

Выступление по радио

Антье Шварцмеер / Перевод Татьяны Максюк

Никакого страха перед выступлением!

Многие люди не решаются выступать по радио, поскольку они думают, что они говорят не достаточно хорошо. Они думают так вероятно потому, что у них есть акцент, или они говорят на диалекте, или у них не подходящий для радио голос. Или потому, что вместо «е» произносят «э». Но кому решать, кто говорит хоршо, а кто нет, кто говорит правильно, а кто нет. Язык - вещь сугубо индивидуальная. Несмотря на это существуют определенные правила, которые помогают понятно выразаться, выступая по радио.

Как привлечь слушателей

Цель радиопередачи заключается в том, чтобы привлечь как можно больше слушателей. Получится это или нет, зависит от того, насколько вы смогли их заинтересовать. Поэтому стоит поразмыслить о том, как обратиться к публике, как написать текст, как построить свои фразы и свою речь и как вызвать образы в сознании слушателей



Радиоречь это произносимый язык

Когда мы слушаем радио, то в лучшем случае мы чувствуем себя так, как будто обращаются непосредственно к нам. Это происходит тогда, когда диктор говорит на «нашем» языке. Это означает на языке, с помощью которого мы общаемся в повседневной жизни. Это звучит просто, но на самом деле все не так легко, потому что большинство из нас привыкли к специальному письменному языку, на котором мы пишем. Этот язык сильно отличается - по крайней мере на той территории, где говорят по немецки - от разговорного языка. Если по радио слышится, что диктор говорит как-бы спонтанно, то это не означает, что все действительно так. Все радиотексты предварительно тщательно готовятся, т.е. пишутся полные тексты или хорошо подбираются ключевые слова. Все это делается для того, чтобы высказывания точно и без лишних слов дошли до слушателей.

Для разработки текста, который мы будем произносить по радио, мы должны снова отучиться от изученного письменного языка.

Писать так, как мы говорим, требует тренировки.

Построение радиотекста

Структура текста должна быть простой и ясной. Такое построение желательно сохранять и в выступлении, чтобы слушатели без труда могли следить за услышанным. При этом введение чаще всего берет на себя функции заголовка и сообщает слушателям, о чем будет идти речь. По ходу передачи мысли должны следовать одна за другой и логично соединяться друг с другом. Чем длиннее текст, тем важнее мысленно поделить его на логические части, и также например на подзаголовки. В длинном тексте должны также использоваться акустические сигналы, такие, как пауза, изменение тембра голоса или музыка.

Введение

Первые сказанные предложения предрешат, останутся ли радиослушатели с вами дальше или нет. Их функция заключается в том, чтобы заинтересовать и заинтриговать темой передачи. Поэтому очень важно подробно обдумать начало передачи. Для новостей существует правило: прежде всего - самое главное и при этом в самом первом предложении. В других видах передач можно подойти к введению более творчески и с фантазией, чтобы пробудить любопытство радиослушателей и суметь создать атмосферу внимания. Но при этом слушателей нельзя долго держать в неведении о том, о чем будет передача. Совет: будьте осторожны, выстраивая текст хронологически. Это совсем непригодно для радиоэфира. Значительно лучше, если придерживаться принципа «здесь» и «сейчас». Это позволяет навести мосты с повседневной жизнью слушателей.

Повторение на радио целесообразно и позволительно

Слушатель не может запомнить все, что было сказано. Он не может также, как он мог бы при чтении газеты, пробежать глазами еще раз все заголовки, чтобы напомнить самому себе, о чем шла речь. Поэтому помогает повторение центральных мыслей и названия еще раз того, о чем говорилось. При этом, в отличие от письменного языка, допускается использование тех же самых слов. Повторять нужно главную информацию, тезисы и основные положения. Большая помощь будет слушателю в том, если произнести короткое резюме вышеизложенного прежде чем рассматривать новые аспекты.

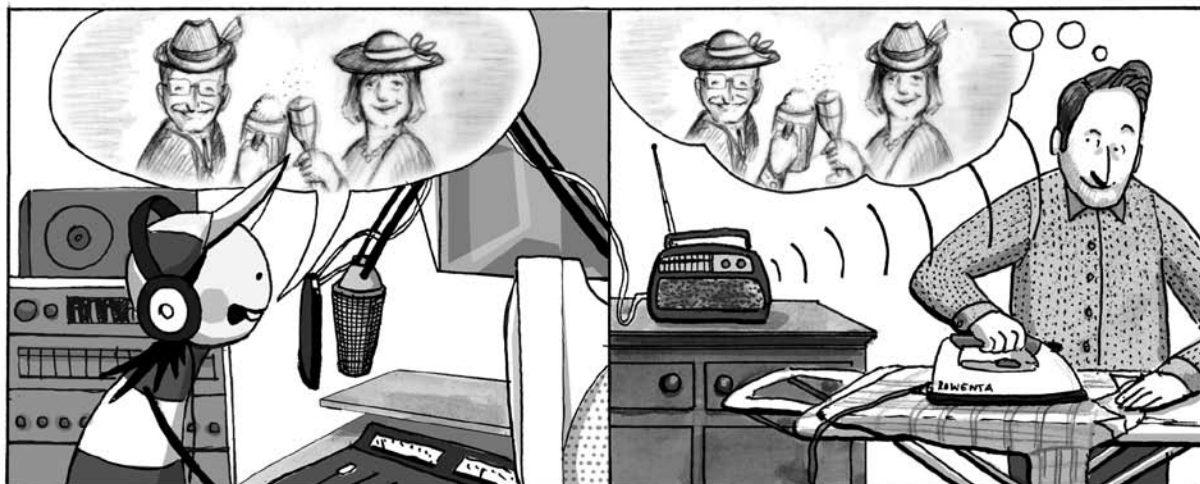
Советы по поводу ясного и живого языка в радиотекстах

Тексты по радио произносятся только на разговорном языке. В отличие от телевидения, газет или личной беседы здесь нет зрительной поддержки сказанному. Нет иллюстраций, нет жестикюляции, нет мимики. Вместо этого все функции на себя берет голос. Для того, чтобы слушатель имел ясное представление о сказанном, необходимо говорить понятным языком, который в точности описывает сказанное, вызывая ассоциации, образы и понимание.

Конкретное вместо абстрактного

Очень важно уметь в разговорной речи так точно описать предметы, людей, ситуации, чтобы слушатель сразу обо всем получил определенное представление. Основу такого однозначного речевого описания составляет точное наблюдение и восприятие при подготовке текста. К слову, только после того, как стало понятным, о чем идет речь, можно подобрать этому точные выражения. Это можно отчетливо продемонстрировать на следующем примере:

абстрактный язык: типичная весенняя флора
конкретный язык: примулы, подснежники и крокусы



Побуждать с помощью глаголов

Тексты оказывают живое и динамичное влияние прежде всего благодаря глаголам, так называемым «словам-действиям», т.к. они очень дифференцированно выражают действие. Так, только для одного феномена «*продвигаться на двух ногах*» существуют следующие выражения: «идти», «бежать», «прыгать», «идти пешком», «прогуливаться», «спешить», «бежать рысцой» и т.д.

Осторожно с прилагательными

Качественные прилагательные, типа «красный», «мягкий», «прозрачный» помогают подкрепить и конкретизировать представления слушателей о предметах. Однако, если использовать слишком много прилагательных и мало глаголов, то текст производит впечатление застывшего. Существует еще и другая проблема с прилагательными: часто наряду с описанием производится и оценка описанного. Однако как радиослушатель, человек сам хочет составить мнение о том, является что-то «красивым» «интересным» или «плохим». Оценочные прилагательные оказывают в этом случае преждевременное действие.

Актив вместо пассива

Активная форма глагола в устной речи выглядит более привлекательной, обращается непосредственно к слушателям и звучит более живо. Преимущества использования актива: известно действующее лицо.

Пример:

пассив: «Музыку сыграли на высоте 2500 м»

актив: «Ганс Мейер сыграл эту музыку на высоте 2500 м»

Избегать лишних слов

Лишние слова мешают слушать. Когда мы начинаем говорить без подготовки, то мы используем лишние слова, заполняя ими паузы и скрывая свою неуверенность. В радиовыступлении следует непременно их удалять. Это такие слова, как «итак», «просто», «и», «как говорят», «ну», «повторяю», «типа», «да»...

Избегать пустых фраз

Языковые образы, метафоры и описания должны быть верными, чтобы слушатель мог составить ясное представление об услышанном. Употребляя пустые фразы или несоответствующие образы достигается противоположный результат. .

Избегать иностранных слов и профессионального языка

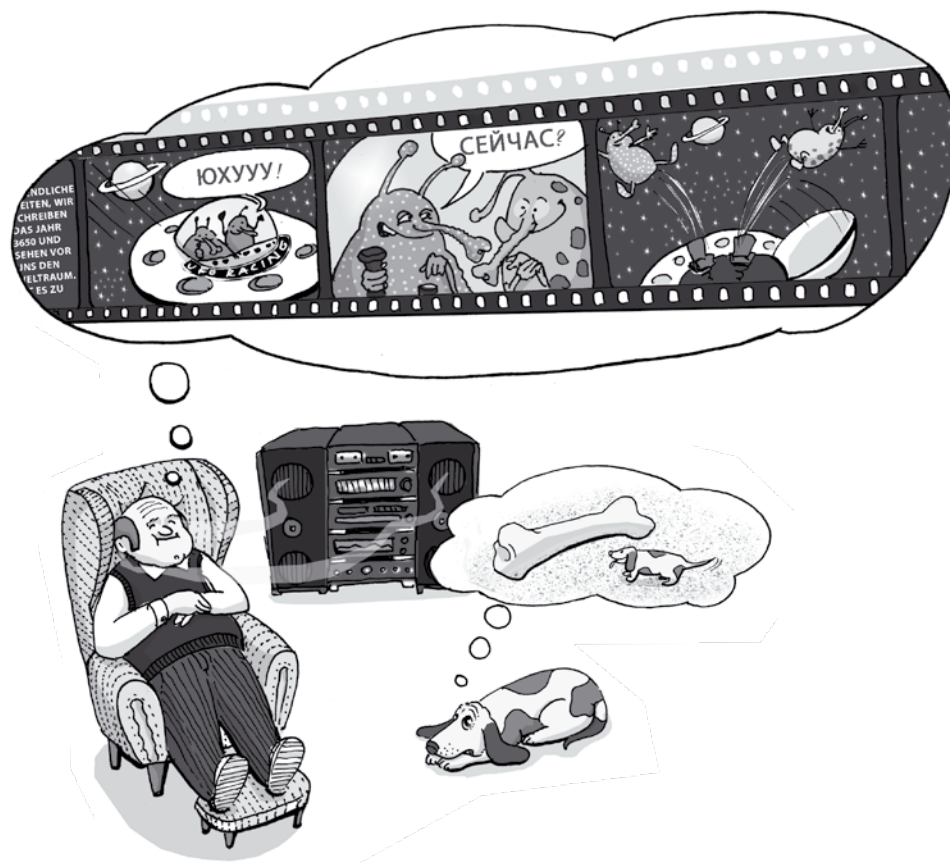
Сложные формулировки, специальные термины и иностранные слова затрудняют понимание и прослушивание.

Осторожно с числами!

Числа на слух воспринимаются с трудом, поэтому нужно стараться их избегать или упрощать. Например, дату 28.06.2005 можно заменить словами «сегодня», «вчера», «послезавтра». Вместо 9.30 лучше произнести «полдесятого», вместо 9.28 сказать «около половины десятого» или, если это не так важно, то сказать «в первой половине дня». Внимание: указание времени должно всегда соответствовать данной передаче! Статистику также необходимо упрощать. Вместо «3412 из 10000 опрошенных ответили» можно сказать «треть опрошенных ответили». Также сравнения типа «большой, как футбольное поле» делают числа представимыми.

Рассказывать в ситуациях

При описании некоторой ситуации хорошо бы сконцентрироваться - пространственно, во времени или на некоторой личности. Автор должен дать «снимок» определенного места перед началом передачи.



Например:

Среда, вечер, в павильоне на Вайнберге в центре Берлина. В девять вечера уже нет ни одного свободного места, но молодежь все еще пытается втиснуться в уже полностью прокуренное пространство. Она шлепается на черные диваны из искусственной кожи, гримасничает в отражениях на стене и пьет пиво. Этот павильон с обстановкой в духе шестидесятых годов является хипом и хипом являются также протагонисты этого мероприятия: сурфпоэты.

Ситуация должна быть описана таким образом, чтобы все органы чувств слушателя оказались задействованы. Например, если комната прокурена, то он должен почувствовать запах сигарет, если в ней толкотня, то он должен это ощутить и т.д.

Ритм речи

Тексты, в которых все предложения построены по одному и тому же принципу получаются скучными. Если строить текст, нужно обязательно думать о динамике и ритме. Иногда полезно выбрасывать из текста глаголы, чтобы непосредственно очутиться в данной ситуации. Здесь также нужно ориентироваться на разговорную речь

Пишите разборчиво

Размер шрифта 12 - 14, расстояние между строками -1,5. После того, как текст готов, его необходимо прочитать вслух, чтобы проверить, можно ли то, что написано, прочитать, т.е. произнести вслух.

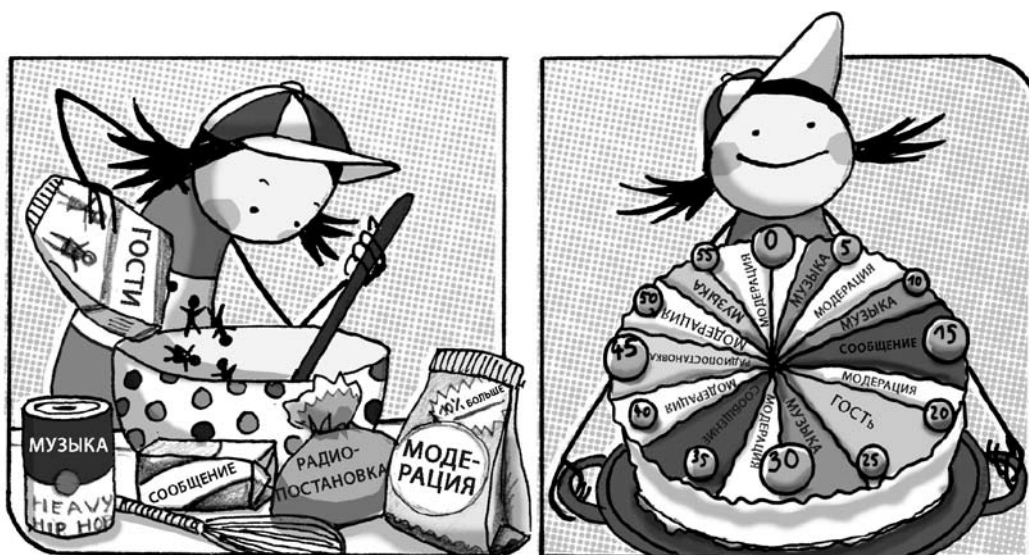
Ведение передачи

Антье Шварцмеер / Перевод Татьяны Максюк

Ведущий(ведущая) ведут передачу. Тексты, которые они произносят, называются «модерацией». Это означает, что перед ведущими стоят одновременно 2 основные задачи:

- посредством простого языка структурировать передачу
- заинтересовать, развлечь и со вкусом подать содержание

Здесь нужен творческий подход!



Отдельные задачи ведущих:

- Дать обзор о характере и событиях данной передачи (например, вначале передачи ознакомить слушателей с темой или темами предстоящего эфира).
- Заинтересовать слушателей содержанием подготовленной программы.
- despertar el interés de los oyentes hacia las contribuciones y enfocar las presentaciones exactamente sobre el comienzo de las contribuciones
- Вести слушателей через передачу, сопровождать их по ходу всей программы и тем самым намечать красную линию передачи. К этому относится создание необходимых переходов от одного пункта программы к другому.
- Создать, благодаря личной индивидуальности, стиль и атмосферу данной передачи.

Манера обращения

Чувствуют ли радиослушатели, что обращаются к ним, во многом зависит от так называемой «манеры обращения». Другими словами, это зависит от того, действительно ли ведущий обращается к публике, или же в говорит сам с собой.

Трудность заключается в том, что ведущий, как правило, находится в студии один, а многочисленная публика, с которой он общается, невидима.

Поэтому есть простое правило, представить себе в студии слушателей! Так как если действительно хочется привлечь публику, то выражение, звучание голоса автоматически усиливается.

Одна маленькая уловка: помогает вообразить публику или мягкая игрушка или чья-то фотография, поставленные перед собой в студии.



Что бы найти соответствующую манеру разговора, необходимо для самого себя уяснить, каким образом ты хочешь общаться с публикой:

читать, зачитывать, рассказывать, комментировать, декламировать, излагать, цитировать, описывать, изображать, передавать, докладывать, сообщать, информировать, разъяснять, ознакомлять, объявлять и т.д.

Язык, мысли и чувства составляют одно целое

Только тот, кто думает вместе с тобой и понимает, что он говорит, только тот, кто видит перед собой то, что он рассказывает, только тот, кто мыслями и чувствами погружен в текст, только он может донести текст до слушателей. Что отсутствует в мыслях /чувствах, того не найти и в голосе!