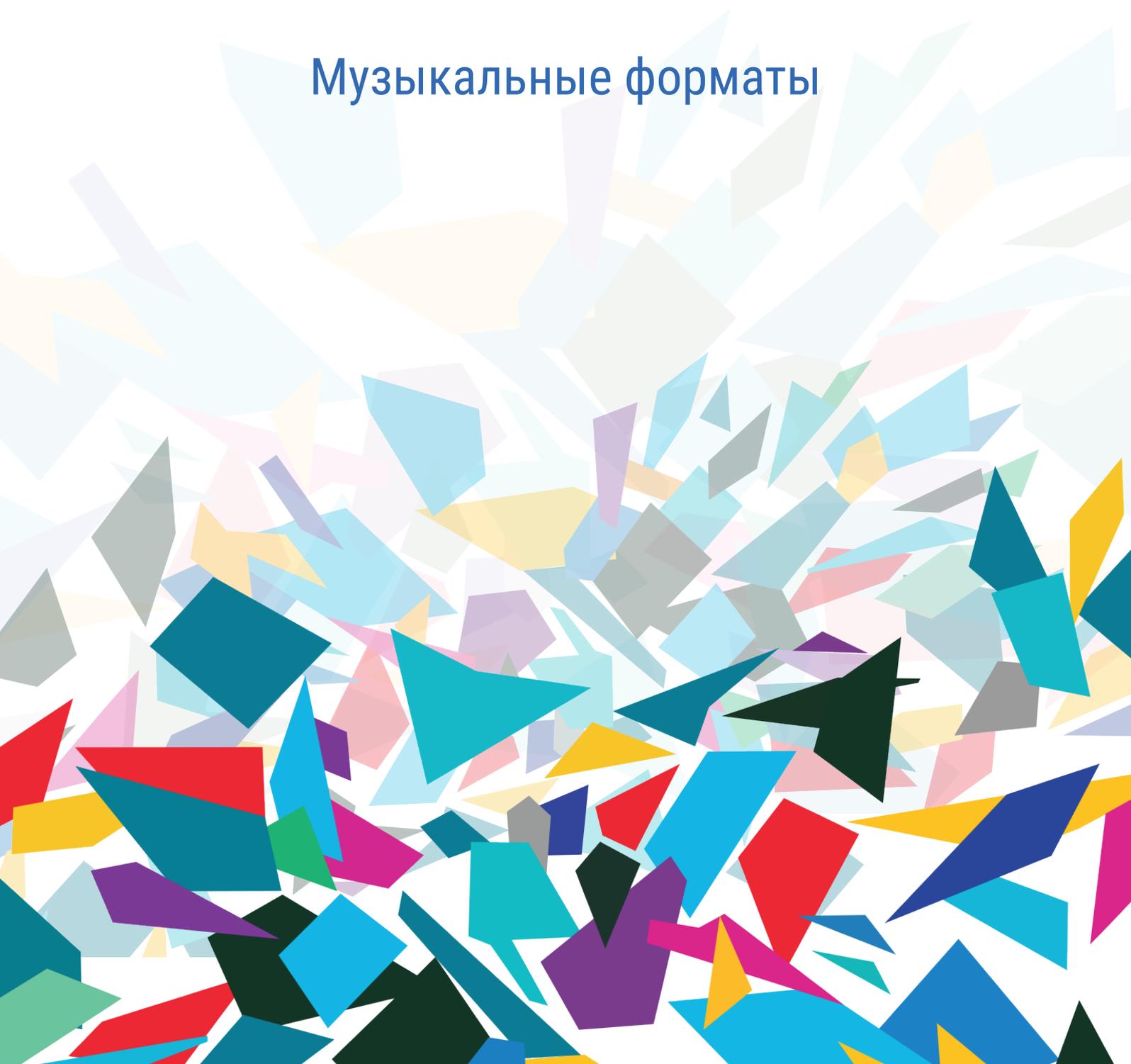


КАК ПИСАТЬ ДЛЯ ТВ, РАДИО И НОВЫХ МЕДИА

Музыкальные форматы





Книга: Как писать для тв, радио и новых медиа

Лекция: Музыкальные форматы

Автор лекции: Камила Жусупова

Цель: В этой лекции мы подробно поговорим о музыкальных форматах.

Основные идеи

Музыкальные форматы на радио и телевидении.

Хотя разговорные и другие, не связанные с музыкой, специализированные форматы все чаще используются на радио, радиопрограммы сегодня по-прежнему в основном музыкальные.



Станции полагаются в контенте в первую очередь на музыку.

В 1930 годы Мартин Блок успешно разработал концепцию радиодиктора, воспроизводящего музыкальные записи, разделенные комментариями и рекламными роликами. Это передавало ощущение живого присутствия слушателя в студии.

Позже телевидение переняло почти все основные музыкальные форматы от радио.

Так в прямом эфире были представлены симфонические оркестры, популярные певцы, джаз-бэнды, оперные звезды, танцевальные группы и другие музыкальные солисты и коллективы. Вследствие чего практически все подобные программы постепенно исчезли с радио.

Специализация по форматам была придумана в США.

На протяжении многих лет ряд программ и даже телесериалов с участием музыкальных личностей, групп и оркестров пользовался большим успехом. Как правило, певцы на телевидении прекрасно справляются с различными форматами, не только с музыкальными. Очень успешными в последние годы стали «реалити-шоу», такие, как «Американский идол».

Отдельные музыкальные группы иногда появляются на телевидении в специальных или отдельных немusicalных шоу и программах.

Специализация по форматам началась в США в начале 1950 годов на радио. Первоначально радиопрограммы делались по принципу «коктейля», то есть «что-нибудь или все для каждого»), чтобы любой слушатель мог найти что-то интересное для себя. Но уже в середине 1960 годов появление новых музыкальных стилей привело к множеству новых форматов, каждый из которых имел свою целевую аудиторию и назначение. С ростом конкуренции происходил и дальнейший рост специализации форматов. Поскольку фактор борьбы за аудиторию актуален для всех видов СМИ, можно предположить, что причины появления форматов в других электронных, а также печатных СМИ аналогичны. В настоящее время существует большое количество форматов аудиовизуальных СМИ.

Появление MTV в начале 1980 годов перевело телевизионные музыкальные шоу в новое измерение. Развитие кабельного телевидения позволило MTV, первому круглосуточному музыкальному сервису, процветать и порождать другие программы, в которых были представлены популярные группы. Их музыка и яркие личности позволяли создавать очень визуальные, часто драматичные, энергичные форматы.

Интернет открыл совершенно новое игровое поле для музыки.

Причем интернет-пространство не только обеспечивает доступ практически ко всем источникам музыки в мире, но и позволяет любому человеку распространять свою собственную музыкальную программу.

Помимо создания музыкального видео, работа сценариста в музыке главным образом заключается в том, чтобы подготовить непрерывность — вступления, выходы и переходы — а также краткое изложение или схему для музыкального шоу. Чаще всего радионные диджеи работают по плейлисту и разрабатывают собственный сценарий эфира.

Профессионал никогда не рискует ошибиться, если этого можно избежать. Диджеи, которые настаивают на том, что они все делают без подготовки, за редким исключением, либо делают вид, либо они любители, которые не продержатся долго.



Книга: Как писать для тв, радио и новых медиа

Лекция: Музыкальные форматы

Автор лекции: Камила Жусупова

Музыкальная программа на радио должна иметь органичную последовательность: четкий, определенный формат, центральную идею программы, фокус, вокруг которого организован весь материал и из которого шоу растет и развивается. Хотя большинство диджеев сами спонтанны, но музыкальный контент большинства их программ тщательно спланирован и организован.



Формат вещания (так же и формат радио, радиоформат, формат программирования радиостанции) — описывает жанровое содержание, направление и стиль подачи материала в эфир теле- или радиостанций.

Что такое формат вещания?

Формат вещания (программы) — это структура медиапродукта, совокупность параметров, элементов, составляющих контент и определяющих особенности его подачи. В аудиовизуальных СМИ элементы, составляющие контент, могут быть созданы в соответствии с каким-либо жанром. Но их количество, последовательность, продолжительность, ротация, время выхода в эфир, объем, количество и время выходов рекламных блоков в эфир и способ подачи и т.п. — определяет формат.

Форматы часто определяют маркетинговую направленность. Такие форматы, как «музыкальное радио», «информационное радио», «радио общения», «радио погоды» подразумевают основной жанр такого радио, где каждый отдельный формат может подразделяться на другие.

Термин «формат» пришел из компьютерного лексикона, это производное от глагола «форматировать» — 1) стереть старую информацию и установить новое программное обеспечение; 2) придать тексту определенный, заранее заданный внешний вид (например, форматировать текст по центру, левому или правому краю).

Об актуализации в понятии формат темы, стандарт, эталон говорит и образование слов «неформат», «неформатный», то есть нетипичный, не соответствующий стандартным представлениям о каком-либо явлении.

Подготовка формата каждой программы отражает формат или концепцию станции в целом.

Специализация — основной принцип программирования большинства станций. Некоторые объединяют несколько типов программирования — два или более типов музыки плюс новости, разговорные программы. Такие станции называются станциями полного обслуживания.

Определения типов музыки постоянно меняются, и музыкальные форматы меняются соответственно. Современная музыка означает, что для одних музыкальных программеров важно живое исполнение, другие ограничиваются популярными хитовыми песнями.

Независимо от того, насколько точно определена современная или поп-музыка, она отражает культуру и создает ее. Современная музыка — это диалог молодежи, обеспечивающий чувство психологической свободы для слушателя и чувство артистической свободы для исполнителя. Поп-музыка — это социологическое явление, отчасти потому, что оно отражает гибкость,

рост и изменение общества, особенно молодого общества. Например, The Beatles изменили не только лицо популярной музыки, но и отношения и поведение молодежи. The Beatles мотивировали побег из традиционной формулы, и их музыка была не только музыкой телесного ритма, но и музыкой идей, общения, что было жизненно важно для молодых людей. Основная концепция не была новой, но музыка была.

Радийные форматы вчера и сегодня.

В начале XXI века популярными были новые музыкальные пристрастия — такие, как рэп, хип-хоп, фьюжн и альтернатива, с музыкой, доступной где угодно и в любом формате, через iPod и другие технологические устройства, которые позволяют слушателю виртуально программировать его собственную радиостанцию.

Звукозаписывающие компании и радиостанции считают, что музыка на радио — инструмент демократизации, служащий желаниям общественности.



Книга: Как писать для тв, радио и новых медиа

Лекция: Музыкальные форматы

Автор лекции: Камила Жусупова

Таким образом, наблюдается тенденция к специализации и развитию многочисленных основных форматов, причем отдельные станции в отдельных сообществах имеют тенденцию к эксклюзивности в рамках любого конкретного типа.

Типы форматов. После Второй мировой войны радио понадобился новый подход. Послевоенный рост числа станций был почти полностью локальным, и местные доходы начали превышать доходы больших сетевых станций.

Музыкальные программы на местных станциях имели блоки — 15-минутные или получасовые сегменты, посвященные определенной группе или вокалисту.



Затем появился список Топ-40 — попытка отразить и удовлетворить вкусы слушателей, выбрав записи, основанные на популярности, судя по графикам продаж, опросам, заказам в музыкальных автоматах и отчетам в музыкальных магазинах. Хит-парад Топ-40 в начале был эклектичным, с несколькими станциями, играющими одни и те же 40 самых популярных подборок, и ведущим диджеем, который выдавал рейтинг в эфир.

Появление музыкальных рейтингов популярности.

Однако вскоре многие станции начали искать специализированную аудиторию и сосредоточились на определенных видах музыки из Топ-40 — таких, как рок, поп, джаз и другие формы. К концу 1960 годов многие Топ-40-станции стали почти механическими, практически работали без диджея, в их плейлистах были только самые популярные записи. Потом диджея снова возвращали в эфир, считая, что он обеспечивает «связь» между композициями.

В 1990 годы работа на радио поменялась, появилась «взрослая» музыка без крайностей в громкости, времени, ритме или технике. Звук и исполнители изменились, так как вкусы в музыке меняются от поколения к поколению.

Современные радиостанции ориентированы на личность, и диджеи часто становятся местными и региональными знаменитостями. Одну и ту же программу передают нескольким удаленным станциям для местного содержания.

Появились жанровые станции. Рок было легко классифицировать, когда он был только новым жанром. Хард-рок, андеграунд-рок, эйсид-рок и другие отростки рока требовали гибкости в форматах рок-станций.

Появились специализированные подтипы рока, и к 1990 годам преобладали новые эволюции того, что начали The Beatles на эфирных волнах. Когда молодые люди в 1990 годы начали протестовать против несправедливости и бесчувственности 1980-х, современная музыка снова отразила политический подтекст, но звук стал громче, жестче и назывался рэп. В следующем десятилетии рэп породил хип-хоп, альтернативу и акустику.

Новые каналы распространения музыки.

В Штатах кантри и западная музыка стали основным радиоформатом с впечатляющим ростом в 1970 годы, завоевав удивительный успех на городских и небольших рынках. В 1980-е и, в некоторой степени, 30 лет спустя, возрождение джаза и звучание биг-бэндов принесло возврат этих форматов в эфир.

Сегодня можно слушать музыку практически любого типа или подтипа, какую только пожелаете — но не обязательно по радио. Кабель, спутник и интернет предлагают буквально сотни музыкальных станций или каналов. Конкуренция между музыкальными радиостанциями и каналами стала интенсивной.

Некоторые музыкальные программы разрабатываются вокруг центральной темы: личности, события, местности — все, что может придать им единство. Автор — тот, который готовит сценарий или краткий перечень материалов — может найти идеи для основных тем во многих местах: особые дни, национальные праздники, годовщина рождения музыканта, новый фильм популярной поющей звезды, национальное или международное событие, которое предлагает определенную тему, такую, как любовь, война, приключения, коррупция, наркотики и так далее. Сами музыкальные произведения должны иметь четкое отношение друг к другу, и немусикальные переходы должны указывать на эти отношения.

Разнообразие важно в любой музыкальной программе, которая должна отражать элементы любой хорошей развлекательной программы.



Книга: Как писать для тв, радио и новых медиа

Лекция: Музыкальные форматы

Автор лекции: Камила Жусупова

Диджей-продюсер-писатель должен анализировать потенциальную аудиторию — так же, как продюсеры и авторы рекламных роликов. Программа не должна преуменьшать аудиторию или потворствовать низкому уровню вкуса. Диджей-продюсер-писатель в значительной степени формирует и определяет вкусы в популярной музыке. Независимо от того, какой тип музыки используется, представьте лучшее из этого типа.

Как вы определяете, что ваша аудитория считает лучшим?

Проверьте, какие песни и исполнители наиболее популярны среди вашей аудитории. Один из способов — анализировать чарты.

Никогда не забывайте, что публика настраивается на программу, потому что ей нравится именно этот музыкальный формат. Причины для прослушивания могут отличаться: для отдыха, расслабления, обучения, танцев, фона во время работы или езды в автомобиле или многих других целей. Это предполагает необходимость придерживаться единого типа музыки. Смешивание Бетховена с рэп-музыкой очевидно, не самый эффективный способ привлечь и удержать аудиторию.

Тайминг программ в эфире должен быть точно выстроен, с учетом музыкального плейлиста, реплик ведущего, рекламных роликов, возможного участия слушателей. Все это указывается в сценарном плане поминутно.



Каждое шоу должно иметь своего рода краткое изложение или схему. Даже обычная эфирная смена диджея имеет свой план.

Совсем немногие радиоведущие могут прийти в студию без какой-либо подготовки к конкретной программе и создать действительно хорошее профессиональное шоу. К сожалению, слишком много диджеев, которые думают, что они могут это, на самом деле не могут.

Радиодиджеи делятся на линейных диджеев и ведущих программ.

Линейный диджей отвечает за эфирное наполнение радиостанции в течение нескольких часов по определенным дням или неделям. Этот человек формирует свой собственный стиль общения со слушателями. Его задача — создать такое настроение, чтобы тому, кто настроился на волну радиостанции, не хотелось переключаться, чтобы эфир был нескудным, не раздражающим, а интересным и вызывающим только положительные эмоции. Приняв звонок от слушателя, линейный диджей должен показать себя одновременно и веселым, и вежливым человеком.

Другая часть работы линейного радиодиджея – представлять музыку и запускать ее запись в эфир.

Причем, как и у клубного диджея, здесь важным считается умение сделать переход от одной композиции к другой незаметным. Для этого нужно профессионально работать с микшерским пультом.

Линейный диджей должен грамотно организовать эфир. В определенные моменты ему нужно сообщить информацию о погоде, пробках, вовремя запустить рекламный блок, включить микрофон ведущего новостей, тематических передач и т.п.

Что касается ведущего отдельных программ, то он отвечает только за свою передачу, которая может проходить как в прямом эфире, так и в записи. Если речь идет о какой-либо информационной программе, ведущему нужно быть экспертом в соответствующей проблематике.

Необходимые профессиональные навыки и знания:

- умение работать с необходимой аппаратурой (фэйдер, микрофон, телефон и пр.);
- знания в области музыки, музыкальных исполнителей, музыкальных композиций, новинок музыкальной индустрии;
- поставленная речь и навыки ораторского мастерства;
- навыки работы в прямом эфире, общения со слушателями;
- навыки интервьюирования любого собеседника.



Книга: Как писать для тв, радио и новых медиа

Лекция: Музыкальные форматы

Автор лекции: Камила Жусупова

- хорошая дикция, приятный голос, умение выходить из неловких ситуаций;
- эрудированность, умение четко формулировать свои мысли; хорошее чувство юмора, позитивность.

Но что еще важно?

Просто красивый голос или просто остроумная или привлекательная личность — этого недостаточно для сегодняшней успешной радиостанции. Все хитрости, уловки, форматы, точки зрения были опробованы в той или иной форме.

Ключ — это вовлечение сообщества — информация, поданная с определенной целью, и непрерывность звука (музыки и личности).

Профессиональные ведущие выходят в эфир каждый день с толстой папкой с вырезками, личными наблюдениями, письмами от слушателей, они полностью проинформированы обо всем, что происходит, что важно в новостях, в спорте, в специальных мероприятиях в сообществе, в запланированных специальных трансляциях, выходящих за рамки обычной повестки на этот день и неделю.

Можно с уверенностью сказать, что когда человек проводит гладкое, информативное, профессиональное шоу, которое пробуждает воображение и любопытство — это все благодаря многочасовой подготовке.

Без подготовки, предыстории, неподдельного интереса к миру и усердного внимания к получению информации, вещатели мгновенно погружаются в посредственность.

Основные термины: музыкальные форматы, радиопрограммы, радиодиктор, реалити-шоу, аудиовизуальные СМИ, интернет-пространство, радиийный диджей, плейлист, сценарий эфира, формат вещания, радиоформат, маркетинговая направленность, музыкальное радио, информационное радио, радио общения, радио погоды, форматировать, неформат, специализация, программирование станции, станция полного обслуживания, музыкальные программеры, тайминг программ, линейные диджеи, ведущие программ.

Список рекомендуемой дополнительной литературы

1. Памела Дуглас «Искусство сериала: Как стать успешным автором на TV»
2. Джордж Пирс Бейкер «Драматическая техника»
3. А. Ласманис «Телевидение в воспитании детей: анализ исследований»
4. А.Г. Качкаева, С.А. Шомова, Е.Г. Лапина-Кратасюк, Г. Амирханова, Ю.П. Пургин «Мультимедийная журналистика»
5. Юлия Долгова «Телевизионная журналистика. Учебное пособие для студентов вузов»
6. Н. Яременко «Как стать радиожурналистом. Работа на радио в вопросах и ответах»
7. М. Пенн, М. Файнман «Микротренды, меняющие мир прямо сейчас»
8. Е. Криницын «Как брать интервью. 8 мастер-классов от лучших журналистов России»
9. А. А. Амзин «Как новые медиа изменили журналистику, 2012-2016»
10. А. Сурмели «Искусство телесценария. Учебное пособие»
11. NYFA.edu
12. <https://www.profguide.io/professions/radio-dj.html>
13. tv-tok-shou.site/ток-шоу-274167.html
14. kemarskaya.livejournal.com/38018.html