

БРИФ ЗАКАЗА ВИДЕОРОЛИКА

Все поля обязательны для заполнения:

Формирование цены:

Эконом

Стандарт

Особый

Сценарий видеоролика:

Изготовлен студией

Предоставляется заказчиком

Сценария нет

Хронометраж:

Минут: секунд:

Тип ролика:

Рекламный видео ролик

Видеопрезентация

Видеосъемка

Видеоинструкция

Другое:

Техника исполнения:

Анимация на основе фотографий

Графический ролик с 2d анимацией

Графический ролик с элементами 3d анимации

Графический ролик на основе 3d анимации

Съемка без постановки

Съемка с постановкой

Другое:

Диктор:

На усмотрение студии

Без диктора (только музыкальная дорожка или эффекты)

Диктора предоставляет заказчик

Указанный:

Текст:

Музыка:

Предоставляет заказчик

Без музыки

Только эффекты

Музыка от нашей студии

Пожелания по музыкальному оформлению:

Авторские права:

Лицензионная музыка

Авторская музыка

Подтверждение авторских прав не требуется

Шумовые эффекты в аудио дорожке:

Чем вы занимаетесь: в какой сфере работаете, какие товары или услуги предлагаете?

Зачем нужен видеоролик: какую цель вы ставите и как видите ее достижение?

Какие требования вы предъявляете к видеоролику: обязательная информация, которую следует донести до потребителя; какое настроение должно быть заложено; какая идея должна быть донесена до потребителя?

Целевая аудитория слушателей (пол, возраст, социальный статус):

Напишите все необходимые составляющие, которые обязательно должны присутствовать в видеоролике. Это может быть логотип (если имеет значение процент занимаемой площади - укажите это), желаемое цветовое решение, неприемлемые цвета:

Четко напишите всю текстовую информацию видеоряда. Обязательно укажите все содержимое, которое необходимо текстово отобразить в видеоролике. (Чаще всего забывается такая информация: живой звук; даты действия акции; перевод на украинский/русский/другой язык; слоган). Мы не можем точно знать, какие требования предъявляет разместитель, уточните эти данные там, где вы будете размещать ваш видеоролик):

Укажите все пожелания, которые вы посчитаете необходимыми для решения поставленных задач:

Технические характеристики.

Укажите формат готового видеоролика. Эту информацию вы можете получить там где вы планируете размещать свой видеоролик (радиостанция, телеканал, рекламное агентство обслуживающее плазменные панели и др.).

Если у вас есть вопросы по форматам свяжитесь с нашим менеджером для консультации.

Какие материалы вы можете предоставить и какого они качества. Фотографии и видео должны быть достаточного размера (то есть не меньше указанного формата видеоролика). Если предоставленные материалы недостаточного качества, то следует понимать, что качество готового ролика заметно пострадает.

Сроки:

Предполагаемый бюджет:

Кто будет работать над проектом со стороны клиента: один или несколько человек, какой у него/них опыт в области рекламы. Кто является лицом, принимающим решения?

Как вы видите себе рабочий процесс: какие формы общения предпочитаете (только почта/ скайп/ телефонные переговоры), как предпочитаете

наблюдать за процессом (контролировать на всех этапах/ уделять внимание ключевым моментам/ полностью отпустить процесс и видеть только результат).

Заказчик:

Электронная почта:

Телефон для обратной связи:

Нужен ли документ на ролик? (да, нет)

Отправляя данный бриф в работу вы соглашаетесь с правилами написанными ниже:

ПРАВИЛА ЗАКАЗА ВИДЕОРОЛИКА

Предоплата и постоплата

С новыми заказчиками мы работаем по 100% предоплате, после отправки заявки менеджер свяжется для уточнения формы оплаты. После решения всех вопросов заявка будет принята в работу.

С постоянными заказчиками мы работаем по принципу постоплаты.

Допустимы этапы утверждения видеоролика, когда вносится часть предоплаты и заказчик получает только часть изготовленного видеоролика. После утверждения части работы снова вносится предоплата и работа продолжается.

О возможности поэтапной оплаты и утверждения уточняйте у нашего менеджера.

Принятие заявки в работу

Заказ считается принятым в работу с момента получения сообщения с подтверждением на электронную почту заказчика.

Если вы не получили подтверждение в течение нескольких минут после отправки вашей заявки, свяжитесь с нашим менеджером.

Принцип работы: Эконом, Стандарт, Особый

Информацию относительно ограничений, а также дополнительных возможностей при выборе одного из пунктов меню «Формирование цены» уточняйте у менеджера.

Пожелания заказчика и дополнения в процессе работы

Работа над заявкой осуществляется исключительно по тем пожеланиям, которые заказчик указывает в он-лайн форме.

Любые дополнения и изменения, которые заказчик вносит в техническое задание после отправки начальной заявки (через он-лайн форму, по электронной почте, телефону, скайпу или icq) считаются принятыми только после личного подтверждения менеджера о принятии таких изменений.

Подтверждение высылается на e-mail заказчика.

Изменения, которые внесены после выполнения работы, а также в тех случаях, когда они не подтверждены менеджером, считаются как новый заказ и оплачиваются отдельно.

Ответственность за ведение проекта

Ответственность за принятие решений, замечаний и пр., а также финального утверждения видеоролика лежит на лице, которое указано в брифе как «ответственное».

В случаях, когда в брифе указано одно лицо (например, менеджер), а на деле принимает решения другое лицо (например, руководитель предприятия заказчика), все замечания, вносимые лицом, не определенным брифом как «ответственное», считаются новым техническим заданием и оплачиваются отдельно.

Если менеджер компании заказчика или рекламное агентство, выступающее посредником в работе и в иных случаях, не имеют возможности принимать решения самостоятельно, студия принимает только те решения и указания, которые идут от вышестоящего уполномоченного лица и считает их окончательными.

Всю ответственность за достоверность переданной информации берут на себя сотрудники компании заказчика или рекламное агентство, которое сопровождает проект.

Виды видеороликов

Видеоролики могут быть различной сложности. В некоторых случаях для уточнения всех деталей, сроков и стоимости заключается отдельное соглашение (договор), в котором подробно прописываются все требования заказчика и исполнителя.

О необходимости заключения подобного договора сообщает менеджер после ознакомления с техническим заданием.

Этапы утверждения видеоряда/графики (без учёта звуковой дорожки)

Создание видеоролика — сложный технический процесс, который состоит из различных этапов производства. Каждый этап проходит утверждение заказчиком, после чего **внесение изменений в утвержденные этапы сказывается на финальной стоимости видеоролика и сроках его производства.**

Работа с раскадровками

Если ролик изготавливается на основе раскадровки, предложенной заказчиком, или утвержденной заказчиком раскадровки, предоставляемой студией, любые изменения и замечания вносятся бесплатно только в рамках технического задания и утвержденной раскадровки.

Изменение раскадровки считается как новое техническое задание и оплачивается отдельно. Также это влияет на сроки изготовления видеоролика.

Если ролик изготавливается без раскадровки, то видение видеорежиссёра является автоматически утвержденным. Возможны только мелкие правки со стороны заказчика, которые не влияют на чрезмерное увеличение сроков выполнения заказа. Возможность внесения таких правок принимает видеорежиссёр на основе изложенных замечаний со стороны заказчика.

Любые другие правки или изменения в ролике считаются новым техническим заданием и оплачиваются отдельно. Также это влияет на сроки изготовления видеоролика.

Утверждение графических элементов

В случаях, когда ролик состоит из нескольких сложных графических элементов, таких, например, как 3D, утверждение каждого созданного элемента происходит отдельно.

Важно помнить, что просчёт и создание сложных роликов, а особенно с элементами 3D графики, занимает порой немалое время и все изменения, вносимые в процессе работы, отразятся на сроках создания видеоролика.

В различных видах роликов могут быть разные составляющие, к которым по отдельности применяются свои правила и сроки производства.

Хронометраж видеоролика

Хронометраж должен учитывать озвучку диктора (если таковая предусмотрена) и все требования по паузам и эффектам в ролике. Как правило, работа над видеороликом начинается с подготовки звуковой дорожки. Звуковая дорожка является основой, однако нужно верно рассчитать появление различных элементов на экране, вне звуковой дорожки, если это предусмотрено сценарием. Не всегда можно точно на этапе сценария определить точный хронометраж для каждого отдельного кадра, так как на практике это может влиять на логику и смысл ролика.

Качество материалов предоставляемых заказчиком

1. В тех случаях, когда заказчик предоставляет свои материалы для изготовления видеоролика, будь-то диктор, аудиодорожка, графические элементы, фотографии или видеоматериал, они должны быть надлежащего качества и не нарушать авторских прав третьих лиц.

2. Если заказчик настаивает на использовании материалов в ролике материалов ненадлежащего качества, студия вправе отказаться от изготовления видеоролика или считать автоматически утвержденным результат такой работы.

Внесение любых правок в таком случае будет считаться новым техническим заданием и оплачиваться отдельно.

Дикторская озвучка

Если для создания ролика необходима дикторская озвучка, то это считается отдельным этапом работы, на который распространяются следующие правила:

Особенности работы с диктором

Подавая заявку на дикторскую озвучку в чистом виде или в составе (аудио- или видео ролика) вы принимаете во внимание специфику работы диктора/актёра.

Вы соглашаетесь с правилами и принципами работы диктора/актёра.* (Этот пункт правил дан ниже.)

Стоимость озвучки

Стоимость озвучки указана в соответствующих разделах. В случаях, когда стандартную стоимость озвучки невозможно определить, цена уточняется менеджером и согласуется с заказчиком отдельно. Все финальные уточнения происходят только через электронную почту.

Количество дублей диктора

Для рекламного аудиоролика диктор делает от двух до пяти дублей записи в рамках технического задания. Ограничения по хронометражу рекламного ролика составляют от 30 до 40 секунд (в зависимости от выбранного диктора).

Закадровая озвучка делается одним дублем с вариантами дополнительных дублей сложных слов и названий по желанию заказчика.

Правки и изменения

Изменения, которые внесены после выполнения работы, а также в тех случаях, когда они не подтверждены менеджером, считаются как новый заказ и оплачиваются отдельно.

Сроки озвучки диктора

Сроки изготовления заказа указаны возле фамилии каждого диктора. Однако не исключены форс-мажорные обстоятельства. Уточнить время визита диктора можно у менеджера.

При подаче заявки в нерабочее время учитывайте график студии (уточняйте у менеджера).

Хронометраж для диктора

Указываемый хронометраж должен соответствовать реальному размеру текста.

Настоятельно рекомендуем ознакомиться с правилами образования хронометража в разделе “Хронометраж”. (уточняйте у менеджера)

Все правки, вызванные не верными данными относительно хронометража считаются как новый заказ и оплачиваются отдельно.

Правильно оформленное задание для диктора (правки и изменения)

Если в тексте не указаны ударения в именах собственных, не расшифрованы сокращения и аббревиатуры, не дана транскрипция произношения иностранных слов, не расшифрованы цифры и не даны указания произнесения букв Е и Э, то в спорных словах студия оставляет за собой право работать над текстом по своему усмотрению.

Пожелания к тексту должны писаться до начала предложения или блока, к которому они относятся.

Если в тексте неправильно расставлены или вообще отсутствуют знаки препинания, диктор читает текст на своё усмотрение, все правки в таком случае считаются как новый заказ и оплачиваются отдельно.

Тексты не должны быть целиком набраны в режиме нажатой клавиши “Caps Lock”.

Любые правки ударений и т.п. по вине заказчика после выполнения заказа оплачиваются как отдельный заказ.

Правки и изменения вносятся в следующий визит диктора, согласно расписания его работы.

Манера и стиль диктора (произношение)

Пожелания относительно манеры, стиля и высоты тона подачи диктора принимаются только на основе демо-записи диктора. Любые сторонние примеры приветствуются, однако, если подобный стиль не свойствен выбранному диктору, студия не несёт гарантии за необходимое исполнение.

Произношение любых иностранных слов диктором, не являющимся носителем языка, на котором указаны такие слова, не может быть предметом спора. Диктор может произнести эти слова только в русской или украинской транскрипции.

Правки по вине диктора

В случае, если диктор неверно поставил ударение в словах, где оно было определено заказчиком, или в словах нарушающих нормы языка, а также не учёл пожеланий заказчика, правки осуществляются бесплатно в следующий визит диктора.

Внесение корректировок осуществляется через он-лайн форму с пометкой “Корректировки” либо через электронную почту с указанием всех подробностей.

Форс-мажор визита диктора

Форс-мажорные обстоятельства. Диктор может отменить визит из-за болезни или смены расписания на основной работе (театр, радиостанция и др.). В силу психо-физиологических причин диктор не всегда может звучать одинаково (перегрузки, стресс, погодные условия).

Отдельные вопросы по работе с диктором

Студия не предоставляет возможности личного общения заказчика с диктором по телефону, Скайпу и с помощью других средств связи, если это не было оговорено при подаче технического задания.

Если в техническом задании по записи диктора не указано особых требований по обработке звука и детальной чистке текста, студия высылает заказчику звук в рабочем виде, без акустической обработки и с естественными паузами и дыханием диктора. В озвучке допустимы дубли сложных слов и предложений, а так же вариантов смысловых ударений.

Для рекламной читки предоставляется от двух и более дублей по усмотрению диктора (если иное не было оговорено с заказчиком). Объемные тексты с хронометражем от 1 минуты пишутся одним целым дублем.

Сроки изготовления звука для видео

Сроки изготовления стандартного ролика (информационного, игрового, имиджевого) — один-два рабочих дня. Вокального три дня.

Сроки могут меняться в зависимости от расписания визита диктора или вокалиста.

Сроки на нестандартные ролики обговариваются отдельно после ознакомления с полным техническим заданием и уточняются у менеджера.

При подаче заявки в нерабочее время учитывайте график работы студии (уточняйте у менеджера).

Варианты музыкального сопровождения

Стандартный ролик изготавливается в одном варианте музыкального сопровождения, если иное не оговаривается отдельно. По желанию заказчика замена музыкального сопровождения на другое производится бесплатно, если не меняются условия технического задания.

Как вносятся правки

Внесение корректировок осуществляется через он-лайн форму с пометкой “Корректировки” либо через электронную почту с указанием всех подробностей.

Нормы законов о подаче информации

Студия не несёт ответственности и не даёт консультаций относительно норм, по которым в ролике должны указываться сроки действия акции и номера лицензий, а также о нормах длительности таковых дополнений. Студия выполняет только те требования, которые указаны в техническом задании. Любые дополнения после сдачи работы считаются как новая работа и оплачиваются отдельно.

Авторские права

В случае указания в техническом задании определенных музыкальных композиций или приложением таковых к заданию (на которые у студии нет лицензии) заказчик сам несёт ответственность за соблюдение авторских прав указанных исполнителей и обязуется уладить любые споры за свой счёт.

Студия выдаёт музыкальную справку (документ на ролик) только если в задании указывается “лицензионная музыка» (документ на ролик) либо если музыка написана на заказ самой студией. За все иные варианты по вопросам авторских прав с музыкальными композициями или их частями заказчик берёт ответственность на себя.

Авторские права на готовую работу передаются заказчику только после полной оплаты и утверждение данной работы заказчиком.

Студия оставляет за собой право на использование готовой работы сделанной по заявке заказчика, в качестве демонстрационной версии, если иное не оговорено специальным договором о передаче авторских прав.

Передача исключительных авторских прав на готовую работу происходит только при подписании отдельного договора и оценивается в каждом случае индивидуально.

Срок действия лицензии на музыкальные композиции с использованием лицензионной музыки составляет пять лет.

Срок изготовления видеоролика

Срок изготовления видеоролика зависит от совокупных сроков производства отдельных частей (озвучки, подбора или написания музыки, создания графических элементов, монтажа и др.).

Важным моментом являются сроки утверждения и внесения правок заказчиком, что влияет на конечные сроки изготовления.

Студия на этапе утвержденного технического задания может огласить приблизительный срок изготовления в каждом отдельном случае.

Сроки на стандартные задачи вы можете уточнить у менеджера.

Срок хранения проектов

Проекты роликов студия хранит в течении восемнадцати месяцев. Поиск проектов роликов в архиве осуществляется только по оригинальному названию ролика, который студия присваивает ему при производстве. Студия не несёт ответственность за утрату проектов в указанный срок хранения при форс-мажорных обстоятельствах.

Отправка ролика заказчику

Отправка файла с готовым видеороликом осуществляется на e-mail, указанный заказчиком при отправке заявки через онлайн-форму. В случае превышения допустимых размеров файл выкладывается на файлообменник, заказчик получает ссылку на скачивание файла.

Срок принятия ролика заказчиком

Срок для принятия заказчиком работы или получение студией замечаний для каждого вида видеоролика после отправки файла заказчику:

Видеоролики с несложной 2D анимацией — 4 рабочих дня

Видеоролики со сложной 2D анимацией и элементами 3D графики — оговаривается индивидуально, но не более 15 рабочих дней.

Видеопрезентации - 7 календарных дней.

Постановочные ролики (съемка) — 7 календарных дней.

Если в течение указанного срока студия не получает комментариев от заказчика, такой заказ автоматически считается принятым. Все замечания, направленные позже, считаются как новый заказ и оплачиваются отдельно.

В случаях, когда сроки принятия оговариваются отдельным подписанным соглашением (договором), действуют те сроки, которые указаны в договоре.

***ПРАВИЛА РАБОТЫ С ДИКТОРОМ**

Внимательно вслушайтесь и выберите Диктора.

Начните доверять выбранному Диктору.

Грамотно поставленная задача

Помните, пожелания внутри текста пишутся до начала каждого предложения, а не после него!

Отсутствие знаков препинания, а так же неверная их расстановка влияют на результат.

Описывая задачу для диктора, лучше всего сделать это предельно кратко и ёмко.

В рекламе есть шаблоны, отработанные годами, оригинальность которым придают личное видение и харизма каждого диктора.

Указывая в техническом задании пожелания, такие как: позитивно, солидно, энергично, динамично, субтоном, сексуально, настороженно, грустно, ярко, задорно и т.д. вы даёте диктору чёткую задачу, которую он точно понимает. Пожалуй, самым верным будет вариант, если вы приложите пример из другого ролика, где вам нравится, как читает диктор.

Мы не говорим, что давать более подробные описания — это плохо. Хорошо, если вы укажете все важные моменты задачи. Но, когда диктор получает описание к 20-ти секундному ролику на полстраницы, будьте готовы к тому, что диктор не выдаст ожидаемый результат.

Неужели так сложно диктору?

Часто детально выписанные задачи противоречат логике естественной речи, пусть даже специфической рекламной. Например, когда заказчик просит выделить акцентами пять слов в предложении или ставить акцент или вести интонацию так, как это не свойственно речевой культуре и правилам устной речи.

Задачи, которые необходимо выстраивать, словно по нотам, в рекламе есть. Но, во-первых, всё начинается с идеи, сценария, порой длительного кастинга дикторов, причём оплачиваемого, а во-вторых, такая работа не происходит удаленно за один сеанс записи.

Зачастую верное звучание — это поиск, работа и диктора, и звукорежиссёра, и представителя заказчика, который имеет специальность, позволяющую ему разбираться в сути вопроса.

Это другой подход, который стоит больших усилий и других гонораров. Наш опыт удаленной работы позволяют достигать подобных результатов в 90% случаев, полагаясь на опыт, который приобретался в сложных условиях оперативной работы, и поэтому так ценен.

Диктор такой, какой он есть

Выбирая диктора или актёра для озвучки принимайте его таким, какой он есть. Опирайтесь только на демозапись. Если диктор читает низко и размеренно в примере, это не значит, что он может сохранить тот же тембр в тексте, который нужно озвучить очень динамично и ярко.

Если у диктора в его демо записи нет нужных вам вариантов подач, не стоит от него требовать иного. Да, иногда некоторые дикторы могут и то, чего нет в их демо, но об этом лучше посоветоваться с менеджером.

Также вы всегда можете прислать аудиообразец того, что вам нравится, например, как читает другой диктор. Это поможет и подтолкнёт нас в нужную сторону. Это приветствуется.

Хронометраж

Студия считает/верует, что человеческая речь измерению не поддаётся. А художественная и профессиональная речь Дикторов, со всеми её смысловыми паузами, вдохами, запятыми и ритмом, измерению не поддаётся тем более.

Посему студия, исключительно из миролюбивых побуждений, оставляет за собой право последнего слова во всех спорных моментах, касающихся хронометража.

Более подробно читайте в подразделе правил «Хронометраж» (уточняйте у менеджера).

Ударения и произношение

Целый набор грабель, наступая на которые, заказчик теряет время и деньги, равно как и студия, — это вопросы ударений, произношения, расшифровок аббревиатур, сокращений, верного произношения цифр, а так же болезненных ситуаций с буквами Э и Е во многих спорных словах.

Итак, по порядку:

1. Ни студия, ни диктор не знают, как именно верно произносится название вашей фирмы. Порой самые очевидные вещи имеют неожиданные нюансы. Вот, например, компания называется “Виденс”. В этом названии уже четыре варианта прочтения! ВИденс. ВидЭнс. ВИдЕнс. ВИдЭнс. Во-первых, ударение может падать на первый или второй слог, а во вторых буква Е написанная может читаться как Э.

И ещё один пример из опыта студии. Все мы знаем корейского производителя Hyundai. Так вот, каждый дилер присылает нам свой вариант прочтения. А именно: ХюндАй, ХЮндай, ХЁндай, ХёндАй и, как оно ближе звучит на родном языке, — ХЁндэ.

Всегда указывайте верное ударение!

Ударения в тексте прописывайте заглавными буквами, если это первые буквы, можете их выделять жирным шрифтом или указывать в скобках, на какую букву падает ударение. Произношение лучше прописывать так же в скобках.

2. Все имена собственные, названия улиц, фамилий, иностранных названий и прочее должны быть с ударениями и верным произношением букв Э или Е. Иногда даже САша может оказаться СашА, потому что он француз)))
3. Иностранные слова в тексте даются только в транскрипции, с верным ударением, произношением и если это сложный случай, подкрепляться примером, как нужно читать слово.
4. Сокращения и аббревиатуры. Все сокращения расшифровываются. Не всегда понятно “пр.” — это “проспект” или “проезд”, например. И, хотя в русском языке чётко определено верное прочтение каждой буквы, мы не говорим в жизни ЭФ ЭС БЭ, а произносим ФЭ ЭС БЭ (ФСБ). Также в некоторых случаях сокращение ТК, читается в ролике как Тэ Ка, а в других как Торговый комплекс. Помните, что не расшифровав подобные сокращения, вы потеряете время на ожидание диктора для перечитки и деньги для оплаты гонорара диктора и звукорежиссёра.
5. Устоявшиеся произношение слов в определенном регионе. Есть профессиональные термины, которые употребляются в разрез правил русского или украинского языка и если требуется их сохранить, то об этом следует указать сразу. Если дОбыча, а не добЫча, если улицу в вашем городе знают только как укрАинскую, а не как верно украинскую, если в торговой сетИ, а не в торговой сЕти, как верно, то всё нужно прописать в техническом задании заранее.
6. Слова, которые могут иметь двойное ударение и вызывать долгие дебаты, лучше сразу обозначить нужным вам ударением. Простой пример — это слово “маркетинг”. Одни любят “мАркетинг”, другие “маркЕтинг”. Поэтому то, что любо, сразу оговаривайте.
7. Неверное прочтение цифр, ещё одна частая проблема. Не всегда можно понять, как читать “21 февраля” — двадцать первое или двадцать первого? Так же и с цифрами телефона, которые иногда пишут без пробелов. Требуется прочитать — два ноля или ноль ноль.

Варианты ударений

Не всегда есть возможность переспросить ударение, если диктор вызван на определенное время, а заказчик не отвечает. В таком случае нам придётся озвучивать, так, как мы посчитаем верным или сделаем варианты. Но зачастую процесс записи вариантов неблагоприятно отражается на результате, особенно если вариантов может быть четыре и проблемное слово встречается несколько раз. В таких случаях студия не имеет возможности делать дополнительные варианты.

Итак, подведём итоги:

Если вы не укажете, как прочесть «Э» или «Е» — прочтём, как захочется;

Если вы не укажете, как читать то или иное иностранное слово — произнесём как-нибудь;

Если вы не укажете, что значит то или иное сокращение, аббревиатура — расшифруем, как на душу ляжет.

Все цифры в тексте прописываются письменно. Это не наша прихоть. Это жгучее желание сэкономить время, деньги и не расплыться на недоразумения.

В противном случае наша студия оставляет за собой право прочтения цифр в тексте, как покажется на тот момент удобным. Пример: «8 марта», - пишете вы. «Восьмерых марта», — озвучиваем мы.

Так исторически сложилось, что в нашей студии работают люди, не умеющие читать мысли и предугадывать предпочтения клиентов (но мы очень стараемся и натираем лбы до блеска!), и поэтому мы озвучиваем все свои ролики в соответствии с нормами и стандартами русского/украинского/английского языков. И если вам нужен «маркЕтинг» вместо «мАркетинг», «украИнская» вместо «укрАинская», «дОбыча» вместо «добЫча» и конечно же «звОнит» вместо «звонИт», то просим вас чуть ли не на коленях-сообщите нам об этом.

Мы с уважением и сердечным вниманием отнесёмся ко всем вашим пожеланиям и указаниям только в том случае, если получим их в письменном виде.

Все перечитки и правки, если в том нет вины нашей студии, производятся ПЛАТНО.

ИТАК: в нашей студии никто не умеет читать мысли.

Диктор-улитка, или почему так долго?

Оперативные дикторы — это большое преимущество в современном ритме жизни. Но даже оперативные дикторы работают по определенному расписанию. Кто-то доступен целый день, кто-то — с утра до обеда, кто-то — с обеда до вечера, кто-то забегает на час, кто-то на 20 минут, а кого-то нужно ждать три дня, а некоторых и больше.

Первое, что нужно понять — армия дикторов, с которыми мы сотрудничаем не сидит у нас с утра до вечера!

Дикторы и актёры, которые озвучивают рекламные ролики, фильмы и презентации, вокалисты, которые поют в тех же роликах, — это творческие единицы. Кто-то работает на радио, кто-то в театре, кто-то — вообще вольный художник.

Поэтому, если вы указали неверное ударение или дали неверный телефон, помните, что диктора придётся ждать. Он не сможет отменить эфир, прервать спектакль и помчаться с другого конца города в любую погоду только потому, что у вас горят сроки.

Это не наша позиция, это просто специфика работы, учитывая которую, вы будете знать механизм. Актёр может уехать на следующей день на гастроли, диктор заболеть.

Мы не властны над всем, что происходит. Поэтому лучше всё перепроверить досконально перед отправкой текста, чем потом терять время и деньги.

Факт, с которым не поспоришь

Учтите: Диктор может не звучать одинаково в разные дни. Десятки тысяч восьмьсот пятьсот миллион двести факторов влияют на нежные, трепещущие связки Диктора (влажность воздуха, ангина, обет молчания и др.)

Действительно, даже будучи здоровым, диктор может звучать сегодня, не так, как звучал вчера. То, что удалось сегодня, не всегда можно с легкостью повторить завтра.

Конечно, дикторы и актёры не настолько хрупкие создания, ведь это их профессия. Но есть факторы, которые очень влияют. Понервничал, плохо спал, отработал целый день эфира или отпел концерт — всё это сказывается на звучании. Оно может быть хорошим, но не таким, как вчера. Поэтому, если придётся переписывать диктора по какой-либо причине, иногда могут возникать ситуации с разным звучанием.

Пожалуйста, перепроверьте ваш текст. Это проще. Это легче, чем вызывать потом несчастного Диктора в дождливое, промозглое воскресенье, доплачивать ему/нам/всем, и всё только потому, что вы неправильно указали номер телефона в ролике.

Перестрахуйтесь, и вам не придётся изумляться, почему Диктор хрипит в том месте, где вы попросили исправить одну цифру/букву.