és hozzá tartozó, speciális székek, támaszok a hírműsorok felkonferálószövegeinek 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/greenbox technika

Magyarországon az ezredfordulón vált jellemzővé, hogy a tévéstúdiót nem valódi díszletekkel rendezték be, hanem a *bluebox*, *greenbox* vagy *chroma key* néven is ismert technika segítségével virtuális közeget alakítottak ki a műsorvezető és vendégei köré. E technikák lényege, hogy a szereplők egy élénkkékre vagy élénkzöldre festett falú térben helyezkednek el. A felvételen a kulcsként megadott kék vagy zöld színű felület digitális utómunkával tetszőleges képre cserélhető. (Azért alkalmazzák épp ezeket a színeket, mert ezek ütnek el leginkább az emberi arcon, bőrről, hajon látható színektől.) Ám ahhoz, hogy a bluebox vagy greenbox technikával készült háttérnek 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 vezetősége, 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 kékszinű háttéren lévő, sötét- és világoskék vonalokból álló rácsrendszer képének perspektivikus torzulásához számolja ki a rendszer a virtuális elő- és háttérterek elhelyezkedését és méretét.”<sup>16</sup> 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.*

## A BESZERZÉS 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 kitarítaniuk a megvásárolt eszközöknek.

Érdemes fontossági sorrendet felállítani a beszerzendő eszközök között, és a vásárlást a legszükségesebbekkel kezdeni. Célszerű folyamatosan figyelni a technikai felszerelés bővítésére irányuló pályázati lehetőségeket.

Megfontolandó, hogy bizonyos eszközökből célszerű-e használtat vásárolni. Ezekhez jóval olcsóbban lehet hozzájutni, viszont többnyire nem jár hozzájuk garancia, és gondolni kell a gyors elavulásra is.

---

<sup>16</sup> Borbás Tamás: *A videokép*. In: Vagyóczky Tibor (szerk.): *Kézikönyv film & tv alkotóknak*. Magyar Operatőrök Társasága (HSC), Budapest, 2009. 194.

### **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, akkor inkább az egyes stáboknak kiadható szettek fejlesztésére érdemes hangsúlyt fektetni. A díszletek kialakításához feltétlenül figyelembe kell venni a műsorok arculatát, célközönségét, szokásos menetét.

### **A televízió munkatársainak száma, feladatköre**

A berendezés, munkaállomások összeállításánál be kell kalkulálni, 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 számításba venni, milyen technikai berendezésekhez, szoftverekhez értenek a kollégák. Ha ilyenekkel szereljük fel a stúdiót, elkerülhetjük a betanításokkal járó procedúrát. Ugyanakkor elvárható a kollégáktól, hogy tartsanak lépést a technika fejlődésével, szükség esetén képesek legyenek átállni új rendszerekre is.

### **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. A különböző gyártók eszközei – például a vázak és az objektívek – nem mindig kombinálhatók egymással, így ezt is végig kell gondolni. Ha a technikai eszközök között minden mindennel kompatibilis, akkor elkerülhető a káosz, időt és energiát takarítunk meg.

### **További szempontok**

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.6. A televíziós munkát segítő dokumentumok

### ADMINISZTRÁCIÓ: A SZÜKSÉGES ROSSZ

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 dokumentumok, nyomtatványok, táblázatok segítik. A papírmunka azonban nem kizárólag az ő feladata, sok adminisztratív tennivaló hárul a szerkesztőkre is, hiszen az elkészült tartalmakat nyilvántartásba kell venni. E nyilvántartások alapján fizetik a béreket, jogdíjakat, és ezek alapján lehet archiválni a legyártott tartalmakat. Gondos adminisztráció nélkül a műsorgyártási egységekben eluralkodna a káosz. Tekintsük át a főbb, műsorgyártást segítő dokumentumokat!

### 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 „diszpónak” 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 helyszínre kik, mikor, milyen technikával, melyik gépkocsi-val 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.

## **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 ritka, 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, esszészerű 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. Megfogalmazza a szerkesztői, rendezői koncepciót. Röviden, a lényegét kiemelve bemutatja a műsor témáját, leírja, hogy kik szereplnének, illetve 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.

## **ADÁSTERV**

Az adásterv tartalmazza, hogy a következő időszakban mely nap mely időszávjában 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 rosszsallását, bosszankodását.

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

## **ADÁSMENET (MÁS NÉVEN ADÁSTŰKÖR, MŰSORTŰKÖR)**

Míg az adásterv a televízió összes műsorának jövőbeli egymásutánosságát tekinti 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-eknek, 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 neveit (ez a feliratozás miatt fontos). Szerepelnek benne a műsorkészítésben részt vevő kollégák neve, 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.

## 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 különböző 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:

- 1. 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.
- 2. Dialógusok:** tartalmazza a szereplők neveit, illetve azt, ami a filmben a szájukból elhangzik – vagyis a 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 értelme. 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.

## 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 munkalapról 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 le 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. Lássuk, miket kell tartalmaznia!

## **Munkacím**

Az egyes magazinokon belüli anyagok, híradós bejátszások általában nem címkiírással 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, miről szól az anyag, így később könnyebb lesz visszakeresni is.

## **Főcím**

Dokumentumfilmek vagy önálló epizódokból álló riportfilm-sorozatok esetében általában a képernyőn is megjelenik egy címfelirat. Ez lehet kissé elvontabb, kreatívabb, mint a munkacím. Informatív alcímmel is bővíthető, amelyből a néző jobban következtethet a tartalomra (pl. *Szerencsés találkozások – A Móra Ferenc Népszínház története*). A munkalapon jelölni kell, hogy a főcímet hol tüntesse fel a vágó, hiszen nem törvényszerű, hogy ezzel induljon a film, megjelenhet az első narráció vagy valamilyen kezdőjelenet után is.

## **Szalagcím**

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

## **A műsor, a sorozat és/vagy a rovat címe**

A szerkesztői munkalapon fel kell tüntetni, hogy az adott bejátszást melyik műsoron belül, milyen rovatban vagy blokkban vetítik.

## **A forgatás(ok) és az adásba kerülés dátuma**

Vannak televíziók, ahol a forgatások dátumát is fel kell tüntetni a munkalapon, máshol pedig az adásba kerülés dátumát írják rá. Ha azt a munkalap elkészítésekor még nem tudja a szerkesztő, kihagyja a helyét, és a felelős szerkesztő ütemezi az anyagot.

## **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, sarkában, 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 sejthetjük, 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 számontartható legyen.

### **Internetes megosztáshoz szükséges információk**

Ma már gyakori, hogy a televíziós anyagok felkerülnek a gyártó honlapjára, valamelyik videómegosztó oldalon létrehozott csatornájára vagy közösségi oldalára. Ilyen esetben gyakori, hogy már a munkalapon meg kell adni a feltöltéshez szükséges információkat: milyen címmel kerüljön fel, milyen leírás szerepeljen a videó mellett. A szerkesztő megadhat keresőszavakat, kulcsszavakat (közösségi oldal esetén *hashtageket*), amelyek segítségével a nézők könnyebben rátalálhatnak az őket érdeklő témára.

### **Felkonferáló szöveg**

A fent ismertetett alapvető információk után többnyire a felkonferáló szöveg olvasható a szerkesztői munkalapon – ha a műsor koncepciója ezt megkívánja. 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.)

### **Narrátorszöveg**

A narrátorszöveg általában több blokkra oszlik a munkalapon, hiszen az interjú-részleteket és az egyéb szerkezeti elemeket köti össze. Általában normál betűvel gépelik. (Szerepéről, céljáról 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 képzelet 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! Rákényszeríti arra, hogy a szöveget úgy formálja, hogy az jól illusztrálható legyen, ne kelljen ugrálni az egyes képi témák, helyszínek között. Ehhez a szerkesztőnek természetesen ismernie kell a nyersanyagot, tudnia kell, milyen vágóképek állnak rendelkezésre!

## Az interjúalany neve és titulusa

Alapvető riporter feladat megkérdezni az interjúalanyt arról, hogy a nevét hogyan tüntethetjük fel az anyagban, mit írhatunk ki a neve alá a képernyőre. (Érdemes azt a forgatáskor feljegyezni, vagy 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 a nevet, az esetleges doktori címet, rangot, titulust, foglalkozást, intézményi kötődést stb. feltüntetni, hiszen a vágó ez alapján készíti el az ún. **névinzertet** – 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 elért nevek, hibás titulusok 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.

A névinzertben olvasható titulus feltüntetésénél általában a beosztást tüntetjük fel előbb, és utána következik az intézmény, például így: *KISS FERENC, titkár, Szerencséstavi Horgászegylet*.

## 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 időköd 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 szövegét kell bevágni, 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.*

Bizonyos szerkesztőségek azonban nem érik be a kezdő- és végszavak jelölésével, és kérik a teljes, bevágandó szöveg legépelését. Ha a hangharapás nem hagyományos módon rögzített interjúból, hanem ún. szituációs interjúból vagy hasznos hangból származik (e fogalmakat a későbbiekben definiáljuk), e tény is jelölni kell a munkalapon.

## Egyéb szerkesztői utasítások és javaslatok

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

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.

## MŰSORKÍSÉRŐK

A műsorok egy-egy elkészült adása, epizódja mellé többféle táblázatot kell elkészíteniük és mellékelniük a szerkesztőknek, a szerkesztő-asszisztenseknek vagy a gyártásvezetőknek. Ezek az ún. műsorkísérők, amelyek bekerülnek a televízió központi nyilvántartásába, hogy a különféle jogvédő szervezeteknek (pl. ARTISJUS, EJI, HUNGART, MASZRE) küldött jelentések alapjául szolgáljanak, lehetővé téve a jogdíjak kifizetését a jogtulajdonosoknak. Ezekre elsősorban az országos vetítést biztosító csatornák időtálló műsorai kapcsán van szükség. Elkészítésük sok adminisztrációs terhet ró a műsorkészítőkre, 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 készítő 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 készítő 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 mennyi perc/másodperc hallható.

### **Képző-, ipar- és fotóművészeti alkotások adatlapja**

Szintén táblázatról van szó, amely azt tartalmazza, hogy az adásban milyen vizuális alkotások bukkannak 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, kabaréjelenet, musical, operett, opera, film, tévéműsor részletét használták fel, 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. A TELEVÍZIÓZÁS MOZGÓKÉPTECHNIKAI ALAPJAI

### II.1. A camera obscurától a digitális mozgóképrögzítésig

#### MOZGÓKÉPES ALAPFOGALMAK A GÖRDÜLÉKENY KOMMUNIKÁCIÓÉRT

A mozgóképrögzítő eszközök óriási változásokon mentek át az elmúlt mintegy 120 év folyamán: a nagy, nehéz filmfelvevő gépektől eljutottunk a mindannyiunk zsebében megbúvó, élvezetes képminőséget biztosító mobilkészülékekig.

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 újdonságok piaci értéke ne szökne az egekig, 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 kapcsolatos szakmák igazán magas szintű elsajátítása ma sem megy könnyebben, mint néhány évtizeddel ezelőtt. Jelen kötet nem vállalkozhat arra, hogy professzionális szinten átadja a kamerakezelés mesterfogásait, csupán az alapfogalmak, alapvető technikai folyamatok felvázolására tesz kísérletet. Ezeket ugyanis nem csupán a leendő kameramanoknak, operatőröknek kell elsajátítaniuk, de érdemes velük megismerkedni mindenkinek, aki valamely poszton részt szeretne venni a televíziós műsorkészítés folyamatában.

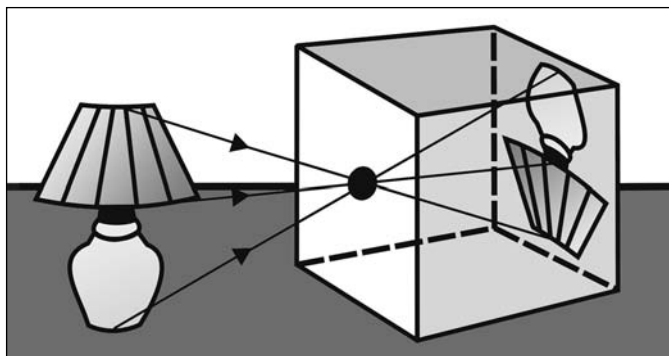
Ahhoz, hogy zökkenőmentes legyen az együttműködés, megvalósuljon a szakmai párbeszéd, és valóban értsék egymást a munkatársak, a szerkesztőknek, a riportereknek és a műsorvezetőknek úgyszintén ismerniük kell a kameramozgásokat, plánokat, vizuális megoldásokkal kapcsolatos kifejezéseket. Csakis ezek ismeretében tudják elmondani elképzelésüket a rendezőknek, így tudnak megfelelő instrukciókat adni a velük dolgozó operatőröknek, vágóknak.

#### MINDEN KAMERA ŐSE: A SÖTÉT DOBOZ

A fényképezés és a mozgóképrögzítés eljárása a *camera obscura* (lyukkamera) nevű szerkezetből fejlődött ki, ma is ez számít az alapmodelljének.

A *camera obscura* latin kifejezés, magyarul sötét kamrát jelent. Ez nem más, mint egy minden oldalról fénytől védett doboz vagy szoba, melybe a fény egy apró lyukon keresztül hatol be. Ez a fény fordított állású képet rajzol ki a lyukkal ellentétes oldalon.

Működési elve már jóval a fényképezés felfedezése előtt ismert volt. Ezt az optikai berendezést a reneszánsz számos művésze, köztük Leonardo da Vinci is használta mint rajzolósi segédeszközt: körberajzolták a falára kivetülő képet.<sup>17</sup> Ahhoz azonban, hogy ezt a képet rajzolás nélkül is maradandóvá lehessen tenni, ki kellett kísérletezni a fényérzékeny anyagokat, majd a filmet.



2. kép: A camera obscura sematikus rajza

## AZ EXPOZÍCIÓ ÉS A KÉP HORDOZÓJA

Exponálásnak nevezzük azt a folyamatot, amikor a zár kioldása, vagyis a blende kinyitása után a fény behatol a kamerába, és lenyomatot hoz létre az ott található fényérzékeny anyagon. Az első fotografiákat különféle, vegyi anyagokkal bevont fémlemezre vagy üveglapokra készítették, kezdetben órákig, később percekig exponálva. A korai, ún. direktpozitív eljárások képeit, pl. a dagerrotípiákat még nem lehetett sokszorosítani, egyedi tárgyak voltak. Az 1800-as évek végén feltalálták a celluloid filmet, amelyre a fény a kép negatívját égeti rá, és erről később több pozitív képet is lehetett készíteni. Ezzel leegyszerűsödött a képrögzítés eljárása, és megnyílt az út a mozgóképsorok kikísérletezése felé.

## A KÉPRÖGZÍTÉS EVOLÚCIÓJA

Az analóg mozgóképrögzítésben a gyúlékony cellulóznitrát alapú filmet felváltotta a celluloid-triacetát, vagyis a biztonsági film. Ezt perforálva (lyukacsos szélekkel), tekercselve használták az analóg filmgyártás során a képsorok lenyomatának hordozójaként – illetve, akik szeretnek filmre dolgozni, azok ma is ezt használják. A filmszalagot később kazetába fűzték, és úgy tették a felvevőgépekbe.

<sup>17</sup> Horváth Árpád: *Camera obscura. A fényképezés és a film története*. Táncsics Kiadó, Budapest, 1965. 9.

A '70-es években megjelent az adattárolást elektronikusan végző mágnesszalagos videókazetta, melyet egyszerűbb volt használni, mint a filmet, hátránya viszont az volt, hogy a mágnesszalag minden lejátszáskor kopott valamennyit. Mégis ez volt az a technológia, amely megnyitotta az utat az otthoni videózás felé, a VHS (Video Home System) rendszerrel. A professzionális televíziózás azonban inkább a U-matic és a Beta videórendszereket preferálta. Ezek mágnesszalagai erősek, nagyon enyhén kopnak, így ma is használják őket filmek tárolására, hiszen tovább kitarthatnak, mint egy DVD lemez.

## **A DIGITÁLIS ÁTÁLLÁS**

Az analóg képrögzítést mára szinte teljesen háttérbe szorította a digitális rögzítés. Az 1995-ben született DV (Digital Video) rendszer áttörést jelentett a mozgóképrögzítés történetében, és mind az amatőrök, mind a profik megkezdték az erre való átállást. Az ezredforduló után lezajlott az ún. digitális televíziós átállás, az a nemzetközi technológiai és piaci folyamat, amely során egyrészt a televíziókészülék-gyártók, másrészt a tartalom- és műsorszolgáltatók (filmstúdiók, tévéállomások, adásszolgáltatók stb.), harmadrészt a tévé néző lakosság áttért a digitális televíziózás használatára. Az analóg földfelszíni sugárzást Magyarországon 2013-ban kapcsolták le, de közben megkezdődött az analóg műholdas és az analóg kábeles szolgáltatások visszaszorulása is.

## **A DIGITÁLIS KÉPALKOTÁS**

A digitális fotótechnika a látvány leképezett részletét képpontokra bontja szét. Míg korábban a felvevőgép belsejében a fény a filmre rögzítette a képet, a digitális technika esetében ez egy elektronikus érzékelő lapocszkára történik. Az érzékelő lapocszka (szenzor) sok elemi képpontból (pixelekből) áll. A látvány tehát képpontokra bomlik, hiszen a szenzor a fény-sugarakat digitális információvá, számokká alakítja. E számoknak megfelelően állnak össze a pixelek azzá a képpé, amelyet az eszköz létrehoz.

## **A TELEVÍZIÓZÁS ÉS A DIGITÁLIS RÖGZÍTÉS**

A digitális mozgóképet kezdetben különböző minőségű és tartósságú DV és HDV kazettákra rögzítették, amelyeket a kamerával vagy egy külön magnóval kellett „beírni”, vagyis fájlként a számítógépbe vinni. A televíziók idővel áttértek a memóriakártyákra és más, külső tárhelyekre, amelyekről egyszerűen át lehet másolni a videóanyagot arra a számítógépre, ahol a vágás zajlik.

A digitális képalkotásban kulcsfontosságú szerepe van a képfelbontásnak. Adott területen minél sűrűbben helyezkednek el a képpontok, vagyis a pixelek, annál nagyobb lesz a kép felbontása. Minél nagyobb a felbontás, annál inkább élvezhető a kép – akár nagy képernyőn is. Előrelépést jelentett a HD (High Definition) minőségben történő rögzítés,

majd az UHD (Ultra High Definition), a 4K, és folyamatosan napvilágot látnak új rögzítési normák. A HD megjelenésétől a képarány is változott. Míg régen a 4:3 arány volt a jellemző, napjainkban 16:9 arányú képeket rögzítenek a televíziós operatőrök, és a tévéképernyők is jellemzően ilyen formájúak.

## II.2. A mozgóképrögzítő eszközök felépítése és beállítása

### A KAMERA MŰKÖDÉSI ELVE

A mozgóképfelvevő eszközök egyik alapegysége a kameratest, amely a camera obscurához hasonlóan egy fényvédett doboz. A másik alapegység pedig a lencserendszer, vagyis az objektív. Az objektíven át jut be a fény a blendéig, vagyis a rekesznyílásig, amely beengedi a fényt a kameratestbe. Itt található az a fényérzékeny anyag, film vagy szenzor, amelyre a fény kirajzolja a képet. Ha nem filmre történik a rögzítés, akkor az érzékelő jelekké alakítja a fényt, amelyek kirajzolják a (digitális) képet.

### A KAMERA FELÉPÍTÉSE

A legtöbb kamera az alábbi elemekből épül fel:

- Kameratest
- Optikai lencse vagy lencserendszer (objektív)
- Kereső (ebbe belenézve láthatja a kamera kezelője, hogy mit komponált be)
- Kijelző (nem elengedhetetlen, de napjainkban a legtöbb tévés kamerán van)
- Kezelőfelület, ahol a kezelésre szolgáló gombok találhatóak
- Energiaforrás (általában levehető, külön tölthető akkumulátor)

### A KAMERA „SZEME”: AZ OBJEKTÍV

Az objektív az emberi szemhez hasonlóan működik, a látászögébe eső fényt összegyűjti, majd a blendén át az optikai tengelyére merőleges érzékeny anyagra vetíti. Minőségét a benne található lencsék (és esetenként tükrök) határozzák meg, amelyek különféle optikai tulajdonságokkal bírnak. Az objektívek fejlődése hatalmas utat járt be, egyre tökéletesebben csiszolt lencsékből egyre összetettebb, a különböző célokat figyelembe vevő objektívek születtek.<sup>18</sup> A lencsék csiszolási módja meghatározza az objektív minőségét.

---

<sup>18</sup> Bővebben lásd: Horváth Árpád: *A lencse históriája*. In: *Úó.: Camera obscura. A fényképezés és a film története*. Táncsics Kiadó, Budapest, 1965. 114–120.

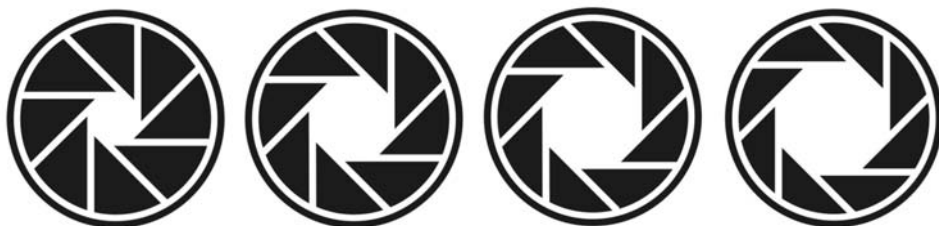
A tévés operatőrök általában több objektívvel felszerelve indulnak forgatni, hogy kiválaszthassák azt, amelyik a téma megörökítéséhez a legideálisabb. Egy-egy igazán jó objektív sokszorosát érheti a kameratestnek. Épségét objektívsapkával védik. Fontos, hogy tisztán, karcmentesen tartsuk, hiszen csak így lesz jó a képminőség!

### A KAMERA „PUPILLÁJA”: A BLENDE (REKESZNYÍLÁS, ÍRISZ)

A blende, más néven rekesznyílás vagy írisz egy változtatható nagyságú nyílás, melynek állításával szabályozható a kamerába bejutó fény mennyisége. Hasonlóan működik, mint az emberi szem pupillája: össze tud szűkülni, vagy ki tud tágulni. Nagyobb fényben a blendenyílást kisebbre kell állítani, így kevesebb fényt juttat be. Ha a témánkat kisebb mennyiségű fényben kell megörökítenünk, akkor viszont nagyobbra nyílik a blende, hogy több fény juthasson be.

Nagyjából állandó fényviszonyok esetén fix íriszű vagy kézzel állítható, ún. manuál-íriszes objektívet célszerű használni. Kültéren vagy gyorsan változó fényviszonyok közepette azonban hasznos lehet az ún. autoíriszes objektív, amely a bejövő fénynek megfelelően automatikusan szűkül vagy tágul.

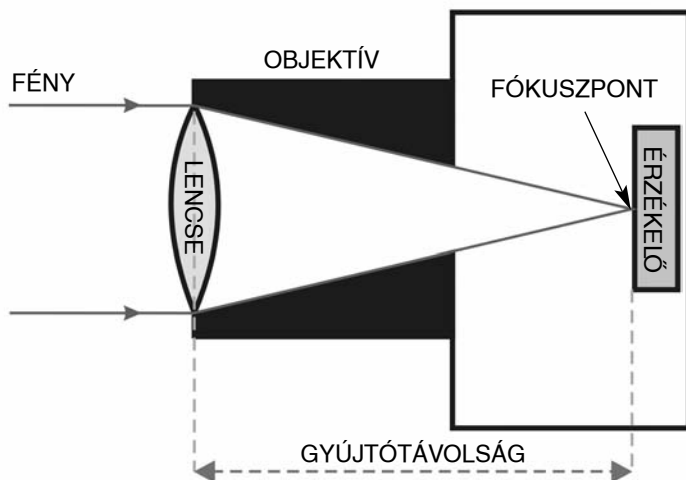
A rekesz azon túl, hogy szabályozza a bejutó fény mennyiségét, alapvetően meghatározza a kép mélységélességét is, tehát azt a távolságot, ami a felvételen az elfogadhatóan éles tartományba esik. A rekesznyílás átmérőjét, nyílástávolságát **apertúrának** nevezik.



3. kép: A blende sematikus rajza

### A FÓKUSZ

A fókusz az a pont, ahová az objektív a párhuzamosan beeső fénysugarakat összegyűjti. A kép a fókuszpontban éles. Fókuszálni annyit tesz, hogy beállítjuk, a témánk mely része legyen éles. Az élességet a téma távolságának megfelelően kell beállítani a kamerán, ez általában az objektíven lévő fókuszgyűrű elforgatásával lehetséges. Egyes objektíveken van autofókusz funkció, ám ezzel óvatossá kell lenni, mert ha pl. mozog a téma, akkor az autofókusz folyamatosan próbál korrigálni, és a felvételen váltakoznak majd az éles és az elmosódott szakaszok.



4. kép: Kamera sematikus rajza a fókusz és a gyújtótávolság ábrázolásával

## A GYÚJTÓTÁVOLSÁG

Fókusz távolságnak vagy más néven gyújtótávolságnak nevezzük a lencserendszer fénytani középpontjának és fókuszpontjának távolságát. A gyártók rendszerint az objektív frontlencséjét körülvevő gyűrűn vagy az objektív palástján tüntetik fel ezt az értéket, milliméterben megadva. A fókusz távolság lehet fix vagy változtatható.

## A LÁTÓSZÖG

Látószögnek nevezzük azt a nyílásszöget, 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 objektív látószögét is kiválasztjuk, vagyis azt, hogy onnan, ahol van, milyen széles szögben lásson a kamera”<sup>19</sup> – írja Szabó Gábor *Filmes* könyvében.

A kamera helyének meghatározásán túl az objektív kiválasztásával tudjuk meghatározni a látószöget. Az ún. **nagylátószög** tartománya nagyobb területek befogására szolgál, például egy épület megmutatására. Erős térérzetet ad, de esetenként torzíthatja a teret, ami főleg a mozgásoknál látszik. A **normál látószög** felel meg leginkább az emberi szem látószögének. A kis látószögű **teleobjektív** viszont összesűkíti a teret.

<sup>19</sup> Szabó Gábor: *Filmes könyv. Hogyan kommunikál a film?* Ab Ovo, Budapest, 2002. 29.

## A KÉP ÉLESSÉGE

Az élesség a lencsék által alkotott kép egyik fontos jellemzője. Az éles képen a téma apró részletei is jól kivehetők, míg az életlen képen a téma kontúrvonalai elmosódnak, a kis fénypontokból nagy szóródási körök lesznek. A televíziós munkában az életlen kép elfogadhatatlan, hacsak nem arról van szó, hogy valamilyen okból szándékosan el kell homályosítani a képet – például azért, hogy az ábrázolt személy ne legyen felismerhető.

## A MÉLYSÉGÉLESSÉG

Amikor egy kamerával képeket veszünk fel, akkor a fő témáknak természetesen élesnek kell lennie. Ám nem feltétlenül az a cél, hogy a kép valamennyi része tökéletesen éles legyen. Az emberi szem számára nem igazán természetes a mindenütt egyformán éles kép, hiszen amikor szemlélünk valamit, a szemünk a téma bizonyos részleteire fókuszál, a periférikus látóterünkben lévő dolgokról pedig kevesebb információt fogadunk be. A fényképezésben és a mozgóképkészítésben is általában arra célszerű törekedni, hogy a fő téma éles, a háttér vagy az előtér pedig enyhén homályos legyen.

A mélységélesség az a távolságtartomány, amelyen belül az objektívhez legközelebb és attól legtávolabb levő tárgyak képpontjai még élesen jelennek meg a képérzékelő szenzor felületén. A sáv szélessége a különböző blendeállásoknál más és más, de általában elmondható, hogy a fókuszban levő tárgy elé esik a még éles tartomány egyharmad része, mögé pedig az éles tartomány mintegy kétharmad része.

Minél kisebb a mélységélesség, a háttér annál inkább elmosódott lesz a fő témához képest. Tehát ha azt szeretnénk, hogy az interjúalanyunk arca élesen elváljon a homályos háttértől, akkor kis mélységélességet kell beállítanunk. Akkor kicsi a mélységélesség, ha nagy a fókusztávolság és/vagy kicsi a tárgy távolság, illetve, ha nagy a fókusztávolság és/vagy nagy a rekesznyílás. Ha nagy mélységélességet állítunk be, akkor a hátrébb lévő témák is élesebbek maradnak. Nagy a mélységélesség, ha kicsi a fókusztávolság és/vagy nagy a tárgy távolság, illetve, ha kicsi a fókusztávolság és/vagy kicsi a rekesznyílás.

## A SZÍNHŐMÉRSÉKLET

A fehér fény különböző színű fények keveréke. A különféle fényforrások fényei nem azonos arányban tartalmazzák a fehér fény összetevőit, tehát színük is különbözik egymástól. Az emberi szem bizonyos határok között alkalmazkodik az adott fény színéhez, így a kisebb mértékű eltéréseket nem is igazán érzékeljük.

A fényforrások valós színe az adott fényforrás által kisugárzott energia hullámhossz szerinti eloszlásával írható le. A látható tartományban kisugárzott energia hullámhossz szerinti eloszlására jellemző szám a színhőmérséklet. Egysége a *kelvin*, amelyet K betűvel jelölnek.

Ha több kamerás felvételt készítünk, össze kell hangolnunk az egyes kamerák képének színhőmérsékletét, ellenkező esetben olyan lesz a végeredmény, mint ha az egyes kamera-képeket más és más időben vagy helyen vettük volna fel!

### **A FEHÉREGYENSÚLY**

A fehéregyensúly (angolul White Balance, WB) a digitális fényképezőgépek, videokamerák beállítási lehetősége. Célja a színhelyes felvétel, vagyis a színek olyan módosítása, hogy a fehér tárgyak a képen is fehérek legyenek. (Ne legyen például sárgás vagy kék a kép.) Ennek érdekében a színhőmérsékletet az éppen adott fényforrásokhoz kell igazítani.

Ha a fehéregyensúlyt automatára állítjuk, a gép automatikusan javítja ki a fény színe okozta hibákat. Az automatikus javítás lényege, hogyha a gép észreveszi, hogy a képen nincs igazán fehér felület, viszont a képet egy színárnyalat uralja, akkor digitálisan megszünteti ezt a jelenséget. Így azonban, ha például egyenletesen sárga falat fényképezünk, a gép azt hiheti, hogy izzólámpa okozta a sárga szín dominanciáját, így a képen fehér lesz.<sup>20</sup> Ilyen esetekben a kézi beállítást kell alkalmazni, vagyis „meg kell mutatni” a gépnek, hogy mi a fehér.

### **A FÉNYÉRZÉKENYSÉG**

A digitális fényképezés és mozgóképkészítés egyik legnagyobb előnye, hogy akár képről-képre változtatható a fényérzékenység – míg régen ehhez filmet kellett cserélni, vagy egyszerre több gépet kellett használni. A filmes időkben különböző érzékenységű filmeket lehetett vásárolni. A digitális gépek érzékelő lapkájának érzékenységét manapság az ún. ISO számmal adják meg. Ha magasabb ISO-értékkel, azaz nagyobb érzékenységgel dolgozunk, kevesebb idő is elegendő a megvilágításhoz, amit a mélységelesség vagy a zársebesség növelésére is használhatunk.

A szabvány ISO értékek: 100, 200, 400, 800, 1600 stb. Közöttük éppen egy rekesznyi a különbség, tehát az ISO 200 dupla, az ISO 400 négyszer olyan érzékeny, mint az ISO 100. Kézenfekvő lenne mindig a lehető legérzékenyebb, azaz a legmagasabb ISO beállítást használni, de ebben az esetben fennáll a veszélye, hogy „zajos”, szemcsés lesz a kép. (Nem véletlen, hogy a gépek ára összefügg azzal, milyen minőségű képekre számíthatunk magasabb ISO érték mellett.) Minden képrögzítő eszköznek van egy alapértelmezett ISO beállítása, melynek használatával a legszebb, legzajmentesebb képet kapjuk. Érdemes ezt használni és ettől csak indokolt esetben eltérni.

---

<sup>20</sup> Enczi Zoltán – Keating, Richard: *A digitális fotózás műhelytitkai kezdőknek*. Rainbow-Slide Kft., Budapest, 2015.

## II.3. A mozgóképrögztő eszköz és az objektív megválasztása

Napjainkban már akár egy okostelefon segítségével is készíthetünk kiváló minőségű, élvezhető felbontású mozgóképet, évről-évre jobb mobilkamerákkal találkozunk. A televíziótársaságok azonban általában videokamerákkal dolgoznak, illetve az sem ritka, hogy DSLR fényképezőgépekkel bővítik az eszközpallettát. A tévés munka során ugyanis nem csupán a képminőség az egyetlen szempont. Fontos, hogy az eszközt az operátor biztonságosan és stabilan meg tudja tartani, gyorsan elérje a beállításokat, könnyen fel tudja tenni az állványra, és le tudja venni onnan, feltehesse rá a témának megfelelő objektívet, vagy épp csatlakoztatni tudjon hozzá egy mikrofont vagy fejlámpát. Az alábbiakban tekintsük át, mi a különbség a videokamera és a DSLR között, melyiket milyen célokra érdemes használni!

*Megjegyzés: A digitális képrögztés megjelenése előtt az állóképeket rögzítő eszközöket fényképezőgépeknek, a mozgóképet rögzítőket pedig videokamerának nevezték. Napjainkra e kategóriák használata egyre problémásabb, hiszen a legtöbb digitális fényképezőgép már alkalmas videó rögzítésére is, ahogyan a digitális videokamerákkal is készíthetünk fotókat.*

### A KÉPRÖGZÍTŐ ESZKÖZ MEGVÁLASZTÁSA

#### Tükörreflexes fényképezőgépek

Ahhoz, hogy megértsük a DSLR népszerűségének titkát, először tisztában kell lenni azzal, mit jelent, ha egy gép tükörreflexszel működik.

Ma már természetesnek vesszük, hogy a kijelzőn vagy a keresőben azt a kompozíciót láthatjuk, amit meg fogunk örökíteni. De nem volt ez mindig így! A fényképezőgépek fejlődésének története során meg kellett oldani azt a problémát, hogy fotós láthassa, pontosan mi az, ami a lencse előtt elhelyezkedő dolgokból ráfér a képre. A keresőnyílás és az objektív közötti távolság ugyanis nem tette lehetővé a pontos képkivágot megválasztását. A különbség kiküszöbölésére a gépváz belsejében ferdén, 45°-os szögben elhelyeztek egy síktüköröt, amely a felette elhelyezett üvegre vetítette a képet. Így a fényképész az objektíven keresztül, közvetlenül láthatta a kompozíciót. Az exponálás pillanatában a tükör felcsapódott, utat engedve a fénynek a lencsén át.<sup>21</sup> (Az első tükörreflexes fényképezőgépekbe felülről lehetett benézni, és a tükör felcserélt oldalú képe volt látható. Később a tükör és az üveg közé behelyeztek egy pentaprizmát, amely a keresőképet oldalhelyesre állította, és megjelenítette a fényképezőgép hátoldali keresőjében.<sup>22</sup>)

<sup>21</sup> Horváth Árpád: *Camera obscura. A fényképezés és a film története*. Táncsics Kiadó, Budapest, 1965. 139–140.

<sup>22</sup> Érdekesség: Egy magyar fényképész, Dulovits Jenő volt az, aki 1943-ban szabadalmaztatta az első tükörreflexes, kisfilmes és beugrórekeszes objektívvel működő fényképezőgépet, a DUFLEX-et, amely szemmagasságból fényképezett, oldalhelyes és egyenes állású keresőképet adott.

Ezen elv alapján működnek a modern, tükröreflexes gépek is. Az SLR a „*Single-Lens Reflex*” (*egylencsés reflex*) angol kifejezés rövidítése. Ha „D” betű is szerepel a rövidítés előtt, az pedig „*digital*”, azaz digitális kifejezésre utal.

*Megjegyzés: A DSLR mellett napjainkban újra nagy lendületet kapott az ún. MILC, azaz a Mirrorless Interchangeable Lens Camera kategóriába tartozó gépek fejlesztése. Ezekben nincs tükör és tükrökna, így kisebb lehet a vázuk. A fény az objektíven keresztül egyből a szenzorra jut. A jelet az elektronikus kereső is kapja, amely egy előnézeti képet mutat a témáról.*

## **A DSLR használata a televíziózásban**

Hasonlóan az SLR-hez, a DSLR is olyan fényképezőgép, amelynek optikája mögött egy tükör található, melyről a fény egyenesen a keresőbe jut, elősegítendő a kép megkomponálását. Abban az esetben, ha az exponológombot megnyomjuk, a tükör felcsapódik, és átengedi az optika által rajzolt képet a képérzékelő szenzornak, amely rögzíti azt, és továbbítja a képfeldolgozó áramkörök felé.

A legtöbb DSLR, azaz digitális, tükröreflexes kamerán cserélhető az objektív, és a szenzorméretük nagyobb, mint a kompakt gépeké. Ennek köszönhetően kisebb mélységélesség is beállítható rajtuk, ami szebb térélményt nyújt, jobban kiemeli a témát a háttérből. Ezenkívül a DSLR gépek általában gyorsabb autofókusz rendszerrel és rövidebb expozíció késleltetéssel rendelkeznek.

A '90-es években piacra dobták az első digitális tükröreflexes fényképezőgépeket, amelyek az ezredforduló utánra meghódították a szakmát. Gyorsan kiderült, hogy sokkal szebb videófelvevételek is készíthetők velük, mint az akkor hasonló árban elérhető videokamerákkal.

Megjelenésük előtt a kisebb költségvetésű, digitális filmes produciókat gyakran érte az a vád, hogy nem elég filmszerű a képi világuk. A DSLR kis mélységélességének, telt színvilágának, plasztikus térélményének köszönhetően ez a probléma megszűnt. Sőt, a televíziózás is sokkal filmszerűbbé vált, lassan eltűnt az a különbség, amely a tévé és a film képélménye között húzódott.

Miközben a televíziózásban is végbement a már említett digitális átállás, a tévés operatőrök is megkedvelték a DSLR gépek használatát. Egy ideig olcsóbbak voltak, mint a hasonló képélményt nyújtó videokamerák, később az árak kiegyenlítődték, illetve mindkettő esetén széles spektrumon mozognak.

## **Videokamera**

Hasonlóan a többi képrögzítő eszközhöz, ebben is úgy keletkezik a kép, hogy a lencsék a zárszerkezeten keresztül rávetítik azt a rögzítő felületre – az ún. filmes kamerák esetén a különféle típusú filmekre. A videokamera elnevezést azonban általában azokra a kamerákra

használjuk, ahol a fény által kirajzolt kép egy elektromos érzékelőre vetül. A videokamera tehát a képérzékelőre érkező fényt elektronikus jellé alakítva hoz létre képet.

Az 1980-as évekig a kamerákban az optika mögött egy képfelvevő cső helyezkedett el, amit felváltott a CCD (*Charge-coupled Device*) vagy a CMOS (*Complementary Metal-Oxide Semiconductor*). Ezek feladata az, hogy a külvilág felől a kamera objektívjén keresztül érkező fényt elektromos jelekké alakítsák. A jel rögzítése történhet analóg módon, kazettában lévő mágnesszalagra, vagy digitálisan, például egy memóriakártyára. A CCD-vel felszerelt kamerák kezdetben analóg rendszerűek voltak, majd a '90-es évek végétől megkezdték térhódításukat a digitális videokamerák.

A televíziózásban a legkülönbébb típusú, felépítésű és értékű videokamerák használatosak. Vannak nagyobb kameratesttel rendelkező, vállra vehető típusok, amelyeket stabilabban tud tartani az operátor, ha nem állványról dolgozik. És vannak kisebb, könnyebb, kézben tartható változatok is. Bizonyos típusokba az objektívet beépítik, más videokamerákon cserélhető.

A kamera minőségét minden olyan részegység befolyásolja, amin a jel áthalad: az optikai rendszer, a képérzékelő, a képfeldolgozó áramkörök, a rögzítési formátum, a kijelző, a ki és bemeneti csatlakozási lehetőségek, a kezelhetőség és a kompatibilitási jellemzők.<sup>23</sup>

### **Mivel forgassuk a tévés anyagokat?**

A mozgóképrögzítő eszközt mindig a feladatnak megfelelően érdemes megválasztani. A híradós tévéstábok például általában videokamerákkal dolgoznak, amelyeken minden esetben van hangkimenet, biztosan tudnak hozzá mikrofont csatlakoztatni, de általában beépített atmoszféramikrofonnal is rendelkeznek. Markolatuk kényelmes, kezelőfelületük kézre áll, és gyorsan lehet velük mozogni. Ha egyszerre hosszabb időtartamot kell rögzíteni (pl. sportmérkőzést vagy színházi előadást), akkor szintén jobb választás a kamera, hiszen hosszabb időtartamot tudnak egy fájlként rögzíteni. Ugyanakkor például egy magazinműsor esetében, amikor nem kell kapkodni a forgatással, jó választás lehet egy DSLR a kis mélységélesség nyújtotta képi világával, kiemelkedő képminőségével. Recept tehát nincs, mindenki az egyéni munkamódszereinek és a témának megfelelően választja meg az eszközt.

### **AZ OBJEKTÍV MEGVÁLASZTÁSA**

Az objektívek különféle technikával összeillesztett, más-más optikai tulajdonságokkal rendelkező lencsetagokból kialakított lencserendszerek. A lencséken kívül általában beépítve tartalmaznak egy fényáteresztést szabályzó szerkezetet, az íriszt vagy más néven fényrekeszt. Az objektív megválasztásánál több szempontot is figyelembe kell venni:

---

<sup>23</sup> Szabó Sóki László: *Elektronikus médiatartalmak – videó és hang*. Eötvös Loránd Tudományegyetem, Budapest, 2012. 69.

## **Az objektív fényereje**

Minél több fényt képes az objektív összegyűjteni, vagyis minél nagyobb a fényereje, általában annál jobb minőségűnek (és drágábbnak) számít az optika. A fényerőt a legtagabb blendeérték megadásával jelzik. Minél kisebb ez a szám, annál jobb az eszköz fényereje.

## **A látószög megválasztása**

Egy magas épület vágóképezésére nem indulhatunk el kis látószögű objektívvel, bensőséges közeli kompozíciókat pedig aligha tudunk készíteni egy nagy látószöget befogó lencsével. Ezért fontos a feladatnak megfelelő optika megválasztása. Az objektívek árusításakor azonban általában nem a befogott szög fokát adják meg, hanem milliméterben a gyújtótávolságot mint a látószöget jellemző mérőszámot. Minél magasabb a gyújtótávolság, annál kisebb a látószög. Az ún. alapobjektíveknél, amelyekkel első körben felszerelik a kamerákat, a gyújtótávolság kb. 50 mm.

## **A fókusztaáv változtathatósága**

El kell döntenünk azt is, hogy fix fókusztaávolságú vagy változtatható fókusztaávolságú objektívet választunk. Utóbbival lehet közelíteni és távolítani, azaz zoomolni vagy szakmai kifejezéssel: variózni. Ez kényelmesebbé teszi a forgatást, hiszen az operatőrnek kevesebbet kell járkálnia, egy helyben állva többféle plánban is tud vágóképeket rögzíteni. A fix látószögű objektívek viszont olykor nagyobb fényerejűek, tisztább és jobb minőségű képet adnak – bár napjaink fejlődő technikájának világában nem mindig körözik le a varifokálisakat. A varifokálisak között is a mm-ben megadott gyújtótávolság-tartomány alapján lehet válogatni, például a 24–105 mm-es egy alap zoom értéknek felel meg.

## **Képstabilizátor**

Az ún. stabilizátoros objektívek több lencsetaggal rendelkeznek, mint az azonos típusú, stabilizátor nélküli társaik. Nagy segítséget jelentenek például akkor, ha kézből, lassabb záridővel kell dolgoznunk, és fennáll a bemozdulás, döcögés veszélye. A plusz lencse a bemozdulás irányával ellentétesen mozog, így biztosítja a korrekciót. (Állvány használatakor viszont érdemes kikapcsolni a stabilizátor-funkciót, mert egyes daraboknál előfordul, hogy ilyenkor is korrigálni próbálnak.)

## **További szempontok**

A fentiekén kívül megválaszthatjuk, hogy a fókuszta és az íriszt automatikusan vagy manuálisan szeretnénk-e beállítani az objektíven. Az árat és a minőséget pedig az is befolyásolja, hogy a lencsék műanyagból vagy üvegből készültek, hogyan illesztették őket össze, mennyire finom a csiszolásuk, mennyire adják jól vissza a természetben látható színeket stb.

## OBJEKTÍVTÍPUSOK

Ahogy láttuk, az objektíveket több szempont szerint lehet csoportosítani. Következzék egy áttekintés a már ismertetett szempontok alapján!

### Szerkezetük, felépítésük szerint

- **Egyszerű objektívek:** A fényrekesznek csak az egyik oldalán vannak lencsék, fényerejük kisebb, képrajzolásuk gyengébb.
- **Összetett,** több lencséből álló objektívek, azokon belül lehetnek:
  - szimmetrikus
  - félszimmetrikus
  - aszimmetrikus objektívek

### Látószög szerint

- **Kis látószögű objektívek:** (10–30°) Ezen objektívek látószögébe nem fér bele túl sok minden, inkább a téma részleteinek megörökítésére szolgálnak.
- **Normál látószögű objektívek:** (35–50°) Nagyjából olyan képet adnak, mint amilyen az emberi szem perspektívája.
- **Nagy látószögű objektívek:** (60–90°): Nagy területek befogására szolgálnak, például egy épület megörökítésére. Esetenként torzíthatják a teret.

### Fókusz távolság szerint

- **Fix fókuszú (monofókuszos) objektív:** A kép egy bizonyos távolságról felvéve lesz éles, és ha ebből kimozdulunk, homályossá válhat. Ha nem mozoghatunk a térben, hanem egy pontból kell felvennünk különböző távolságra lévő dolgokat, akkor ez nem jó választás.
- **Változtatható fókusz távolságú objektív (varifokális, vario vagy zoom objektívnek is nevezik):** A fókusz távolság az objektíven levő csúszógyűrűk vagy palástcsavarok segítségével állítható (egy adott fókusz tartományon belül).

### Funkció szerint

- **Teleobjektívek:** A 60 mm gyújtótávolság feletti objektívek gyűjtőneve. A különféle típusú teleobjektívek a távoli tárgyak és személyek megfigyelésére, a téma közelebb hozására szolgálnak.
- **Makroobjektívek:** Ezeket az objektíveket közelfotózásra használják. Optikailag úgy vannak korrigálva, hogy tökéletesen leképezzenek akár 1:1 arányban. Általában a 100 mm körüli gyújtótávolságúakkal érhetjük el a legjobb képi hatást.

- **Halszemoptika:** Eredetileg csillagászati távcsövekhez fejlesztették ki abból a célból, hogy az égbolt minél nagyobb szegmensét tudják egyidejűleg vizsgálni. Látószöge hatalmas, nemritkán 180 fok körüli vagy a feletti. Erősen torzítja a teret, ezáltal érdekes képi hatást kelt.

## II.4. A képkomponálás alapfogalmai. A plánok

### BEÁLLÍTÁS, SNITT

A beállítás a mozgóképgyártás folyamatának legkisebb egysége, a filmnyelv leg-alapvetőbb 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 újrafelvételről van szó. „*Ha azonban megváltoztatjuk a felvétel feltételeit – objektívet cserélünk vagy arrébb helyezünk a kamerát –, akkor már nem újrafelvételről, hanem egy új beállításról beszélünk.*”<sup>24</sup>

### 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 kocszás. Ilyenkor az operatőr még a felvétel indítása előtt megtervezi, hogy hová jut el a kamera, 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, a vágókép felvételének megismétlésre nem mindig van lehetőség – épp ezért a vágóképezés nagyfokú odafigyelést, összpontosítást, koncentrációt igényel a televíziós operatórtól.

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

---

<sup>24</sup> Szabó Gábor: *Filmes könyv. Hogyan kommunikál a film?* Ab Ovo, Budapest, 2002. 17.

sorrendjét, egymásutániségát 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.

## 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 kishoztára* szerint „a kamera és a képtárgy mértékviszonyát jelölő fogalom, melyben a mérték mindig az emberi alak”.<sup>25</sup> 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 ábrázolni kívánt történet 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.

### Egészalakos plán, amerikai plán

Az **egészalakos** beállítás olyan képkivágás, amely a szereplőt teljes egészében ábrázolja. Információt kapunk belőle annak megjelenéséről, tartásáról, kisugárzásáról. (Ez lényegében olyan kistotál, amelyen egy bizonyos személy dominál.)

Az **amerikai plán** combközépen vágja el az emberalakat. 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 marad elegendő tér a tudósító mögött zajló események megmutatására.

---

<sup>25</sup> *Film- és médiafogalmak kishoztára*. Korona Kiadó, Budapest, 2002. 141.



*5. kép: Nagytótál plán*



*6. kép: Totál plán*



*7. kép: Kistótál plán*



8. kép: Egészalakos plán



9. kép: 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 felsőtestük nagy része kilátszik a híradós pult mögül.

A **szekond** vagy félközeleli **plán** mell felett vágja el a szereplőt. A televíziózásban az interjúkat legtöbbször így rögzítik, hiszen az interjúalany álla 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.



*10. kép: Tág szekond plán*



*11. kép: Szekond plán*



*12. kép: Szűk szekond plán*

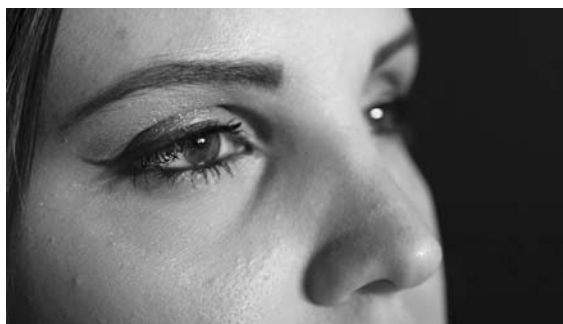
### Premier plán, szuperplán

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 közlelről.

Ilyen képkivágásokat a televíziós operatőr csak akkor használ, ha az interjúalany valami nagyon személyes, bensőséges témáról beszél. Ezek ugyanis 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 be valakinek az intim szférájába. A riport, a portré és a dokumentumfilm műfajába beleférhet, de a híradózásban vagy a tudósításokban alkalmazásuk nem ajánlott. (Alkalmasint interjúalanyunk hiúságát is sértheti, ha a ráncok, anyajegyek és bőrhibák ily módon túl nagy hangsúlyt kapnak.)



13. kép: Premier plán



14. kép: Szuper plán

## KOMPOZÍCIÓS LEHETŐSÉGEK

A fent ismertetett plánokat többféle kompozícióban is fel lehet venni aszerint, hogy szereplőjüket a képmező melyik oldalán helyezük 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 **kompozíció**ról beszélünk, ha a téma a képet középen elmsző főtengelyre 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 **aszimmetrikus kompozíció**nál 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. Ez egy olyan arányosság, ami a természetben is gyakran megjelenik (megfigyelhető pl. a csigák házában), természetes egyensúlyt teremtve a szimmetria és az aszimmetria között. Arany metszésről akkor beszélünk, amikor valamit úgy osztunk két részre, hogy a kisebbik rész úgy aránylik a nagyobbikhoz, mint a nagyobbik rész az egészhez. Mivel az emberi szemnek különösen kellemes, az ókor óta szívesen alkalmazzák e kompozíciót a művészetben is.

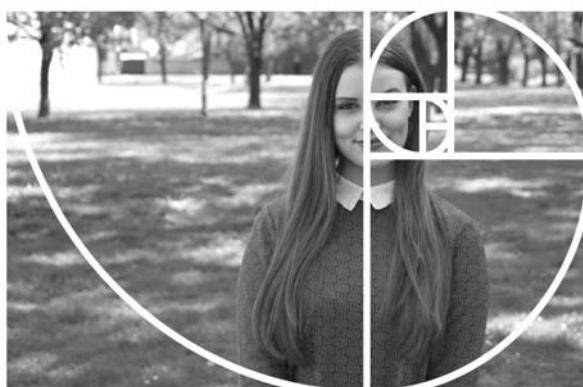
Az **átlós kompozíció** esetében téma a kép átlója köré rendeződik. Tájéképek vagy légifelvétel esetében gyakran használt kompozíció: például, amikor egy folyó átlósan szeli ketté a képmezőt.

### 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 **egyterese kompozíció** esetében a téma a kamerától egy meghatározott távolságra, nagyjából egy síkon helyezkedik el. Ilyet láttatunk, amikor egy kerítésen sétáló macskát komponálunk be oldalról, szemmagasságban, mögötte pedig csak az ég kékje látszik. Az előtér és háttér ilyenkor nem kap hangsúlyt, nem érdekes. A **többterese 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.



15. kép: Szimmetrikus kompozíció



16. kép: Arany metszés



17. kép: Átlós 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 látsszon. Ez a módszer régen általános volt az interjúkészítésnél, ám a hangharapás-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.



18. kép: Ansnitt

## II.5. Kameraállások, kameramozgások

### KAMERAÁLLÁSOK

A *kameraállítás* vagy más elnevezéssel a *gépállás* fogalma szintén a film világához köthető eredendően. Három fő gépállás létezik: **alsó**, **normál** és **felső**. Az alsó és felső gépállások önmagukban is jelentéssel bírnak. Alsó gépállásból 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.<sup>26</sup> Az így megmutatott személyt egyenrangú partnernek látjuk.

---

<sup>26</sup> Forgó Sándor – Tóth Tibor: *Médiümismeret II.* Az Eszterházy Károly Főiskola digitális tananyaga, 2011. [http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0005\\_27\\_mediumismeret\\_ii\\_scorm\\_07/35\\_a\\_gpillsok.html](http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0005_27_mediumismeret_ii_scorm_07/35_a_gpillsok.html) (letöltés ideje: 2020. 02. 10.).



*19. kép: Alsó gépállás*



*20. képi: Felső gépállás*

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 szituációs 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 leteheti a kamerát a földre vagy valamilyen más felületre, felmászhat vele egy magaslatra, vagy különféle dolgok mögül „kukkanthat” a felvétele tárgyára. Az alsó kameraállásnak azt a változatát, amikor a kamera a talaj szintjéről néz felfelé, **békaperspektívának** is nevezik. Ha pedig a magasból, az emberek feje fölül tekint le a kamera, akkor **madártávlatról** beszélünk.

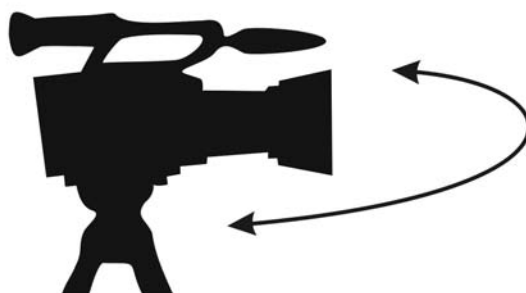
## ALAPVETŐ KAMERAMOZGÁSOK

Kameramozgásnak nevezzük azt, amikor a filmfelvevő gép valamilyen irányban elmozdul a felvétel tárgyához képest. E mozgások egyaránt jellemzőek a film világára 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 egy olyan mozgás, amikor a kamera egy helyben marad, csak a tengelye körül fordul el. Az operatőr akkor használja, ha a néző szemét végig szeretné vezetni valamin. A mozgás irányától függően megkülönböztetünk többféle pásztázást:

- **Oldalirányú svenk** (angolul: pan): Ebben az esetben a kamera a függőleges tengelye körül fordul el, tehát vízszintesen, oldalra mozdítja az operatőr. Jobbról balra vagy balról jobbra pásztázva mutat meg valamit.



21. kép: Oldalirányú svenk

- **Panorámázás:** A vízszintes svenkelés egy 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.
- **Fel/le svenk, vagyis döntés** (angolul: tilt): Ilyenkor a kamera a vízszintes tengelye körül fordul el, tehát előre vagy hátra dönti az operatőr. Fentről lefelé vagy letről felfelé pásztázva mutat meg valamit.



22. kép: Le/fel svenk

### Fahrt (kocsizás)

A kocsizás (vagy az elterjedt német eredetű kifejezéssel: fahrt) 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 mozgást akkor lehet a legszebben kivitelezni, ha a kamera egy sínre vagy kerekeken guruló kocsira van felszerelve – bár tény, hogy napjainkban egyre több olyan eszköz kerül a piacra, amelyekkel sínpálya kiépítése nélkül is lehet egyenes, lágy mozgású kocsizást produkálni. De ha nem feltétlenül cél, hogy a mozgás sima és döcögésmentes 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 műsor-készítésben. Mivel az effajta mozgás precíz kivitelezéséhez speciális technikára és gondos előkészítésre van szükség, a döcögős-sétalós fahrtot pedig sokan a házivideózás módszerének tekintették, a professzionális televíziózásban nem vált igazán elterjedté ez a mozgás. Az utóbbi években viszont egyre gyakrabban tűnik fel mégis – köszönhetően egyrészt az új technikai eszközöknek, másrészt annak, hogy a „home videós” látványvilág bizonyos értelemben divatba jött a televíziózásban.

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

- **Előrekocsizás** (angolul: dolly in): Ilyenkor a kamera a felvétel tárgyához, szereplőjéhez egyre közelebb gurul, csúszik, mozdul. Az ilyen mozgás célja a kiemelés.
- **Hátrakocsizás** (angolul: dolly out): 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.
- **Oldalirányú kocsizás** (angolul: truck left, truck right): 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 érzékeltessük. 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 zárókompozíció megfelelő legyen.
- **Körpályás fahrt**: A kamera körbejárja a felvétel tárgyát, hangsúlyozva, minden szögből, átfogóan bemutatva azt. Az ilyen mozgással főszereplővé tehetünk valamit vagy valakit, tekintélyt és fontosságot adhatunk neki. A gyors vagy több kört is megtevő kameramozgások pedig a szó szoros értelmében szédítő látványt nyújthatnak.

### Emelkedés/süllyedés

Az emelkedő-süllyedő mozgás (angol szakkifejezéssel: pedestal) a televíziózásban ritkán használt mozgás, hiszen speciális eszközök nélkül nehéz szépen kivitelezni. A döntéssel ellentétben itt a teljes kameratest feljebb vagy lejjebb csúszik.

### Variózás (zoom)

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 változtatniuk. 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, gyors ki-be variózással próbálták mozgalmasabbá tenni – napjainkra ez már kevésbé jellemző.)

## **ÖSSZETETT KAMERAMOZGÁSOK SPECIÁLIS ESZKÖZÖKKEL**

### **Daruzás (kránózás)**

A kamera daruszerkezetre szerelve szinte bármilyen irányban mozgatható a levegőben. A süllyedés, az emelkedés, a különféle irányú pásztázás mellett átlós és kombinált mozgások (pl. fahrt és svenk kombinációja) is lehetővé válnak általa. A daruzás különösen alkalmas nagytotálók 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 kitakarják a látnivalót, belesétálnak a képbe. Az ún. *Jimmy Jib* olyan krán, amelynek a kamerával ellentétes végén ellensúlyok találhatók. Működtetői olyan szakoperatőrök, akik speciális képeket kaptak az installálásához és kezeléséhez.

### **Drónhoz erősített kamera**

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

## **A SZÉP ÉS EGYENLETES KAMERAMOZGÁSOKAT ELŐSEGÍTŐ ESZKÖZÖK**

### **Kamerakocsi**

A kamerakocsi (vagy más néven dolly) egy 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 felszállhat, ráállhat vagy ráülhet a kamerát mozgató operatőr. Az így mozgatott kamera egyenletesen úszó hatású képet ad.

### **Slider**

Kisméretű, könnyen kezelhető, hordozható kamerasín, amely asztalra, 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 megörökítésére nem, de tárgyak, csendéletek, kis terek izgalmas képi feldolgozására kiválóan alkalmas.

### **Steadycam**

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

### **Gimbal**

A steadycamhez hasonlóan arra szolgál, hogy stabilan tartsa a rászertelt fényképezőgépet, kamerát, okostelefont, pontosabban megakadályozza, hogy a rázkódás látsszon a képen. Titka a háromtengelyes motoros stabilizációs rendszer, amely egyszerre képes semlegesíteni a föl-le, jobbra-balra és előre-hátra irányú mozgásból fakadó erőhatásokat.

## **SEGÍTSÉG A DINAMIKUS FELVÉTELEKHEZ**

### **Akciókamera**

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), egy 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 kiegészítőkkal kaphatók. Nem csoda, ha szédületes gyorsasággal terjedtek el az amatőr videósok és a profi filmesek között egyaránt, és beszivárogtak a televíziózás világába is.

## **II.6. Hangrögzítés a televíziózásban**

### **A HANG**

A hang egy rugalmas közegben terjedő mechanikai rezgéshullám. A hangforrás által kibocsátott rezgések a levegő részecskéit mozgásba hozzák, azok pedig továbbítják ezt a mozgást a szomszédos részecskéknél. Azokat a rezgéseket, amelyek bizonyos amplitúdótartományba és frekvenciatartományba esnek, képesek vagyunk a fülünkkel érzékelni. Ezt nevezzük hallható hangtartománynak.

## A MIKROFON

A mikrofon egy elektroakusztikai átalakító, amely a fizikai közegben terjedő hangrezgéseket alakítja át elektromos jellé. Minden mikrofont egy membrán működtet. Ha a membrán hanghullámmal érintkezik, akkor kicsi rezgésekből felépítve alakítja át a vibrálásokat elektromos jellé. A mikrofonok minimális feszültséget adnak ki magukból működés közben. Ezt az értéket millivoltban mérik, és mikrofonszintként (Mic level) emlegetik. Ez a jel még gyenge ahhoz, hogy használható legyen a mikrofon, így fel kell erősíteni. Az így kapott jelet vonalszintnek nevezik (Line level).

## MIKROFONTECHNOLÓGIÁK

A rezgések elektromos jellé alakítása általában mágneses indukcióval (dinamikus mikrofonok) vagy egy kondenzátorként funkcionáló elemmel (kondenzátormikrofonok) történik. Léteznek más működési elven alapuló mikrofonok is, mint például a szén- vagy a kristálymikrofon, de ezeket manapság egyre kevesebb helyen alkalmazzák.

### Dinamikus mikrofon

Egy rugalmas felfüggesztésű membránhoz egy tekercs van erősítve, és e szerkezet a hanghullámok hatására mikroszkopikus rezgést végez. Amikor a tekercs mozog, feszültség keletkezik, így ezek a mikrofonok nem igényelnek külön áramellátást. Viszonylag erős kimenő jellel rendelkeznek, strapabíróak. A környezeti zajokra nem annyira érzékenyek, viszont a hangforráshoz közel érdemes velük hangot rögzíteni.

### Kondenzátormikrofon

A kondenzátormikrofonokban a membrán és a rögzített hátlap képezi az átalakítóegységet. Ahogy a hangnyomásváltozás mozgásba hozza a membránt, a kapacitás változása feszültségváltozást okoz. Mivel a kondenzátor polarizálásához külső feszültség kell, az ilyen mikrofonoknak áramellátásra van szükségük, amit a mikrofon belsejében elhelyezett elem vagy egy külső fantomtáp szolgáltat. A legtöbb kondenzátormikrofon nagyon érzékeny, alkalmas finom, részletgazdag hangzások felfogására széles frekvenciatartományban.<sup>27</sup>

## MIKROFONKARAKTERISZTIKÁK

A karakterisztika a mikrofon egy fontos jellemzője. Azt mutatja, milyen irányból, milyen térben képes az adott mikrofon jól rögzíteni a hangot.

---

<sup>27</sup> Szigetvári Andrea – Horváth Balázs: *Bevezetés a zenei informatikába*. Typotex Kiadó, Budapest, 2014.

### **Gömbkarakterisztika**

Képzeljünk a mikrofon köré egy gömböt: az eszköz ezen a gömbön belül rögzíti jól a hangot, vagyis a tér minden irányából közel azonosan érzékel. Egy asztal közepére helyezve például jól használható a körülötte ülők beszélgetésének a felvételéhez. A környezeti zajok, zörejek, hangok rögzítésére ideális, hiszen a hang bárhonnan érkezik, azt mindenkor rögzíti – ez olykor hátrány is lehet, mert nem szűri ki a hangforrásunk melletti zajongást. További hátránya, hogy a más-más irányból érkező hangokat nem lehet elválasztani és egymástól külön kezelni.

### **Nyolcas karakterisztika**

A nyolcas karakterisztikájú mikrofonok két különböző irányban érzékenyek. Az első és a hátsó részük is egy-egy gömb hatókörében rögzíti a hangot, vagyis két egymáshoz kapcsolódó gömböt: egy nyolcas formát kell köré képzelnünk. Rádióstúdiókban nagyon gyakran használják két, egymással beszélgető fél hangjának rögzítésére, de a televíziózásban is találkozhatunk vele. Mivel az emberi beszédhang rögzítésére kiválóan alkalmas, gyakran használják akár narráció rögzítésére is (az egyik oldalába beszélve).

### **Vese karakterisztika**

A mikrofon érzékelőjének síkbeli metszete vese alakot formál. Érzékelési mezőjét úgy kell elképzelni, mint egy rugalmas gömböt, amit egyik oldalán benyomtak. A benyomódásnál található a mikrofon érzékelője, és aköré idomul a mező (amely valójában inkább fánkra, mint vesére hasonlít). Így a mikrofon köré még igen, de mögé már nem terjed ki az érzékeny tartomány. Remekül rögzíti az előtte elhangzókat, de a mikrofon mögötti terület zajait jóval kevésbé veszi fel. Emiatt kiválóan alkalmazható interjúkészítésnél.

### **Irányított karakterisztika: puskamikrofonok**

Karakterisztikájuk úgy van beállítva, hogy nagyobb távolságból, a hangforrást „megcélozva” is jól lehessen velük rögzíteni. Erősen egy irányból veszik a hangot. Hosszabb házuk van, a mikrofonkapszula a cső végén található. Az oldalán réseket alakítanak ki, melyek interferenciát keltenek az oldalirányú hangok kiszűrésére. A televíziók koncertek, színházi előadások felvételénél használják, vagy egy-egy többszereplős jelenet hangjának rögzítéséhez, amikor a szereplők nincsenek külön-külön bemikrofonozva.

## **A TELEVÍZIÓBAN GYAKRAN HASZNÁLT MIKROFONOK**

### **Interjúmikrofonok**

Szinte minden stúdió felszerelések között megtaláljuk ezeket a nyéllel ellátott, kézben tartható, vese karakterisztikájú, dinamikus mikrofonokat, amelyek vezetékkel vagy adóvevővel csatlakoznak a kamerához. A nyélre ráhúzható az ún. mikrofontallér, amelyen a csatorna vagy a műsor emblémája kaphat helyet.

Az interjú elkészítésekor az operatőr ezt még bekomponálja a képbe, de ügyel rá, hogy a mikrofont tartó kéz lehetőleg ne látsszon. Ehhez az is fontos, hogy a riporter megfelelő szögben, függőlegesen tartva, kissé alulról nyújtsa az interjúalany elé a mikrofont, és azt ne emelje magasabba, mint az alany (képzelt) nyakkendőcsomója. A mikrofon nyelét pedig lehetőleg ne közvetlenül a gallér alatt, hanem kissé lejjebb markolja meg, hogy a keze könnyen kikomponálható legyen. Szintén gondosan kell eljárni, amikor maga a riporter beszél a mikrofonba. Fontos, hogy kellőképp közel tartsa a szájához, különösen akkor, ha például egy zajos helyről, tüntetésről vagy épp koncertről jelentkezik be. Ugyanakkor ügyelnie kell rá, hogy a mikrofonnal soha ne takarja az arcát, hiszen úgy sokkal kevésbé hatásos a kommunikáció.

Egy jó interjúmikrofon bírja a strapát, az ütődést, a szélsőséges hőmérsékletet és páratartalmat, szélzaj- és háttérzaj-csökkentéssel rendelkezik, és szájközelben is torzításmentesen rögzít.

### **Csiptetős mikrofonok**

A stúdiók felszerelése között egyaránt megtaláljuk a vezetékes és a rádiós csiptetős mikrofonokat, az ún. mikroportokat is. Ezek apró méretű, egy csiptető segítségével a ruhára szerelhető, gömb karakterisztikájú, nyitott és természetes hangzást biztosító mikrofonok, amelyeket elsősorban stúdiókörülmények között használnak. 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 legtöbb csiptetős mikrofon nem ad kielégítő eredményt.

### **Digitális hangrögzítők**

Egyre gyakoribb, hogy a hangot nem a képpel együtt, egy fájlba rögzítik, hanem külön, és csak vágáskor illesztik össze őket. Ez különösen hasznos lehet DSLR fényképezővel történő forgatáskor, amikor nem ellenőrizhetjük a jelszintet. A digitális hangrögzítők a diktafonhoz hasonló módon, elemmel vagy akkumulátorral működnek, és belső memóriába vagy SD-kártyára rögzítik a hangot. Ha így dolgozunk, mindig különös figyelmet kell fordítani a hangfájlok lementésére, átnevezésére, a képi nyersanyaggal azonos helyen való tárolására. A rögzítést pedig érdemes tapssal vagy csettintéssel kezdeni, hogy később könnyebb legyen a kép és a hang összeillesztése (ha valamilyen hangot azért rögzít a képrögzítő eszközünk is).

*Megjegyzés: Napjainkban már akár egy megfelelő, beépített mikrofonnal felszerelt okostelefon segítségével is kielégítő minőségben tudunk hangot rögzíteni. Ha lemerül a hangrögzítőnk, vagy valamiért nincs lehetőségünk mikrofont használni, a helyzet megmentésére rögzíthetünk telefonnal is, a hangfájlt utólag vágva a kép alá.*

## II.7. Az interjúbeállítás

### AZ INTERJÚBEÁLLÍTÁS JELENTŐSÉGE

A televíziós műsorkészítés egyik lényeges eleme az interjú elkészítése. Legyen szó híradóról, magazinműsorról, riport- vagy dokumentumfilmről, szinte minden esetben meg kell szólaltatni egy vagy több embert. Ha ezeket a megszólalásokat nem sikerül megfelelően komponálva rögzíteni, az egész forgatás értelmét veszíti, a riportter erőfeszítései kárba vesznek. Egy szépen megoldott interjú viszont még a vágóképszegény anyagok képi világát is feldobhatja.

### A HELYSZÍN ÉS A HÁTTÉR MEGVÁLASZTÁSA

Az interjúképen az alany arca bír a legnagyobb információértékkel, de beszédes lehet a háttér is. A háttérbe komponált tárgyak, épületek, történések hitelesíthetik az interjút. Ha egy mód van rá, ne közvetlenül fal, ajtó vagy egy szekrény elé állítsuk az alanyt. Törekedjünk rá, hogy mögötte maradjon tér, hiszen úgy sokkal esztétikusabb a kompozíció! Próbáljunk odafigyelni arra is, hogy a háttérben megjelenő elemek, történések kapcsolódjanak ahhoz, amiről az interjúalany beszél.

Emellett célszerű ügyelni arra, hogy a természetes fény, illetve a helyszínen lévő fényforrások fénye hogyan esik az alanyra. Ne állítsuk ablaknak háttal vagy közvetlenül lámpa alá. Ha nem használunk saját világítást, törekedjünk arra, hogy minél szórtaabb fényt kapjon az arc, minél kevesebb zavaró árnyék nélkül.

### AZ INTERJÚ ELŐKÉSZÜLETEI

Ha híradóhoz készítünk interjút, általában nincs lehetőség arra, hogy gondosan válasszuk meg a hátteret és a fényviszonyokat, hosszan állígtassuk a kompozíciót. Egy rutinos operatőr gyors körbepillantás után is meglátja, hová érdemes letenni a kamerát. A híradóhoz általában állva készülnek az interjúk. Ha egy mód van rá, állványt is használ az operatőr, de ha gyorsan kell cselekedni – például egy siető közszereplőt szeretnénk menet közben szóra bírni –, akkor kézből rögzít.

Ha viszont több időnk van, akkor érdemes alaposan szétnézni a forgatás helyszínén, és gondosan megválasztani a hátteret. Ehhez ne akkor fogjunk hozzá, amikor már ott áll mellettünk az interjúalany, hanem lehetőleg még az ő odahívása előtt állítsuk össze a technikát! Az operatőr megkérheti a technikust vagy épp a riportert, hogy álljon be egy kicsit a tervezett helyre. Így ellenőrizheti, hogyan esik a fény az arcra, milyen lesz a kompozíció. Csináljunk mikrofonpróbát! Amikor már minden készen áll, a riportter odahívja az interjúalanyt. Miután az beállt a megfelelő helyre, még egy utolsó igazítás (ne feledjük, hogy a kamera lencséje az alany szemmagasságában legyen), és indulhat a felvétel!

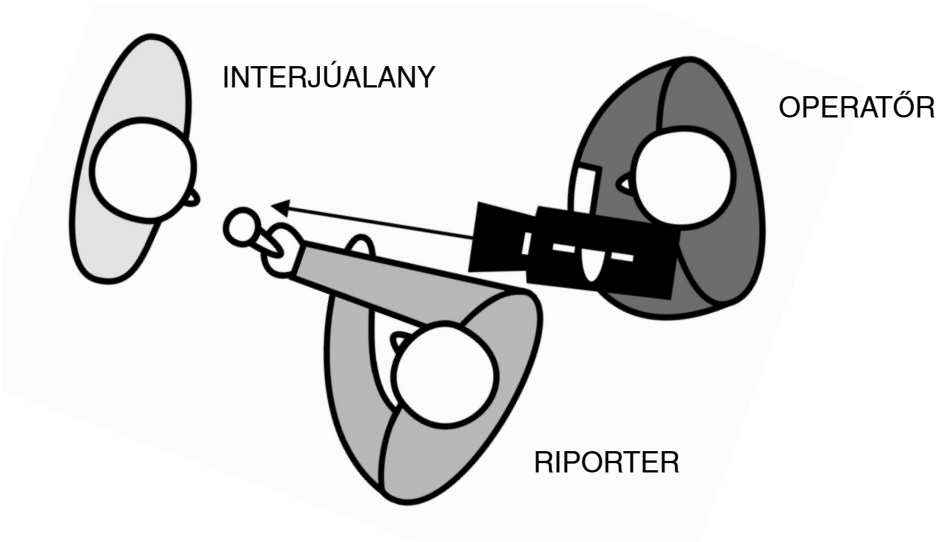
## ÜLŐ HELYZETBEN KÉSZÍTETT INTERJÚK

Ha hosszabb, mélyebb, tartalmasabb interjút szeretnénk készíteni, akkor mindenképp érdemes leültetni az interjúalanyt és a riportert. Ha az alany kényelmesen érzi magát, könnyebben megnyílik. A leültetés jó módszer lehet azoknál is, akik álló helyzetű interjú esetén hajlamosak billegni, „kitáncolni” a kompozícióból, vagy hátrálni a felénk nyújtott mikrofon elől. Ugyancsak hasznos lehet, ha a riportert és az interjúalany között jelentős magasságbeli eltérés van, és meglátszana a képen, ha az interjúalany látványosan felfelé vagy lefelé nézve beszélne.

Ha csendes helyen vagyunk, csiptetős mikrofont használjunk a hang rögzítésére. A kameraállvány használata természetesen kötelező. Az ülős interjú érdekes egy szép, két vagy hárompontos megvilágítással esztétikusabbá tenni.

## AZ INTERJÚKÉSZÍTŐK TÉRBELI HELYZETE

A riportert álljon (vagy üljön) minél közelebb a kamera és az interjúalany által meghatározott tengelyhez – ez azért fontos, hogy szép legyen a kompozíció. Ha ugyanis túl távol áll a kamerától, és az interjúalany rá néz válaszadás közben, akkor a kamera szinte teljesen profilból látja majd a válaszadót. A cél viszont az, hogy az arcából minél többet megmutassunk! Közelítsen tehát a kamera síkjához egészen addig, amíg az operatőr rá nem szól, hogy belelóg a képbe. A kikísérletezett helyen álljon meg, és lehetőleg ne mozduljon ki a helyzetéből az interjú alatt.



23. kép: Az interjúkészítők térbeli helyzete felülnézetből

A riporternak a mikrofont a kamera felé eső kezében célszerű tartani, míg a másik kezével, felkarját és könyökét a testéhez támasztva alátámaszthatja a mikrofont tartó kezét, hogy az kevésbé fáradjon el. Mint már említettük, a riportert megfelelő szögben, függőlegesen tartva, kissé alulról nyújtsa az interjúalany elé a mikrofont, és azt ne emelje magasabbra, mint az alany (képzelt) nyakkendőcsomója. Ha hangharapás-technikával dolgozunk, a mikrofon maradhat végig az interjúalany szája előtt, a riporteri kérdésekhez nem muszáj visszahúzni, hiszen azokat ebben az esetben úgysem szeretnénk bevágni az anyagba.

## AZ INTERJÚ KOMPOZÍCIÓJA

Az interjúalanyt rendszerint szekond plánban szokták bekomponálni a képbe. Ez lehetővé teszi, hogy a mikrofont látható legyen a képen, illetve a később a képmezőre helyezett névfelirat se takarjon bele az arcba. Egy riportfilmhez, dokumentumfilmhez készített, bensőségebb tartalmú interjú esetében az operatőr használhat szűk szekondot, olykor esetleg premier plánt, de lehetőleg ne az interjú teljes terjedelme alatt, és a névfeliratot ne az ilyen a kompozícióra vágják rá. A túl tág beállítás sem célravezető, mert akkor a néző nem tudja kellőképp megfigyelni a megszólaló arcát, mimikáját.

*Megjegyzés: A hosszabb terjedelmű interjúkat, portréinterjúkat, mélyinterjúkat akár két kamerával is lehet rögzíteni. Ilyen esetben vigyázzunk arra, hogy lehetőleg ugyanabból az irányból két markánsan eltérő kompozíciót – például egy szekondot és egy premier plánt vagy egy szűk és egy tág szekondot – rögzítsünk. Ha két különböző irányból rögzítünk, akkor a két kamerakép egymásra vágva disszonáns hatást kelt, mintha folyton átugránánk a kép tengelyének egyik oldaláról a másikra. Ha pedig még a plán is hasonló, végképp szerencsétlen lesz a végeredmény.*

Ami az interjúalany vízszintes képtengelyen való elhelyezését illeti: a legkellemebb látványt akkor kapjuk, ha a már említett aranymetszést használjuk. A megszólaló semmiképp ne legyen a kép közepén, de ne is tegyük ki túlságosan oldalra, hanem komponáljuk aranymetszésbe, vagy ha érdekes a háttér, akkor esetleg a harmadolóvonalra.

Mivel interjú közben az alany a riporterhez beszél és rá néz, értelemszerűen a frontális nézetből enyhén kiforduló félprofilból lesz látható a képen. Ügyeljünk rá, hogy ne forduljon ki teljesen profil nézetbe – mindkét szemének jól kell látszani a képen!

Nagyon fontos, hogy az interjúalany a kép közepe felé forduljon! Mindig a nézési iránya előtt – vagyis amerre az orra hegye áll – hagyjunk több levegőt, és a háta mögött kevesebbet. Ellenkező esetben „kifelé beszél a képből”, ami nagyon zavaró.

További amatőr hiba, ha túl nagy teret hagyunk a fej felett. Természetesen ne vágjuk le a megszólalónk feje tetejét, de ha a haja, sapkája teteje súrolja a képmező felső szélét, az kisebb baj, mint ha túl alacsonyra komponáljuk.



24. kép: Egy ideális kompozíció az interjú elkészítéséhez

## AZ INTERJÚALANY INSTRUÁLÁSA

Fontos, hogy az operatőr udvariasan, de határozottan fogalmazza meg kéréseit az interjúalany felé! Ha nem meri megkérni a megfelelő testhelyzet felvételére, csak alkalmazkodni próbál hozzá, abból nem feltétlenül lesz szép kompozíció. Nyugodtan meg lehet kérni őt arra, hogy legyen szíves egy lépéssel előrébb vagy hátrébb, jobbra vagy balra állni. Kevésbé rutinos interjúalanyoknak azt is elmondhatjuk, hogy testükkel forduljanak a kamera felé, tekintetükkel pedig a riporter felé. Ha alanyunk a kamerába nézve kezdene beszélni, kérjünk elnézést, állítsuk meg, majd kérjük meg, hogy kezdje újra a riporterre nézve. Olykor az is előfordul, hogy az alany át akarja venni a riportertől a felé nyújtott mikrofont – kérjük meg, hogy ezt ne tegye.

A felvétel kezdetét az operatőrnek egyértelműen jeleznie kell. Előtte egy „*mehet?*” kérdéssel tudakolja meg, hogy a riporter és az alany készen állnak-e, majd mondja ki: „*indítom a felvételt!*” vagy „*tessék!*”. Ekkor a riporter felteheti az első kérdést. A kamerát pedig csak akkor állítsa le az operatőr, miután a riporter megköszönte az interjút.

Ha már tart az interjú, de az operatőr menet közben észlel egy technikai vagy esztétikai hibát, annak súlyosságától függően azonnal vagy a következő riporter kérdésnél szóljon közbe, állítsa meg az interjút, hárítsa el a hibát, majd kezdjék újra vagy folytassák az adott kérdéstől. Ha csak picit elcsúszott a kompozíció, a kérdés alatt érdemes igazítani rajta.

## TÖBB ALAKOS INTERJÚ?

Vannak, akik az interjúra való felkérést követően azzal az ötlettel állnak elő, hogy többed-magukkal szeretnének nyilatkozni. (Például, ha egy zenekar egy tagját szólaltatnánk meg, ő esetleg odahívná az egész bandát...) Erről lehetőség szerint beszéljük le őket. Ha csak egy kameránk van, és hangharapás-technikával szeretnénk dolgozni, akkor igen nehéz megoldani, hogy a kompozíció is szép legyen, a mikrofon is jó helyen legyen, és jól vágható válaszok szülessenek. Ha az a cél, hogy a megszólalók egymásra is reflektáljanak, akkor hívjuk meg őket a stúdióba, vagy vigyünk a helyszínre megfelelő mennyiségű technikát, és készítsünk több kamerás felvételt! Egy kamerával azonban egyszerre lehetőleg egy emberrel készítsünk interjút. Persze, a többieket így is meg lehet szólaltatni: szépen, sorban, egymás után.

E szabálytól indokolt esetben eltérhetünk. Ha például ún. szituációs interjút készítünk, ahol az alanyaink valamilyen munkafolyamat közben beszélnek, amit puskamikrofonnal vagy kikomponált hangrögzítővel rögzítünk, akkor látszhatnak ketten is a képen. Akkor sem probléma a több alakos interjú, ha emberek, esetleg gyerekek egy kisebb csoportjához megyünk oda vállra vett vagy kézben tartott kamerával egy-két rövid választ rögzíteni (pl. körkérdés esetén). Hosszabb, mélyebb interjú készítésére azonban ez a megoldás nem alkalmas.

## II.8. A világítás alapjai

### A FÉNY SZEREPE A MOZGÓKÉPRÖGZÍTÉSSEN

A fény a mozgóképrögzítés feltétele. Ha nincs vagy nincs elegendő mennyiségű fény, akkor a rögzítés megghiúsul. Szükség van egy vagy több fényforrásra, amely a tárgyról visszaverődve fényképezhetővé teszi azt.

A mozgóképrögzítésben felhasználhatjuk a természetes fényt vagy a környezet mesterséges (de nem a forgatás miatt jelen lévő) fényforrásait. Ahhoz, hogy ezeket a lehető legjobban kihasználhassuk, nem árt némi szakértelem. Olykor azonban ez sem elegendő, és szükség van arra, hogy külön világítótesteket vigyünk ki és állítsunk fel a forgatás helyszínén. A helyszínek bevilágításának megvan a maga külön tudománya, sok mozgóképgyártó cégnél külön szakemberek, világosítók foglalkoznak vele. Bizonyos fókig azonban minden televíziós operatőrnek értenie kell hozzá.

A világítás célja egyrészt a technikailag elégséges mennyiségű fény biztosítása, másrészt a téma művészi ábrázolása, a hangulat megteremtése. Egészen más hangulata lesz például egy interjúnak, ha az arcon egyenletesen oszlik el a fény, mintha az arc egyik oldala éles fényt kap, míg a másik sejtelmes félárnyékban marad. A fény intenzitása, iránya,

színhőmérséklete, szórtsága, keménysége vagy lágyága mind fontos feltételei a megfelelő képminőségnek és a tervezett hatás elérésének.

## A STÚDIÓ MEGVILÁGÍTÁSA

A világításnak nagyon fontos szerepe van a mindennapi televíziós munkában, azon belül is mindenekelőtt a stúdiófelvételek alkalmával. Egy-egy tévéstúdió plafonján – többnyire sínekre szerelve – rengeteg, különféle lámpát láthatunk, de mellettük gyakori, hogy szemmagasságból vagy alulról is megvilágítják a stúdióképet.

A cél általában az, hogy minél kevesebb zavaró árnyék keletkezzen. A film világával ellentétben a televíziózásban többnyire az egységes, szórt fény, az erős kontrasztok kerülése jellemző, hiszen a műsorvezetők és vendégek ilyen feltételek mellett nyújtanak leginkább esztétikus látványt. Ugyanakkor ez a megoldás semleges hangulati hatást biztosít, így nem sérül az objektivitás élménye.

## VILÁGÍTÁS A TELEVÍZIÓS FORGATÁSOKON

A legkevesebb bevilágítási munkát a *híradós* anyagok forgatása igényli, hiszen ennél a műfajnál nincs idő arra, hogy valamennyi interjúalany arcán megfelelően beállítsuk a fényeket. Az operatőr itt többnyire a természetes fényekre hagyatkozik, vagy az adott terem, helyiség lámpáira. Ha túl kevés a fény, vagy a rendelkezésre álló fényforrásokkal nem lehet megfelelő esztétikai minőséget elérni, akkor az operatőr *fejlámpát* használ! Ez egy kicsi, napjainkban többnyire ledes fényabló, amelyet a kamerára lehet szerelni, és a kamera energiaforrását használva ad frontális, szórt fényt a témára.

A *magazinműsorok*ba készülő anyagoknál változó, hogy mennyire készít a stáb gondos világítást. Az eseményriportoknál erre nem mindig van lehetőség. Ha azonban nem eseményen, rendezvényen forgatnak, akkor többnyire szánnak időt arra, hogy kitalálják, hová ültessék az interjúalanyt, milyen fényekkel világítsák meg.

A *portréfilm*hez, *ismeretterjesztő film*hez, *dokumentumfilm*hez készülő interjúk esetében (néhány ritka kivételtől eltekintve, ahol erre nincs lehetőség) mindig alkalmaznak világítást, hiszen ezek a mozgóképes anyagok nem csak a pillanatnak szólnak, időtállóknak kell lenniük, ezért a lehető legigényesebb megoldásokat kell felmutatniuk.

Világítani nem csupán az interjúalany arcát kell. Sok esetben a vágóképek elkészítéséhez is használnak plusz fényt, például ha egy kiállítási anyagot, szobabelsőt vagy tárgyakat vesznek fel.

A tévéstáboknak érdemes egy *alap lámpaszettel* indulni minden forgatásra, hiszen többnyire nem tudhatják előre, milyen fényviszonyok közepette kell majd dolgozniuk. Egy lámpaszett vagy lámpabőrönd általában 3 állványból, 3 lámpából, fóliákból, fóliakeretekből, csipeszekből, esetleg derítőlapból áll. A lámpaállványok általában három lábú, összecusukható fémszerkezetek, melyeknek állítható a magassága, rájuk szerelve pedig a lámpák fényvetítési iránya is változtatható.

## A KÜLÖNBÖZŐ FÉNY TÍPUSOK ÉS IRÁNYOK FUNKCIÓI

### Főfény (key light)

A főfény egy adott térben a legnagyobb jelentőséggel bíró témára esik. Egy arc megvilágítása esetén a főfény egy nem teljesen szemből, hanem valamelyik oldalról érkező, meghatározó fény, amely az arc egyik oldalát jobban éri. Érkezhet egy lámpából, de ha egy ablak mellé állítjuk az interjúalanyt, akkor az onnan bejövő fény is főfénynek tekinthető. A fény tengelye általában 20–40°-os szöveget zár be a kamerairánnyal.

### Derítőfény (fill light)

Amikor egy lámpával megvilágítunk valamit, pl. egy arcot, azon árnyékok is keletkeznek. A szemöldökcsont árnyékot vethet a szemre, az orr a szájra, az áll pedig a nyakra. Ezek az árnyékok nemcsak a személyt mutatják csúnyábbnak, de a nézőt is zavarhatják. A derítőeszközök arra szolgálnak, hogy semlegesítsék a főfény okozta árnyékokat! Ezt úgy lehet megoldani, hogy oda is juttatunk egy kis fényt, ahová az árnyékok esnének, ezáltal nem fog látszani az árnyék. A derítőfény mindig gyengébb, mint a főfény.

### Ellenfény (back light, gegen)

Az ellenfény – vagy német szakkifejezéssel: a *gegen* – hátulról, a főfényvel ellentétes irányból érkező fény. Elsősorban a kiemelni kívánt személynek, tárgynak a háttérrel való „leválasztásra” szolgál, vagyis arra, hogy az illető ne olvadjon bele a háttérbe, érzékelhetővé váljon a közötte és a háttér között lévő tér.

Hasonló funkciót tölt be az **élfény** is, amely speciális ellenfény. Míg az ellenfény esetén a fényforrás látszik a kameraképen, tehát maga a lámpa is része a háttérnek, addig az élfénynél úgy helyezük a lámpát, hogy az ne legyen benne a képben, csupán a fénye rajzolja ki a tárgy vagy a személy éleit, körvonalát.



25. kép: Főfény, derítőfény és ellenfény az arcon

## KÉTPONTOS ÉS HÁROMPONTOS MEGVILÁGÍTÁS

Ha a televíziózásban bevilágítunk egy témát, azt többnyire a kétpontos vagy a hárompontos megvilágítás módszerével tesszük.

A **kétpontos világítás** esetében két pontból jön a fény: egy főfényt és egy derítőfényt használunk. Egy kissé oldalra, de az optikához közel helyezett lámpával világítunk főfényt, majd egy második fényel derítünk. Az első lámpa árnyékot hoz létre, a második lámpa csökkenti ezeknek az árnyékoknak a kontrasztját.

A **hárompontos világítás** esetében mindezt kibővítjük egy ellenfényvel vagy élfényvel, az alábbi ábra szerint:



26. kép: Hárompontos világítás

## A FÉNYFORRÁSOK, LÁMPÁK ALAPVETŐ TÍPUSAI

A **szórt fényű lámpák** vagy szórólámpák egyenletesen oszlatják el a fényt, akár csak egy átlagos, háztartási villanykörte vagy egy gyertya.

Az **irányított fényű lámpák** azonban egy adott pontra irányítják a fényt. A fény irányítása elérhető azzal is, ha a lámpát vagy fénycsőablót fekete, fém terelőlapokkal veszik körül, amelyek révén tetszőlegesen állítható, hogy mekkora szögben és hová essen a fény.

A televíziózásban kedveltek a **fénycsőablók**. A bennük lévő, változó mennyiségű és hosszúságú, szabályozható fényerejű csövek általában egy masszív, fekete festett alumíniumból készült táblóban kapnak helyet, amelyet terelőlapokkal is felszerelnek. Állványra vagy sínre is szerelhetők.

A **spot lámpák** pontszerű fényt szolgáltatnak, a bennük lévő izzó előtt Fresnel-lencse van, mögötte pedig fényvisszaverő parabola. Az izzó sínen történő mozgatásával a fény fókuszálható vagy szórható, így a fény keményebb vagy lágyabb is lehet.<sup>28</sup>

<sup>28</sup> Szabó Sóki László: *Elektronikus médiatartalmak – video és hang*. Eötvös Loránd Tudományegyetem, Budapest, 2012. 85.

## DERÍTŐERNYŐK, FÓLIÁK

A derítőfény kialakításához nem mindig használnak külön lámpát, olykor inkább egy ún. **derítőlápról** vagy derítőernyőről verik vissza egy másik lámpa vagy éppen a nap fényét.

A **softboxok** olyan, fényvisszaverő anyaggal bélelt, öblös ernyők vagy búrák, amelyek keretére valamilyen fénylágyító anyagot, fóliát feszítenek. Egyrészt szétszórják, másrészt tompítják a bennük lévő fényforrás fényét, így szép, egyenletes megvilágítást biztosítanak.

A lámpáink sugározta fényt különböző fóliákkal tehetjük szebbé, a célnak megfelelőbbé. Ezeket facsipesszel szokták odafoogatni a lámpák terelőlapjaihoz (hiszen a műanyag megoldható) vagy egy külön kerethez, amit a lámpa elé helyeznek.

Egy lágyító fólia, gyapot vagy pauszpapír segítségével a túl erős, kemény fényt lehet lágyabban eloszlatni az arcon a harmonikusabb, természetesebb összhata érdekében – a softboxéhoz hasonló hatást kelte. A színes fóliákkal pedig a háttérre lehet ún. díszítőfényeket világitani.

A fényekbe szándékosan beletakarhatunk pl. egy-egy kartonpapír-csíkkal vagy egyéb, nem fényáteresztő anyaggal, ha azt szeretnénk, hogy a téma egy részére ne essen fény. A háttér megvilágító lámpa elé kilyuggatott, vastag fekete alumínium fóliát is szoktak helyezni, ha azt szeretnénk, hogy foltokban, egyenetlenül essen rá a fény.

## A FÉNYFORRÁSOK SZÍNHŐMÉRSÉKLETE

Egy fényforrás színhőmérsékletét az általa okozott színérzet adja meg. Bizonyos fényeket hidegnek, kékesnek, másokat pedig melegebb színűnek, sárgásnak látunk. A különböző lámpáknak különböző színhőmérséklete lehet. Egy fényforrás színhőmérsékletét kelvinben (K) mérjük.

A televíziózásban nagyon fontos, hogy egységes színhőmérsékletet használjunk, ellenkező esetben az egyik kép kékesnek, a másik sárgásnak fog hatni, és olyan lesz a végeredmény, mintha az egyes képsorokat vagy beállításokat nem ugyanazon a helyen vettük volna fel!

## II.9. A televíziós vágás alapjai

### KÉPVEZETÉS, VÁGÁS, MONTÍROZÁS

A mozgókép vágásában rejlt lehetőségeket először a filmkészítés fedezte fel. A vágás teremtette meg a filmidőt, vagyis azt a lehetőséget, hogy egy mozgóképes anyagba egy tágabb időintervallum történéseit bele lehessen sűríteni. E technikával nyílt meg a lehetőség arra is, hogy a néző különböző szemszögekből vagy akár részleteiben láthassa az eseményeket.

A nagy hatású magyar filmesztéta, Balázs Béla *képvezetésnek* nevezte ezt a filmnyelvi eszközt,<sup>29</sup> a neves szovjet rendező és teoretikus, Szergej Mihajlovics Eisenstein pedig *montázs*nak.<sup>30</sup> Az utóbbi kifejezés francia eredetű, összeszerelést jelent (ebből jön a montírozás szó, amely az összeállítás folyamatára utal). Mindketten ezt tekintették a film lényegének, hiszen ez adja meg az egyes képek végső értelmét.

A vágás kifejezés inkább a technikai-gyártási folyamathoz kötődik. A *montázs* kifejezés viszont erőteljesebben kapcsolódik a már elkészült mozgóképben működő, a snittek egymás mellé rendezéséből származó esztétikumhoz, a befogadóra gyakorolt hatáshoz.<sup>31</sup>

## MI A VÁGÁS?

A *vágás* kifejezést kétféleképp értelmezhetjük. Érthetjük alatta magát a technikát, melynek révén szétbontjuk a képsort, és más módon illesztjük össze, mint ahogyan fel lett véve. Kezdetben ténylegesen szétvágták, majd összeragasztották a filmszalagot, később egy új szalagra az új sorrendben átmásolták a snittek; napjainkban pedig mindez már egy számítógépes program segítségével történik. E folyamatot tekinthetjük mechanikus munkának, amelyet egy technikához értő személy valaki más instrukciói alapján végrehajt.

De érthetjük alatta a mindezek mögött álló szellemi alkotótevékenységet is, amely meghatározza, mi mi után következzen, és ezáltal alakítja a mozgóképes tartalom üzenetét, hangulatát. Nem véletlen, hogy az angol *editing* szó egyaránt jelent szerkesztést és mozgóképvágást is.

Ebből a kétértelműségből adódik némi zavar a vágó feladatkörének értelmezésénél. A film világában a vágó igen magas presztízsű munkát végző személy, hiszen nagyban rajta múlik a film sikere, olykor a rendezői koncepciót is felülbíráhatja. A mai filmeknél természetesen nem ez a személy végzi a konkrét technikai munkát, ő csak utasítja a keze alá dolgozó szakembereket.

A televíziózásban viszont a vágó alatt általában azt a személyt értjük, aki a számítógép előtt ül, és a szerkesztői munkalap alapján összerakja a nyersanyagból a kész tartalmat. Ám e munka mégsem tekinthető szolgai végrehajtásnak, hiszen ő a szerkesztőtől elsősorban tartalmi instrukciókat kap. Az azonban rajta múlik, hogy milyen dinamikát, milyen hangulatot fog sugározni az anyag képi világa.

<sup>29</sup> Balázs Béla *Der sichtbare Mensch, oder Die Kultur des Films*. Deutsch-Österreichischer Verlag, Wien–Leipzig, 1924.

<sup>30</sup> Eisenstein, Szergej Mihajlovics: *Montázs*. In: Nemeskürty István (szerk.): *A filmrendezés művészete*. Válogatott tanulmányok. Gondolat, Budapest, 1963. 195–230.

<sup>31</sup> Vincze Teréz: *Tér-idő-gondolat. Filmiskola: Vágás és montázs*. Filmvilág folyóirat, LIII. évf. (2010) 10. sz. 36–39.

## A VÁGÁS TECHNIKÁJA

A vágás kezdetben szó szerint a filmszalag szétdarabolását és összeragasztását jelentette. Később, amikor a televíziózás a U-matic és a Beta videórendszereket használta, a vágás során az egyik szalagról a másikra másolták a képeket, illetve az interjúrészleteket a munkalap által meghatározott sorrendben, és így állt össze az anyag. Ennek az analóg editálásnak az volt a hátránya, hogy csak lineárisan lehetett dolgozni, 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 össze a filmkockákat, hanem a szoftver idővonalán, az ún. *timeline*-on vágják és illesztik össze azokat. Napjaink vágója tetszőlegesen lépkedhet az anyagban, abba bármely ponton, bármikor belenyúlhat, a snittekett szétvághatja, összeillesztheti, megcserélheti.

## A VÁGÁS NAPJAINKBAN

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 idővonalon fel lehet építeni a kész anyagot. Az idővonalnak általában több kép- és hangsávja van, így „rétegesen” egymás fölé illeszthetjük a hangot és a képet, majd a behelyezett képsorokat újabb vágóképekkel vagy épp feliratokkal fedhetjük.

A televíziós vágó először általában összerakja az anyag vázát: egymás után illeszti a narrátorszövegeket és az interjúrészleteket a munkalapon szereplő sorrendben. Ezután odaigazítja a zenét a szövegek alá, majd elhelyezi a megfelelő vágóképeket a megfelelő helyekre. Végül felteszi a feliratokat, esetleg effektekkel gazdagítja a látványt.

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 érdemes megismerni.

## FELVÁGÓKÉPEZÉS

A vágás szabályszerűségeinek megismerése előtt nézzük meg, miből is dolgozik a vágó! Természetesen a nyersanyagból (muster), amit az operatőr vesz fel. Ideális esetben e nyersanyag számos vágóképet tartalmaz, amelyekből válogathat a vágó.

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 operatőrtől.)

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 rendezvénytől szóló tudósítás 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, interjúrészlet 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 híradás 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 azt újra elkészíteni.

## 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 megzavarhatja a nézőt.

A tévés vágóképezés alapvető célja az, hogy a néző odaképzeltesse 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 végigpásztázza 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 több témát mutatunk, akkor viszont azokat a néző számára követhetően kell átvezetni egymásba. 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 egy kedvcsináló 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 azonban sosem lehetnek túl hosszúak, mert egy ilyen montázs bizonyos hosszúságon túl már nem érdekesnek, hanem zavarosnak hat.)

## A PLÁNOK SORRENDJE

A klasszikus televíziós vágásban a plánok egymás után vágásának szigorú szabályai vannak. A híradós bejátszásokban és a hagyományos felfogású magazinműsorokban, tudósításokban, riportanyagokban 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, ugráló, 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 snitteket teszünk egymás után, azzal olyan hatást érünk el, mintha ugyanaz a személy folyton átválna. (Körkérdeésinterjúk egymásra vágásánál például különösen érdemes vigyázni, hogy ne ugyanarra az oldalra komponáljunk mindenkit!)

Kezdő videósok gyakran esnek abba a hibába, hogy túl kevés féle plánt rögzítenek: nyersanyaguk szinte csak kistotalokból áll. Egy ilyen nyersanyagból szinte lehetetlen vizuálisan izgalmas anyagot készíteni. A téma kontextusának megadásához és a helyszín beazonosíthatóságához természetesen kellenek a totálók. Az anyag savát és borsát azonban mindig a közelik adják meg, azok rejtik magukban az információk oroszlánrészét és hordozzák 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 egy művészeti vagy ifjúsági műsorban is lehet szándékos a vibráló vagy épp nyomasztó hatás keltése, az információk visszatartása. A szándék és az üzenet átgondolása azonban ilyen esetekben is fontos, a professzionális televíziózásban nincs helye esetleges vagy öncélú vágói munkának.

## A VÁGÁS RITMUSA

A vágóképeket a vágó egymás után elhelyezi a program idővonalán. Megkeresi azt a pontot, ahonnan érdemes indítani a snittek, 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. *klipes vágást* igényelhetnek. Az is lehetséges, hogy egy 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. Különbféle érzéseket, például feszültséget vagy nyugalmat, életörömet vagy éppen melankóliát lehet vele érzékelteni.

### **A TENGELYPROBLÉMA, AVAGY A BLIKK-ZÚR**

Ha a rögzíteni kívánt téma közepén elképzelünk egy tengelyt, akkor annak a jobb, és bal oldalára állva is készíthetünk vágóképeket. Nem mindegy azonban, hogy két azonos oldali vagy két ellenkező oldali képet vágunk egymásra. Ha például az operatőr egy teremnyi embert vágóképez, akik egy előadót néznek, és végig a terem ugyanazon oldalán mozogva készít képeket mind a közönségről, mind az előadóról, akkor nem lesz „*blikk-zúr*”. Ha ugyanis ezeket egymásra vágjuk, akkor látni fogunk egy képet, amelyen az előadó – például – balra néz, a rávágott képen a közönség pedig jobbra. Így azt érzékeljük, hogy egymásra néznek. Ha viszont az operatőr idő közben átmegy a másik oldalra is vágóképezni, akkor már óvatosnak kell lenni, nehogy két olyan képet vágjunk egymásra, amelyeken az előadó és a közönség is ugyanabba az irányba néz, hiszen ezzel össze-zavarjuk a nézőt, aki nem fogja tudni érzékelni, ki hol van.

Ennek elkerülése érdekében célszerű, ha az operatőr először az egyik oldalon marad, ahol felvesz megfelelő mennyiségű vágóképet a témáról. Később átmehet a másik oldalra is, az ott készült képeket azonban vágáskor célszerű elkülönítve, mondjuk egy másik narráció alatt használni és csupán egymással vegyíteni.

### **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 első 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.

#### **Áttűnés (abblende, aufblende)**

Itt is fokozatosan tűnik el a kép, de nem a következő snittbe úszik át, hanem egy fekete képmezőbe, a következő kép pedig a feketeségből tűnik elő. Az *abblende* a képmező

beszűkülését, elsötétülését jelenti. Az *aufblende* ugyanennek a fordítottja, a képmező kitágítását, kivilágosodását jelenti. Az *ablende-aufblende* kettős alkalmazását nevezük áttűnésnek. Régebben ezt a hatást valóban a blende nyitásával-zárásával érték el, ma már inkább az utómunka során, digitálisan végzik el a beszűkítést-kinyitást.

Áttűnést nem csak a blende nyitásával és zárásával vagy annak imitálásával lehet produkálni. Napjainkban gyakoribb, hogy a képet egyszerűen átúsztatják egy fekete képkockába (az angol szakkifejezés erre: *fade out*), majd a feketéből felúsztatják a következő képet (*fade in*).

Az áttűnést egy új tematikai egység, új helyszín vagy új időpont érzékeltetésére szokták használni. A magazinműsorok bejátszásai gyakran fekete képernyőből való kivilágosítással indulnak, és a végüket is leúsztatják feketébe – természetesen rövid, a néző számára alig érzékelhető, de mégis kellemes érzetet keltő effektekkel.

### **Fehér villanás**

Ebben az esetben ugyanaz az eljárás, mint az áttűnés esetében, de a képek nem feketeségbe olvadnak, hanem egy fehér képkockába, és 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 effektek 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.)*

## **HANGOK A VÁGOTT ANYAGBAN**

Az operatőröknek úgy kell rögzíteniük a nyersanyagot, hogy ha a szerkesztő és a vágó úgy dönt, használhassa a vágóképek saját atmoszférahangját! Ez azokat a hangokat jelenti, amelyek az adott vágókép rögzítésekor az adott közegben hallhatók. Például, ha az operatőr egy forgalmas utcáról készít vágóképeket, egyúttal rögzíti az utcáját is. (Ilyenkor ügyelni kell rá, hogy a riporter vagy más jelenlévő ne kezdjen beszélni a kamera mellett, mert ez esetben az ő csacsogása is a nyersanyag részévé válik.)

Egy híradós anyagban alapvető, hogy vágáskor a képek atmoszférahanga is benne maradjon az anyagban, bár erősen lehalkítva, hogy ne zavarja a narrátorszöveg érthetőségét. Amikor azonban aláfestőzenét is használnak az anyaghoz, akkor nem minden esetben használják az atmoszférahangot.

Ami kerülendő:

- Ha a narrátorszöveg alatt nincs sem atmoszférahang, sem zene – ez steril, életidegen hatást kelt.
- Ha zene szól az anyag alatt, miközben a vágóképeken „üresben” tátogó, beszélő embereket látunk közeli plánokban, és nem halljuk, hogy mit mondanak.
- Narrátorszöveg alá olyan zenét vágni, amelyben énekelnek – a néző a dalszövegre kezd figyelni, és nem tudja követni a narrátort.
- Beszélő emberre (pl. interjúrészletre) más, beszélő emberről képet bevágni – zavart kelt a nézőben, nehezen tudja értelmezni, hogy kinek a hangját hallja.
- Beszélő emberre saját magát rávágni, miközben egy másik szituációban beszél – zavaró, hogy másképp mozog a szája.

A bevágott interjúrészleteket, azaz a hangharapásokat részben le lehet fedni vágóképekkel, de lehetőleg olyanokkal, amelyeken tájak, épületek, tárgyak szerepelnek, esetleg emberek kisebb-nagyobb csoportjai, például egy rendezvény közönségének tagjai többalakos kompozícióban. Híradós anyagok esetében azonban nem szokás lefedni a bevágott interjúrészletet, mert azt a gyanút keltheti, hogy kivágtunk egy részt a megszólalásból, és így manipuláltuk a felvételt.

## JAVÍTÁSOK, UTÓMUNKA

A digitális technika lehetővé teszi, hogy a nem tökéletesen kivitelezett képeket utólag javítsuk, szépítsük. Ez természetesen nem jelenti azt, hogy az operatőr hanyag munkát végezhet, mondván, majd a vágó korrigál! De ha a körülmények miatt mégsem sikerül mindent úgy felvenni, ahogy az a nagykönyvben meg van írva, akkor a vágóprogramban még lehet kicsit javítani a színeken vagy az expozíción (a sötét képet lehet világosítani, de a „kiégett” kép menthetetlen, hisz a túlexponált részen nincs visszahozható képi információ). Akár az elrontott kompozíció is korrigálható egy bizonyos fókig, ha kissé beleközelítünk a képbe – ez azonban minőségromlással járhat.

Az ún. *fényelésre*, színigazításra azonban nem csak akkor van szükség, ha az operatőr nem volt a helyzet magaslatán. A komolyabb produkciók esetén a vágás általában azzal zárul, hogy digitális utómunkával egységessé teszik a színárnyalatokat, a fényerősséget, a kontrasztokat, így adva meg az anyag hangulatát, harmonikus képi világát.



### III. A TELEVÍZIÓS MŰSORSZERKESZTÉS ALAPANYAGA: AZ INFORMÁCIÓ

#### III.1. Az információáramlás alapfogalmai

##### AZ INFORMÁCIÓ FOGALMA

Az információ latin eredetű szó, értesülést, hírt, üzenetet, tájékoztatást értünk alatta. Általánosságban azt az adatot, hírt tekintjük információnak, amely számunkra releváns, és csökkenti valamiféle információhiányunkat. Úgy is meg szokták határozni, mint olyan tény, amelynek megismerésekor olyan tudásra teszünk szert, ami addig nem volt a birtokunkban.

A különböző tudományágak különböző módokon közelítik meg és definiálják az információ fogalmát. Ha informatikai fogalomként tekintünk rá, akkor az üzenetek eredete és minősége érdektelenné válik, csupán azok mennyisége és átvitele lényeges. A tömegkommunikációban azonban információnak számít valamennyi értesülés, adat, híranyag, amely a médián keresztül eljut a címzethez.<sup>32</sup>

Claude E. Shannon amerikai matematikus, akit az információelmélet megalapítójának tekinthetünk, rámutatott arra, hogy az információ csökkenti az azt birtokló helyzetének bizonytalanságát.<sup>33</sup> Elmondható az is, hogy az információk szüntelenül módosítják a környezetünket, meghatározzák belső állapotunkat, és szabályozzák reakcióinkat.<sup>34</sup>

##### A KOMMUNIKÁCIÓ FOGALMA

A kommunikáció nem más, mint az információátvitel folyamata egy közös jelrendszer segítségével. Szótöve a latin *communis*, melynek jelentése: közös. Azok, akik részt vesznek a kommunikációban, valamiben közösek. Ez a közös dolog nem más, mint az a jelrendszer, amit a kommunikáló felek használnak. Ha nincs közös jelrendszer, azaz a felek nem értik egymás nyelvét, akkor a kommunikáció sikertelen lesz.

A kommunikáció lehet egy- vagy többirányú, tehát nem jelenti feltétlenül az információk cserjéjét. Egyirányú kommunikációról akkor beszélünk, ha az adó mindig adó marad, a vevő pedig vevő, és a folyamat nem fordul meg. Információcseréről akkor beszélünk, ha az ábra időnként megfordul, és a vevőből lesz adó, az adóból vevő.

---

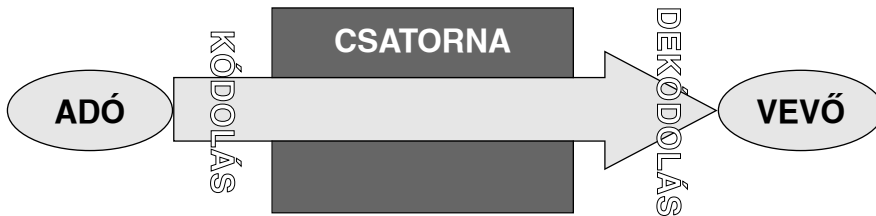
<sup>32</sup> *Film- és médiafogalmak kisszótára*. Korona Kiadó, Budapest, 2002. 237.

<sup>33</sup> Claude Elwood Shannon (Petoskey, Michigan, 1916. április 30. – Medford, Massachusetts, 2001. február 24.) amerikai híradástechnikus és matematikus. Fő műve, a Warren Weaverrel közösen kiadott *Mathematical Theory of Communication* című munka 1949-ben jelent meg. Magyarul *A kommunikáció matematikai elmélete* címmel 1986-ban az OMIKK adta ki.

<sup>34</sup> Cullmann, Denis-Papin, Kaufmann: *A hír tudománya. Az információelmélet alapjai*. Gondolat, Budapest, 1973. 13.

Egy adó egyszerre több vevő számára is képes üzenetet közvetíteni.<sup>35</sup> A hagyományos tömegkommunikáció például jellemzően egyirányú volt, az újmédia kommunikációs folyamataiban viszont bármely vevő átléphet az adó szerepébe.

A kommunikációs folyamatokat különféleképpen csoportosíthatjuk az azokban résztvevők számának, illetve az üzenet irányának függvényében, de a folyamat általában leírható a következő általános modellel:



27. kép: A kommunikáció általános modellje

Az **adó** az, aki megfogalmazza a továbbítani kívánt üzenetet. A **kódolás** azt jelenti, hogy az adó szavakba önti, leírja, begépeli, elmutogatja, lerajzolja, mikrofonba mondja, feltölti az internetre, elektromos vagy rádiójellé, esetleg morze-jelekké alakítja stb. az üzenetet.

Az **üzenet** tartalmazza a jelekké alakított **információkat**. A **csatorna** az a közeg, amelyben az információ terjed – ez lehet a levegő, a telefonvonal, az internet, a rádióhullám, a különféle, adatátvitelre alkalmas kábelek stb. Az üzenetet a **vevő** az arra alkalmas készülékkel vagy a saját testével dekódolja, vagyis veszi és értelmezi a jeleket saját maga számára. **Zaj**nak nevezzük azokat a nem dekódolható jeleket, amelyek megzavarhatják a folyamatot.

Egy televíziócsatorna vagy egy közösségi oldalra feltöltött mozgóképes anyag természetesen szintúgy egy kommunikációs folyamat keretében áramoltatja az üzenetté szervezett információkat nézői felé.

## INFORMÁCIÓKBÓL ÜZENET

A média az információkat üzenetekké állítja össze, de egyáltalán nem mindegy, hogy ezt hogyan teszi. Az információt közlő média és az információt befogadni kívánó emberek kapcsolata szükségszerűen valamiféle függő viszonyra válik, hiszen a befogadók a kapott információtól teszik függővé bizonyos cselekedeteiket, döntéseiket. Ezzel a helyzettel a médiának nem lenne szabad visszaélnie, sokszor mégis azt teszi.

<sup>35</sup> *Film- és médiafogalmak kasszótára*. Korona Kiadó, Budapest, 2002. 251.

Az információkat többféle módon is egymáshoz lehet kapcsolni, és ezekkel a műveletekkel más és más eredményeket érhetünk el a (tömeg)kommunikációs folyamat során. Az információk sorrendjével, egyes információk hangsúlyozásával befolyásolhatók a befogadó nézetei, cselekedetei. Sőt, az információt közlő nem csupán a tényleges információ által, hanem egy másik információ jelentőségének csökkentésével vagy elhallgatásával is irányíthatja a befogadó felet.<sup>36</sup>

## A TÖMEGKÖZVETÍTÉS

A tömegkommunikáció olyan kommunikációs folyamatokat takar, melyekben az adó egyszerre több vevő, sőt, vevők tömegei felé közvetít üzenetet. Tömegeknek szóló közlést, a tömegek tájékoztatását, befolyásolását, a több milliós közvélemény alakítását és a nagy tömegekkel megteremtett kapcsolatot értjük e kifejezés alatt. Létrejött a tömegtársadalmak kialakulásához köthető.<sup>37</sup>

A hétköznapi gyakorlatban sokszor használják a tömegkommunikáció kifejezést a média szinonimájaként. A fogalom azonban az újmédia megjelenésével kissé más árnyalatot kapott, és elsősorban a „hagyományos” médiát, az újságot, a rádiót és a televíziót értik alatta, hiszen az internetmédiára és a közösségi médiára már nem az az egyirányú kommunikációs folyamat a jellemző, amelyben egy szűk, hivatásos réteg kódol információkat a széles tömeg felé. Ben H. Bagdikian is utal erre *Az új médiamonopólium* című könyvében: „Az internet továbbra sem egyértelműen »tömeg«-médium, mivel több funkciója van és egyéni módon használják. Egyrészt nem illik a tömegmédium szokásos meghatározásába, mert nincs olyan központosított irányítás, amely eldöntené, hogy mit terjesztenek a közönségnek.”<sup>38</sup>

## A MÉDIA

A média fogalmának körülhatárolására számos kísérlet történt már, különböző megközelítésekben. A kifejezés a latin *medium* szóból ered, melynek jelentése: eszköz, közeg, közép. Többszáma a *media*.<sup>39</sup>

<sup>36</sup> Büki Attila – Szalai Mária: *A gondolatától a megvalósulásig. Alapismeretek újságíróknak*. Press+Print Kiadó, Kiskunlacháza, 1992. 11.

<sup>37</sup> *Film- és médiafogalmak kisszótára*. Korona Kiadó, Budapest, 2002. 326.

<sup>38</sup> Bagdikian, Ben H.: *Az új médiamonopólium*. (Fordította: Müller Ákos) CompLex Kiadó, Budapest, 2012. 61.

<sup>39</sup> Ehhez kapcsolódik Magyarországon egy nyelvészeti vita: sokak szerint nem helyes, ha azt mondjuk: médiák, hiszen a latin szó eleve többes számú, tehát nem lehet még egyszer többes számba tenni. Egyes számban pedig mondjuk így: médium. Mások szerint azonban a média kifejezés már meghonosodott a magyar nyelvben, hasonlóan az eredetileg szintén többes számot takaró fólia, trófea vagy alternatíva szavakhoz, így bátran lehet többes számba tenni. A magyar nyelvben a médium szót egyébként is az emberek és a szellemvilág között közvetítő személyekre használták eredetileg, ami zavarja az új értelmezést. Lásd bővebben: Kálmán László: *Médium, média, médiumok, médiák*. Nyelv és tudomány, 2011. 02. 14. <http://www.nyest.hu/hirek/medium-media-mediumok-mediak> (letöltés ideje: 2020. 03. 24.)

Frédéric Barbier és Catherine Bertho-Lavenir médiának tekintenek minden olyan kommunikációs rendszert, amely lehetővé teszi, hogy egy társadalom betöltse három létfontosságú funkcióját: a megőrzést, az üzenetek és a különböző tudásformák távolsági kommunikációját és a különböző politikai és kulturális gyakorlatok reaktualizálását: „*valamit valamilyen formában megőrizni azt jelenti, hogy megteremtjük az információk felhalmozásának lehetőségét, új perspektívába helyezzük őket, és belőlük kiindulva jelentős szellemi munkát végzünk, azaz lehetővé tesszük mind a tudás, mind a tudás kritikájának fejlődését*”<sup>40</sup> – írják. A szerzőpáros tehát a küldetés felől közelíti a média fogalmához, és így ez alá sorolja az egyszerű szóbeli közlést, társalgást is, továbbá minden társadalmilag létrejött kommunikációs struktúrát és ezen struktúrák hordozóit.

Krokovay Zsolt három dimenzióját veszi sorra a fogalomnak. Az első, legtaggabb értelmezés szerint a média a mondanivaló kifejezésére használatos közvetítő közegek összessége. Ám úgy véli, amikor általánosságban beszélünk a médiáról, akkor a sajtó, a rádió, a televízió és a világháló kifejezési formáiban létrejött nyilvános fórumok összességét értjük rajta. „*Beleértve természetesen a képregényeket és magazinokat, kártyákat és videojátékokat, transzparenszeket és óriásplakátokat, ülősztrájkokat és felvonulásokat, kéregetéseket és gyűjtéseket, jelvényeket és kokárdákat, a hosszú haját és a meztelen napozást, a színdarabokat és filmeket, operákat és operettekét, CD-, DVD- és videórendszereket, papírra vagy trikóra nyomtatott karikatúrákat, rajzokat, fényképeket és feliratokat.*”<sup>41</sup> A harmadik, legszűkebb értelmezést pedig úgy adja meg Krokovay, mint a rádiózás és televíziózás műsorszolgáltatásainak összességét és az internetes tartalomszolgáltatást. Nyomatékosítja: a gyakorlatban mindhárom szóhasználat jól felismerhető, baj csak abból származik, ha összekeverjük ezeket.

## AZ INFORMÁCIÓ ÉRTÉKE

Minél több információ van a birtokunkban, annál magabiztosabban mozoghatunk a világban, annál könnyebben tervezhetjük meg a mindennapjainkat és a jövőnket. Információkra van szükségünk ahhoz, hogy jó döntéseket tudjunk hozni, ezért kijelenthetjük: az információ érték.

A tömegmédia kora előtt az információ kevesek kiváltságának számított. A technikai fejlődés azonban a XIX. századtól egyre inkább lehetővé tette a széles tömegek megszólítását. Az újságok magas példányszámú nyomtatásának megindulásával kialakult az ún. *filléres sajtó*, amely minden társadalmi réteghez eljutott. A rádió majd tévé feltalálása pedig újabb és újabb tömegeket kapcsolt be az információáramlásba. E technikai eredményekkel párhuzamosan megnőtt az információigény. Az emberek elvárták, hogy ha elméletben megvan a lehetőség arra, hogy tájékozottassák őket a nagyvilág híreiről,

<sup>40</sup> Barbier, Frédéric – Bertho-Lavenir, Catherine: *A média története*. Osiris, Budapest, 2004. 13.

<sup>41</sup> Krokovay Zsolt: *Médiaetika*. L'Harmattan, Budapest, 2004. 10.

akkor erre a gyakorlatban is sor kerüljön. Megjelent a tájékoztatáshoz és a közérdekű információkhoz való jog fogalma.

### INFORMÁCIÓÉHSÉG ÉS INFORMÁCIÓS KÖZÖNY

Ahogy a médiaipar egyre jelentősebb üzleti ágga nőtte ki magát, úgy vált az információ ipari mennyiségben termelt tömegcikké. Birtoklása ma már nem nevezhető kiváltságnak, megszerezhetőségét természetesnek vesszük. Míg a korábbi korok emberének az volt az egyik legnagyobb problémája, hogy megszerezze a kellő információkat, napjaink embere számára már sokkal inkább az jelenti a kihívást, hogy a rendelkezésére álló temérdek információból kiválassza a számára lényegeseket.

A XX. században még tomboló információéhséget a XXI. századra felváltotta egyfajta információs közöny: a fiatal generációk már nem érzik olyan fontosnak a hírek, a közéleti és politikai események követését, úgy érzik, túl sok energiát emészt fel a megfelelő forrás megtalálása és az információ szűrése – és valljuk be, ez valahol érthető. Ezen viszonyok közepette még nagyobb a média felelőssége az információközvetítés kapcsán: nem információtüredékek tömkelegével kell bombáznia nézőtáborát, hanem törekednie kell a hiteles források megtalálására, a lényeges és a lényegtelen dolgok, a tények és vélemények szétválasztására, a spekulációk mellőzésére, az információk ellenőrzésére és megfelelő súlyozására, valamint a kontextus ismertetésére, a logikai ívek ábrázolására. Ehhez azonban professzionális médiára, szakértelemmel rendelkező újságírókra, rádiós és televíziós szerkesztőkre van szükség. (Akik képesek többet és mást nyújtani, mint a közösségi média fenti kritériumokkal nem jellemezhető információáradata.)

## III.2. Az információáramlás folyamata és szereplői

### A HÍREK KELETKEZÉSE ÉS A „KAPUŐRÖK”

A világban minden nap számtalan esemény játszódik le, ám a média csupán egy részükről tájékoztatja az embereket. Vajon hogyan dől el, hogy a média milyen információkból készít üzenetet, hírt? Hogy dől el, miről olvashatunk/hallhatunk a médiában?

Az újságírók, szerkesztők „kapuján” nagy mennyiségű információ „dörömböl”. Ezek között a médiaszemélyzet tagjai szelektálnak, ők döntenek arról, hogy mely témákat engedik ki a kapun, tovább a nyilvánosság elé – ezért nevezik őket az *információk kapuőrének*.

A kapuőrt nemcsak a saját maga által fontosnak tartott szempontok vezérlik, hanem az emberek feltételezett elvárásai is. Minél több embert érint vagy érdekel a téma, annál valószínűbb, hogy a kapuőrök beengedik azt a nyilvánosság terére, tehát bekerül az újságba/tévébe/rádióba, felkerül az internetre. A kapuőrök tehát óriási hatalommal rendelkeznek, ugyanakkor át kell hogy érezzék a vállukon nyugvó felelősséget!

A média átalakulásával, az újmédia térhódításával természetesen a kapuőrök szerepe is változott. Azokban az időkben, amikor még csekélyebb számú televíziócsatorna sugárzott adást, az ott dolgozó szerkesztők – a kapuőrök – hatalma óriási volt, hiszen az emberek arról értesültek, amiről ők úgy gondolták, hogy értesülniük kell. A médiumok sokasodásával e hatalom csökkent, az újmédia korában pedig már minden információ számára nyílik valahol egy kapu, amelyen át a nyilvánosság elé juthat.

Ettől függetlenül a professzionális média képviselőinek továbbra is át kell érezniük a témaválasztás felelősségét, hogy lehetővé tegyék a nézők számára olyan műsorok elkészülését, amelyekből ellenőrzött és hiteles információkat kaphatnak, amelyeket a közérdeknek megfelelően (vagy legalábbis arra törekedve) szűrnek és súlyoznak.

### A KAPUŐR FOGALMÁNAK KIALAKULÁSA

A kapuőr (gatekeeper) fogalmát Kurt Lewin amerikai-német pszichológus vezette be 1947-ben a csoportok dinamikus interakcióját kutatva. Lewin fogalmát David Manning White alkalmazta a médiára, azt követően, hogy 1950-ben megfigyelésnek vetette alá egy amerikai kisváros sajtószervezetét. A telegráf-szerkesztőket nevezte kapuőrnek, akik a táviratok formájában beérkező közlemények között válogattak. Arra következtetett, hogy a hírtörténetek kiválasztása „*meglehetősen szubjektív*”, és a telegráf-szerkesztő személyes tapasztalathalmazán alapszik, és felvetette azt a kérdést, hogy ezek után beszélhetünk-e egyáltalán objektív médiáról!<sup>42</sup>

Kapuőr alatt napjainkban azokat a személyeket érti a médiatudomány, akik gyűjtik, értékelik, szelektálják a hozzájuk beérkező információt, majd feldolgozzák azokat. E folyamatok során azt veszik figyelembe, hogy célközönségük számára mi érdekes, az ő sorsukat mi érinti. A közönség meghatározott érdekeit hivatottak kielégíteni azzal, hogy az információt eljuttatják a vevői oldalra.

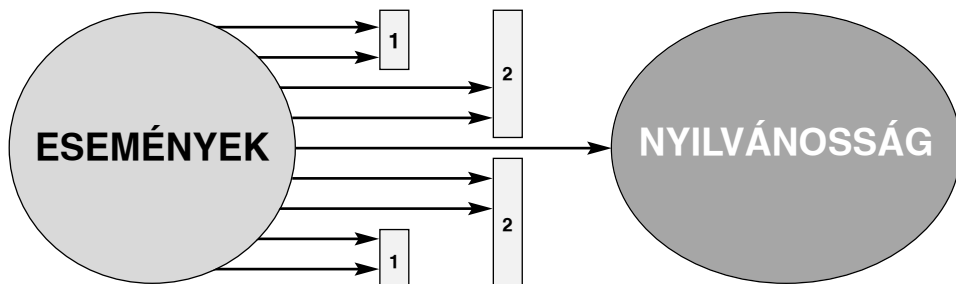
### A KOMMUNIKÁTOROK

Míg az említett David Manning White adottságként elfogadta, hogy a hírek eljutnak a kapuőrökhöz, Bruce Westley és Malcolm S. MacLean arra is kíváncsiak voltak, hogy ez miként történik. Úgy vélték, a külvilágból jövő információk először a kommunikátorok szűrőjén mennek át, és a kapuőrök már a második szűrőt jelentik.

A kommunikátor az ő értelmezésükben egy tömegkommunikáción kívüli személy vagy rendszer. E kommunikátor saját érdekeinek megfelelően, illetve az általa képviselt érdekcsoportok szándéka szerint szelektál a külvilágról szerzett észleletei között, majd a kiválasztott információkat eljuttatja a kapuőröknek. Modelljük értelmében a kapuőrök a tömegkommunikációs szervezet tagjai, akik részben önállóan is észlelik

---

<sup>42</sup> Horányi Özséb – Szabó Levente: *A kommunikáció ágenséről*. In: Horányi Özséb (szerk.): *A kommunikáció mint participáció*. AKI-Typtex, Budapest, 2006. 184–185.



28. kép: A kommunikátorok és a kapuőrök szűrőin csak bizonyos információk jutnak át  
(1: kommunikátorok szűrője, 2: kapuőrök szűrője)

a külvilágot, részben pedig szelektálnak a kommunikátortól kapott információk között, de végeredményben csak közvetítő szerepet játszanak.<sup>43</sup>

A kommunikátorok egy-egy állami vagy önkormányzati szerv, gazdasági társaság, hatóság, kulturális intézmény, csoport, társulat stb. munkatársai, akik az általuk képviselt szervezetet érintő információkat a szervezet érdekeinek megfelelő formában továbbítják a médiának. Ők általában képzett szakemberek, akik azon fáradoznak, hogy szervezetükről jó képet fessen a média. Pontos feladatuktól függően nevezhetik őket (sajtó)szóvivőnek, sajtóreferensnek, kommunikációs munkatársnak vagy épp intézményi kommunikátornak.

## A NYILVÁNOSSÁG

A nyilvánosság egy adott társadalom szabad polgárainak összességét, illetve azt az intézményesített társadalmi teret jelenti, amelyben ők a gyülekezés, az egyesülés és a szólás-szabadság jogát, valamint a politikai intézmények feletti ellenőrzést gyakorolhatják. A modern jogállamokban a nyilvánosság képezi a társadalmi kommunikáció alapját. A nyilvánossághoz napjainkban leginkább a médián keresztül jutnak el információk, üzenetek. Úgy is fogalmazhatunk, hogy a média vált a nyilvánosság legfőbb terepévé.

Jürgen Habermas német filozófus, szociológus szerint az ideális nyilvánosság az egymással beszélgető, véleményüknek hangot adó polgárok olyan csoportja, amely azt a közös vitára fenntartott teret használja és formálja, amely lehetővé teszi az államhoz kritikusan viszonyuló, független szövetség létrejöttét. Habermas szerint a nyilvános megszólalásnak zsinórmértéke az *igazságra, az érthetőségre, a helyénvalóságra és az őszinteségre*

<sup>43</sup> Forgó Sándor: *Kommunikációelmélet – Kommunikációs ismeretek*. E-learning tananyag, é.n. [http://forgos.ektf.hu/wp-content/tananyagok/fs\\_komm\\_egyetemi/obj/ie\\_0001\\_0\\_0\\_0/0001\\_0\\_0\\_0.htm](http://forgos.ektf.hu/wp-content/tananyagok/fs_komm_egyetemi/obj/ie_0001_0_0_0/0001_0_0_0.htm) (letöltés: 2019. 08. 17.).

*való törekvés.* Egy médiumot csak e tényezők együttes jelenléte esetén lehet a nyilvános szféra résztvevőjének tekinteni.<sup>44</sup> Habermas műveiben kritikával illette a modern tömegkommunikációt, mivel a média nem csupán terepet ad a nyilvánosságnak, de részt vesz a nyilvános szféra gyártásában és irányításában, már nemcsak ábrázolja a világot, de részben maga teremti. Habermas gondolatai számos tudományos vitát generáltak, a nyilvánosság fogalmának definiálására, szerepének meghatározására folyamatosan születnek újabb és újabb elméletek.

### **AZ INFORMÁCIÓ ÚTJA A NYILVÁNOSÁGHOZ**

Az előzőekben láthattuk, hogy a tömegkommunikációs folyamat résztvevőit három csoportra bonthatjuk:

- Kommunikátorok
- Kapuőrök/médiaszemélyzet
- Nyilvánosság

Ezek után vizsgáljuk meg, hogy az információ milyen utat jár be közöttük! Mely témákról, milyen úton ad hírt a média? Az eseményeket, jelenségeket okozatuk alapján két csoportba sorolhatjuk:

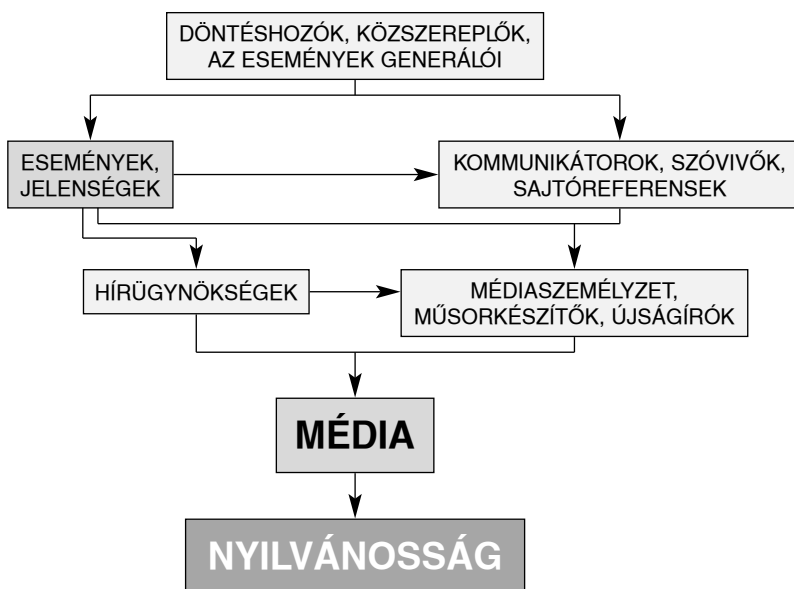
- Természeti jelenségek, társadalmi folyamatok által generálódó vagy spontán jelenségek
- Döntéshozók, politikusok, közszereplők, magánszemélyek és érdekcsoportok által generált jelenségek, események

Az első csoporthoz kapcsolódó történéseket – legyen az egy nagy erejű vihar vagy éppen a hajléktalanok jelenléte az utcán – a médiaszemélyzet tagjai, vagyis az újságírók, rádiós és tévés szerkesztők közvetlenül is észlelhetik, és ha fontosnak találják e témákat, akkor létrehoznak egy médiatartalmat: cikket írnak, rádiós vagy tévés anyagot készítenek róluk, amely bekerül a nyilvánosság terére. De az is lehet, hogy nem maguktól figyelnek fel ezekre, hanem a kommunikátorok küldenek róla sajtóanyagot, vagy épp tartanak egy sajtótájékoztatót a témával kapcsolatban – például arról, hogy a viharkárokat hogyan számolja fel az önkormányzat, vagy milyen intézkedésekkel segítik a hajléktalanokat. Ez esetben a kapuőr már olyan formában kapja az információt, amely a kommunikátor által képviselt szervezet érdekeinek megfelel. És olyan verzió is elképzelhető, hogy az információkat egy hírügynökségtől, teljes mértékben vagy részben feldolgozott, megírt formában veszi át egy szerkesztőség.

A második esetben az események, jelenségek nem spontán vagy nem hosszabb természeti-társadalmi folyamatok révén jönnek létre, hanem van egy jól meghatározható kiváltó okuk, amely valamely döntéshozóhoz, politikushoz, csoporthoz vagy épp

---

<sup>44</sup> Habermas, Jürgen: *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása*. Gondolat Kiadó, Budapest, 1993.



29. kép: Az információ útja a nyilvánossághoz

egyszerű állampolgárhoz köthető – legyen az egy törvény meghozása, egy rendezvény megszervezése, egy tüntetés összehívása stb. Ezeket az eseményeket a kommunikátorok továbbítják a médiaszemélyzet irányába: meghívót, sajtóanyagot küldenek nekik, segítenek az interjúk leszervezésében. Így az ő közreműködésükkel születik meg a kapuőr keze alatt a médiatartalom, és jut el a nyilvánossághoz.

### III.3. Közérdeklődés, célközönség, hírérték, aktualitás

#### A KÖZÉRDEKLŐDÉS

Ha a témaválasztásról esik szó, gyakran hangzik el az a kritérium, hogy tartson számot közérdeklődésre! De mi az a közérdeklődés, mi tartozik bele ebbe a fogalomba? Ha a szót elemezzük, úgy válaszolhatunk, hogy mindazon jelenségek, események, történések, amelyek a „köz”, a nyilvánosság egy része számára érdekesek lehetnek. Mivel azonban a „köz” fogalmába egy kis, szerves közösség vagy több kontinensnyi ember 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 többmilliós nézőtáborral rendelkező csatornák számára jelent feladatot, az utóbbi pedig egy-egy rétegműsor, például egy horgászmagazin számára. A tudatos munkavégzéshez és a megfelelő témaválasztáshoz tehát először körvonaloznunk kell, kiket tekintünk célközönségnek!

## A CÉLKÖZÖNSÉG

A széles nyilvánosság halmazában minden médium igyekszik megtalálni a maga célközönségét, vagyis azoknak az embereknek a csoportját, akik kíváncsiak és nyitottak lehetnek az általa elkészített tartalmak iránt. A célközönség lehet egészen tág: a nagy, globális hírcsatornák akár több földrész polgárait is igyekeznek elérni, noha tisztában vannak azzal, hogy – például – a középkorú és idősebb, a hírek iránt érdeklődő értelmiségiek lesznek azok, akik vevők lehetnek a tartalmaikra.

Az országos csatornák az adott ország állampolgárait igyekeznek megszólítani minél nagyobb számban, a regionális csatornák a régióban élőket, a városi tévék pedig a településen és környékén élőket. De a földrajzi lefedettség mellett érdemes más szempontokat is figyelembe venni. Egy-egy csatorna vagy műsor akkor lehet igazán sikeres, ha a tartalmak készítői nem vaktában tapogatóznak, hanem pontosan tudják, kiket akarnak, illetve tudnak megszólítani: fiatalokat vagy időseket, képzeteket vagy képzetleneket, férfiakat vagy nőket, konzervatívokat vagy liberálisokat stb. Amikor a kapuőr – például egy tévéműsor felelős szerkesztője – választ a hozzá befutó témák közül, választását az motiválja, hogy az adott téma vajon érdekl-e és érint-e a nézőit. A célközönség jellemzőit és igényeit az operatőri munka, a szerkesztés, a narrációk megírása és a vágás során is szem előtt tartják, megpróbálva olyan anyagot készíteni, amit az adott réteg könnyen és szívesen befogad.

## A HÍRÉRTÉK

A célközönség mellett a hírérték is egy olyan alapfogalom, amely nagymértékben kihat a témaválasztásra. 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 közösség számára mennyire érdekes és fontos, mennyire van hatással a közösség sorsára, illetve az mennyire kíváncsi rá. Ezenfelül, ahogy B. Bernát István fogalmaz: „előnyben részesülnek a konfliktusok, a hatásosan nagy mennyiségű, a helyi vonatkozások, a normasértések”.<sup>45</sup>

---

<sup>45</sup> B. Bernát István: *A képernyő bűvöletében – a televízió. A hírek*. In: B. Bernát István – Pais Károlyné Rétfálvi Györgyi – Szilágyi Erzsébet – Turi László: *Média, kultúra, kommunikáció*. Libri Kiadó, Budapest, 2012. 343.

### A hírértéket növelő tényezők

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

- A történet aktualitása, frissessége.
- A történet 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.
- A történet egyedisége, szokatlansága, meglepő vagy botránys jellege.
- Az információ érdekessége, szórakoztató volta.

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.

### A TÉMAVÁLASZTÁS MOTIVÁCIÓI

Az előzőekből láthattuk, hogy a témaválasztást (a tájékoztató műfajok esetében) alapvetően két dolog motiválja:

1. Az adott téma mennyire *érinti* a nézőimet, gyakorol-e hatást az életükre?
2. Az adott téma mennyire *érdekl*i a nézőimet?

A hírcsatornák, illetve az általános profilú, híradással és aktualitásokkal is foglalkozó televíziók<sup>46</sup> esetében e két motivációnak harmóniában kell lennie. Ideális esetben az elsőknek magában kellene hordoznia a másodikat, vagyis az embereknek érdeklődniük kellene minden olyan téma, esemény, történet, intézkedés iránt, ami kisebb vagy nagyobb hatást gyakorol az életükre. Napjainkban azonban, amikor az embereket elárasztja és közönyössé teszi a rengeteg információ, ez nincs feltétlenül így. Mégis hiba lenne csupán a második tényező alapján kiválasztani a témákat. Lehet, hogy egy adókulcsváltás, egy önkormányzati rendelet vagy egy gazdasági együttműködés híre „száraz” és unalmas a potenciális nézők egy része számára, ám ha emiatt kiejtjük a rostán, azzal megfosztjuk az objektív tájékozódás lehetőségétől azokat, akiknek erre igényük van.

---

<sup>46</sup> Az egyéb, tematikus csatornák esetében más a helyzet, hiszen azoknál nem a tájékoztatás, hanem az ismeretterjesztés dominál.

## AZ ÉRDEKESSÉG-FAKTOR

A tömegtájékoztatásban dolgozóknak sohasem szabad megfélemleniük arról, hogy küldetésük a megfelelő mennyiségű és minőségű információk birtokában önálló vélemény kialakítására képes, felelős döntéshozásra alkalmas polgárok számának gyarapítása. Ehhez azonban nem feltétlenül elég a fenti motivációk közül csupán az elsöre („*mi érinti a nézőimet?*”) alapozni, és semmibe venni, hogy mi érdekli a média-fogyasztót. Erőfeszítéseink ugyanis kárba vesznek, ha csupán néhány, nagyon elszánt nézőt tudunk a képernyő elé ültetni.

A küldetéshez hozzátartozik az is, hogy megpróbáljuk ösztönözni a nézőket arra, hogy legyen igényük a tájékozódásra. Ez napjainkban embert próbáló feladat, amely magában hordozza az elbulvárosodás veszélyét...

A témákat úgy kell összeállítani, hogy a műsor egészében felkeltse az érdeklődést, de az érdekesség-faktor ne veszélyeztesse az objektivitást és az informativitást. Ha a kevéssé érdekes, de fontos témákban képesek vagyunk hangsúlyozni azokat a pontokat, amelyek révén a néző megérzi, hogy az róla szól, és átérzi a fontosságát, akkor jó úton járunk. Ehhez fontos a közérthető nyelvezet és az olyan dramaturgia, amely közel tudja vinni a nézőhöz a témát, követhetővé teszi azt. Ennek azonban nem szabad azt jelenteni, hogy „lebutítjuk” a történetet, és visszatartjuk az átadandó információk egy részét.

A témaválasztásnál figyelembe vehetjük, hogy még a tényszerűséget leginkább igénylő műfaj, a híradó esetén is belefér a tematikába néhány ún. *színes hír*, ami segít megtartani a néző figyelmét. Ha azonban ezek eluralkodnak, és a hírműsor a szórakoztatás vagy épp a szörnyülködtetés terepévé válik, akkor épp szembe megyünk a fent említett küldetéssel.

## AZ AKTUALITÁS

A híradásoknál, hírműsoroknál elengedhetetlen szempont az aktualitás, vagyis az, hogy a feldolgozott téma időszerű legyen, a műsor lépést tartson az eseményekkel. Ezáltal a nézők azon igényét szolgálhatjuk ki, hogy azok értesülhessenek a legfrissebb történésekről, döntésekről, és ezen ismeretek birtokában éljék mindennapjaikat, hozzák meg döntéseiket. A televíziózás világában a hírcsatornák tudnak leginkább megfelelni az aktualitás szempontjának, hiszen szerkesztői hálózatuk folyamatosan figyeli mind a belpolitikai, mind a külpolitikai és egyéb közéleti történéseket, és fel vannak készülve arra, hogy azonnal bemondják vagy akár élőben közvetítsék a fontos eseményeket. Naponta többször vagy akár óránként jelentkeznek híradóval, így a lehető legrövidebb időn belül közzé tehetik a vágóképezett-szerkesztett anyagokat is.

A legtöbb magazinműsor is igyekszik aktuális lenni, bár esetükben kicsit mást érthetünk ez alatt. Nem követik a híreket óráról órára – hiszen a legtöbb magazin nem is naponta, hanem inkább hetente vagy akár havonta jelentkezik. Tematikájuk függvényében mégis igyekeznek kapcsolódni azokhoz a dolgokhoz, amelyek az adott

időszakban foglalkoztatják az embereket, reagálnak az aktuális problémákra és kihívásokra. Az eseményriportokat igyekeznek minél előbb adásba tenni, de általában igazodnak az évszakhoz, az ünnepekhez, jeles napokhoz is. Céljuk elsősorban nem a tények közlése, inkább a témák körbejárása, árnyalása.

Vannak azonban olyan műfajok is, ahol nem törekszenek aktualitásra, épp ellenkezőleg: kifejezetten az a cél, hogy a létrehozott médiatartalom időtálló – és ezáltal évek múlva is ismételhető vagy akár több csatorna számára értékesíthető, eladható – legyen. Idetartoznak például a portréfilmek, dokumentumfilmek, ismeretterjesztő filmek és sorozatok, a szórakoztató műsorok egy része, illetve természetesen a filmműsorok.

### TEMATIKUS ÉS RÉTEGMŰSOROK

Vannak olyan csatornák, illetve műsorok, amelyek témáit a földrajzi elhelyezkedés, a nézőtábor helyi preferenciái vagy a nézők életkora mellett egy választott tematikai egység és az iránta való érdeklődés határozza meg. Így számukra azok jelentik a célközönséget, akik érdeklődnek például a gazdaság, a külpolitika, a történelem, az állatvilág, a természet, az egészséges életmód, a főzés vagy épp az autók iránt. Azoknak a szerkesztőknek, akik ilyen műsorokat készítenek, „szakosodniuk” kell az adott témára, szert kell tenniük a kellő jártasságra ahhoz, hogy hiteles információkat közvetíthessenek nézőik felé.

## III.4. A témaválasztás felelőssége

### LÁTHATÓVÁ TENNI...

Ami nincs benne tévében, az olyan, mint ha nem is létezne... – ez a kijelentés ma már csak részben igaz, hiszen a közösségi média korában gyakorlatilag bármely téma publicitást nyerhet. Ám emellett is óriási a felelőssége a szerkesztők döntésének: mit tesznek be a műsorba, és mit hagynak ki belőle. Még egy kisebb, városi tévé esetében is üzenetértéke van annak, hogy mi kerül be a híradóba és mi nem – az országos vagy határokon átvitelre sugárzó televíziókról nem is beszélve. A tévéműsor láthatóvá tesz eseményeket és embereket, megerősíti a nézőt abban, hogy amit és akit lát, fontos. Ily módon akarva-akaratlanul értékrendet formál.

A média egyik küldetése az, hogy megkeresse és bemutassa a közösség értékeit, ezáltal továbbadja és megőrizze azokat. Hozzájárulhat ahhoz is, hogy az újonnan keletkező, még elszigetelten létező értékek a közösség értékeivé váljanak. Ehhez azonban valamilyen módon definiálni kell, mi számít értéknek, mi az, amit közvetíteni érdemes, közvetíteni kell. Ez természetesen nem könnyű, hiszen lehetetlen objektív és mindenre kiterjedő szempontrendszert felállítani. Az alábbiakban következnek néhány támpont – a teljesség igénye nélkül, elsősorban gondolatébresztő gyanánt.

## **KÖVESSÜK A TÖBBIEKET, VAGY ÖNÁLLÓAN KERESSÜNK TÉMÁT?**

Egy szerkesztőnek nem feltétlenül és nem csak azokra az eseményekre, jelenségekre kell koncentrálnia, melyekről egyébként is beszámol az összes sajtóorgánium. Bevett szokás, hogy a médiumok figyelik egymást, és ha egy téma valahol feltűnik, akkor a többi is nekilát feldolgozni azt, legalább ugyanúgy, vagy megpróbálva hozzá tenni egy-egy új adalékot, egy új megszólalót, olyan részletet, ami másutt még nem hangzott el.<sup>47</sup> Ez bizonyos fokig érthető, egy szinten túl azonban értelmetlen versengéssé válik, ami már rég nem a nézőről szól, és nem érte van. A konkurencia figyelése fontos, de ha minden szerkesztő figyelmét ez köti le, akkor hogyan fogják észrevenni a többi dolgot, amivel foglalkozniuk kellene? Egy jó szerkesztő mindeneelőtt a (szűkebb és tágabb) környezetén tartja a tekintetét, ki-ki sandítva a konkurencia felé, és nem fordítva, csak időnként pillantva a valóságra.

## **MENJÜNK BIZTOSRA, VAGY VÁLLALJUNK KOCKÁZATOT?**

Ha áttekintjük az e-mailben, telefonon, postán, internetről beérkező meghívókat, sajtóanyagokat, ki kell választani, mely eseményre, hová, kikhez menjünk forgatni. A könnyebb és kockázatmentesebb út az, ha olyan témát választunk, ami közismert szervezetekhez, nagy intézményekhez, elismert személyekhez kötődik. Ha az ország legnagyobb színházainak, galériáinak, kutatóintézeteinek valamelyikébe megyünk forgatni, okkal gondolhatjuk, hogy értékes anyagot tudunk belőle készíteni, hiszen ezek az intézmények általában nívós témákkal szolgálnak, garantálnak egyfajta minőséget.

Időnként azonban a nehezebb utat is bevállalhatjuk: merjünk teret és médiafelületet adni a hírnevet (még) nem szerzett, de értékesnek érzett kezdeményezéseknek, alkotóknak, műhelyeknek, rendezvényeknek. Ez persze kockázatos, mert utólag kiderülhet, hogy nem volt érdemes... Támponthoz adhat, ha témavadászatunk során a stabil, állandó értékeket keressük, nem a pillanatnyilag felkapottakat.

## **A sznobizmus csapdája**

Az önálló értékítéllettel nem rendelkező újságírók és szerkesztő-riporterek gyakran esnek abba a hibába, hogy olyan témát választanak – például egy kulturális magazinhoz –, amitől már eleve hangos a média. De ne feledjük, nem csak az az érték, ami aktuálisan benne van a mainstreamben, és/vagy amit nagy reklámkampánnyal beharangoznak.

Az, hogy egy közszereplő híres, nem jelenti azt, hogy jó is a szakmájában vagy abban a művészeti ágban, amit művel. Nem biztos, hogy érdemes arra, hogy még több

---

<sup>47</sup> Pierre Bourdieu a következőket írja a médiában dolgozókról: „erőfeszítéseik jó része arra irányul, hogy apró különbségeket hozzanak létre”. Ám szerinte az átlagnéző számára ezek teljesen észrevehetetlenek, csupán a műsor-készítőknek fontosak, akik szerint ez „javítja majd a nézettségi statisztikát, amely rejtőzködő istenként uralkodik az itt dolgozók tudatán. Gyakran egyetlen százaléknyi csökkenés maga a halál. Ez csak egyike a műsorok tartalma és vélt hatása közötti összefüggés – szerintem hamis – sémáinak.” – véli a francia szociológus. Bourdieu, Pierre: *Előadások a televízióról*. (Fordította: Erőss Gábor) Osiris, Budapest, 2001. 27.

figyelmet kapjon a valódi értékteremtők rovására. A klasszikus értelemben vett celebeket, akik nem értenek semmihez, csak attól híresek, hogy magánéletüket a nyilvános szférában élik, könnyű beazonosítani. De az irodalom, a képzőművészet vagy épp a klasszikus zene művelői között is vannak olyanok, akik valójában messze elmaradnak az igazán nagy művészek mögött, de jó marketinggel elhitetik, hogy ők képviselik a kultúrát. E pozőrök, mainstream-lovagok médiafelületét nem feltétlenül érdemes növelni. És amikor valóban nagy művészekről van szó, akkor is érdemes ügyelni arra, hogy ne csak a „nagy nevekre” koncentráljunk, ne csak azt nézzük, ki ismert széles körben, hanem azt is, hogy kik bírnak az adott szakma elismerésével.

Hasonlóképp fontos, hogy ne dőlünk be azonnal a sajtóanyagokban vagy az interneten olvasott hatásvadász szöfordulatoknak. Napjaink unásig csépejt jelzőit: kreatív, különleges, innovatív, tabufeszegető – ráaggatják olyan dolgokra is, amelyek nagyon is belesimulnak az aktuális divatirányzatokba. Lássunk át a közhelyeken, próbáljuk megkülönböztetni az őszinteséget az exhibicionizmustól, az egyediséget az egyedieskedéstől, a felszínes, hamis jelenségeket a valódi, hiteles és mély tartalmaktól!

### **A túl tág határok csapdája**

A sznobizmus mellett a másik véglet is veszélyeket rejthet magában. Attól, hogy valami vagy valaki híres, közkedvelt, és beilleszthető a mainstreambe, még nem feltétlenül hamis. Fontos, hogy teret adjunk a fiatal tehetségeknek, nem közismert alkotóknak, médiafelülethez nem jutó műhelyeknek, megmozdulásoknak – de csak akkor, ha azok valóban értéket teremtenek! A szerkesztőségeket bombázzák a felkérésekkel, hogy forgassanak a különféle előadásokon, kiállításokon, könyvbemutatókon stb. Ezeket áttekintve gondoljuk át, hogy az adott jelenség nem azért szorult-e háttérbe, mert nem is alkalmas arra, hogy előtérben legyen! Lehetséges témáink szereplőinek mindig alaposan nézzünk utána, hogy támpontokat találhassunk a választáshoz!

Napjainkra jellemző, hogy sokkal többen gondolják magukat művészeknek és alkotónak, mint ahányan valóban azok. Attól még, hogy valaki kiad egy könyvet, kiállít egy teremnyi festményt, vagy szervez magának egy koncertet (ezeket ma bárki megteheti, akinek pénze vagy kapcsolatai vannak), még nem biztos, hogy művész! Az pedig semmiképp nem üdvös, ha a műsorunk a giccs és a gagyis népszerűsítőjévé válik.

Az értékes témák kiválasztása az értéktelenek közül nagyon nehéz, hisz objektív mércék nincsenek. A folyamatos önképzés, műveltségi horizontunk tágítása sokat segíthet, de ha mégis bizonytalanok vagyunk egy jelenség megítélésében – hisz egyetlen szerkesztő-riporter sem mozoghat otthonosan valamennyi művészeti ágban vagy tudományterületen –, érdemes kikérni egy-egy hozzáértő véleményét. (Sajnos a televíziózásban nem jellemző az, ami a folyóiratoknál bevett szokás: létrehozni egy szerkesztőbizottságot, amelyben minden tag más-más terület szakértője, így ellenőrizni tudják a beszerkesztendő anyagok témáját és minőségét.)

## MIK ÉRDEMEKNEK MÉDIAFELÜLETET?

A kérdés önkényesen hangzik, hiszen ki az, aki ezt minden kétséget kizáróan eldöntheti? Valójában azonban minden felelős szerkesztőnek, minden műsorterv összeállításánál meg kell ezt válaszolnia, és választania kell az aspiránsok közül. El kell látnia azt a bizonyos kapuőr-szerepet.

Mielőtt megszólaltatnánk vagy bemutatnánk valakit a tévében, próbáljuk feltérképezni, kivel van dolgunk. Az életrajzok sokszor önmagukért beszélnek: ha valaki nívós oktatási intézményekben tanult ismert mesterektől, komoly szakmai szervezetek fogadták a tagjaik közé, jelentős díjakat tudhat magáénak, nagy szakmai presztízzsel bíró intézményekben dolgozik, szerepel vagy állítja ki a munkáit, jelentős lapokban publikál, akkor valószínűsíthetően érdemes számára médiafelületet biztosítani. Ha mindez nem adott, akkor is megérdemlik a műsoridőt a fiatal, reményteljes tehetségek, vagy a jó értelemben vett amatőrök, akik fejlődőképesek, hiszen tudják, hogy mit nem tudnak. Képernyőre érdemesek lehetnek azok az „átlagemberek” is, akik úgy élik az életüket, úzik akár teljesen hétköznapi hivatásukat, hogy azzal valamiféle példaként szolgálhatnak, ténykedésük valamilyen szempontból érdekes és tanulságos, netán közösség-szervező erővel bír. Mindig gondolni kell a kisebbségekre és a hátrányos helyzetű csoportokra: olykor akár a pozitív diszkrimináció eszközeivel is élve, tudatosan felkeresni őket, biztatva értékeik megmutatására.

De vajon mondhatjuk-e bárkire, hogy inkább hanyagoljuk a szerepeltetését? Minden szerkesztőség körül feltűnnek azok az emberek – talán a dilettáns szóval jellemezhető leginkább –, akik mindenáron szerepelni szeretnének. Őket az különbözteti meg például egy amatőr művésztől, hogy nem igazán rendelkeznek önkritikával, ezáltal nem is fejlődőképesek. Jellemző lehet rájuk a túlzott nyomulás, ostromolják a szerkesztőket, szereplést remélve. Ha egyszer képernyőre engedjük őket, bízva abban, hogy felhagynak az ostrommal, az egyrészt a műsor rovására megy, másrészt megerősíti őket abban, hogy a nyilvánosság előtt van a helyük. Persze adott az a lehetőség is, hogy negatív példaként vagy az irónia céltáblájaként mint afféle bohócot szerepeltetjük őket – ez azonban erkölcsi aggályokat vet fel.

## Sztárok és celebek

Ha a szerepeltetésre érdemes vagy érdemtelen egyénekről esik szó, körvonaloznunk kell a *sztár* és a *celeb* fogalmát. E feladat nem könnyű, hiszen a definiálás számos vitára adott már alkalmat.

A *sztár* kifejezést a '20-as évektől a színészekre („*filmszillag*”) és egyéb előadó-művészekre használták. A kifejezésnek ma is inkább pozitív kicsengése van: sokak által ismert és szeretett, körberajongott személyt jelent, aki művészi vagy más teljesítményével sokak tetszését kiváltotta. Gyakran látjuk őket a televíziók képernyőjén, amivel nincs is probléma.

A *celebritás* vagy röviden *celeb* (az angol *celebrity* szó jelentése: híresség, ismert, ünnepezt személyiség) bizonyos értelemben rokonértelmű kifejezés a sztárra, napjainkban azonban némi negatív felhangot kapott a közvélekedésben. Többnyire olyan személyeket értenek alattuk, akik valódi teljesítményt sosem produkáltak, különösebb tehetséggel sem bírnak, csupán közismertté váltak attól, hogy a nyilvánosság előtt tettek olyan dolgokat, amiket mások a magánéletükben tesznek. Úgy is fogalmazhatunk, a celebeket a tömegkommunikációs műsorkészítők konstruálják a közönség szórakoztatása érdekében.<sup>48</sup> A televíziók a néző képernyő előtt tartására használják őket, rájátszva arra, hogy sokan – önbizalmuk erősítésére – szívesen szörnyülködnek az önmaguknál szánalmasabbnak, felületesebbnek, erkölcselenebbnek, ostobábbnak vagy épp nyereszkedőbbnek tartott figurákon. Ők nem példaképek, mint a sztárok, akiket olykor szebbnek vagy tehetségesebbnek látunk önmagunknál, hiszen valamilyen létező teljesítmény alapján alkotunk róluk véleményt. A celebeken „kiakadni” vágyik a néző. Hogy ezt a vágyat milyen mértékben kell kielégítenie egy-egy televíziócsatornának vagy műsornak, azt az ott dolgozó szerkesztők erkölcsi és szakmai érzékének kell eldöntenie.

### DÖNTSÖN A NÉZŐ?

Vannak olyan álláspontok, melyek szerint a fenti felvetésekkel nem szükséges foglalkozni, csupán arra kell törekedni, hogy a témák, emberek, csoportosulások minél színesebb, gazdagabb kavalkádját mutassuk be, és bízzuk a nézőre a döntést, hogy vajon értékesnek gondolja-e az adott témát, megmozdulást vagy sem. Emellett szól az az érv, hogy a média akkor lesz igazán demokratikus, ha mindenki meg tud benne mutatkozni. Ez az elvek szintjén vonzó gondolat, a szerteágazó, terjedelmi és időbeli korlátok nélküli közösségi médiában pedig a gyakorlat szintjén is tökéletesen működőképes. A professzionális médiában – illetve konkrétan a televíziózásban – azonban állandó döntéshelyzetben van a szerkesztő: ha valamit beszerkeszt egy adásba, akkor abból egy másik téma kimarad, vagy legalábbis tolódik. Ha valakinek teret biztosít egy felületen, másvalaki aktuálisan leszorul arról a felületről. (A lekérhető médiaszolgáltatásoknál ugyan kevésbé köt a műsoridő, ám az egyes témák feldolgozásához szükséges erőforrások ott is végesek.) Ez a tény pedig szükségessé teszi, hogy a szerkesztő felelősséget vállaljon a választásáért.

### HELYBEN VAGY TÁVOL?

Sokan azt gondolják, az az igazi teljesítmény, ha egy stáb ki tud menni egy jelentős külföldi eseményre, tudósít valami „nagy dologról”. Ez azonban nem feltétlenül van így, hiszen lehet, hogy arról a nagyszabású rendezvényről a több századik tudósítást készítik, és a többihez képest nem tudnak semmi újat mondani.

<sup>48</sup> Németh Tibor Máté – Tóth Péter István: *A celebek szerepe*. Médiakutató, X. évf. (2009) 2. sz. (nyár).

Fontos lenne az is, hogy észrevegyük a saját környezetünk kínálta témákat! Saját településünk, régióink, országunk értékeit senki nem fogja bemutatni helyettünk. Ráadásul igazán jól azt tudjuk ábrázolni (például egy átfogó, árnyalt riportban), amit van alkalmunk kellő mélységig megismerni. Adott esetben értékesebb és érdekesebb anyagot készíthetünk a szomszéd faluban élők még soha be nem mutatott sorskérdéseiről, mint ha pár napra külföldre utazunk, hogy feldolgozzunk egy olyan témát, amiről minden nap készül egy-egy anyag.

Távoli kultúrákat csak akkor tudunk hitelesen és árnyaltan bemutatni, ha huzamosabb időt töltünk bennük. Mindez a híradózás műfajánál kevésbé lényeges, hiszen ott tényeket és aktualitásokat kell átadni – de még ott is az a célravezető, ha a külföldi tudósító hosszabb ideig kint él, hogy megszerezze a kellő rálátást az adott ország belügyeire.

Ha mégis rövid idő alatt kell ábrázolnunk egy általunk nem ismert közeget, sokkal jobb, ha a néző számára nyilvánvalóvá tesszük, hogy nem mozgunk benne otthonosan, és az oda-tévedt turista szemszögéből mutatjuk be azt, felvillantva azokat az impressziókat, amiket bárki átél, amikor belép az adott közegbe. Ne akarjunk bennfentesnek tűnni, ha nem vagyunk azok.

### **III.5. Az információs hálózat kiépítése**

#### **AZ INFORMÁCIÓS HÁLÓZAT SZEREPE**

Mint láttuk, 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 nézőközönsége számára.

A szerkesztőségek mindenekelőtt 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. Ezt követően elérhetőségeiket eljuttatják partnereikhez, feliratkoznak a sajtólistákra, és létrehoznak egy több pilléren nyugvó információs hálózatot.

#### **KAPCSOLATFELVÉTEL A PARTNEREKKEL**

Amikor egy televízió vagy egy stáb megkezdí a működését, fel kell vennie a kapcsolatot azokkal az intézményekkel, szervezetekkel, egyesületekkel, önkormányzatokkal, kormányzati szervekkel, hatóságokkal, pártokkal, kommunikációs ügynökségekkel, alapítványokkal stb., amelyek lefedettségi területén jelentősek.

Ma már a legtöbb szervezetnek, intézménynek van sajtólistája, amelyre általában szívesen felveszik a médiumok vagy épp a független stábok elérhetőségeit. Így bekerülünk egy információs körforgásba, és a szervezetek elküldik majd meghívóikat a rendezvényeikre, sajtótájékoztatóikra, postázzák nekünk sajtóközleményeiket, hírleveleiket, amelyekben informálnak bennünket a náluk zajló eseményekről, az általuk hozott intézkedésekről.

## **AZ INFORMÁCIÓS HÁLÓZAT PILLÉREI**

### **E-mailben befutó információk**

Napjainkban a legtöbb szerkesztőség munkája az e-mail-rendszeren alapul, hiszen az információk így gyorsan, pontosan, célzottan és 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 információ-gazdag háttéranyag vagy akár képanyag is eljuthat a szerkesztőkhöz.

E-mailben legtöbbször rendezvényekre, sajtótájékoztatókra invitáló meghívókat kapunk. A feladó sok esetben kéri, hogy jelezzünk vissza, részt kívánunk-e venni az eseményen. Ezt célszerű és illendő megtenni. Igaz, hogy sok helyre a visszajelzés elmaradása ellenére is beengedik a stábot, de lehetnek olyan, speciális biztonsági intézkedéseket megkívánó események, ahová csak azokat engedik belépni, akik előzetesen jelentkeztek. Elképzelhető, hogy a részvételhez szükséges regisztráció felületének linkjét is mellékelik. A további gyümölcsöző kapcsolat érdekében érdemes segíteni a sajtóreferensek munkáját azzal, hogy az ilyen kéréseknek eleget teszünk, a regisztrálásra, visszajelzésre vonatkozó határidőket betartjuk.

### **Telefonon befutó információk**

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 hívnak össze egy sajtótájékoztatót, mert egy előre nem várt helyzet állt elő, vagy gyorsan reagálni szeretnének egy őket ért kritikára. A rendőrség, a tűzoltóság vagy a katasztrófavédelem illetékesei gyakran kör sms-eket küldenek az arra regisztrált szerkesztőknek egy-egy baleset vagy vészhelyzet kapcsán.

Az információáramlás általában nem csupán intézményi szinten zajlik. A sajtóreferensek szívesebben hívják fel a személyesen megismert 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.

## **Postai levelek**

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 egy rangos, protokolláris, jó előre megtervezett eseményről, ünnepségről, díjátadóról, megnyitóról vagy társasági eseményről van szó, amelyhez készül szép kivitelű nyomdai meghívó, azt rendszerint a sajtónak is postázzák. Gyakori, hogy ezekhez mellékelik a belépőjegyeket vagy a fogadásokra invitáló kártyákat. Kulturális intézmények olykor tiszteletjegyet is küldenek a szerkesztőknek egy-egy koncertre, színházi előadásra.

## **Sajtószoba-regisztrációk**

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

## **Közösségi oldalak**

Napjainkban az újságírók és szerkesztő-riporterek számára fontos információszerzési forrást jelentenek a közösségi oldalak. Egyre gyakoribb az is, hogy a sajtóorgánumok profilokat hoznak létre különféle közösségi oldalakon, hogy az ott keringő információkat is elcsíphessék, ismeretségekbe, 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. Egyre gyakoribb, hogy a rendezvények szervezői nem a hagyományos csatornák révén invitálják az érdeklődőket, hanem „eseményt hoznak létre” a közösségi oldalon, ahol jelezhetjük részvételi szándékunkat.

## **Azonnali üzenetküldő alkalmazások**

A szervezőkkel, partnerekkel, potenciális interjúalanyokkal való kapcsolatfelvételre a szerkesztő-riporterek egyre gyakrabban és egyre szívesebben használják a különböző, azonnali üzenetváltást lehetővé tévő rendszereket, applikációkat. Ezek előnye, hogy a feladó láthatja, a címzett megkapta, olvasta-e az üzenetet, és közvetlen, informális társalgás bonyolítható rajtuk. Az azonban fontos, hogy a műsorkészítők e lehetőségek igénybevételekor is megadják a kellő tiszteletet a felkeresett személynek, ne feledkezzenek meg a bemutatkozásról, szándékaikat igényes megfogalmazásban közölik.

## **SZEMÉLYES KAPCSOLATHÁLÓ, SAJÁT ADATBÁZIS**

A televíziós műsorkészítés olyan szakma, ahol számít az idő! Fontos, hogy a szerkesztő-riporter tudja, melyik téma leszervezéséhez kit kell felkeresnie. Egyrészt hagyatkozhat a szerkesztőség adatbázisára – hiszen minden sajtóorgánumnak van kisebb-nagyobb névjegykártya-gyűjteménye, elérhetőség-táblázata. Másrészt fontos, hogy legyen egy saját adatbázisa is, amely mindig kéznél van: gondosan mentse el az elérhetőségeit, őrizze meg a névjegykártyáit azoknak, akikkel már dolgozott együtt, vagy akik információkat, interjút adtak neki! Ezáltal, ha legközelebb hasonló témában kell forgatnia, már tudhatja, hogy hová fordulhat közvetlenül, kit hívhat fel, hogyan szervezheti le a találkozót, forgatást – ezáltal rengeteg időt, utánajárást, telefonálgatást spórol meg.

Saját adatbázisunkat vezethetjük digitálisan, okostelefon névjegyzékében, elektronikus jegyzetként vagy táblázatos formában, de akár hagyományos módon, 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. Az így létrejött kapcsolati tőke komoly érték, amely a szerkesztő-riporter munkaerőpiaci pozícióit is javítja.

## **III.6. További információszerzési és témaválasztási módszerek**

### **AZ INFORMÁCIÓK NYOMÁBAN**

Az információs hálózat kiváló kiindulási alap, de önmagában nem elegendő a releváns témák megtalálásához. E-mailben, telefonon, postán ugyanazokat a meghívókat, sajtóközleményeket fogjuk megkapni, amelyek az összes többi médiumhoz is eljutnak. Ahhoz azonban, hogy ne csak a kommunikátorok szűrőjén átmenő információkkal gazdálkodhassunk, több energiabefektetésre lesz szükség. Az alábbiakban tekintsünk át néhány további információszerzési lehetőséget!

### **HÍRÜGYNÖKSÉGEK ANYAGAINAK 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, ami 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 hírügynökségtől tömör, pontos híreket várnak, amelyek a lehető leggyorsabban megérkeznek hozzájuk.

A hírügynökségek többnyire letölthető vágóképeket, képsorokat is kínálnak, amelyeket például külpolitikai híryanagyok 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.

## 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 tévécsatornák 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, képbé kerülhetnek a szűkebb és tágabb környezetükben tapasztalható 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 lássák, milyen mércét kell átugorniuk, mi az a színvonal, amelyhez tartaniuk kell magukat. Megismerik szakmájuk aktuális kihívásait, az uralkodó trendeket.

Végül, de nem utolsósorban ötleteket meríthetnek a konkurencia által tálat 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 üggyel kapcsolatban.

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

Pierre Bourdieu úgy fogalmaz, hogy *„a sajtószemle fontos munkaeszköz: ahhoz, hogy tudjuk, mit fogunk mondani, tudni kell, mit mondtak a többiek”*. Ám figyelmeztet arra is, hogy ha az újságírók, szerkesztők csak egymásra figyelnek, és csupán egymáshoz képest határozzák meg a munkájukat, akkor az információ ördögi körbe kerül, és mindez szellemi bezárkózáshoz, a médiatermékek homogenizálódásához vezethet.<sup>49</sup> Érdemes tehát további információszerzési lehetőségeket is beépíteni a mindennapi munkába!

---

<sup>49</sup> Bourdieu, Pierre: *Előadások a televízióról*. (Fordította: Erőss Gábor) Osiris, Budapest, 2001. 25.

## 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 többi médiummal. Igazán unikálisnak egyrészt az számít, ha olyan, magas hírértékkel bíró témát tud találni, amely máshol még nem szerepelt, másrészt pedig az, ha egy egyébként közismert jelenséget képes olyan formában megragadni és ábrázolni, ahogyan mások még nem tették. Az előbbi a híradások feladata, az utóbbi pedig már a publicisztika felé hajló riport műfajában bontakoztatható ki.

Ahhoz, hogy ezt meg tudjuk valósítani, nyitott szemmel és füllel kell járnunk, észre kell vennünk, mi foglalkoztatja az embereket. Elcsépelte mondás, de igaz: a téma az utcán hever. A televíziós újságíró a piacon, a buszon, a színházban vagy bárhol szembe találhatja magát egy jó témával. Ugyancsak fontos, hogy észrevegye az összefüggéseket: a problémák miből adódnak, a jelenségek honnan erednek.

Nem véletlen, hogy a kávéházak már a XIX. században is törzshelyei voltak az újságíróknak, és nem csupán azért, mert ott vetették papírra a cikkeiket, hanem azért is, mert ott számos információ cserélt gazdát. Napjaink (televíziós) újságírói is sok találkozót bonyolítanak le egy-egy kávé mellett.

A médiában végzett munkához elengedhetetlen a nyitottság és a kíváncsiság. Egy jó riportert nemcsak az interjúk alkalmával kérdez, de a hétköznapi életben is törekszik arra, hogy megértse az embereket, minél több jelenségbe betekintést nyerhessen. Saját ismeretségi köreiben is szívesen meghallgatja, hogy mi érdekli az embereket, milyen események tartják őket izgalomban. Ebből ihletet meríthet a munkájához is.

A „kemény” híreken<sup>50</sup> dolgozó riporterek némelyikének olyan informátorai is vannak, 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.

Az egy adott műsorban feldolgozandó információk megválasztását tehát számos dolog orientálhatja. Az úgynevezett témaérzékenység – vagyis az a képesség, hogy a „lerágott csontokon” túl unikális, érdekes témákat találjunk – egyfajta adottság, amely vagy megvan egy szerkesztőben, vagy nincs. Ugyanakkor a naprakész tájékozottság is elengedhetetlen ahhoz, hogy felismerjük az igazán jelentős és az adott pillanatban fontos témát.

<sup>50</sup> Az angolszász médiában gyakran használt kifejezés a *hard news* és a *soft news*, melyeket *kemény* és *puha hírek*ként szoktak fordítani. Az előbbieket csoportjába általában az aktuálpolitikával, gazdasággal, nemzetközi kapcsolatokkal foglalkozó híreket sorolják, amelyek sokak életére hatással vannak. Az utóbbi kategóriába pedig a kultúrával, művészettel kapcsolatos, és az egyedi történeteket bemutató híreket sorolják. Bővebben lásd: Encyclopaedia Britannica: *Hard news* szócikk, <https://www.britannica.com/topic/hard-news> (letöltés: 2020. 04. 18.)

### III.7. A háttérinformációk összegyűjtése, a háttéranyagok összeállítása

#### A MŰSORSZERKESZTÉS KIINDULÓPONTJA: A HÁTTÉRANYAG

Amikor egy szerkesztő-riporter kap egy feldolgozásra váró témát, akkor első lépésként össze kell szednie minden, azzal kapcsolatos háttérinformációt. Mielőtt elindul, hogy felgöngyölítse, leforgassa a témát, interjúkat készít, képbe kell kerülnie minden apró részlettel kapcsolatban, ami csak addig napvilágot látott az ügy kapcsán. A legcélszerűbb, ha háttéranyagot készít, amelybe később is belenézhet, leellenőrizhet benne információkat, adatokat. A háttéranyag összeállítása nagyobb televízióknál a szerkesztőasszisztens feladata is lehet. Ha azonban a szerkesztőnek nincs asszisztense, akkor saját maga 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 vagy a műsorvezető. 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!

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

#### KUTATÓMUNKA

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

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 hététeréről, hatásáról vagy épp egy törtélelmi, esetleg helytörténeti témáról szeretne forgatni, akkor érdemes felkeresni a könyvtárakat, levéltárakat. Egy-egy történelmi dokumentumfilm vagy ismeretterjesztő film elkészülését mindig alapos kutatómunka előzi meg.

Bizonyos témákhoz a források igénybevételén túl akár önálló felméréseket, elemzéseket, közvéleménykutatásokat is készíthet a szerkesztő.

### **FELKÉSZÜLÉS A TÉMA FÜGGVÉNYÉBEN**

Ha egy 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 az előzményeit, olvassunk utána annak, hogy melyik politikai oldal milyen véleményt képvisel az ügy kapcsán. Ha megemlékezésre vagy jubileumi ünnepségre megyünk, feltétlenül legyünk képben a történeti háttérrel!

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

Ha népszerű, a sajtóban gyakran szereplő személyekkel kell interjút készítenünk, akkor arra is ügyelnünk kell, hogy ne kérdezzük meg sokadjára ugyanazt, amit már mások is számtalanszor megkérdeztek az illetőtől, hiszen erre nyilvánvalóan olyan választ ad, amit a közönség már számos helyen hallhatott.

A példákat még hosszan lehetne sorolni, de bármilyen témát is kell feldolgoznunk, igyekezzünk a lehető legalaposabban és legkörültekintőbben felkészülni rá.

### **KAPOTT SAJTÓANYAGOK**

Napjainkban gyakori, hogy az intézmények, szervezetek, kormányzati szervek 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 számadatok, rossz megfogalmazások napvilágot látásának esélyeit. Számolnunk kell azonban azzal, hogy ezek az anyagok szubjektívek: 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 szerkesztőriportert attól, hogy más forrásokból is tájékozódjon, alaposan feltérképezve az ügy hátterét.

## **AZ INFORMÁCIÓSZERZÉS FONTOS ESZKÖZE: A TELEFON**

Az internetről, sajtóból, szakirodalomból, sajtóanyagból való tájékozódás után a következő lépés az, hogy kiderítsük, ki/kik illetékesek nyilatkozni az adott téma kapcsán. Az interjúalanyok felkutatásában, illetve a találkozók leszervezésében nagy szerep jut a telefonnak. Igaz, e-mailben vagy ma már az azonnali üzenetküldő alkalmazások révén is megbeszélhetünk találkozókat, a leggyorsabb módszer azonban többnyire a telefonálás. (Egy híradós forgatás esetében nincs idő arra, hogy fél napokat, napokat várjunk az írásbeli válaszokra.)

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

## **INFORMÁLIS TUDA KOZÓDÁS, BENYOMÁSOK MEGSZERZÉSE**

Nem minden információ szerezhető meg a számítógép vagy a telefon mellett űlve. 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 belűlről lássák azt a közeget, amelyet ábrázolni kívánnak, ismerjék az adott közegben uralkodó hangulatot, megértsék és átérzzék a motivációkat. Minél több benyomást szereznek a téma közegéről, annál valószínűbb, hogy hitelesen tudják ábrázolni azt mind képen, mind szövegben.

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

## **(OK)NYOMOZÁS**

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, holott a dolog sokakat érint vagy érdekel. Ilyen esetben van szükség arra, hogy a szerkesztő-riporter némi nyomozást folytasson.

Bizonyos mennyiségű nyomozó munkára szinte minden forgatás kapcsán szükség lehet, hiszen alapvető szabály, hogy vegyűk igénybe a lehető legtöbb forrást, ellenőrizzűk az információt, tárjuk fel az ellenkező oldal véleményét is. Amikor azonban olyan téma kerül a látószögűnkbe, melynek kapcsán állandóan falakba űtközűnk, és speciális módszereket kell igénybe vennűnk az igazság kiderítése érdekében, akkor beszélhetűnk oknyomozásról, tényfeltáró újságírásról. A tényfeltáró riport műfajáról azonban majd a *Televíziós forgatások, helyzetek és néhányműfaji sajátosság* című fejezetben esik szó bővebben.

## III.8. A forráshoz való viszony és az információk felhasználása

### A FORRÁS

A tömegkommunikációban forrásnak nevezzük azt a személyt vagy intézményt, akitől, illetve ahonnan az információ származik. Kétféle forrásból szerezhetünk információkat:

- **Primer (elsődleges, közvetlen vagy autentikus) forrás:** Azok a személyek, akik érintettjei, résztvevői vagy tanúi egy eseménynek. Úgyszintén idetartoznak az adat-szolgáltatásra kötelezett intézmények, hivatalos közegek.
- **Szekunder (másodlagos vagy közvetett) forrás:** Többnyire más médiumok vagy hírügynökségek, akik a primer hírforrástól származó információkat leírják, feldolgozzák, hírré alakítják. Ha ezeket a híreket átvesszük, az azt jelenti, hogy szekunder forrásból dolgozunk.

### A FORRÁSHOZ VALÓ VISZONY

A hírforrást mindig jelölni kell, nem szabad elhallgatni, hogy honnan származnak az értesüléseink. A forrásunknak mindig a tudomására kell hozni, hogy nyilvánosságra kívánjuk hozni a tőle szerzett információkat. A közléshez a forrás bejegyzése szükséges.

Az információközlő személyt nem szabad kijátszani, nem szabad visszaélni a bizalmával. Az általa elmondottakat nem ferdíthetjük, torzíthatjuk el. Rövidíteni lehet, de csak akkor, ha azzal nem sérül a lényegi mondanivaló!

Törekedni kell arra, hogy a forrás vállalja az információt nevével, arcával, beosztásával, titulusával. Azonban, ha a forrásunk mégis szeretne névtelen maradni, ezt tiszteletben kell tartanunk. Ebben az esetben viszont szembe kell néznünk azzal, hogy ha számonkérjük rajtunk az információ hitelességét, nem lesz kire hivatkozni.

A televíziós műsorkészítésben több módszer is kínálkozik arra, hogy a nevét és arcát nem vállaló forrásunk információit nézőink elé tárjuk. Rögzíthetjük az információt úgy, hogy elhomályosítjuk, kikockázzuk az arcát. Valamivel elegánsabb megoldás, ha egy sötét stúdióban/szobában mögötte helyezünk el egy erős fényforrást – így az arc sötét lesz, csupán az alak körvonalai látszódnak. De megtehetjük azt is, hogy csak a tarkóját vagy épp a kezét mutatjuk. Ha aggódik, hogy felismerik a hangját, azt is el lehet torzítani. Ezeket a módszereket azonban csak akkor alkalmazzuk, ha valóban nincs más, aki ugyanazokat az információkat el tudná mondani.

### AZ INFORMÁCIÓK FORMÁBA ÖNTÉSÉNEK ALAPELVEI

Amikor a megszerzett információkat formába öntjük, megszerkesztjük az interjúkat és megírjuk az összekötő szövegeket, körültekintően kell eljárunk. Mind a jogi, mind a szakmai, mind pedig az etikai szabályokat be kell tartanunk ahhoz, hogy a megszerzett

információk betöltsék küldetésüket, és közben ne okozzunk velük indokolatlan károkat. Figyelembe kell venni az adott ország aktuális alkotmányát és médiatörvényét, valamint a nemzetközi jogforrásokat.

Vannak bizonyos szakmai alapelvek, amelyek betartása a világon mindenütt elvárás a médiában dolgozókkal szemben. A legfontosabb kritériumok, amelyeknek meg kell felelni, a következők:

- Objektivitás
- Pártatlanság
- Tényszerűség
- Tárgyilagosság
- Pontosság

### ETIKAI NORMÁK AZ INFORMÁCIÓK FELDOLGOZÁSÁBAN

Minden szakmai kihívásra nem lehet előre kőbe vésni a vonatkozó etikai szabályokat, hiszen a helyes riporter, szerkesztői magatartás mindig a körülményektől és a részletektől függ. A médiaszakmák története folyamán azonban több etikai kódex is megjelent, melyek irányelveit a magukra valamint adó újságírók betartották és betartják. Ilyen például Magyarországon a Magyar Újságírók Országos Szövetsége (MÚOSZ) által közzétett etikai kódex<sup>51</sup> vagy a Visegrádi jegyzőkönyv.<sup>52</sup> A televíziózásban Európa-szerte irányadónak számítottak és számítanak a BBC szabályai.<sup>53</sup> Az alábbiakban tekintünk át néhány olyan etikai alapvetet, amelyek a demokratikusan működő televíziózásban világszerte betartandónak számítanak:

- Valamennyi elérhető, megbízható információs forrást igénybe kell venni.
- Törekedni kell a különbségtételre az első és a másodkézből származó információk között.
- Megengedhetetlen a valóságban össze nem tartozó információk manipulatív egymás mellé szerkesztése.
- Minden fontos hírt a lehető legrövidebb időn belül közölni kell.
- A másodközlésért (műsorismétlésért) is felelősséggel tartozunk. Ha idő közben megváltozott a tényállás, azt jelezniük kell nézőink felé.

---

<sup>51</sup> Magyar Újságírók Országos Szövetsége: *Újságírói etikai kódex*. Elfogadta a MÚOSZ rendkívüli küldöttgyűlése 2011. szeptember 24-én. <https://muosz.hu/kodexek/ujsgairoi-etikai-kodex/> (letöltés ideje: 2020. 03. 29.).

<sup>52</sup> *A visegrádi jegyzőkönyv*. Olvasható Horvát János: *Etika, jog, újságírás, média* c. tanulmányának függelékében. In: Sükösd Miklós – Csermely Ákos (szerk.): *A hír értékei. Etika és professzionalizmus a mai magyar médiában*. Média Hungária könyvek, Budapest, 2001.

<sup>53</sup> A BBC kézikönyvei (BBC Handbooks), amelyek 1928 és 1987 között (két év kivételével) évente megjelentek, az éves jelentés és beszámoló mellett tartalmzták az aktuális működési elveket is.

- Információt visszatartani csak indokolt esetben szabad (pl. embargó, hírzárlat esetében).
- A hírműsorok csak tényyszerűen megalapozott, konkrét adatokat tartalmazhatnak, a híreszteléseknek, spekulációknak, pletykáknak nincs helyük a hírekben. Nem közvetíthetnek elhamarkodott feltételezéseket, demagóg értékítéleteket.
- A hírműsorok nem teremtik, hanem közvetítik az eseményeket.
- A híradásoknak a közösség egészét kell szolgálniuk, és meg kell jeleníteniük a vélemények sokrétűségét.
- Nyilvánosságot kell biztosítani minden jelentősebb társadalmi tevékenységnek, megmozdulásnak.
- A megfogalmazás nem sértheti a polgárok meggyőződését, kerülni kell a minősítő jelzőket.
- A műsorban szereplő személyek faji, vallási, nemzetiségi hovatartozására csak akkor szabad utalni, ha ez a tájékoztatás kikerülhetetlen eleme.
- A vallási, etnikai és egyéb kisebbségekkel kapcsolatos beszámolók esetében különösen körültekintően kell eljárni, kerülve a sztereotípiákat.
- Az egyes témákban minden érintett személynek és intézménynek meg kell adni a lehetőséget véleménye, álláspontja kifejtésére.
- Az erőszak nem jelenhet meg tendenciaként, kivéve, ha valóban erről van szó. A szerkesztők nem kelthetik a bűnözési hullám valótlan látszatát. A szerkesztőségeknek kerülniük kell, hogy túl gyakran számoljanak be ugyanarról a bűncselekményről.
- Az erőszakról szóló tudósítások esetében tanácsos a semleges, szenvedélymentes nyelvezet használata.
- Ügyelni kell a pontosságra mind a szóhasználatban, mind pedig a képek feliratozásában.

### **AZ INFORMÁCIÓK ELLENŐRZÉSE**

Lehetőség szerint minden információt több forrásból is ellenőrizzünk le, mielőtt nyilvánosságra hoznánk őket! Ám természetesen életszerűtlen lenne elvárni, hogy minden interjúalanyunk minden mondatát ellenőrizzük, és ez nem is szükséges, hiszen ilyen esetben a forrás névvel és arccal vállalja, amit mond. Az ellenőrzést ilyen esetben az teheti indokolttá, ha az illető által elmondottak súlyos következményekkel járnak másokra nézve, vagy ha bármi más miatt fennáll a gyanú, hogy nem mond igazat. Nyilatkozata ebben az esetben is leadható, de mellé kell tenni a másik álláspontot, és egyértelművé kell tenni, hogy az általa elmondottak nem esnek egybe a szerkesztőség álláspontjával. Ha élő adásban hangzanak el aggályos tartalmak, a műsorvezetőnek szembesítenie kell a közlőt azzal, hogy mások szerint más az igazság, vagy ha erről nincs tudomása, hangsúlyoznia kell, hogy az elhangzott súlyos állításoknak a szerkesztőség utána fog járni.

Probléma inkább azokkal az információkkal van, amelyek esetén az adott személy nem vállalja fel, hogy ő a hírforrás. Ha az információ nem bizonyítható, és a forrást nem tudjuk megjelölni, akkor az információ nyilvánosságra hozása a rágalmazás, becsület-sértés vádját vonhatja maga után. Ha kiderül, hogy valótlan információkat hoztunk nyilvánosságra, annak komoly jogi következményei vannak, nem is beszélve arról, hogy az ilyen esetek hiteltelenné teszik a médiumot, és a szerkesztő teljes szakmai pályafutását.

Ha bebizonyosodott az információk valós volta, akkor viszont már tényként nyilvánosságra hozhatjuk azokat.

### **AZ INFORMÁCIÓK FELHASZNÁLÁSÁNAK AGGÁLYAI**

Az információk nyilvánosságra hozatala előtt a szerkesztőnek alaposan fontolóra kell vennie a következőket:

- Ha a kapott információk alapján bűntény gyanúja merül fel, azt jelentenie kell a rendőrségnek. Utána viszont nyilvánosságra hozhatja, ha nem hátráltatja vele a nyomozást.
- Ha az információ nemzetbiztonsági érdekeket sért vagy közvetlen életveszélyt okoz, netán kimeríti az ipari kémkedés fogalmát, nem szabad nyilvánosságra hozni.
- Mérlegelni kell a nyilvánosságra hozás által okozott előnyöket és károkat jogi és erkölcsi szempontból egyaránt.
- A magánélet szentsége csak abban az esetben sérülhet, ha az közérdeket szolgál.

## IV. A TELEVÍZIÓS MŰSORSZERKESZTÉS

### IV.1. Hogyan lesz az információból televíziós anyag?

#### A FOLYAMAT

Mielőtt elmélyednénk a műsorszerkesztés részletkérdéseiben – tekintsük át magát a folyamatot! Fontos, hogy minden televíziós szakember – dolgozzon a műsorgyártás bármely területén – képes legyen átlátni, mi is történik az információval, míg az testet ölt egy mozgóképes anyag formájában, és láthatóvá válik a televíziók képernyőjén. Először tehát vegyük sorra az egyes munkafázisokat – az előkészületektől a sugárzásig!

#### 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, háttéranyagokat böngészve. Főleg a híradózás világában gyakori, hogy a téma felgöngyölítéséhez szinte azonnal hozzá kell fogni, hiszen feletteseink vágott anyagot várnak még az aznapi adásba! Ezért érdemes ismételten kiemelni a naprakész tájékozottság fontosságát... Szerencsére a mai technikai eszközök, az állandó internetelérést biztosító készülékek segítségével akár a forgatásra menet, az autóban is utánanézhethetünk a legfontosabb tudnivalóknak.

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

##### A forgatás leszerzése

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 vagy a gyártásvezető feladata.

Ha nem rendezvényre megyünk, hanem egy megadott témát kell körbejárunk és feldolgoznunk – legyen az egy aszálykár, egy élelmiszerár-emelkedés, egy civil kezdeményezés vagy épp egy járványhelyzet –, akkor ki kell derítenünk, hogy az ügyben ki, illetve kik illetékesek interjú adni. Már a telefonos érdeklődés alkalmával fontos, hogy a szerkesztő-riporter jó benyomást tegyen az érintettre, meg tudja győzni arról, hogy nyilatkozzon.

Természetesen vannak olyan esetek, amikor nincs idő a telefonos egyeztetésre vagy a visszajelzés megvárására, mert emiatt lekésznénk egy baleseti helyszínelést, egy zavar- gást vagy valamiféle spontán akciót. Ilyenkor érdemes azonnal autóba ülni, és menet közben folytatni a szervezést. Ezzel természetesen bevállaljuk a kockázatát annak, 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 stábtagekat, 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 cél- kitűzéseket. Közösen ötletelnek, átbeszéljük, 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.

### **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 ki az eseményre. Az anyag összeállítása előtt telefonon még

informálódhat, hogy a terveknek megfelelően zajlott-e az esemény, illetve történt-e valami meglemlítendő a stáb távozása után. Sajnos nem egy csonka anyag született már amiatt, hogy a stáb idejekorán elhagyta a helyszínt, és lemaradt egy-egy fontos bejelentésről vagy egyéb történésről.

Az operatőr megkomponálja az interjúbeállítást, a riporter a kamera elé invitálja az interjúalanyt, és elkészítik az interjút. Ha többeket kívánnak megszólítani, lehetőség szerint kicsit változtatnak a beállításon, hogy ne pontosan ugyanaz legyen a háttér, és ne ugyanabba az irányba nézzenek az interjúalanyok. (Ez azért lehet fontos, mert az azonos kompozícióban felvett interjúkat később nem lehet egymásra vágni anélkül, hogy az zavaró képi hatást eredményezne.) Az interjúban elhangzottakra az operatőrnek is figyelnie kell, hogy később olyan vágóképeket tudjon felvenni, amelyek alátámasztják mindazt, amiről szó volt.

Ha kész van az interjú, 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.

## A SZERKESZTÉS FÁZISA

### A nyersanyag másolása, tárolása

Napjainkban már jellemzően memóriakártyára történik a rögzítés, így a forgatás végeztével, a szerkesztőségbe érve csak át kell másolni a nyersanyagot a kártyáról a számítógépbe. (Korábban, amíg kazettára forgattak, akkor a kamera vagy egy képmagnó segítségével „be kellett írni” a felvételt.) A nyersanyag általában több fájlból áll, hiszen a legtöbb kamera minden felvételindításkor új fájlként rögzíti az információt.

A nyersanyag precíz tárolása nagyon fontos, hiszen annak elvesztése, letörlődése, megsérülése igen kínos következményekkel jár. Fontos, hogy minden műsornak, azon belül minden adásnak meglegyen a maga mappája az erre kijelölt tárhelyen. Az operatőr, a vágó vagy egy asszisztens (attól függően, hogy az adott televíziónál ki felel ezért a feladatért) a megfelelő helyen létrehoz egy új mappát, amelyet úgy nevez el, hogy az alapján beazonosítható legyen a téma. A későbbiekben ebbe a mappába másolnak be minden kép- és hangfájlt. Ha az adott munkatárs gondatlanul jár el, óriási fennakadásokat okozhat a műsorkészítés folyamatában.

### 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 találhatóak a nyersanyagban az általa használni kívánt interjúrészletek és egyéb elemek.

Ha megnyitunk a számítógépen egy videófájlt, a megnyílt ablak alján vagy valamelyik sarkában megtaláljuk a számlálót, amely azt mutatja, hány percnél és hány

másodpercnél jár a felvétel. A bevágandó részlet elején és végén megjelenő időkódot (angolul *timecode*, rövidítve: *TC*) jegyzi fel a szerkesztő, amelyek kijelölik, hogy mettől meddig tart az adott részlet, amit a vágónak majd be kell emelnie az anyagba. Annak érdekében, hogy a vágó könnyebben megtalálja, a perc és másodperc mellett a kezdő- és a végzavakat is feljegyzik. A bevágandó részlet elejét például így jelöli: *01:12 Rendezvényünket harmadik alkalommal...*, a bevágandó részlet végét pedig így: *01:38 ...várunk mindenkit*. Egyéni munkamódszer kérdése, hogy a szerkesztő ezeket rögtön egy szöveges dokumentumba írja be, vagy papírra jegyzi fel, és később gépeli be. A lényeg, hogy amikor a szkript a vágó asztalára kerül, ő könnyedén leolvashassa róla, mit is kell bevágnia.

*Megjegyzés: Napjainkban nem ritka, hogy a hangot külön hangrögzítő eszközre, külön fájlként veszik fel. Ilyen esetben a szkriptelést célszerű a hangfájl alapján elvégezni. A vágó, a munka kezdetén, a vágóprogram egy szekvenciáján – az idővonal elejére igazítva – összehúzza a hangfájlt a hozzá tartozó interjúképpel, majd az így keletkezett blokkot „darabolja be” az anyagba a vágás folyamán. Így nem kell minden egyes hangharapásnál igazgatni a hangot a képhez, és a szkriptelésnél kijelölt időkódok is megmaradnak.*

Szkriptelni nem csak az interjút kell. Ha a stáb rögzített egy beszédet, egy felolvasást, esetleg egy zenés vagy táncos produkciót, és a szerkesztő azt szeretné, hogy ennek egy részlete is bekerüljön a vágott anyagba, akkor ezt is kiválasztja, és a kiválasztott rész időkódjait feljegyzik. Ez mindig a szerkesztő feladata, a vágó nem köteles ezekben elmélyedni, ő a nyersanyag azon részeit vágja be, amelyeket a szerkesztő kijelöl.

### **A szerkesztői munkalap elkészítése**

A szkriptelés során készített jegyzetek és a háttéranyag felhasználásával a szerkesztő elkészíti a gépelt *szerkesztői munkalapot*, amelyen már a narrátorszöveg és minden, vágáshoz szükséges információ 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, de akár e-mail vagy valamilyen azonnali üzenetküldő alkalmazás révén is. A felelős szerkesztő átnézi, szükség esetén javítást kér, vagy akár újra is írathat bizonyos részleteket. A szerkesztőnek addig kell javíthatnia a munkalapot, amíg a felelős szerkesztő maradéktalanul elégedett nem lesz vele.

## A NARRÁTOR SZÖVEG 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 maga a szerkesztő-riporter olvassa be az összekötő szövegeket, de felkérhetnek külső narrátort is. Mindez hangszigetelt fülkében történik. A rögzített szövegből érdemes még a rögzítőprogram segítségével kivágni az elrontott mondatokat, bakikat, hogy a mozgóképes anyag vágása során ezzel már ne kelljen foglalkozni. Ezt általában maga a szerkesztő-riporter is meg tudja tenni, így nem kell nyers narrációt kiadnia a kezéből. A végleges hangfájlt 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 (míg a narráció esetében csak hangot rögzítenek, itt látjuk is azt, aki beszél). Az ugyanabba a műsorba készülő anyagok felkonferáló szövegeit egyszerre veszik fel, amikor már a felelős szerkesztő biztonsággal tudja, milyen anyagok, milyen sorrendben 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 élőben hangzanak el.

## A VÁGÁS ÉS AZ UTÓMUNKÁK FÁZISA

### Vágás

A vágás megkezdése előtt ellenőrizni kell, hogy kéznél van-e minden hozzávaló. A számítógép megfelelő mappájában ott kell lennie a nyersanyagoknak, a narrátorszöveget tartalmazó hangfájlnak, az esetlegesen használni kívánt fotóknak, archív anyagoknak. Szükség lesz a műsor arculati elemeire is: a főcímrre, a névzert-alapokra, a stáblista-alapra és egyéb grafikus, animációs elemekre. 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 anyaga 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 koncepciót 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 megtekinti. 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 (vagyis az első, előre megszerkesztett és megvágott anyag), majd egy újabb „*felkonf*”, újabb bejátszás és így tovább, attól függően, hogy hány anyagból áll a magazin. Természetesen olyan műsorok is vannak, ahol nem felkonferáló szövegek, hanem animált rovatcímek választják el az anyagokat, ilyes esetben azokat kell közéjük helyezni. Műsортípustól függően stúdióbeszélgetések is kerülhetnek a bejátszások közé. Az adás végén pedig a stáblista kap helyet. Nem szabad elfeledkezni a különféle feliratokról, névinzertekről 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.*

## ADÁSBA KERÜLÉS, SUGÁRZÁS, MŰSORSZÓRÁS

A kész műsor az adáslebonnyoló számítógép tárhelyére kerül, és egy szoftver a kijelölt időpontban adásba küldi. Élő adás esetén is ide fut be a jel, ahonnan azonnal, illetve pár másodperc késéssel kerül a képernyőkre.

Amíg elsősorban földi adótornyok továbbították a jelet, az adás forrásától a televíziókészülékekig történő eljuttatást sugárzásnak nevezték. E kifejezés használata máig megmaradt, de már beleértjük a műholdon, kábelen vagy interneten keresztüli műsorszórást is.

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

### VALÓSÁGÁBRÁZOLÁS A TELEVÍZIÓBAN

A dramaturgia eredetileg színházi fogalom, a konfliktus felépülésének és megoldásának rendjét értik 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.”<sup>54</sup> E tudatos építkezéshez a televíziós újságíróknak jól kell ismernie a műfaji kritériumokat és a rendelkezésére álló eszköztárat.

### A TELEVÍZIÓS DRAMATURGIA

A televíziós szerkesztői munka – az olyan erények mellett, mint a tájékozottság, az olvasottság, a fogalmazókészség, a lényeglátás és az empátia – 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.

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, fenntartsuk a figyelmet, maradéktalanul és átfogóan átadjuk a szükséges információkat.

---

<sup>54</sup> Domokos Lajos: *Press. A nyomtatott és az elektronikus újságírás elmélete*. Teleschola, OMIKK, Domokos press & pr Bt., Budapest, 1994. 191–192.

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.

## MIT ÉPÍTÜNK?

Találhatóbb 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). A következőkben tárgyalt szerkezeti építőkövek az ilyen „anyagok” felépítésére szolgálnak. Elsősorban a hírek, tudósítások, riportok, riportfilmek, dokumentumfilmek, portréfilmek összeállításánál lehetnek hasznunkra.

Természetesen szükség van valamiféle dramaturgiára egy-egy szórakoztató műsor, show, vetélkedő esetén is, ám ezek többnyire pontos *licenszet* 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.

## SZERKEZETI ÉPÍTŐKÖVEK

### Felkonferáló szöveg

Rövidítve – amolyan szakmai szlenggel – 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, díszletek 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 hangzanak el.

### Vágókép

A vágóképeket az operatőr készíti el a forgatási helyszíneken. Rövid, néhány másodperces snittek, amelyek egymás után vágva lefedik a narrátorszöveget. 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 nyelvével mesélik el ugyanazt, amit a narrátorszöveg verbálisan. Alátámasztják,

erősítik a szóban elhangzottakat. Ha jó az operatőr, a vágóképek többletinformációkat is hordozhatnak a szöveghez képest. A szerkesztő megadja, az anyaga 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 hangharapás-technikát használnak. Ez azt jelenti, hogy a riporter 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, belefoglalmazhatja 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 bevágják.

Hangharapást ki lehet vágni *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 részvevője.
- **„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. Általában nem szerencsés egy-egy embert kiragadni a tömegből – ha a nép hangját szeretnénk visszaadni, akkor legalább 3–4 személyt meg kell szólaltatnunk. (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

Hasznos atmoszférának nevezzük azokat a néhány másodpercre bevágott zajokat, zörejeket, amelyek a téma hangulatának érzékeltetésére szolgálnak. Általában egy szinkron és egy narrátorszöveg-blokk közé illesztik be ezeket. (Nem összekeverendő a *vágóképek atmoszférájával*, ami nem „hasznos”, vagyis nem önmagában szól, csak lehallkítva halljuk. 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, gyerekírás, kiabálás 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.

## „Standup”

Így nevezik azt a néhány, az esemény helyszínén elhangzó mondatot, amely közben – ellentétben a narrátorszöveggel – látjuk is azt, aki beszél. A kifejezésnek közismert magyar megfelelője sajnos nincs. Technikájában hasonlít a felkonferáló szöveghez, de a standupot nem a műsorvezető, hanem a riportert mondja el, és soha nem stúdiókörülmények között. Tekinthetjük egy speciális tudósítói bejelentkezésnek is, de ez nem előben hangzik el, hanem a forgatás során rögzítik, és vágáskor helyezik el az anyagban.

A riportert 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 örökbe fogadni a vadasparkban.

A magazinműsorokat színesítheti, ha a riportert 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 „bevállalóságot” igényel, az operatortól pedig nagyfokú kreativitást.

A standup 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 hétköznapitól eltérő hangulatot, ott teljesen felesleges standupot mondani. Ha valaki csupán azért mond néhány mondatot, hogy a végén hozzátehesse, hogy „X.Y.-t hallották innen és innen”, az inkább a riportter önsztárolásának hat, így a néző számára idegesítő, szakmai szempontból pedig irreleváns.

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

- **Eleje standup:** A riportter az anyag elején jelenik meg, bemutatva a helyszínt, érzékeltetve a közeget, hangulatot.
- **Bridge standup:** 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 standup:** Az anyag végén található. Összefoglal, lezár, értelmez és hitelesít.

## Narráció

Ha az előző elemeket szerkezeti építőköveknek tekintjük, akkor a narrátorszövegek jelképezhetik a habarcsot, amely összefogja, egymáshoz kapcsolja az építőköveket. A narráció nem más, mint az 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 pedig 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 színészt 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 készülőknél 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 tartalmától. 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, zenés átvezetés

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 olyan elemet, 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 bevághatunk egy 15–20 másodperces etűdöt, amikor csak az alkotásokat látjuk, s közben azokhoz illeszkedő zenét hallunk. De olyankor is jól funkcionálhat, ha a vidámság, dinamizmus üzenetét szeretnénk közvetíteni: egy fesztiválról szóló tudósítást is kezdhetünk élénk ritmusú zenével, amely alatt izgalmas és mozgalmas életképeket mutatunk a rendezvényről. Zenés elemet 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 vagy zenés átvezetést, 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, vagy kevesebb képet vesznek fel másodpercenként, de hosszabb időn keresztül. 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 az is látványos lehet, ha egy forgalmas utca közepén állítjuk fel a statívra a kamerát, és az utcaképet rögzítjük 20–30 percig. 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 *múlást*, 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 érvényesülni 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 és a különféle magazinműsorokban gyakran használják. Olykor előfordul, hogy egy bejátszáson, szerkesztett anyagon belül is megjelenik egy-egy belső tartalmi egység elválasztása céljából.

## **Archív anyag, amatőr felvétel, állókép**

Bizonyos műfajoknál (pl. történelmi dokumentumfilm, portré, ismeretterjesztő film) hasznos lehet, ha a szerkesztő archív anyagot is beszerkeszt az anyagába. Ilyen esetben fel kell kutatni az archív anyag forrását, és engedélyt kell kérni a használatához.

Napjainkban az sem ritka, hogy a professzionális televíziózásban amatőrök által rögzített képsorokat is felhasználnak, hiszen egy-egy katasztrófa-helyzetben vagy különleges pillanatban elkaptott jelenet tartalmi értéke feledteti a képminőség kifogásolhatóságát. Olykor pedig egy-egy fotó, állókép is hordozhat olyan üzenetet, ami miatt a szerkesztő úgy dönt, bevágatja az anyagába.

Ha archív felvételeket, amatőrök által rögzített képsorokat vagy állóképeket szeretnénk beszerkeszteni, akkor 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, de vizuálisan is érzékeltetnünk kell, hogy a látottak nem akkor lettek rögzítve, amikor a nyersanyag többi része. Lehetőség szerint egy elkülönített blokkot vágjunk belőlük, és ne keverjük a saját képeinkkel. A vágó adhat nekik egy háttérret vagy keretet, esetleg használhatja az osztott képernyős megoldást. Napjainkban az állóképeket, fotókat többnyire megmozgatják egy kicsit a vágóprogram segítségével: lassú, épp, hogy érzékelhető közelítő/távolító vagy oldalirányú mozgásban látja őket a néző.

## Lekonferáló szöveg

Rövidítve csak „*lekonfként*” szokták emlegetni. A felkonferáló szöveghez hasonlóan ezt is a műsorvezető mondja el. Ritkán használják, és többnyire élőben. Olyankor élnek vele, ha például a műsorvezetőnek be kell mondania egy adás közben érkezett fontos információt, ami az éppen lement anyaghoz kapcsolódik.

## IV.3. A riporter szereplés mint dramaturgiai elem

### LÁSSUK-E A RIPORTERT?

A dramaturgia szempontjából fontos, eldöntendő kérdés, hogy a riporter megjelenjen-e a képernyőn. Váljon-e az anyag szereplőjévé? Mondjon-e standupokat, mutassa-e őt a kamera, 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!

### Ha a riporter aktív szereplője az anyagnak...

Ebben az esetben a riporter láttatja a nézőkkel az eseményeket, standupokat mond, ő köti össze a helyszíneket, részt vesz különféle cselekvésekben – például főz, kóstol, sporteszközöket próbál ki, kézműveskedik, állatokat etet, kísérletben vesz részt stb. –, kommentálja a történéseket, segít értelmezni a néző számára a látványt. Az anyag felvételehez általában két (vagy akár több) kamerát használnak, így megmutatják az emberekkel kommunikáló, tevékenykedő riportert is.

**Előnye:** Ha jó a riporter, közelebb hozhatja a nézőkhöz a témát, átélhetőbbé, 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 néző az egész témát negatívan ítéli meg. Ha a riporter túljátssza a szerepét, a néző számára idegesítővé, zavaróvá válhat, elvonja a figyelmet a témáról.

### Ha 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 narrációk vagy belső etűdök választják el, illetve több interjúalanytól származó hangharapások 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 beszámoló riporter. A riporteri szereplés nem vonja el a figyelmet a témáról.

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

### **Ha a riportert nem látjuk, a kérdéseit viszont halljuk...**

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

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

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

## **IV.4. A hangharapás-technika és a megfelelő interjúrészletek kiválasztása**

### **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.

Ám 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.

Szigethy András felhívja a figyelmet arra, hogy a jó interjú alapja a kíváncsiság: készítése közben az újságíró „félresöpri szimpátiáit és antipátiáit, csakis arra koncentráll, hogy a beszélgetőpartnerétől megtudja mindazt, ami foglalkoztatja az adott helyzetben, s nyilvános beszédben válják világgossá minden olyan kérdés, ami a legszélesebb közvélemény érdeklődésének kiszolgálására és tájékoztatására irányul”.<sup>55</sup>

## INTERJÚ A TELEVÍZIÓBAN

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 interjúk jellemzően egy kamerával kerülnek rögzítésre, a kamera csak az interjúalanyt mutatja, a riportert nem. A riporteri kérdéseket kivágják, csak a válaszok bizonyos részei kerülnek felhasználásra, bevágásra. Ezeket nevezi a szakma *hangharapás*nak. 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 maradjon az anyagban, de közben nem látjuk azt, aki kérdez!)

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

## A HANGHARAPÁS-TECHNIKA

A *soundbite-technika* – magyarra fordítva: hangharapás-technika – először az amerikai újságírásban nevesített eljárás, amelynek lényege, hogy egy hosszabb interjúból csupán rövid részletek kerülnek bevágásra. A híradós anyagok hangharapásai olykor csak 10–20 másodpercnyi megszólalást, egy-két mondatot tartalmaznak. Magazinműsorok vagy dokumentumfilmek esetén hosszabb, 1–2 perces részletekkel is találkozhatunk. Az alany mondandójának többi részét narrációban összegzik a nézők számára. A hangharapás részben a tömörítést, részben a hitelesítést szolgálja.<sup>56</sup>

<sup>55</sup> Szigethy András: *Az átmenet műfajai. Az interjú*. In: Bernáth László (szerk.): *Bevezetés a műfajismeretbe. Dialóg Campus – MŰOSZ, Budapest–Pécs, 2008. 72.*

<sup>56</sup> *Film- és médiafogalmak kisszótára*. Korona Kiadó, Budapest, 2002. 223.

E technika bevezetése főleg a híradós anyagokban hozott változást, ahol előtte a riporteri 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 monológjaiból ki lehet választani a leginkább „ütős” mondatokat, a többbit 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: „*riporteri szakértelem vagy etikai érzék híján sokszor a mondanivaló teljes eltorzításához vezethet*”.<sup>57</sup>

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

*Megjegyzés: A szinkron kifejezés hallatán a laikusoknak az idegen nyelvű filmek magyarártása 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 történő behelyettesítése a szereplők eredeti szájmozgásának megfelelő módon”<sup>58</sup> – de itt most természetesen nem erről van szó.*

## A HANGHARAPÁSOK (SZINKRONOK) FAJTÁI, TÍPUSAI

### Klasszikus interjúból kiválasztott részlet

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

### 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 hótorlasz miatt az autójában rekedt utas a kocsiban ülve beszél a helyzetéről, egy állatorvos egy kutya vizsgálata közben érvel a veszettség elleni oltás fontossága mellett, vagy egy gazda kapálás közben mondja el, hogy milyen lesz az idei termés.

<sup>57</sup> Horvát János: *Televíziós ismeretek*. Média Hungária Kiadó, Budapest, 2000. 61.

<sup>58</sup> *Film- és médiafogalmak kisszótára*. Korona Kiadó, Budapest, 2002. 312.

Képi világát illetően a szituációs interjú ad lehetőséget a legnagyobb változatosságra, az operatőr megmutathatja kreativitását. Nem kell feltétlenül statikusnak lennie, izgalmasabb, ha mozgó kamerával, vállról veszik fel, rá-ráközelítve a témára.

A hangot csiptető vagy belógató mikrofonnal érdemes rögzíteni, de az is gyakori, hogy egyszerűen a kamera beépített atmoszféramikrofonjával dolgoznak. A rövid, egy-egy mondatos, atmoszféramikrofonnal rögzített szituációs szinkronokat bizonyos helyeken egyszerűen csak „atmonak” nevezik. Az „atmo” gyakori és kedvelt eleme a híradós bejátszásoknak.

### Hasznos hang

Hasznos hangnak nevezi a szakma a nyilvános megszólalások során rögzített nyersanyagot. Ennek szereplője nem riporterre 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 nyersanyagból 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.)

### A MEGFELELŐ INTERJÚRÉSZLETEK KIVÁLASZTÁSA

Amikor hozzáfogunk az anyag megszerkesztéséhez, addigra már alaposan ismerjük a téma hátterét 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.



*30. kép: Klasszikus interjúkompozíció*



*31. kép: Szituációs interjú kompozíciója*



*32. ké: Hasznos hangként felvett beszéd kompozíciója*

A **Miért? Hogyan? Mi célból?** kérdésekre adott válaszokat azonban lehetőleg hagyjuk az interjúalany szájából elhangozni. A tudósítás példájánál maradva, mondassuk el az interjúalannal, hogy az adott eseménynek miben 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 pedig 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...”).

Ügyeljünk arra, hogy a kiválasztott interjúrészletben ne legyen reklám vagy trágár kifejezés, korhatáros tartalom. Lehetőség szerint olyan részt válasszunk, amelyben nincs nyelvbotlás, 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!

### 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 féltő, hogy a film közben vizuálisan ellaposodik. Fontos azonban, hogy ilyenkor csakis olyan képekkel fedjük 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.5. A narrátorszöveg szerepe és megírása

### 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 a döntésünknek!

### Ha az anyag tartalmaz narrációt...

A narrátorszöveg összekötheti a bevágott interjúrészleteket (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 hosszán 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, körütekintőbben, mívesebben, 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, amelyeket az interjúalanyok konkrétan nem mondtak ki.
- 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).
- Rugalmas szerkezetformálást tesz lehetővé, könnyebb ívet, logikát adni a felépítésnek, könnyebb bevezetni és lezárni az anyagot.

### **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 magazinós anyagok, jelenségeket bemutató riportok vagy tájakat, állatokat, növényeket bemutató kisfilmek, ismeretterjesztő filmek esetében.

### **Ha 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 hangharapás-technikával is – ilyenkor az interjúrészleteket narráció helyett etűdök vagy animációk, effettek választják el egymástól, vagy azok egyszerűen csak egymásra vannak vágva.

### **A narráció 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, ízesen, szabatosan, összeszedetten, csapongás nélkül beszél(nek), akkor remek anyagot készíthetünk narráció nélkül is, hiszen lényegében rábízhatjuk magunkat az interjúalanyra.
- Ha narráció helyett a riportter inkább helyszíni standupok formájában mondja el a meglátásait, azok spontánabbnak tűnnek, mint az íróasztalnál megírt narrációban elhangzók.

### **A narráció mellőzésének hátránya**

- Sokkal nehezebb jól megszerkeszteni egy anyagot narráció nélkül. Nehezebb elérni, hogy annak legyen íve, egészé 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 interjú-alanyokkal, ami néha mesterkélt hatást kelt.

### **Mikor érdemes mellőzni a narrációt?**

- Nincs rá szabály, de narráció nélkül jól működhetnek például bizonyos portréfilmek, szociográfiai igényű készült dokumentumfilmek vagy olyan alkotások, amelyekben a képek hordozzák az üzenet oroslánrészét, 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 rá a fáradságot, vagy nincs erre megfelelő emberük – pedig az anyag kiáltana érte. A professzionális televíziózásban ilyesmi nem fordulhat elő.*

## **A NARRÁTOR SZÖVEG MEGÍRÁSA**

A narrátorszöveget 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 e szövegen áll vagy bukik. Ha jól írjuk meg, egy 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 narrátorszöveg stílusát a műfajnak és a témának megfelelően kell megválasztani. Általánosságban elmondható, hogy minden ilyen szöveg információkat sűrít. A közhelyeket, sallangokat, semmitmondó szófordulatokat kerülni kell. Különösen igaz ez a híradós anyagokra, amelyekben egyetlen felesleges szó sem lehet. Ha egy szó kihúzható anélkül, hogy a jelentéstartalom 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 szőhetünk bele! Egy riportfilmben vagy dokumentumfilmben pedig a szépirodalom szintjéig is felemelkedhet a narrátorszöveg színvonala.

### **A narrátorszöveg 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 töltelékszöveget, 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 belefogalmazhatja 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 lejárhatja.
- 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...)

### **A NARRÁCIÓ ÉS A HANGHARAPÁSOK VISZONYA**

A klasszikus szerkesztésű anyagokat narrátorszöveg vezet 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 főképp az 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.6. A felkonferáló szövegek megírása

### 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 újság-cikkek esetében a *lead*. Ennek a pár mondatnak kell meggyőznie a nézőt arról, hogy maradjon a képernyő előtt, érdemes lesz megnéznie az anyagunkat. Hiába készítettünk 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 hangvételi.

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 mondatai egy az egyben megismétlődnek az anyagban. Az információk más formában, bővebben kifejtve viszont megismétlődhetnek.

### A FELKONFERÁLÓ SZÖVEGEK TÍPUSAI

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

#### Összefoglaló felkonferáló szöveg

Ilyen típusú felkonferáló szöveggel elsősorban híradós vagy hírmagazinos bejátszások előtt találkozhatunk. Azzal próbálja felkelteni az érdeklődést, hogy előre összefoglalja, hogy miről hallhatunk majd. Nem sejtet meglepetést, egyszerűen arra alapoz, hogy a néző számára úgyszólván nagy jelentőséggel bír a hírül adott esemény, így biztosan végignézni az anyagot. Az ilyen szöveg szinte már önmagában betölti a hír szerepét, hiszen általában válaszol a *Ki? Hol? Mikor? Mit?* kérdésekre – a *Hogyan? Miért? Mi célból?* kérdésekre adott válaszok kibontását pedig az anyag szerkesztett-vágott részére hagyja. Ennél a típusnál gyakori, hogy az anyagban – kicsit bővebben kifejtve – megismétlődnek ugyanazok az információk, amelyek a „felkonfban” 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 mozzanatra, és kíváncsi lesz a részletekre. Meglepő, váratlan, szokatlan, érdekesítő események tálalásakor érdemes ilyen felkonferáló szöveggel indítani az anyagot, de természetesen tartózkodni kell a túl hatásadás vadász vagy az információt eltorzító megfogalmazástól.

### **Ismeretterjesztő felkonferáló szöveg**

Célja, hogy előre felfesse a téma háttérét, 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 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 érdekfeszítőbbnek tűnnek. Az ilyen felkonferáló szöveg elmondja, hogy holnaptól mennyivel kell többet vagy kevesebbet fizetni egy-egy árucikkért, vagy hogy az egyes intézkedések hatására milyen megtakarítása vagy kiadása lehet egy átlag családnak.

## V. A NYILVÁNOSSÁG KÉPVISELETÉBEN A RIPORTERI ÉS A MŰSORVEZETŐI MUNKA ALAPJAI

### V.1. A riporteri és a műsorvezetői munka hasonlóságai és különbségei

#### SZÓRA BÍRNI AZ EMBEREKET...

Elsőre talán furcsa lehet, hogy e kötet külön fejezetekben taglalta a műsorszerkesztéssel kapcsolatos ismereteket, ugyanakkor egy fejezetbe vonja a riporteri 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 érthetetlen ez a tagolás. Ha viszont abból indulunk ki, hogy mindkét szakmának az emberek szóra bírása 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 *képernyős személyiség* varázsáról, hatalmáról, presztízsről, hatásáról, kultuszáról 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 kötetnek egyáltalán nem témája. Ideális esetben ugyanis a műsorvezetők nem azért vannak a képernyőn, mert híresek akarnak lenni, hanem azért, mert valami egyéb céljuk van: bizonyos információk, tudásanyagok, gondolatok, eszmék felszínre hozása, a nézők szórakoztatása, elgondolkodtatása vagy informálása, látóköriük szélesítése, döntéseik elősegítése. Szakmájuk lényege ugyanaz, mint a riporteri 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.

#### 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 behízselő 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 szituációt, és félreértésekre ad okot.

A profi riporter/műsorvezető személyes érzéseit nem adja az interjúalany tudtára. Dicséréteivel, 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 történetesen a riporter 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 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 zaklatása nem az.”*<sup>59</sup>

Fontos feladat, hogy az interjúalanyt, illetve a vendéget mindig szembesíteni 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 kifejezheti 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 keletkezzék, hogy eleve állást foglal egy nyilvánosan vitatott kérdésben.”*<sup>60</sup>

## V.2. Kérdezéstechnika

### A MŰSORVEZETŐ ÁLTAL FOLYTATOTT BESZÉLGETÉS ÉS A HANGHARAPÁSOS KÉRDEZÉSTECHNIKA KÜLÖNBSÉGEI

A műsorvezetői munka teljesen más jellegű kérdezéstechnikát igényel, mint a riporter. A műsorvezető többnyire jól bevilágított stúdióban ül, kisminkelve és tökéletes frizurával. A néző látja őt, és hallja, hogy mit kérdez a vendégtől. Kettejük kommunikációja általában nem „kérdézz-felelek” jellegű, sokkal inkább hasonlít a hétköznapi emberek beszélgetéséhez.

<sup>59</sup> A BBC irányelvi tájékoztató műsorok készítéséhez. Magyar Televízió, Budapest, 1990. 22. (A szöveg a BBC *Guidelines for Factual Programmes* című, eredetileg belső használatra szánt szabálygyűjtemény rövidített fordítása, amely a Magyar Televízió háziyomdájában készült.)

<sup>60</sup> Uo.

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 kérdezéstechnikát kell alkalmaznia, mint a műsorvezetőnek! Az alábbiakban tekintsük át, melyek a legfőbb különbségek:

Az anyag típusa: <b>Stúdióbeszélgetés</b>	Az anyag típusa: <b>Hangharapás-technikával készülő tudósítás, híryanag, magazinműsor-bejátszás</b>
A kérdéseket felteszi: A <b>műsorvezető</b> (vagy szerkesztő-műsorvezető)	A kérdéseket felteszi: A <b>riporter</b> (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 beszerezteni, bevágni az anyagba.
Nyelvtanilag helyes, információtartalmában pontos reflexióit és kérdéseit lehetőleg dadogás nélkül, gördülékenyen, megfelelően hangsúlyozva, szépen artikulálva adja elő.	Mivel a riporter kérdések nem lesznek bevágvá az anyagba, a megfogalmazás gördülékenysége itt kevésbé fontos. A nyelvi igényességre és az érthetőségre azonban itt is figyelni kell!
A műsorvezető személye lényeges a nézőben keltett benyomást illetően.	A riporter személye a nézőben keltett benyomást illetően lényegtelen, hiszen nem látja és nem hallja. (Kivételt képeznek a riporter szereplésre építő magazinműsorok.)
A kérdéseket megelőzhetik állítások, megállapítások, háttérinformációk, reflexiók. A műsorvezető és a vendég közötti kommunikáció beszélgetés-jellegű.	A kérdések szövegét, felvezetését nem érdemes „bő lére eresztetni”. A riporter és az interjúalany közötti kommunikáció kérdezz-felelek jellegű.
A moderálás lényeges, hiszen szorít a műsoridő. Szükség esetén meg kell szakítani a vendég szövegét, közbe kell szólni, közbe kell kérdezni.	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.

Az anyag típusa: <b>Stúdióbeszélgetés</b>	Az anyag típusa: <b>Hangharapás-technikával készülő tudósítás, híryanag, magazinműsor-bejátszás</b>
A kérdéseket felteszi: A <b>műsorvezető</b> (vagy szerkesztő-műsorvezető)	A kérdéseket felteszi: A <b>riporter</b> (vagy szerkesztő-riporter)
A beszélgetésnek minden, a néző számára fontos és a megértéshez szükséges információt tartalmaznia kell.	Az interjúban elhangzott információk utólag, a narrációban még kiegészíthetők. Nem muszáj minden apró részletre az interjúban rákérdezni, az adatszerű információkat elég feljegyezni és utólag beleszőni a narrációba. (Ezáltal nyersanyagot, helyet spórolunk a memóriakártyán, és a szkriptelés folyamatát is lerövidíthetjük.)
A műsorvezető figyelme megosztott: figyel arra, hogy mit mond az interjúalany, közben arra is gondol, hogy a nézők számára érthető-e, követhető-e a beszélgetés, illetve figyel a kollégái jelzéseire, a műsoridő betartására és saját külső megjelenésére.	A riporternek „csak” arra kell koncentrálnia, hogy a megfelelő információtartalmakat „kihúzza” az interjúalanyból.
A műsor a beszélgetés közben, a beszélgetés révén születik meg.	Az interjúkészítés csak egy része a műsorkészítésnek, a műsor csak jóval az interjúkészítés után, a szerkesztés és a vágás révén születik majd meg.

### V3. A riporter feladatai, megjelenése, magatartása

#### 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.

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 interjúalannyal, 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*”.<sup>61</sup>

Ha az anyag koncepciója megkívánja, a riportert aktív szereplőjévé is válhat az anyagnak. Ha kell, részt vesz bizonyos cselekményekben, tevékenységeket végez a vágóképeken, standupot mond, vagy élőben jelentkezik be a helyszínről.

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

## **ALAPVETŐ ETIKAI SZABÁLYOK A MINDENNAPI RIPORTERI MUNKA SORÁN**

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

- A riportert célja, hogy hozzájusson a lehető legtöbb és legjobb minőségű információhoz, és azt találja 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 interjúalanyt az is tudomására kell hozni, hogy milyen témában szeretnénk beszélgetni vele. Nem etikus hazugságokkal vagy a lényeg elhallgatásával a kamera elé csalni valakit, hogy utána olyan kérdéseket tegyünk fel neki, 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 kellemtelen helyzetbe, lelkiállapotukat, pszichés stabilitásukat csak akkor boríthatjuk fel, ha ők ezt előre vállalják, 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!

---

<sup>61</sup> Domokos Lajos : *Press. A nyomtatott és az elektronikus újságírás elmélete*. Teleschola, OMIKK, Domokos press & pr Bt., Budapest, 1994. 279.

– 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 szövegkörnyezetükből 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 rövid távon anyagi vagy egyéb hátrányokkal, akár az állás elvesztésével jár. Hosszú távon viszont a szakmai-etikai hiba nyomhatja rá a bélyegét a televíziós pályafutására.

## **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 kellemes, de legalábbis ápoltság külső. Ha a riporter olyan anyagot forgat, amelyben van riporter szereplés, standup, tudósítói bejelentkezés, akkor a külsejére vonatkozó elvárások még magasabbak.

Célszerű, ha öltözékét a forgatás helyszínének és témájának megfelelően választja ki, hiszen nem mindegy, hogy mezőgazdasági üzembe vagy 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 mérsékelt 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, lejáratja a csatornát, amelynek dolgozik. Az öltözet nem akadályozhatja a munkavégzés gyorsaságát, a szabad mozgást (pl. túl magas cipősarok kerülendő).

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

## **A MUNKAPARTNERI KAPCSOLATOK KIALAKÍTÁSÁNAK JELENTŐSÉGE**

A riporter 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. Neki kell megalapozni 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 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 riporter számára korántsem lehetetlen.

## **V.4. A műsorvezető feladatai, megjelenése, magatartása**

### **A KÉPERNYŐS SZEMÉLYISÉG**

A műsorvezető feladatkörét az első fejezet már körvonalazta. Igen összetett munkáról van szó, a teendők a műsor típusától és stílusától függenek. Mint láttuk, bizonyos esetekben a riporter is képernyős személyiségnek tekinthető, noha egészen más munkát végez, mint például egy hírolvasó. Megint más egy magazinműsor házigazdai teendőit ellátni, mint egy talkshow-ét, más kvalitásokat igényel egy tehetségkutató vagy éppen egy vetélkedő levezetése.

Leszámítva talán a hírolvasást, ahol nem cél, hogy a képernyőn látott személy egyénisége kibontakozzon (hiszen elvonná a figyelmet a hírekről, így sérülne az objektivitás), a műsorvezetőnek meg kell találnia az összhangot önmaga és a műsor által megkívánt hangnem, nyelvezet között, hogy egyénisége ne uralkodjon el a műsoron a szükségesnél jobban, ugyanakkor ne is nyomja el azt, hiszen a néző megérzi, ha csupán szerepet játszik. Horvát János megjegyzi, hogy a televíziós személyiségnek be kell érnie, ami időbe telik,

„hiszen csak saját sikereken, és ami még fontosabb, kudarcokon lehet felépíteni azt a személyiséget, mely a képernyőn legjobban, leghatékonyabban és a disszonancia veszélye nélkül képes tükrözni és továbbítani üzeneteket, gondolatokat, viselkedésformákat”.<sup>62</sup> Horvát János szerint igen nehéz megválaszolni, kiből lesz televíziós személyiség, hiszen számos, kritériumként felállított jellemvonásra találunk ellenpéldát is. A kulcsszó talán a hitelesség lehet, ám ennek elérésére nincs recept, minden képernyőre kerülőnek külön meg kell dolgoznia érte.

## Horgonyemberek

A legtöbb esetben a műsorvezető 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” (*anchorman*) 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.<sup>63</sup> Épp ezért, a szakmai hozzáértés mellett természetesen az sem mellékes, hogy milyen az illető fellépése, kisugárzása, megjelenése.

## A MŰSORVEZETŐ KÜLSEJE

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 legalább átlagos szinten karban tartani a testét, vigyázni a testsúlyára. A műsor felvétele előtt nem végezhet olyan tevékenységeket, amelyek nyomot hagyhatnak a külsején (éjszakázás, 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. Mindennek nem kizárólagosan az az oka, hogy esztétikus látványt kell nyújtania, hanem az is, hogy ne váljon élcelődések céltáblájává, hiszen ezáltal eltereli a figyelmet a közvetíteni kívánt tartalmakról, és hivatása lényege veszik kárba. Épp ezért a nagyobb költségvetéssel működő televízióknál a műsorvezetők külső megjelenéséért egy egész stáb felelős:

<sup>62</sup> Horvát János: *Televíziós ismeretek*. Média Hungária Kiadó, Budapest, 2000. 118.

<sup>63</sup> Pikó András – Wisinger István – Zöldi László: *Általános médiaismeret*. Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs, 2007. 183.

- Öltöztető, esetleg stylist, aki egy rendelkezésre álló kollekcióból válogat ruhadarabokat, segít a külső megtervezésében.
- Sminkes, aki minden adás előtt kisminkeli a műsorvezetőt.
- Fodrász, aki elkészíti, beállítja a frizurát.

### **A műsorvezető öltözködése**

Ideális esetben van egy szponzor, aki biztosítja a ruhadarabokat, vagy barter alapon egy-egy divatcég, illetve 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 műsортípus 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. Ha fotelben vagy kanapén kell ülnie a műsorvezetőnek, nagyon oda kell figyelni a szoknya hosszára, amely így rövidebbnek fog látszódni, mint álló helyzetben, és könnyen komolytalanná vagy közönségessé teheti viselőjét. 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. Ügyelni kell a részletekre is, hiszen például a cipő, az ékszer vagy a nyakkendő meghatározó lehet az összkép szempontjából.

### **A műsorvezető sminkje**

Ideális esetben a televízió sminkese készíti el a műsorvezető és a vendégek sminkjét. Kisebbségi 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. Persze nem a drámai hatás a lényeg, és – hacsak nem gálaműsorra készülünk – nem célszerű az esti vagy a színpadi sminkre jellemző csillogó vagy feltűnő színű festékeket választani, ám 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 használniuk kell.

## **A műsorvezető frizurája**

A műsorvezetőnek olyan frizurát kell választania, amely nem lóg az arcába, nem vet rá árnyékot, és semmiképp nem takarja a szemét. A feltűnő hajbavalókat, csatokat, pántokat jobb kerülni.

A jól vágott, rövid vagy félhosszú frizura mindig kiválóan mutat a képernyőn, és a hosszú haj sem kizáró tényező, csak jóval több törődést igényel. A simán lógó hosszú haj ápolatlan benyomást kelthet, 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 hajat nem célszerű 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 hajat, tűzzük magasra, egy olyan kontyba rendezve, amely szemből is látszik. Férfiaknál még nehezebb megtalálni az ideális frizurát hosszú haj esetén. Bizonyára nem véletlen, hogy a férfi műsorvezetők elsőprő 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 súrolja a mikrofont.

## **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 ilyen!

### **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 emblemikus 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 kiegészítőkkel. Arra azonban ügyelni kell, hogy a műsorvezető ne tegye neveltségessé magát, megjelenése ne legyen természetellenes vagy diszharmonikus.

## **V.5. A nyilvános megszólalás alapjai, a műsorvezető testtartása és arcjátéka**

### **A NYILVÁNOS MEGSZÓLALÁS ALAPJAI**

Vannak, akik számára a nyilvános megszólalás természetes, mások számára nagy stresszel és feszélyezettséggel jár. A műsorvezetők szakmájához azonban hozzátartozik, hogy tömegekhez szóljanak, még ha a felvételnél nem is látják azokat, akikhez beszélnek.

Mielőtt és amikor elindul a felvétel, egy bizonyos szintű izgalom természetes. Ez hozzájárul ahhoz, hogy a műsorvezető könnyebben tudjon összpontosítani, koncentrálni. A túlzott izgalom azonban nem jó, hiszen ha a műsorvezető szorong és feszeng, az átragadhat a vendégre 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 összehatás szempontjából azonban óriási a jelentősége a megfelelő testtartásnak, az arcjátéknak, a beszédtempónak és a hangsúlyozásnak is.

### **A MŰSORVEZETŐ TESTTARTÁSA**

A testtartás sokat elárul arról, hogy a műsorvezető mennyire érzi magát otthonosan 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 szoborszerű dermedtségbe. Küzdje le a kényszeres cselekvést: a kezével/lábával ne dobogjon, ne igazgassa állandóan a haját vagy a ruháját, ne simogassa folyton az állát, ne harapdálja a száját, köszörülje a torkát 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, bárszék-szerű alkalmatosságokra ültetik a pult mögött – sőt sok esetben nem is ülnek, csupán támaszkodnak rajtuk –, melyek kikényszeríti az egyenes testtartást.

A riporternek és a műsorvezetőnek álló helyzetet kell felvennie egészalakos felkonferáló szövegeknél, riporter magyarázatoknál, standupoknál, néhány show-műsornál, gálaműsornál vagy például időjárás-jelentésnél. Ilyenkor a fontosabb üzenetet tartalmazó mondatainknál célszerű kisterpeszben állni, a testsúlyt a két lábunkon egyenletesen eloszlatni. A kevésbé lényeges részekenél, magyarázatoknál kontrasztot vehetünk fel, testsúlyunkat időnként áthelyezhetjük egyik lábunkról a másikra, de ezt ne tegyük túl gyakran. Nyugodtan használjuk a kezünket, gesztikuláljunk: ez a legtöbbször segíti a folyékony beszédet, és hallgatóságunk figyelmét is koncentráltabbá teszi. A túl heves hadonozást 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 kiejtését. A székben vagy fotelben célszerű minél hátrébb ülni, derekunkat szorosan a támlához nyomva – így kisebb a kitérés 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 keresztbe teszi, 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.

## SZEMMOZGÁS, SZEMKONTAKTUS

A hírolvasók vagy a felkonferáló szövegeket elmondó műsorvezetők a legkritikább 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. 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 sűgógép használata közben nem szabad, hogy a néző érzékelje a műsorvezető szemmozgását. Ehhez 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 nézőkre, illetve a beszélgetés végén, amikor elköszön tőlük. A köztes időben a vendégével tart szemkontaktust. 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. Azonban nagyon fontos, hogy a műsorvezető soha nem olvashatja papírból a kérdést! Amíg az interjúalanya beszél, belepillanthat a jegyzeteibe, de amikor ő megszólal, akkor már az interjúalany szemébe kell néznie. Kérdés közben csak akkor pillanthat ismét a papírba, ha idéz valakitől, vagy adatokkal támasztja alá mondandóját.

## ARCJÁTÉK ÉS TESTBESZÉD

Hírolvasás közben a műsorvezető arca nem árulhat 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 homlok-ráncolást vagy a túl lelkes előadásmódot sem engedi meg. Legfeljebb a híradók végén helyet kapó „kis színes” anyagokat lehet egy-egy mosollyal kísérni, 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 kinyilvánítása. 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.6. A műsorvezető beszédmódja, beszédstílusa

### 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 értelmzését segítő, helyes hangsúlyozásra.

A laikusok számára szokatlan és általában nem kellemes élmény, ha felvételnél 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 mindenekelőtt meg kell szoknia és meg is kell szeretnie a saját hangját. Néhány alkalom után kialakul a rutinja annak, 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!

### 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 alaplevegővel, pótlevegővel és ún. lopott levegővel gazdálkodhatunk.<sup>64</sup>

### 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

<sup>64</sup> Hernádi Sándor: *Beszédművelés*. Osiris Kiadó, Budapest, 1996.21.

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 feszítő hatású lehet, természetellenessé teheti a beszédet. A nagyobb tartalmi egységek előtt mindig iktasunk 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, mondattömbök 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, illetve a hírolvasó.

## **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 arcizmaikat egyaránt, hiszen másképp nem fog tudni megfelelően artikulálni.

## **ARTIKULÁCIÓ**

Az artikuláció a hangok képzésének és kiejtésének módja, amely lehetővé teszi mondanánk 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 arcizmunk lazák legyenek. A jó artikuláció érdekében ne féljünk használni az arcizmunkat, 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.

## 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 beszélszerveknek nevezzük. Beszéd közben e szervek állandóan mozognak, a hangok képzése folyamatos.

A hangszín a hangunk egyedi 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 a hang könnyebben „elfárad”, rekedtessé válik, a túlerőltetés 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 mesterkéltséggel, magasított vagy éppen kiabáló hangvétele) hanem azért is, mert csak így tudja megővni hangjának egészségét a nagyobb igénybevétel mellett”<sup>65</sup> – figyelmeztet Fábíán Zsuzsanna logopédus.

Ahhoz, hogy megszólalásunk a kellő hatást elérje, megpróbálhatunk 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.<sup>66</sup> Ebben szakember lehet a segítségünkre.

<sup>65</sup> Fábíán Zsuzsanna: *A hatásos beszéd mestersége. Beszédtechnikai gyakorlat- és szöveggyűjtemény.* Grafotip Kft., Eger, 2005. 37.

<sup>66</sup> A mellüreg, az arc- és koponyaüreg erősítik fel, teszik hallhatóvá a létrehozott hangot.

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.

## **BESZÉDMÓD, BESZÉDSTÍLUS**

A beszédmód a nyelv használatának sajátos változata, amit a beszélő beállítottsága, attitűdje 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, beszédstílus 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 talkshow-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.»<sup>67</sup>*

---

<sup>67</sup> A BBC irányelvei tájékoztató műsorok készítéséhez. Magyar Televízió, Budapest, 1990. 24.



## **VI. TELEVÍZIÓS FORGATÁSOK, HELYZETEK ÉS NÉHÁNY MŰFAJI SAJÁTOSSÁG**

### **VI.1. Az eseményrögzés és az eseményközvetítés**

#### *Az élő adás*

#### **AZ ESEMÉNYRÖGZÍTÉS**

##### **Kitelepülés eseményrögzés**

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

##### **Stúdiótérben történő eseményrögzés**

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

#### **AZ ESEMÉNYKÖZVETÍTÉS**

##### **Kitelepülés eseményközvetítés**

Míg az eseményrögzés 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 nézőinek, a stábot és a teljes technikai felszerelést ki kell telepítenie a helyszínre: például egy sportaréna, egy színház- vagy hangversenytérembe, illetve 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**

Ide sorolhatók azok az esetek, amikor egy televízió élőben kíván sugározni olyan eseményeket, amelyek a stúdió falai között zajlanak (tehetségkutatók, gálaműsorok, show-műsorok).

## 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.

### „Élőszerű” 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, ritmikusabb, 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.)

## TECHNIKAI SZÜKSÉGLETEK

### 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 események rögzítéséhez 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), mikor 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 vagy 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 jelen lévő hangtechnikusok pultjából 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 megoldható, akár egyetlen laptop vagy okostelefon 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. Többkamerás eseményrögzítések keverésére kiválóan használható, hiszen beépített keverőpultok állnak a munkatársak rendelkezésére. A technikai felszerelés biztonságosan és praktikusán szállítható bennük.

## **HUMÁNERŐFORRÁS-SZÜKSÉGLETEK**

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 úsztatják 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 összepakolás gyors és zökkenőmentes legyen. Nagyszabású produkciók esetén a technikai személyzet akár már napokkal a felvétel előtt megkezdheti a rendszer kiépítését.

## **VI.2. A stúdióbeszélgetések felvétele**

### **A STÚDIÓBESZÉLGETÉS FOGALMA**

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 bejátszások tesznek változatosabbá.

### **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 beszélgetést is rögzítenek ugyanabban a díszletben.

A stúdióbeszélgetés műfaja lehetővé teszi az élő adást, így a hírversenyszerűben való élen járást is, hiszen a beszélgetésben elhangzó információk azonnal eljuthatnak a nézőhöz.

Ha a stúdióbeszélgetés nem élőben zajlik, akkor is gyors és olcsó műfajnak számít, hiszen kellő felkészültség mellett nincs szükség vagy alig van szükség utómunkára.

### **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 illusztrálhatóak. 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.

### **A STÚDIÓBESZÉLGETÉSEK ALAPVETŐ TÍPUSAI**

A stúdióbeszélgetéseket többféleképpen csoportosíthatjuk.

#### **Témájukat illetően**

- Közzolgálati jellegű
- Hírháttér
- Bulvár
- Vélemény
- Egyéb magazin – sport, életmód, művészet stb.

#### **Az adás időpontját illetően**

- Reggeli beszélgetős műsor
- Délelőtti/délutáni
- Esti

#### **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).

### **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.

### **A rögzítés módja szerint**

- Élő stúdióbeszélgetések
- „Élőszerű” stúdióbeszélgetések
- Vágott stúdióbeszélgetések

## **A STÚDIÓBESZÉLGETÉS TARTALMI ELŐKÉSZÜLETEI**

Meg kell határoznunk a stúdióbeszélgetés kereteit: milyen műsorba kerül, mennyi műsoridőt kell hogy kitöltsön. Ki kell választanunk a vendég(ek) személyét, és ki kell tűznünk az adás időpontját, amely élő adás esetében egybeesik a felvétel időpontjával. Ha nem élő adást készítünk, meg kell határoznunk a felvétel időpontját. Egyeztetnünk 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.

## **A STÚDIÓBESZÉLGETÉS ERŐFORRÁS-SZÜKSÉGLETEI**

### **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.

### **Technikai eszközök, berendezési tárgyak**

Mielőtt belevágunk egy beszélgetés felvételébe, gondoskodnunk 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.

Gondoskodnunk 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 szükség. A mozgó, illetve a különleges nézőponttal szolgáló fix kamerák feldobják, érdekesebbé teszik a beszélgetést.

A hang rögzítésére a stúdióban általában csiptetős mikrofonokat, mikroportokat használnak, melyekből annyi kell, ahány szereplője van a beszélgetésnek. Szükség lesz megfelelő fénytechnikára is, illetve ha élőszerepű rögzítést tervezünk, egy keverőpultra. A további hozzávalókat az adott műsor jellege határozza meg.

### **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 menétől függően el lehet térni, a szerkesztő és a rendező pedig már egyeztetette az adásmenetet.

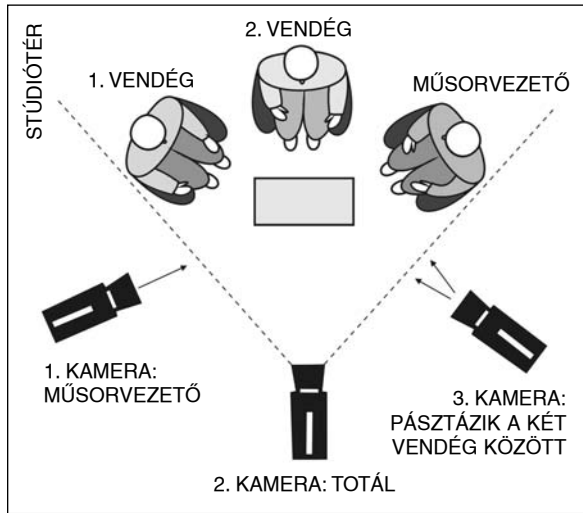
A stáb minden tagja megismeri a beszélgetés technikai forgatókönyvét (egyszerűbb koncepció esetén ez csak szóbeli instrukciókat jelent). Berendezik a stúdiót az igényeknek megfelelően, elhelyezik a díszlet elemeit.

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 adáslebonyolító technikus az adáslebonyolító berendezés segítségével juttatja el a televíziókészülékek képernyőjére.



33. kép: A kamerák elhelyezésének egy lehetséges módja felülnézetből  
2+1 (két vendég + egy műsorvezető) alakos, 3 kamerával rögzített stúdióbeszélgetés esetén  
(Így a képvágó egy totálképet váltogathat 3 féle közeli képpel.)

### VI.3. Forgatás a sajtótájékoztatón

#### A SAJTÓTÁJÉKOZTATÓ FOGALMA

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 vezetősege, illetve lehetőséget biztosít azonnali kérdésekre és válaszokra. Hátránya, hogy az információ a média számára leértékelődik, hiszen ugyanabban az időpontban az összes sajtóorgánus értesül a témáról. Az alábbiakban tekintsük át, hogyan lesz a sajtótájékoztató elhangzó témából televíziós anyag!

## 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 körbetelefonálja a sajtó képviselőit.) A felelős szerkesztő eldönti, érdeklí-e őt a meghívóban szereplő téma, szüksége van-e rá a másorához. Ha igen, kiadja a témát egy szerkesztő-riporternek.

## FELKÉSZÜLÉS A SAJTÓTÁJÉKOZTATÓRA

A sajtótájékoztató-meghívók általában nem tartalmaznak túl sok háttéranyagot, előfordul, hogy csak egy mondat vagy szókapcsolat van megjelölve témaként. A jól informált, tájékozott szerkesztő-riporter azonban már ebből következtetni tud arra, hogy 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 egy 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...

## A SAJTÓTÁJÉKOZTATÓK MENETE

### Sajtótájékoztató egyéni interjúlehetőség nélkül

A szervezet vezetősege vagy sajtószóvivője ismerteti a témát a sajtótájékoztatóra összegyűlt sajtómunkatársakkal, akik jegyzetelhetnek vagy rögzíthetnek egy-egy részt az elhangzottakból nyilvánosan kérdezhetnek, de utána külön-interjúkra nincs lehetőség. Nagy érdeklődésre számot tartó, fővárosi eseményeken, ahol számos sajtóorgánium, 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.

## **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-interjúk 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.

## **FORGATÁS A SAJTÓTÁJÉKOZTATÓN**

### **Operatőri feladatok**

A sajtótájékoztatók általában nem tartoznak az operatőrök kedvenc munkái közé, hiszen vizuális szempontból nem túl inergazdagok. 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 készítheszen 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 túlekednie 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 a 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 kérdéseket 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.

## Utómunka

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

## VI.4. A híradó

### A HÍR FOGALMA

A hír olyan ellenőrzött, hiteles forrásból származó, válogatott információk összessége, amely a populáció egy nagyobb részét érinti, és amely a szakszerű (televíziós) újságírói kutatómunka és az információk megfogalmazása által jön létre. Rövid, tényszerű összefoglalója egy olyan történést, 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 hírérték szerint történik, amelyről a témaválasztás kapcsán márt volt szó.

### 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 hírértékre 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 az *5W + 1H* képletével írja le a hírek tartalmát (*Who? Where? When? What? Why? + How?*).

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

A hír felépítése és szerkezete a híradós anyag típusától függ – ezeket alább vesszük sorra. Akármilyen típusról is van szó, általában tartozik hozzá egy frappáns szalagcím, illetve egy ún. *OTS* – a rövidítés az angol *Over The Shoulder* (jelentése: *a váll felett*) kifejezésből ered. Az *OTS* nem más, mint egy a hírolvasó válla felett vagy éppen mögötte megjelenő kép, amely jól jellemzi a felolvasott, illetve felkonferált hírt. Sokszor a mozgóképes anyagból ragadnak és merevítenek ki egy sokatmondó képkockát, vagy oda illesztnek egy rövid mozgóképsort.

## A TÉVÉHÍRADÓ SAJÁTOSÁGAI

A híradó többnyire az egyik legfontosabb, legnézettebb műsora a televíziócsatornáknak. Az egyik legdrágább műsortípus, hiszen számos ember dolgozik rajta párhuzamosan, sok bevetett technikát igényel, a stábokat mobilizálni 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 tévé vagy rádiós hír korrekt, világos, tömör és színes. Vagyis pontosan tükrözi a lényeget, első hallásra érthető, a rendelkezésre álló minimális időben úgy tesz eleget az említett követelményeknek, hogy az esetleg passzív, elkalandozó tévénező figyelmét is megragadja és meg is tartsa.”*<sup>68</sup>

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.

## 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 technikus feladatokat – autózvezetés, 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 töreksenek, 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.

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.

<sup>68</sup> Horvát János: *A televíziós újságírás alapjai. A televíziós hírek.* In: Bernáth László (szerk.): Műfajismeret. Sajtókönyvtár, Sajtóház Kiadó, Budapest, é.n. 140.

## 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, és 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 televíziószemle.*)

### 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 három-négy 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 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 csak felolvassa a néhány mondatban megfogalmazott hírt. Ez olyankor jellemző, ha a témáról még nem volt idő képeket készíteni, ám az olyan horderejű, hogy minél előbb nyilvánosságra kell hozni.

## Kommentár nélkül

A hírcsatornák műsorblokkjai között gyakran kapnak helyet 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 snettek 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 ünnepségekről, felvonulásról, tüntetésről, hadgyakorlatról, katasztrófa-helyzetek utáni állapotokról, de az sem ritka, hogy a műsorfolyamat színesítő, kedves témát, például egy kiselefant első lépéseit és az állatkerti látogatók arra adott reakcióit jelenítik meg ilyen formában.

## Helyszíni kapcsolás, élő tudósítói bejelentkezés

Napjainkban egyre nagyobb igény mutatkozik az élő bejelentkezések iránt, hiszen így közvetíthetők a legfrissebb információk. A hírolvasó felkonferálja a témát, majd oda-kapcsolnak az adott helyszínre, ahol az operatőr már bekomponálta a riportert. A hírolvasó a stúdióból feltesz neki néhány kérdést, amelyekre a riportert 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 riportert közben élő interjút készít valakivel.

Napjainkban egyre egyszerűbb az élő kapcsolások technikai kivitelezése. Az sem ritka, hogy egy egyszerű laptop és egy webkamera segítségével, operatőr igénybevétele nélkül jelentkezik be valaki. A profi kép- és hangminőséghez azonban közvetítőköcsit is használhatnak, 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 standuphoz. 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 standupot előre rögzítik, és a vágás során helyezik el az anyag megfelelő pontjára, addig az élő tudósítói bejelentkezés önmagában is megáll, nem csupán egy dramaturgiai elem szerepét tölti be. A tudósítói bejelentkezés esetében a riporter el kell hogy mondjon minden lényeges információt, hiszen megszólalását nem követi további magyarázat.

## **A HÍRMŰSOROK FELÉPÍTÉSE**

### **A vezető hír**

Vezető hírek 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 műsor 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 híryanagok egymásutánja alkotja. A televíziós híradások a vezető hírek elmondása után általában ilyen – a nyomtatott sajtó hírvovataihoz 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. Nem ritka az sem, hogy a sporthírek és az időjárás blokkja elkülönül, és a benne foglaltakat már nem a hírolvasó konferálja fel.

## 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 hír-olvasó 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 egymástutánja:** 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.5. A magazinműsorok kihívásai

### 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 újságárusoknál, és már nem csak a vegyes témájú lapokra használták ezt a szót, hanem a tematikus folyóiratokra is.

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. riporter-magazinok. 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. Riportereik az ország különböző területéről gyűjtötték be ezeket témákat, amelyeket a lehető legmagasabb nézettséget megcélözva, sokszor meglehetősen hatásvadász módon táltak. E műsor-típus napjainkban is virágzik.

### **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, stúdióbeszélgetéseket 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, amelyeket akár meg is szakíthatnak egy-egy híradóval vagy egyéb műsorelemmel. 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. A híradós bejátszásoknál mindenestre általában hosszabbak, változatosabb szerkezetűek, és gyakori jellemzőjük a narráció alatt hallható aláfestő zene.

### **A MAGAZINMŰSOROK KIHÍVÁSAI**

A magazinműsorokba készülő bejátszások műfajukat tekintve igen sokfélék lehetnek: egy magazinnak része lehet egy-egy tudósítás, eseményriport, riport, miniportré, több kamerával rögzített beszélgetés stb. A magazinokhoz forgató stáboknak általában több idejük van egy-egy anyag elkészítésére, mint a híradósoknak, és erre szükségük is van, hiszen hosszabb időn át kell lekötöniük a néző figyelmét. Ehhez változatos szerkezettel bíró, alkalmasint több megszólalót, több helyszínt felvonultató anyagokat kell készíteniük. Nemcsak a szerkesztői munkába kell több kreativitást vinni, de az operatőr és a vágó is jobban kibontakoztathatja a képességeit, hogy a magazin képi világa karakteres legyen.

### **SZAKÚJSÁGÍRÁS**

A szerkesztő-riporterek többségének napról napra a legkülönbözőbb témákkal kell megbirkózniuk – különösen a kisebb televízióknál, ahol egyszerre több műsorba is be kell dolgozniuk. Vannak azonban olyan esetek is, amikor a televíziós újságírónak lehetősége

van a szakosodásra. A nívós gazdasági, kulturális, művészeti, egészségügyi, környezetvédelmi stb. magazinműsorok szívesen alkalmaznak olyan kollégákat, akik az adott területre szakosodtak, az ahhoz kapcsolódó témákban az átlagosnál nagyobb jártasságra tettek szert. Ez ma már a formális oktatásban is elsajátítható, hiszen létezik például politikai vagy gazdasági szakújságíró-képzés. A nagyobb rálátás lehetővé teszi, hogy a riporter releváns kérdéseket tudjon feltenni, a lényeges dolgok felé terelhesse a beszélgetést vagy az interjút, illetve szakszerűbben, pontosabban tudjon fogalmazni. Arra azonban ügyelnie kell, hogy közérthető maradjon, és a nézőknek ne támadjon az az érzése, hogy két szakértő beszélget, miközben ő nem sokat ért belőle.

## VI.6. A dokumentumfilmes műfajok kihívásai

### A DOKUMENTUMFILM CÉLJA

A dokumentumfilm viszonylag széles kategória. Az ebbe sorolható mozgóképes alkotások célja a valóság dokumentálása. E dokumentálás azonban nem éri be a tények, történések tárgyilagos, tömör elmesélésével, mint a hírműfajok. A dokumentumfilm mélyebbre hatol, keresi az okokat, a motivációkat.

Nem csupán az egyedi esetek feltárása a célja, hanem mindig arra törekszik, hogy láthatóvá tegye az egyesben az általánost vagy fordítva. Ennek megfelelően alkalmazhatja az *induktív módszert*, amikor az egyedi esetekből kiindulva láttat egyetemes törvényszerűségeket, szélesebb történelmi vagy társadalmi folyamatokat. Sok esetben pedig a *deduktív módszerrel* él, vagyis a már ismert általános törvényszerűségből, folyamatokból vezeti le az egyedi eseteket. Sokan még a portréfilmet is a dokumentumfilmes műfajok közé sorolják, hiszen egy igazán jó portré sem csupán az alanyáról szól, hanem rajta keresztül megvilágít egy szakmát, egy kultúrát, egy társadalmi réteget, egy művészeti ágat vagy egy korszakot.

A dokumentumfilm igyekszik mélyre hatolni a valóság szövetébe, és láttatni enged bizonyos sémákat, következtetéseket – de azokat sohasem sulykolja a nézőbe, nem lehet didaktikus, szájbarágós. Lehetőség szerint minél több nézőpontot fel kell vonultatnia, de a konkrét állásfoglalást minden esetben a nézőre kell bíznia.

### DOKUMENTUMFILMES MŰFAJOK

A dokumentumfilmek kategóriájába általában a következő műfajokat szokták besorolni:

#### Ismeretterjesztő film

Az ismeretterjesztő film célja az, hogy közérthetően és érdekesen, de tudományos igényvel mutasson be egy szeletet valamely tudományág területéről, élénk tárja az épített örökség vagy az emberiség kulturális javainak valamely elemét. Átfogó ismereteket nyújt egy

országról, régióról, településről vagy településrésről, egy műemlékről, egy műalkotásról, egy köz- vagy magángyűjteményről, ismertet egy tudományos, művészeti, gazdasági jelenséget, ipari vagy technikai folyamatot. Az ismeretterjesztő filmeket általában szakemberek, tudósok megszólalásai teszik hitelessé. Létezik olyan ismeretterjesztő film is, amelyben minden információt a narrátor ad át, ám ilyen esetben a szövegnek megbízható forrásokon kell alapulnia.

### Történelmi dokumentumfilm

Vannak, akik a történelem különböző időszakait feltáró filmeket is az ismeretterjesztő film kategóriájába sorolják, míg mások szerint ezek külön egységet alkotnak a dokumentumfilmekben belül, hiszen nem a jelennel vagy valamilyen általános érvényű tudnivalóval foglalkoznak, hanem a múlttal. Mégis kitüntetett szerepük lehet abban, hogy egy-egy közösség a jelenben feldolgozhassa múltjának eseményeit, szembenézessen azokkal.<sup>69</sup>

Számos közös jeget mutatnak az ismeretterjesztő filmmel, hiszen legtöbbször itt is tudósok, történészek, régészek, levéltárosok, társadalomtudósok szólalnak meg, és ugyanúgy szükség van a megalapozott forrásokra. Ha olyan eseményeket mutat be, melyeknek még élnek a tanúi vagy azok leszármazottai, akkor ők is megjelenhetnek benne.

E filmeknél külön kihívást jelent a képi világ: általában rengeteg archív anyagot, régi fotót és mozgóképfelvételt tartalmaznak, esetleg rajzokat, festményeket, iratokat mutatnak meg bennük, illetve azt, ahogyan az események helyszíne ma kinéz. Egyes alkotások fikciós filmbetéteket is tartalmaznak, amelyek rekonstruálni próbálják, mi történhetett hajdanán. E módszer előnye, hogy könnyebben átélhetővé teszi az eseményeket. Megjegyzendő azonban, hogy ha a dokumentumfilmes módszereket vegyítjük a fikcióval, az mindig nagy körültekintést igényel, hiszen egyensúlyozni kell az objektív és a szubjektív megközelítés határán.<sup>70</sup>

### Riportfilm

A riportfilm általában egy aktuális jelenséget, a valóság valamely, napjainkban meg tapasztalható szeletét mutatja be. Átfogó képet ad egy jelenségről, egy eseményről, egy társadalmi/közéleti problémáról. Betekintést nyújthat egy közösség életébe, élénk tárhatja egy kisebbség, egy szubkultúra vagy egy társadalmi csoport mindennapjait. Megvilágíthatja egy természeti katasztrófa, egy háborús helyzet vagy valamilyen politikai intézkedés hatásait, következményeit. A jó riportfilm árnyaltan ábrázolja és mélyrehatóan elemzi a témát, igyekszik minden szegmensét feltárni. Átadja az ábrázolt közeg hangulatát, lehetővé teszi, hogy a nézők közel érezzék magukhoz a jelenséget. (Eszközeiről a következő fejezetben bővebben is esik majd szó.)

<sup>69</sup> Vö.: Sárközy Réka: *Kinek a történelme? Emlékezet, politika, dokumentumfilm*. Gondolat – Országos Széchényi Könyvtár, Budapest, 2018.

<sup>70</sup> Vö.: Lakatos Róbert Árpád: *Rendezői beszélgetések – A játékfilm dokumentarizmusa és a dokumentumfilm megrendezettsége*. Erdélyi Magyar Filmszövetség, Kolozsvár, 2016.

## Portréfilm

A portréfilm végigkísér egy jellegzetes vagy tanulságos életutat. Olyan személyt mutat be, akit munkája, alkotásai, sorsának fordulatai érdekessé tesznek a nyilvánosság számára. A legtöbb portré alanya egy-egy művész, tudós, közszereplő, politikus, de alkalmasint olyan emberekből is érdekes portréalany válhat, akik látszólag nem tesznek semmi rendhagyót, de mindennapi életük és megnyilatkozásaik jól bemutatnak egy hivatást, egy kultúrát, egy társadalmi réteget. Ennek értelmében akár egy konyhásnéiről vagy buszsofőről is készülhet tanulságos portréfilm.

A jó portré nem csupán az illető életpályáját, alkotásait, mindennapjait mutatja be, de megismerteti a nézőt a portré alanyának életszemléletével, világnézetével, gondolkodásával, egyéniségével is.

## Természetfilm

A természet világát, a növények és állatok életét, a különböző szárazföldi és vízi élőhelyeket bemutató filmek elkészítésére külön szakmaként szoktak tekinteni, hiszen egészen más kihívásokat rejt, mint az emberi társadalomban történő forgatás. Hosszas megfigyelések, lesben állások, speciális eszközök bevetése révén születik meg az a hatalmas mennyiségű nyersanyag, amelyből végül kiválasztják azokat a képsorokat, amelyek a legtöbbet mondanak a témáról. A valóság egyszerű rögzítésén túl persze itt is nagy szerepe van a dramaturgiának, a történetészvésnek, a narrátorszövegnek, amelyek révén célba érhet a film üzenete.

## Útifilm

Az útifilm rokonságot mutat az ismeretterjesztő filmmel, amennyiben hasznos és érdekes ismereteket nyújt egy-egy országról, régióról, városról. Hordozza a riportfilm néhány sajátosságát is, hiszen betekintést nyújt egy-egy közösség életébe, problémáiba. Ám ezekkel ellentétben, az útifilm nem ígér komplex, szakirodalmi megalapozottságú tudásanyagot és árnyalt képet. Felvállalja azt, hogy a riportter és a stáb nem ismeri jól az adott vidéket. Azt az élményt próbálja átadni, amit a néző is átélne, ha személyesen járna ott, beszámol arról, mit tapasztalhat az utazó, aki arra vetődik. Ez természetesen nem jelenti azt, hogy ne próbálna minél több információt átadni, helyi illetékeseket, bennfenteseket, ottani lakosokat megszólaltatni. A hely feltérképezése azonban a szemünk előtt, lépésről lépésre történik meg.

## Werkfilm

A werkfilm egyfajta filmnapló, amely bemutatja egy filmes produkció elkészítésének fontosabb állomásait. Megszólalnak benne a film készítői és szereplői, elmesélik, hogyan éltek meg a forgatást. Elárulnak néhány kulisszatitkot, bemutatják, hogy a legkülönlegesebb jeleneteket milyen technikával forgatták, milyen trükköket alkalmaztak. Gyakran használják a készülő film promóciójaként.

## VI.7. A televíziós riport

### EGY TÉVESEN HASZNÁLT KIFEJEZÉS

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 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 egyszerű riporter – olyan televíziós újságíró, aki szerkeszt, elemez, dramaturgiai ívet alkot, összefüggéseket teremt, lényegyet látta, és mestere a fogalmazásnak.

Érdeemes tehát nyomatékosítani: az interjú nem maga a riport, csupán egy alkotó-eleme a riportnak! „*A riport sokkal tágasabb világ, s ebben a világban az újságírónak sokkal keményebb tárgyakkal kell vizsgáznia, mint az interjúkészítőnek: élet- és emberismeretből, sokoldalú, szuverén írni tudásból, eredeti gondolkodásmódból*”<sup>71</sup> – írja Szigethy András, akinek szavai nemcsak az írott, de a televíziós riportra is igazak.

### MI A RIPORT?

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

E műfajt az írott sajtóból adaptálta a televíziózás. A hagyományos sajtóműfajok rendszerezésekor az átmenet műfajai közé szokták sorolni: átmenet a tájékoztató műfajcsalád (amely magában foglalja a hírt és a tudósítást), illetve a véleményműfajok, a publicisztika között. Cserhalmi Imre így summázza a riport lényegét: „*érdekes esemény vagy állapot felfedező bemutatása az eleven leírás és a társadalmi oknyomozás módszereivel*”<sup>72</sup>.

<sup>71</sup> Szigethy András: *A riport*. In: Bernáth László (szerk.): *Műfajismeret. Sajtókönyvtár, Sajtóház Kiadó, Budapest, é.n.* 77.

<sup>72</sup> Cserhalmi Imre: *A riport*. In: Bernáth László (szerk.): *Bevezetés a műfajismeretbe. Dialóg Campus – MŰOSZ, Budapest–Pécs, 2008.* 86.

## RIPORTFILM, TELEVÍZIÓS RIPORT

Az előző alfejezet a riportfilmet a dokumentumfilmek műfajai között tárgyalta. R riport-filmről akkor beszélhetünk, ha az nem csupán egy műsor része, alkotóeleme, hanem külön alkotásként vetíthető le. A riportfilm ambíciói azonban megjelenhetnek egy-egy rövidebb mozgóképes anyagban is, amely például egy televíziós magazinműsor részeként nyer publicitást. Ekkor nem riportfilmnek, hanem egyszerűen csak televíziós riportnak nevezzük. Lényege, célkitűzései, eszközei azonban ugyanazok, mint a riportfilmek, csak terjedelmében általában rövidebb.

A televíziós riport mindig „terepen” készül, a témához kapcsolódó helyszíni tapasztalatok alapján, az illetékesek és érintettek megszólaltatásával. Készülhet televíziós riport közéleti magazinműsorba például egy-egy társadalmi jelenséget, egy-egy esemény vagy intézkedés következményeit bemutatva, körbejárva. Készülhet kulturális magazinba, például egy kiállítás megnyitóját vagy egy könyvbemutató kapcsán – ám nem csupán tudósítva azokról, hanem mélyebben bemutatva az adott művészeti ág helyzetét, kihívásait, a művész ars poeticáját, az alkotás üzenetét.

Az eseményriport pedig abban különbözik a tudósítástól, hogy sokkal mélyebb bepillantást enged az eseményt létrehozó igényekbe, motivációkba, megmutatja, milyen nagyobb folyamatokba illeszkedik bele az adott esemény, és plasztikus képet ad egy-egy rendezvény programjai által megjelenített (szub)kulturáról, hagyományvilágról, valamint annak szereplőit is közelebb hozza a nézőkhöz.

## A TELEVÍZIÓS RIPORTOK ÉS RIPORTFILMEK ÖSSZETEVŐI, ESZKÖZEI

A riportfilmekben és a televíziós riportokban általában lényeges a **helyszín** bemutatása, amely egyúttal azt a célt is szolgálja, hogy a néző megismerje a téma közegét, átérezze az ott uralkodó hangulatot. A helyszínről szóban is elhangozhatnak információk, de talán még nagyobb feladat hárul az operátorra, akinek meg kell látnia azokat az apró jellegzetességeket, jellemző részleteket, amelyek megmutatása segíti a közeg megismerését.

A riportban meghatározó, központi elem a **történet**, a „sztori.” Kifejthet egy érdekes vagy különleges történetet, de összeállhat több, egyéni történetből is, amelyek kirajzolnak valamilyen általános jelenséget, társadalmi, szociológiai, gazdasági problémát.

Általában emberközpontú szemlélet, az egyéni sorsok iránti érzékenység jellemzi a műfajt. Ennek megfelelően fontos feladata a megfelelő **szereplők** kiválasztása és bemutatása. A riport alanyait narrációk és képsorok segítségével hozhatjuk közelebb a nézőhöz. Ismertethetjük a velük kapcsolatos, főbb tudnivalókat, néhány, a téma szempontjából lényeges életrajzi adatot, bepillantást nyújthatunk életkörülményeikbe, mindennapjaikba. A riportter beszélgetéseket vagy interjút készít a szereplőkkel; az előbbieket érdemes több kamerával rögzíteni, az utóbbiakat pedig hangharapás-technikával beleszerkeszteni az anyagba.

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.

Egy jó riport elkészítése sok időt és energiát igényel, hiszen a helyszínre odaesve aligha lehet jól megoldani. Alapos felkészülést, helyismeretet igényel, a stábnak időt kell szánnia arra, hogy el tudjon merülni a közeg hangulatában, megismerkedjen az érintettekkel, megtalálja velük a közös hangot, átérezze problémáikat, aggodalmaikat, reményeiket, ambícióikat.

### **EGYSZERRE OBJEKTÍV ÉS SZUBJEKTÍV?**

Ahogy említettük: a riportot átmeneti műfajnak tekinthetjük a tájékoztatás és a publicisztika, a tény- és a véleményújságírás között. Ennek megfelelően az objektivitást túzi ki célul, ám ahhoz, hogy a felszíni információk ismertetésén túl is hiteles tudjon maradni, a riport készítőjének támaszkodnia kell saját megfigyeléseire. Mivel a készítő azokat a tapasztalatokat tudja visszaadni, amiket ő maga is átél a téma megismerése során, a végeredményben óhatatlanul benne lesz az ő személyisége, szubjektuma is. A szó szoros értelmében médiummá, közvetítővé válik, az érzékelhető valóságot átszűri önmagán. Ez azonban nem baj, sőt, ettől lesz igazán hiteles a néző számára a riport.

A szerkesztő megjeleníthet bizonyos, a riportkészítés során körvonalazódni látszó tanulságokat. Summázhat, értékelhet, ám a véleménye nem alapulhat pusztán egyéni szimpátián, tetszésen. Következtetései nem lóghatnak a levegőben, azokat mindig alaposan alá kell támasztania, meg kell indokolnia. Soha nem lehet didaktikus, szájbarágós, nem sulykolhat a nézőbe egy-egy szimpla állásfoglalást, hiszen épp az a célja, hogy az emberek ne fekete-fehéren, hanem árnyaltan lássák a témát.

A riport képi világa szintén szubjektívebb, mint egy híré, tudósításé. Míg az előbbiek esetében az operatőr feladata az, hogy egyszerűen és világosan megmutassa a helyszínt úgy, ahogyan azt a néző is látná, ha ott lenne, addig a riport operatőre láttathatja azokat a dolgokat is, amelyek egy átlagos odatévedőnek talán fel sem tűnnének. A riportok képi világának az esszenciáját a jól megkomponált közeli képek adják: sokatmondó részletek, a mindennapok rutinjáról árulkodó apróságok, sorsokról mesélő hétköznapi tárgyak.

### **A RIPORT ÉS A MŰVÉSZI TÖREKVÉSEK**

A magyar sajtótörténetben gyakran volt példa arra, hogy nagy íróink vállalkoztak a riportírásra – gondoljunk például Mikszáth Kálmánnak a szegedi nagy árvívről írott riport-sorozatára vagy épp Móra Ferenc, Ady Endre és Kosztolányi Dezső munkáira.

A riportba befér 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 kíváncsoznak 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 esszé a tudomány, a tudományosság eszközeivel is nagymértékben él, míg a riport a szépirodalom irányába mutat”<sup>73</sup>

A riport tehát jóval nehezebb, de szabadabb műfaj, mint a hír vagy a tudósítás, és nagyobb teret enged a készítőik önkifejezésére. Sajnálatos, hogy igazán jó riportot – talán időigényessége miatt – ritkán láthatunk napjaink televíziózásában.

## A TÉNYFELTÁRÓ RIPORT

A tényfeltáró riport és az oknyomozó újságírás fogalmát azért nehéz definiálni, mert valójában minden televíziós újságírónak, minden műfajban kötelessége kideríteni és elmondani nézőinek az igazságot. A riport műfajáról pedig különösképp elmondható, hogy minden esetben feltárja a mozgatórugókat, folyamatokat, összefüggéseket. De míg a legtöbb témában nem okoz túl nagy problémát forrásokat találni, addig a tényfeltárónak nevezett riportok készítői többnyire falakba ütköznek. Ezt a speciális kategóriát az eszközei és módszerei különböztetik meg a többitől.

Leonard Sellers, a San Franciscó-i egyetem újságírást oktató professzora így fogalmazott: „tényfeltáró riporternek azt nevezzük, aki utána megy az olyan információknak, amelyeket szándékosan eltitkolnak, mert jogilag vagy etikailag elítélhető dolgokra vonatkoznak”<sup>74</sup> Bajomi-Lázár Péter pedig ezt írja az oknyomozó-tényfeltáró újságírást folytató személyről: „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.”<sup>75</sup>

Ószabó Attila és Vajda Éva szerint: „az oknyomozó újságírás végterméke minden esetben az újságíró saját nyomozásának eredménye, nem pedig valaki másé; azaz az újságíró nem egy egyébként arra hivatott hatóság vizsgálatának eredményét ismerteti közönségével, hanem a saját munkája eredményeképpen összegyűjtött tényeket és információkat tárja az olvasó elé. Fontos további jellemző még, hogy az oknyomozó újságíró olyan eseteket próbál feltárni, amelyek valamilyen szempontból releváns információkat hordoznak a közönség, a nyilvánosság számára, mert elmondanak valami jellemzőt a korról, amelyben élünk: korrupciót, hatalommal való visszaélést vagy egyéb »hibás« működést mutatnak be átfogóan.”<sup>76</sup>

<sup>73</sup> Szigethy András: *A riport*. In: Bernáth László (szerk.): *Műfajismeret*. Sajtókönyvtár, Sajtóház Kiadó, Budapest, é.n. 75.

<sup>74</sup> Idézi: Rivers, William L. – Mathews, Cleve: *Médiaetika*. (Fordította: Doubravszky Sándor – Jánosy Ilona) Bagolyvár Kiadó, Budapest, 1993. 133.

<sup>75</sup> Bajomi-Lázár Péter: *Média és társadalom*. Antenna-könyvek sorozat, PrintXBudavár Zrt. – Médiakutató Alapítvány, Budapest, 2008. 228.

<sup>76</sup> Ószabó Attila – Vajda Éva: *A valóság nyomában. Az oknyomozó újságírás eszközei és módszerei*. Médiakutató, X. évf. (2009) 2. sz. (nyár).

Az oknyomozás állhatatosságot, kitartást, bátorságot, kreativitást és rámenősséget igényel. William Lambert szerint pedig azt is, hogy a riporter képes legyen feldühödni, hiszen az erkölcsi felháborodás kitűnő motiváló erő. „*A rothadást ki kell ásni, meg kell mutatni*” – nyilatkozta Brit Hume, a szakma egyik művelője.<sup>77</sup>

A bevállalósság azonban nem ér semmit, ha a riporter nem képes észrevenni az összefüggéseket látszólag össze nem függő dolgok között, nem tudja elválasztani a lényeges információt a lényegtelenről, vagy nem tudja megtalálni azt a nyelvezetet, amelyben az adott témát publikálni érdemes. Nem szabad beleesni abba a hibába, hogy túldramatizáljuk az anyagot, telezsúfoljuk hatásvadász elemekkel vagy öncélú iróniával. A túl nyilvánvaló gúny egyrészt a szubjektív és részrehajlás érzetét kelti, másrészt akár szánalmat is kelthet a nézőben azzal kapcsolatban, akivel összefüggésben alkalmazzák.

Az oknyomozás nagy körültekintést igényel. Nem szabad akadályozni a hivatalos szervek munkáját, és vigyázni kell arra, hogy ne sodorjunk veszélybe senkit. A kiderített tényeket érdemes többszörösen ellenőrizni, nehogy ok nélkül megrágalmazzunk valakit.

A televíziós tényfeltáró riportok általában bemutatják azt a folyamatot, ahogy a riporter nyomoz. A kamera megörökíti, ahogy kihangosított telefonon beszél, és megtagadják tőle az információkat, vagy azt, ahogy az orrára csukják az ajtót. Interjúalanyai sokszor nem merik névvel, arccal és hanggal vállalni a nyilatkozatot, ezért nem ritka, hogy ellenfényben vagy elhomályosítva mutatják őket, hangjukat eltorzítják.

Képi világa dinamikus, mozgalmas. Mivel a forgatása közben nincs idő megtalálni a legszebb fényviszonyokat és kompozíciókat, helyenként dekomponált vagy gyengébb minőségű képsorokkal találkozhatunk – ráadásul gyakran használt eszköz a rejtett kamera, amelynek képe még kevésbé kontrollálható. A téma illusztrálásánál sokszor rá is játszik erre az operatőr, és azt is kézből, a variógyűrűt gyakran használva veszi fel, amit akár nyugodtan és alaposan is felvágóképezhetne. Ez néha kissé öncélú, bár egységessé teszi a képi világot, és megteremti azt a feszültséget, melynek révén a néző átérezheti a téma súlyát. A helyes arányokra, az effektek mértéktartó használatára azonban ennél a műfajnál is ügyelni kell.

---

<sup>77</sup> Idézi: Rivers, William L. – Mathews, Cleve: *Médiaetika*. (Fordította: Doubravszky Sándor – Jánossy Ilona) Bagolyvár Kiadó, Budapest, 1993. 138.

## FELHASZNÁLT IRODALOM

- A 2010. évi CLXXXV. törvény a médiaszolgáltatásokról és a tömegkommunikációról. <https://net.jogtar.hu/jogszabaly?docid=a1000185.tv> (letöltés ideje: 2020. 02. 15.).
- A BBC irányelvei tájékoztató műsorok készítéséhez. Magyar Televízió, Budapest, 1990.
- A médiaszolgáltatás és a sajtótermék fogalma az új magyar médiaszabályozásban. A Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság Médiatanácsának tájékoztató kiadványa. <http://nmhh.hu/dokumentum/162242/tajekoztato02.pdf> (letöltés ideje: 2020. 03. 24.).
- Aczél Petra: *Médiaretorika*. Magyar Mercurius, Budapest, 2012.
- ARTISJUS: *10 rádiós fogalom – amivel nem árt tisztában lenned!* 2014. <https://dalszerzo.hu/2014/03/13/10-radios-fogalom-amivel-nem-art-tisztaban-vagy/> (letöltés ideje: 2020. 04. 09.).
- 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.
- Bagdikian, Ben H.: *Az új médiamonopólium*. (Fordította: Müller Ákos) CompLex Kiadó, Budapest, 2012.
- Bajomi-Lázár Péter: *Média és társadalom*. Antenna-könyvek sorozat, PrintXBudavár Zrt. – Média kutató Alapítvány, Budapest, 2008.
- Balázs Béla: *Der sichtbare Mensch, oder Die Kultur des Films*. Deutsch-Österreichischer Verlag, Wien–Leipzig, 1924.
- Barbier, Frédéric – Bertho-Lavenir, Catherine: *A média története*. Osiris, Budapest, 2004.
- Bernáth László (szerk.): *Műfajismeret*. Sajtókönyvtár, Sajtóház Kiadó, Budapest, é.n.
- Borbás Tamás: *A videokép*. In: Vagyóczky Tibor (szerk.): *Kézikönyv film & tv alkotóknak*. Magyar Operatőrök Társasága (HSC), Budapest, 2009.
- Bourdieu, Pierre: *Előadások a televízióról*. (Fordította: Eröss Gábor) Osiris, Budapest, 2001.
- Büki Attila – Szalai Mária: *A gondolattól a megvalósulásig. Alapismeretek újságíróknak*. Press+Print Kiadó, Kiskunlacháza, 1992.
- Cullmann, Denis – Papin, Kaufmann: *A hír tudománya. Az információelmélet alapjai*. Gondolat, Budapest, 1973.
- Cserhalmi Imre: *A riport*. In: Bernáth László (szerk.): *Bevezetés a műfajismeretbe*. Dialóg Campus – MÚOSZ, Budapest–Pécs, 2008.
- Domokos Lajos: *Press. A nyomtatott és az elektronikus újságírás elmélete*. Teleschola, OMIKK, Domokos press & pr Bt., Budapest, 1994.

- Eisenstein, Szergej Mihajlovics: *Montázs*. In: Nemeskürty István (szerk.): *A filmrendezés művészete. Válogatott tanulmányok*. Gondolat, Budapest, 1963.
- Enczi Zoltán – Keating, Richard: *A digitális fotózás műhelytitkai kezdőknek*. Rainbow-Slide Kft., Budapest, 2015.
- Fábián Zsuzsanna: *A hatásos beszéd mestersége*. Grafotip Kft., Eger, 2005.
- Film- és médiafogalmak kisszótára*. Korona Kiadó, Budapest, 2002.
- Forgó Sándor: *Kommunikációelmélet – Kommunikációs ismeretek*. E-learning tananyag, é.n. [http://forgos.ektf.hu/wp-content/tananyagok/fs\\_komm\\_egyetemi/obj/ie\\_0001\\_0\\_0\\_0/0001\\_0\\_0\\_0.htm](http://forgos.ektf.hu/wp-content/tananyagok/fs_komm_egyetemi/obj/ie_0001_0_0_0/0001_0_0_0.htm) (letöltés ideje: 2019. 08. 17.).
- Forgó Sándor – Tóth Tibor: *Médiумismeret II. Az Eszterházy Károly Főiskola digitális tananyaga*, 2011. [http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0005\\_27\\_mediumismeret\\_ii\\_scorn\\_07/35\\_a\\_gpillsok.html](http://www.tankonyvtar.hu/hu/tartalom/tamop425/0005_27_mediumismeret_ii_scorn_07/35_a_gpillsok.html) (letöltés ideje: 2020. 02. 10.).
- Habermas, Jürgen: *A társadalmi nyilvánosság szerkezetváltozása*. Gondolat Kiadó, Budapest, 1993.
- Hernádi Sándor: *Beszédművelés*. Osiris Kiadó, Budapest, 1996.
- Horányi Özséb – Szabó Levente: *A kommunikáció ágenséről*. In: Horányi Özséb (szerk.): *A kommunikáció mint participáció*. AKI-Typotex, Budapest, 2006.
- Horvát János: *A televíziós újságírás alapjai. A televíziós hírek*. In: Bernáth László (szerk.): *Műfajismeret*. Sajtókönyvtár, Sajtóház Kiadó, Budapest, é.n.
- Horvát János: *A televízió és az üzlet; televíziós műsorszípusok; a televíziós személyiség*. MEK, 1998. <https://mek.oszk.hu/00100/00143> (letöltés ideje: 2020. 04. 09.).
- Horvát János: *Televíziós ismeretek*. Média Hungária Kiadó, Budapest, 2000.
- Horvát János: *Etika, jog, újságírás, média*. In: Sükösd Miklós – Csermely Ákos (szerk.): *A hír értékei. Etika és professzionalizmus a mai magyar médiában*. Média Hungária könyvek, Budapest, 2001.
- Horváth Árpád: *Camera obscura. A fényképezés és a film története*. Táncsics Kiadó, Budapest, 1965.
- Kálmán László: *Médiум, média, médiumok, médiák*. Nyelv és tudomány, 2011. 02. 14. <http://www.nyest.hu/hirek/medium-media-mediumok-mediak> (letöltés ideje: 2020. 03. 24.).
- Kósa Éva: *A médiaszocializáció kezdetei*. In: Kósa Éva (szerk.): *Médiaszocializáció*. Wolters Kluwer, Budapest, 2015. 11–50.
- Krokovay Zsolt: *Médiaetika*. L'Harmattan, Budapest, 2004.
- Lakatos Róbert Árpád: *Rendezői beszélgetések – A játékfilm dokumentarizmusa és a dokumentumfilm megrendezettsége*. Erdélyi Magyar Filmszövetség, Kolozsvár, 2016.
- Magyar Újságírók Országos Szövetsége: *Újságírói etikai kódex*. Elfogadta a MÚOSZ rendkívüli küldöttgyűlése 2011. szeptember 24-én. <https://muosz.hu/kodexek/ujsgairoi-etikai-kodex/> (letöltés ideje: 2020. 03. 29.).

- Miskolczi Csaba: *Képernyők (h)arca. Tudósítás Digitániából, a televízió, az internet és a mobil világából*. HVG Kiadó Zrt., Budapest, 2008.
- Németh Tibor Máté – Tóth Péter István: *A celebek szerepe*. Médiakutató, X. évf. (2009) 2. sz. (nyár).
- Ószabó Attila – Vajda Éva: *A valóság nyomában. Az oknyomozó újságírás eszközei és módszerei*. Médiakutató, II. évf. (2001) 2. sz. (nyár).
- Pikó András – Wisinger István – Zöldi László: *Általános médiaismeret*. Dialóg Campus Kiadó, Budapest–Pécs, 2007.
- Postman, Neil: „Váltsunk témát...” *Részlet a szerző Halálba szórakozzuk magunkat c. könyvéből*. In: Gelencsér Gábor (szerk.): *Képkorszak. Szöveggyűjtemény*, Korona Kiadó, Budapest, 1998.
- Rivers, William L. – Mathews, Cleve: *Médiaetika*. (Fordította: Doubravszky Sándor – Jánossy Ilona) Bagolyvár Kiadó, Budapest, 1993.
- Sárközy Réka: *Kinek a történelme? Emlékezet, politika, dokumentumfilm*. Gondolat – Országos Széchényi Könyvtár, Budapest, 2018.
- Szabó Gábor: *Filmes könyv. Hogyan kommunikál a film?* Ab Ovo, Budapest, 2002.
- Szabó Sóki László: *Elektronikus médiatartalmak – video és hang*. Eötvös Loránd Tudományegyetem, Budapest, 2012.
- Szigethy András: *A riport*. In: Bernáth László (szerk.): *Műfajismeret*. Sajtókönyvtár, Sajtóház Kiadó, Budapest, é.n.
- Szigethy András: *Az átmenet műfajai. Az interjú*. In: Bernáth László (szerk.): *Bevezetés a műfajismeretbe*. Dialóg Campus – MÚOSZ, Budapest–Pécs, 2008.
- Szigetvári Andrea – Horváth Balázs: *Bevezetés a zenei informatikába*. Typotex Kiadó, Budapest, 2014.
- Vagyóczky Tibor (szerk.): *Kézikönyv film & tv alkotóknak*. Magyar Operatőrök Társasága (HSC), Budapest, 2009.
- Vincze Teréz: *Tér-idő-gondolat. Filmiskola: Vágás és montázs*. Filmvilág folyóirat, LIII. évf. (2010) 10. sz. 36–39.

Kiadó:



Juhász Gyula Felsőoktatási Kiadó  
Felelős kiadó: *Forró Lajos*  
Borítóterv: *Toldi Gergő*  
Technikai szerkesztő: *Veres Ildikó*

Nyomda:  
Innovariant Kft.  
Felelős vezető: Drágán György  
[www.innovariant.hu](http://www.innovariant.hu)  
<https://www.facebook.com/Innovariant>