



Комментарий ди-джея. Что это такое?

Теперь поговорим о том, как устроен комментарий. Наш комментарий нельзя однозначно отнести ни к устной, ни к письменной форме речи. Являясь по сути устным, он остается письменным по структуре.



Искусство ди-джея заключается в умении выбрать для своего комментария такие слова и синтаксические структуры, чтобы написанное, в сочетании с яркими интонациями, напоминало разговорный язык, и в эфире создавалось впечатление спонтанного текста. Даже самые удачные утренние шоу, текст которых невозможно дословно записать по причине большого количества импровизаций, во многом опираются на заранее подготовленные печатные материалы, которые готовятся продюсерами и райтерами.

Эта особенность комментария ставит перед нами важный вопрос. Писать или не писать себе тексты?

Некоторые ди-джеи категорически против написания текстов. Мол, это приводит к тому, что ди-джей начинает говорить, как робот.

Уметь произносить естественно то, что написано, и писать так, чтобы написанное было похоже на живую речь, – в этом заключается наше мастерство!

Это умение – признак профпригодности!

Написанные самостоятельно комментарии дают нам море преимуществ:

1. Их можно редактировать, убирать ошибки;
2. Они позволяют сохранить логику, избежать казенщины и слов-паразитов;
3. Они точно укладываются в хронометраж;
4. Их можно сохранить для дальнейшей работы и использования;
5. Они поддерживают в экстремальной ситуации;
6. Работа над ними развивает речевые и литературные навыки;
7. Они помогают в общении с руководством.

На всех радиостанциях, где мне приходилось работать, этот подход к ди-джейским комментариям активно практикуется. Его правильность подтверждается многолетним опытом, накопленным коммерческим радио, в том числе зарубежным.

Таким образом, выход один – писать и писать умело.

Но не забывайте, что наши тексты,

как и шутки, хороши к месту и ко времени. Поэтому писать комментарии на два дня вперед – глупость. Они эмоционально устаревают! Кто знает, что может произойти с вами за это время, и какие свежие мысли могут прийти в вашу голову перед шоу? Лучше писать часть комментариев перед эфиром, часть – во время него, но не заранее.

В зависимости от задач, которые ставит перед ди-джеями формат и руководство, нам приходится выбирать различные стили речи (чаще всего мы пользуемся разговорным и публицистическим, реже – художественным) и работать, учитывая особенности жанров. Это происходит по той причине, что ди-джеи в той или иной степени имеют отношение ко всем элементам музыкальной радиостанции, за исключением, пожалуй, новостей и обзора прессы. Возможны, конечно, варианты, но в каждом отдельном случае решение о той или иной стилистической принадлежности эфирного элемента принимает программный отдел.

Таким образом, комментарий ди-джея (выход, подводка, speak, dj talk, segue, micro и т.д.) – это речевой способ воздействия на слушателя, функцией которого является установление и поддержание эмоционального контакта между радиостанцией и ее аудиторией. Факты, события, явления, ситуации, которые могут вызвать улыбку, интерес, разжечь любопытство, развлечь слушателя, являются предметами комментария. Их яркая личностная оценка ди-джем, творческая редакторская обработка и оригинальная подача в эфире корректируют отношение аудитории к полученной информации, позитивно влияют на настроение слушателя и, таким образом, повышают уровень его лояльного отношения к радиостанции. Вот за счет чего мы влияем на рейтинги.

Из чего состоит комментарий? ЭТО ВСЕ ЭЛЕМЕНТЫ ШОУ, ПРЕДСТАВЛЕННЫЕ В ДВУХ ИПОСТАСЯХ: интрига («крючок») и разоблачение. В различных комбинациях. Это основные части комментария, помогающие заставить слушателя как можно дольше не выключать радиоприемник. Именно они наполняют смыслом

нашу речь. В ней – шутка и серьезная мысль, правда и вымысел. В ней – юмор, много личного, ирония, насмешливая серьезность, карикатура и преувеличения. Значит, фактическая речь, о которой мы говорили в первой беседе, является ярким выражением непрофессионального подхода к работе, либо отсутствием понимания функций ди-джея на радио.

Если у вас есть какая-то информация, шутка, что-то оригинальное, необычное и вы точно знаете, что это заинтересует слушателя, не надо превращать этот материал в прочитанную по радио новость. Разыгрывайте любую новость! Делайте шоу (развлекайте)! Разбейте информацию на части. Что-то отправьте в интригу («крючок», возможно, и не один), а что-то – в информативную часть, в ее разоблачение. Вот тогда любая мелочь будет работать на удержание аудитории, а announcer превращается в ди-джея.

Так что же такое «крючок» или teaser (определение ниже, мне больше нравится русский аналог) и в чем заключается умение интриговать слушателя? На факультетах журналистики для объяснения понятия новость часто используют метафору: «Если собака укусила человека – это не новость, а вот если человек укусил собаку – новость». Вот как может выглядеть метафора – «крючок» в продолжение этой истории.

Как вы думаете, будут ли слушать вашу радиостанцию, если вы пообещаете, что через полчаса проясните ситуацию и в прямом эфире возьмете интервью у того самого укусенного человеком пса? Интрига? Конечно! Вы можете даже не приводить обиженную псину в студию, а только создать иллюзию этого интервью. Создать звуковую картинку. Это будет еще забавнее, еще интереснее. У вас есть миллион технических способов сделать подобное на самом высоком уровне. Легкомысленно? Возможно. Но это и есть суть того, что называется РАЗВЛЕКАТЬ. Любому слушателю легко включается в подобные игры. При этом уровень интеллектуальности интриги в зависимости от формата радиостанции может как повышаться, так и понижаться. Но обойтись без нее вообще – нельзя. Если же вы считаете: ваша аудитория слишком серьезна и целиком состоит из одних зануд, то не тешьте себя мыслью, что их можно развлечь. Эта задача не имеет решения.

Итак, комментарий по своей сути может быть «крючком» (анонсом, промо, обещанием раскрыть подробности, дать ответ и т.д.) или разоблачением (сутью анонса, новости, викторины и т.д.).

Сразу отвечаю на вопрос: «Зачем

делать «крючок» и обещать рассказать о чем-то интересном, если можно сразу это сделать? Взять и сразу интересное рассказать». Ответ очень прост и в нем – философия «крючка», анонса. Наши комментарии настолько коротки, скоротечны, что мы не успеваем все и сразу рассказать слушателю. Мы живем в ритме нашей аудитории: мобильно, быстро, современно, поэтому на длинные разговоры нет времени. А рассказываем о событии в два приема («крючок» плюс разоблачения), потому что, по законам человеческого восприятия, новость, которая анонсируется, запоминается лучше. Закон психолингвистики, который нам на руку. Время, на которое мы удерживаем слушателя на нашей частоте «крючками», работает на нашу прибыль. Это время непрерывного прослушивания, которое так ценят рекламодатели. Это суть нашей работы – удержать внимание. Развлекательная новость, рассказанная сама по себе, не удерживает слушателя. Он услышал, сказал про себя спасибо и переключился. ПРОСТО РАЗВЛЕКАТЕЛЬНАЯ ИНФОРМАЦИЯ – НЕ ШОУ! В следующей беседе поговорим о структуре комментария.

В какой части эфира музыкальной радиостанции располагается комментарий ди-джея? Вот три основные позиции:

1. Между песнями;
2. После песни перед немusикальным событием эфира (реклама, тематическая программа и т.д.);
3. После песни перед новостями (частный случай пункта 2, потому что новости – немusикальное событие).

Расположение влияет на содержание комментария. Перед новостями обычно дается анонс часа или анонсируется какое-то важное событие часа (история, игра, викторина и т.д.).

Перед немusикальным событием обычно анонсируется музыка, которая будет после него, чтобы слушатель не отключился во время немusикального события.

Между песнями чаще всего используется информация о музыкантах или о самой музыке.

Однако эти правила не являются аксиомами. Все зависит от конкретного плей-листа и сегмента.

В обязанности ди-джеев входят часто сообщения о погоде, пробках и т.д. К ним относятся практически все закономерности, касающиеся ди-джейских комментариев.

У комментария также есть структура. Чем лучше текст организован, тем больше он помогает восприятию. Наиболее распространенной в журналис-

тике является трехчастная форма. Вступление, основная часть, заключение. Но нам некогда тратить время на объяснения. С учетом быстротечности наших выступлений традиционная структура комментариев постоянно подвергается коррекции. Например, из экономии времени максимально сокращается либо вообще удаляется вступление или заключение. Кроме того, в их роли может выступать исключительно ID-информация: имя ди-джея, частота, название радиостанции. Что выгоднее использовать в качестве начала и окончания комментария, каждая радиостанция решает по-своему. Кто-то выбирает сервис, кто-то смысл. Мой выбор – творческое комбинирование первого и второго.

Схематично комментарий можно изобразить вот так:



ID (англ.) – Элемент комментария ди-джея. Упоминание ди-джем атрибутов радиостанции, своего имени, названия песни или иного элемента эфира в своих комментариях.

T&T (англ.) – time & temperature. Элемент комментария ди-джея. Обязателен в утреннем шоу. В остальных сегментах используется исходя из логики эфира.

Body text (англ.) – основной текст. Элемент комментария ди-джея, который содержит основной смысл сообщения.

Teaser (англ.) – заставка, рекламная приманка, «крючок». Элемент комментария ди-джея, который помогает удерживать внимание слушателя. В «крючке» не сообщается всей необходимой информации, но содержится указание на то, что отсутствующие сведения будут даны в последующих комментариях, чуть позже.

Punch line (англ.) – Элемент комментария ди-джея. Финальная фраза, в которой содержится «соль шутки». Эта самая яркая часть комментария должна заставить слушателя задуматься или улыбнуться. Особенно важны подобного рода фразы перед рекламой в качестве средства удержания внимания слушателей.

В качестве Body text и TEASER может быть игра, викторина, все что угодно. Блоки, в зависимости от творческих задач, также могут меняться местами. В целом, данная схема подходит к любым комментариям, независимо от сегмента, от утреннего до ночного шоу. Одним словом, шоу без структуры не бывает!