

Ольга Татарникова

ГОДЫ ОБУЧЕНИЯ В ОДНОЙ КНИГЕ:
СЦЕНАРИЙ, РЕЖИССУРА, СЪЕМКА, РАБОТА В
КАДРЕ, МОНТАЖ, ТЕХНОЛОГИИ, ПРИЕМЫ,
ПРОЕКТЫ, ПРОГРАММЫ



СПРАВОЧНИК ВИДЕОМЕЙКЕРА

Ольга Татарникова

Справочник видеомейкера

http://www.litres.ru/pages/biblio_book/?art=70609126

ISBN 9785006282759

Аннотация

«Сегодня видеотехнологии необходимы всем: и рукодельницам, и юристам, и smm-менеджерам, и бизнесменам... Это супер-мощный инструмент влияния, который уже есть у каждого в сумочке или кармане. Нужно лишь уметь пользоваться им себе на благо. Поэтому я вдохновляю и обучаю желающих работать перед камерой, снимать отличные кадры даже смартфоном, создавать рекламные ролики и документальные фильмы. Делать видео профессионально не так сложно, как кажется, а возможности экранного контента огромны...»

Содержание

Зачем вам создавать видео	8
Основы создания видеоконтента	20
Универсальный алгоритм	20
Этапы создания видео: с чего все начинается	20
Этапы создания видео: что важно в исследовании темы	25
Этапы создания видео: как искать стилистику и что собирать в мудборд	27
Этапы создания видео: где искать референсы	29
Этапы создания видео: brainstorming	30
Этапы создания видео: техника тестирования сценарного плана	31
Этапы создания видео: как правильно писать сценарий	32
Этапы создания видео: как собирать съемочную группу	33
Этапы создания видео: что сказать оператору перед съемкой	34
Этапы создания видео: Снято! Что дальше?	36
Этапы создания видео: искусство монтажа	37
Этапы создания видео: озвучка	38

Этапы создания видео: дизайн видео	40
Сценарий и режиссура	42
Когда пишется сценарий до съемки, а когда после нее	45
Драматургия – основа основ	48
Как создать историю	51
Семь моделей сторителлинга	54
Строительный материал для сценария	60
Выразительные средства режиссуры	65
Проверьте себя	71
Съемка	73
Как выбрать видеокамеру	74
17 самых частых ошибок при съемке	76
Как избежать трясущихся кадров	78
Всегда ли камера должна быть статичной	79
Какой вопрос нужно задавать себе всегда перед началом съемки любого кадра	82
Зачем обращать внимание в кадре на фонарный столб, угол стены здания или складки висящей оконной гардины	82
От чего зависит внутреннее содержание любого кадра	83
Как определить главный объект съемки	84
Как узнать, что композиция кадра верная	85
Как должен располагаться объект съемки, если в кадре он один	85

Как расположить объекты в кадре, если их несколько	86
Как добавить глубину кадру	86
Что такое «Правило третей»	88
Как выбрать крупность кадра	89
Сколько нужно оставлять пространства до края кадра при съемке человека	91
Где снимать человека, как выбрать фон	92
На что обратить внимание при выборе места съемки	93
Что такое ракурс	94
Как влияет высота камеры при съемке	94
Как можно убрать из кадра мешающий объект, если его нельзя просто унести	95
Что такое внутрикадровый монтаж	95
Какие есть приемы съемки с движением внутри кадра	96
Когда уместно снимать панораму	96
Что можно подчеркнуть при помощи отъезда или наезда	97
Какое необходимое условие нужно выполнять при съемке любой панорамы или отъезда-наезда	98
В какое время лучше снимать при естественном освещении	98
Что нужно знать про цвет в кадре	100

Как и зачем настраивать баланс белого	101
Что нужно знать про свет	102
Что такое контровой свет	103
Зачем нужны адресные планы	103
Конец ознакомительного фрагмента.	105

Справочник видеомейкера

Ольга Татарникова

© Ольга Татарникова, 2024

ISBN 978-5-0062-8275-9

Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero

Зачем вам создавать видео

Попалась мне как-то в интернете фраза: „*Неудачно снятые в прошлом моменты будут казаться вам неудачными и в будущем*». А ведь верно. И произойдет это вовсе не потому, что они были неудачными сами по себе, а лишь по причине плохой съемки.

Можно больше ничего и не добавлять на тему «Почему сегодня нужно уметь снимать видео». Потому что в первую очередь это нужно не кому-то, а вам самим. Да, сегодня неумело снятые кадры все больше режут глаз на фоне подтягивающейся съемочной грамотности, но дело даже не в этом.

У любого человека в жизни случаются моменты, которые он хотел бы повторять в памяти раз за разом. Но память с годами накапливает огромные объёмы информации, поэтому мелкие детали постепенно стираются, уступая место новому. Когда-то человечество придумало фотосъёмку, которая позволяла хранить впечатления очень долго. В 21 веке сохранить ваши воспоминания до мельчайших подробностей еще лучше сможет видео. И даже через неделю, месяц или год с точностью воспроизвести все те события, которые вы так нежно храните в памяти. Видеосъемка – это отличный способ поведать потомкам то, что было для вас важно 10 или 20 лет назад.

А если вы хотите получить больше учеников, покупате-

лей, слушателей, поклонников, единомышленников, то вам просто необходимо снимать видео. Это позволит убедительнее рассказывать о своей деятельности и больше помогать тем, кто в этом нуждается. К тому же, жизнь намного ярче и интереснее, если в ней есть творчество. Сегодня любой человек может снимать даже настоящие фильмы! Надо лишь научиться этому.

Можно даже сказать, что видеоконтент сегодня – это «новый черный» и новый этикет, то есть должен быть и надо уметь делать. И точка.

Видео – это всегда последовательность нескольких кадров, это фиксация процесса, какого-то действия, которое разворачивается на наших глазах, здесь и сейчас. К тому же, только видео позволяет нам еще и слышать. То есть видео воздействует на нас более объемно, позволяет полнее погрузиться в атмосферу происходящего на экране и получить собственные эмоции. А значит, видео – это самый лучший рассказчик, оно способно завоевать и удержать внимание зрителей, как ничто другое. Оно вызывает эмоции и рождает доверие.

Наверняка, у вас мелькала мысль: а зачем мне видео вообще?

С помощью видео можно:

- Передавать информацию
- Продавать

- Общаться
- Делать открытия
- Делиться эмоциями
- Путешествовать
- Сопереживать
- Выражать любовь к близким
- Вдохновлять других
- Презентовать свои продукты и услуги
- Привлекать поклонников и клиентов
- Создавать доверие у людей

Формы видеопосланий очень разнообразны. Это и видеописьма, и репортажи, и ролики, и интервью, и видеоблоги, и презентационные и учебные фильмы, видеокаталоги и реалити-шоу, телемосты и видеокнижки, семейная хроника и видеоподарки.

Так зачем вам видео?

Чтобы дарить...

Согласитесь, любой праздник – это повод порадовать и приятно удивить близких и дорогих людей. А праздников у нас много впереди – и общих, и персональных. По собственному опыту знаю, что даже простенькое слайд-шоу из фотографий, подаренное человеку в день рождения, всегда воспринимается радостно и трогательно. Видеокамеры всех мастей, компьютеры и уж тем более фотографии сейчас

есть у всех, так что это не проблема, нужно лишь понять, ЧТО можно сделать, используя эти ресурсы, и главное, понять, КАК это сделать так, чтобы получилось классно.

Что может стать основой видеоподарка? Все, что угодно, сейчас вы в этом убедитесь. Успешность любого видеоподарка в первую очередь заключается в его эксклюзивности, в том, что он создан специально для конкретного человека, а значит, идеи нужно искать в особенностях ваших отношений с этим человеком.

Например, вы решили сделать видеоподарки для родителей, подруги и мужа. Ну, и для одного важного делового партнера.

Родители живут в другом городе, давно не видели вас и внуков, и значит, будут несказанно рады увидеть и услышать вас всех в фильме, который вы сделаете в качестве подарка. Снимите, как готовите по маминому рецепту блюдо к празднику, старший сын пусть покажет свою комнату и расскажет, что он узнал в школе, а лапочка-дочка прочитает стишок. Несмотря на эти, казалось бы, банальности, гордость и слезы радости на глазах родителей гарантированы. Они увидят, что у вас все хорошо, и что вы помните о них. Если родители не видят вас часто в реальности, то сделайте фильм «Один день из жизни нашей семьи» и подарите им – подарите один день, который будет с ними весь год. А может быть, в дальнейшем вы будете дарить им такие кино-дни ре-

гулярно, и в результате накопите целый семейный видеоархив, а родители смогут не только сами видеть вас, когда захотят, но и показывать своим друзьям.

С подругой вы, к примеру, в этом году ездили отдыхать на море, и у вас осталось много фотографий, которые так и лежат в папках компьютера. Значит, самое время сделать для нее видеоподарок в виде клипа. Найдите подходящую мелодию и смонтируйте задорный клип, соединяя фотографии, например, в репортажном стиле, то есть последовательно, как это было в вашей поездке. Какую-то дополнительную информацию можно добавить еще и титрами. Это лишь вариант. Можно вложить любую другую мысль, главное, чтобы она была, потому что в противном случае, это будет просто набор фотографий.

А мужа можно и вовсе сразить наповал своим видеоподарком, если сделать эротическую видеооткрытку. Без сомнений, он будет очень рад такому подарку.

Ну, а для важного делового партнера тоже можно создать оригинальный видеоподарок, даже если у вас нет видеоклипов с его участием и нет ни единой его фотографии. Но вы знаете, что он мечтает купить дом у теплого моря. Сделайте и подарите видеовизуализацию его мечты – пусть она его мотивирует к скорейшей реализации. Для этого найдите красивые морские фотографии или виды той страны, в которой он мечтает купить дом, монтажно соедините их под музыку, и персональный релакс готов.

Как видите, идеи могут быть самыми разными.

Так зачем вам видео?

Чтобы сохранить самое главное...

Каждый человек достоин, чтобы о нем сняли фильм!

И это абсолютная правда, потому что для каждого из нас нет ничего ценнее, чем наши близкие родные люди, их любовь к нам и наша к ним. И чтобы это увековечить, и стоит снимать семейные фильмы по поводам и без.

Это можно делать двумя способами: снимать самим и заказывать профессионалам. И тот и другой варианты сегодня абсолютно реальны – видеокамера, хотя бы в смартфоне, есть практически у каждого, компьютер тоже. Остается научиться.

Сделать на заказ тоже можно под любой бюджет, главное, найти, действительно, профессионалов. Они в силу своего большого опыта всегда гибче, могут адаптировать идеи под любые обстоятельства, предложат больше вариантов чем, те, кто выучил один шаблон и ни шага влево, ни шага вправо. Общаясь в профессиональной среде уже десятки лет, могу с полной уверенностью сказать, что ни один истинный профессионал никогда не будет уперто утверждать, что правильным будет только вот «такой» вариант. Поэтому обращайтесь при выборе исполнителей на их вариативность, это даст возможность воплотить именно вашу идею и сделать уникальный фильм.

Но какой бы из вариантов для съемки вашего семейного фильма вы ни выбрали, нужно понимать, какими они вообще могут быть, потому что семейный фильм – это очень широкое понятие.

Это может быть совсем небольшой и малозатратный фильм-клип из фотографий и видеоклипов семейного архива.

Это может быть фильм-репортаж с семейного торжества, выписки из роддома, выпускного, свадьбы, юбилея и даже похорон.

Это может быть фильм-расследование истории вашей семьи на основе семейного архива и посещения значимых мест с комментариями старых друзей и знакомых.

Это может быть фильм-портрет на основе интервью героя и его близких.

Это может быть фильм-путешествие, фильм-сюрприз, поздравительный фильм... Список можно продолжать долго, потому что возможных сценариев множество. Все зависит от того, про кого и для чего вы хотите снять свой собственный особенный семейный фильм.

Это не так сложно, как может казаться. В доказательство прямо сейчас дам вам план, по которому уже в ближайшие дни вы сможете снять материал для документального семейного фильма.

1. Опросите выбранных членов семьи на камеру.

Жизнь может измениться в одно мгновение, и нет лучшего времени, чем прямо сейчас, чтобы запечатлеть истории и воспоминания близких. Даже если вы еще не готовы редактировать документальный фильм, сядьте с членами вашей семьи и запишите их рассказы.

2. Соберите фотографии, памятные вещи и старые домашние фильмы.

3. Найдите то, что упоминалось в интервью, и то, что вы можете показать, наложив на рассказ члена семьи. Это могут быть предметы, стопка любовных писем, свадебное платье, детская одежда, старые деньги – что угодно. Снимите это на видео отдельно от рассказчиков.

4. Сделайте набросок сценария.

Вы можете создать свой документальный фильм очень простым. Для этого смонтируйте одно интервью за другим, накладывая подходящее изображение того, о чем говорит каждый человек. Или же вы можете проявить фантазию и классифицировать интервью по темам, объединив их в блоки на основе периодов времени или развития всей истории. Это более интересный вариант.

Так зачем вам видео?

Чтобы влиять...

Видео – это инструмент сильного влияния хоть на собственного ребенка, хоть на сомневающегося клиента. По сути, это власть. Хотите иметь свой собственный инструмент

и влиять на мир вокруг вас? Тогда овладевайте видеотехнологиями.

Это подтверждает и статистика. По мнению Forrester Research, посетители веб-сайта, посмотревшие видео, на 85% более склонны совершить покупку, чем не посмотревшие.

Последние исследования сообщают, что среднее время, проведенное посетителем на текстовом сайте – 48 секунд, а время, проведенное на сайте с видео – 5 мин 50 секунд. Это означает, что онлайн-видео в 5,33 раза эффективнее, чем текст.

Но в то же время, «продающее видео» – абсолютно ничемный, а зачастую даже вредный инструмент. Да, я не оговорила. Если видео представляет собой невнятный клон сотен других таких же маловыразительных презентаций, примитивен по мысли и случаен по визуальному решению, то он чаще приводит зрителя к разочарованию, чем к желанию купить рекламируемое. К тому же, уровень видео в интернете растет год от года. И если раньше можно было встать к белой стене и на трясущуюся камеру что-то наговорить едва слышным звуком, то сейчас это уже не просто дурной тон, а тот самый вредный инструмент, который работает против вас.

Сейчас вы наверняка подумали: если это так сложно, то пусть тогда делают профессионалы. Безусловно, у профес-

сионалов аппаратура лучше, картинка и звук, что называется, чище, но... Во-первых, для интернета это не столь важно, а во-вторых, скажу честно, что мало какой профессионал будет возиться с вами, вылизывая каждый нюанс и делая кучу дублей. Только вы сами можете попробовать столько, сколько сочтете нужным с разных ракурсов, с разной интонацией, не стесняясь, не зажимаясь и в результате добиться гораздо лучшего результата.

Другой весомый, на мой взгляд, аргумент в пользу освоения видеотехнологий вот какой. За 30 лет работы теле-режиссером я не раз наблюдала ситуацию, когда заказчики не знают, чего хотят, не могут составить техзадание, поэтому «на выходе» получают то, что вышло, а не то, что им было нужно. Поэтому сегодня уже почти жизненно необходимо хотя бы разбираться в видеотехнологиях, чтобы не выкинуть деньги на ветер, заказывая ролики профессионалам. Необходимо уметь представлять, что вообще можно сделать, что затратно, а что эффективнее и так далее.

Так зачем вам видео?

Чтобы стать значимым...

Человек так устроен, что ему жизненно необходимо узнавать о других, сообщать о себе, привлекать внимание, чтобы чувствовать себя состоявшимся и значительным. Быть особенным и важным для других – самый глубинный наш двигатель всего, что мы творим в своей жизни. И нужно эту мощь

нейшую энергию направлять, что называется, в мирное русло. Иначе может повториться история, которую рассказывает в своей книге драматург Лайош Эгри.

«Во времена расцвета Древней Греции в одном храме случилась ужасная вещь: однажды ночью неизвестный святоотатец разбил статую Зевса. Смятение охватило жителей города. Они страшились мести богов. Городские глашатаи на площадях призывали преступника незамедлительно явиться пред лицом старейшин, чтобы понести справедливое наказание.

Преступник, естественно, объявляться и не думал. Более того, через неделю была осквернена ещё одна статуя.

Зародилось подозрение, что прошедшее – дело рук безумца. Выставили стражу, и, в конце концов, ее бдительность была вознаграждена: святоотатец был пойман.

Его спросили: «Ты знаешь, что тебя ждет?»

«Да, – почти весело ответил он. – Смерть».

«И ты не боишься умереть?»

«Боюсь».

«Так, зачем же ты совершил это преступление, если знал, что оно карается смертной казнью?»

Человек глубоко вздохнул и сказал: «Я никто. Всю жизнь я был никем. Я не сделал ничего, чтобы отличиться, и знал, что и не смогу сделать. Я хотел совершить что-то такое, чтобы люди меня заметили и запомнили меня». Помолчав, он добавил: «По-настоящему умирает только тот, кто за-

быт. Смерть, по-моему, это приемлемая плата за бессмертие!»»

И по сей день для нас важно совершить что-то заметное. И каждый человек на это способен, если разрешит себе быть талантливым и реализует свои творческие способности. А видео – очень подходящий способ для такой самореализации.

Технология создания видео подобна спирали: вы все время возвращаетесь к тому, что уже продумывали, но каждый раз на новом витке. И эту книгу я построила точно так же. Мы будем возвращаться и глубже внедряться в этапы создания любого видео – от разработки идеи к монтажу. Свою задачу на страницах этой книги, да и обучения в целом, вижу в том, чтобы научить вас алгоритму, оптимальной технологии создания профессионального видео от короткого ролика до полнометражного фильма.

Итак, в добрый путь!

Основы создания видеоконтента

Универсальный алгоритм профессионального видеопроизводства

Этапы создания видео: с чего все начинается

Работа над любым видео, будь это минутный рекламный ролик или полнометражный документальный фильм, начинается задолго до его съемок и, тем более, монтажа. И чем лучше проработан этот начальный этап, тем легче пройдут съемочный и монтажный периоды. И тем лучше получится результат, потому что задумка и воплощение окажутся максимально приближены друг к другу.

Почти все начинается с мысли, а точнее, с какой-то идеи. Чтобы ее конкретизировать, то есть выявить именно ваше видение и вашу точку зрения, нужно активизировать в себе креативный процесс, потому что творчеству требуется время на вызревание идей. Поэтому для начала нужно настроить себя на определенную волну, «поразминать» тему, ис-

следовать ее, чтобы затем сформулировать сверхзадачу для этого конкретного видео – то есть ту мысль, тот вывод или то действие, которые должны сделать зрители, посмотрев видео. Что вы вложите, то зрители и «поймают» по ту сторону экрана. Все, что вы будете отбирать на каждом этапе создания, нужно соотносить со своей сверхзадачей, которая будет своеобразным маяком, чтобы вы не сбились с выбранного пути. В режиссуре понятие «сверхзадача» означает тот вывод, который сделают зрители, посмотрев видео. На этот вывод и нужно ориентироваться.

Нужно, как в мультиварку, загрузить в мозг сверхзадачу, образы, возможности, включить кнопку «пуск» и подождать, пока появится головокружительный аромат вдохновения и будет готов план действий для созидания задуманного. Лично я так и поступаю обычно. Причем, помимо прямых задач, мне требуется для творческого процесса и что-то из смежных тем. Например, при продумывании кадров, которые бы не только проиллюстрировали слова героини фильма-портрета, но и создали нужную атмосферу и эмоцию, я пересмотрела много хроники и переслушала песен того времени – речь шла о 60-х годах 20 столетия. Это рождает новые связи, появляются идеи и вдохновение.

Бывает, что и в профессиональной среде этим этапом пренебрегают, и потом на экране мы видим продукты, которые после просмотра вызывают сплошные вопросы: а про что это было и для чего это было, и что вообще хотел сказать ав-

тор? Каша из мыслей автора рождает такую же кашу у зрителя. И наоборот: одна четкая авторская мысль для кого-то может стать открытием и побудит к определенным действиям или создаст ощущение сопричастности, позволив зрителю почувствовать себя единомышленником автора.

Как придумать, о чем сделать видео.

О чем вы подумали сегодня утром, когда проснулись?

Каким увидели мир, когда вышли на улицу?

Может быть, вы живете в каком-то особенном месте или вы сами сделали обычное место особенным?

А может быть, вы прекрасно поете или у вас расцвел цветок, который цветет раз в сто лет?

Может быть, в вашей жизни была какая-то интересная история или открытие?

Или сейчас есть деятельность, которую вы можете продемонстрировать и показать что-то интересное для других людей?

Что вас волнует? На что вы хотите обратить внимание людей? Кому-то помочь с помощью видео?

А может быть, рядом с вами живет какой-то уникальный человек или герой?

Ваши дети и животные тоже могут стать героями ролика.

Подумайте прямо сейчас, чем бы вы хотели поделиться с миром, что такого уникального вы знаете или умеете, что

есть интересного вокруг вас?

Как только нащупаете то, что хотите показать, начинайте тему разминать, исследуйте ее, потому что нужно выявить именно вашу авторскую точку зрения на что-то и запустить в себе креативный процесс.

Конкретизировав свою авторскую точку зрения на выбранную тему, сформулируйте мысль одним утвердительным предложением, которое должен понять зритель, увидев это видео. Эту сформулированную мысль лучше записать, потому что это очень важный момент, и чем лучше он проработан, тем ближе окажется полученный результат к тому, что вы задумывали, а весь дальнейший процесс будет вам подконтролен, а не случаен. Эта мысль, как маяк, будет вас вести и не позволит сбиться с нужного пути.

В качестве подсказки скажу, что всегда в выигрыше то, что может подарить зрителю эмоции. Люди любят сопереживать, глядя на экран, удивляться, смеяться, плакать. Помните свои любимые фильмы, почему вы готовы смотреть их снова и снова, хотя знаете сюжет наизусть?

В идеале ваша задача – не только открыть людям что-то новое с помощью видео или помочь взглянуть на привычное с новой стороны, но и дать испытать какие-то чувства.

Отшлифованный десятилетиями, универсальный индустриальный алгоритм профессионального видеопроизводства состоит из четырех этапов: Research, Pre-production,

Production и Post-production. Каждый из этапов состоит из нескольких ступеней:

Research

1. Исследование темы
2. Анализ бэкграунда и конкурентов
3. Поиск стилистики
4. Сбор информации, фактуры и референсов
5. Определение главного посыла

Pre-production

6. Сценарий или сценарный план
7. Сбор съемочной группы
8. Поиск локаций
9. Кастинг
10. План съемки

Production

11. Съемка

Post-production

12. Сценарий для монтажа
13. Монтаж
14. Дизайн
15. Озвучка

Теперь поговорим о каждом подробнее.

Этапы создания видео: что важно в исследовании темы

Любое хорошее видео должно о чем-то рассказать зрителю, в идеале открыть что-то новое или позволить пережить эмоции. Тогда оно цепляет и запоминается. Поэтому когда тема (о чем будет видео) ролика определена, ее нужно исследовать. То есть найти информацию по этой теме, узнать, что было уже сделано до вас и что подобного создали конкуренты. И это применимо не только в видеомаркетинге, для «чистого творчества» это тоже очень полезно и эффективно. Понять «что» и «для кого» стоит именно на этом этапе. Кому вы хотите показать свое видео? Что им нравится, а от чего эти люди кликнут мышкой, чтобы закрыть видеоплеер?

Успешность ролика или фильма спрятана не в дорогостоящей аппаратуре и технических наворотах, а гораздо ближе — в нашей голове. Поэтому ищите смыслы и образы, уточняйте факты, смотрите другие работы на эту же тему.

Одним словом, максимально напитывайтесь всем, что имеет отношение к теме будущего видео. В помощь четыре креативные техники, которые поспособствуют мозговому штурму.

Упражнение первое: выделите ключевые слова в вашей теме и подберите, как можно больше синонимов к ним в словаре. Это позволит открыть новые грани и небанальные точки зрения на тему и даст разные перспективы смысла. Упражнение «Словарь синонимов» хорошо работает как способ образования альтернативных взглядов и рождение новых ассоциаций.

Упражнение второе: найдите цитату или афоризм, подходящие к теме. Отыскивание «чужой мудрости» на ту же тему, которая интересна и вам, позволит отшлифовать свою авторскую точку зрения.

Упражнение третье: «Шесть шляп». Методика позволяет упорядочить творческий процесс с помощью мысленного надевания одной из шести цветных шляп. Так, в белой шляпе вы вспоминаете и анализируете цифры и факты, связанные с темой, затем надеваете черную шляпу и ищете негатив. После этого наступает очередь желтой шляпы – поиска позитивных сторон проблемы. А, надев зеленую шляпу, стараетесь найти новые способы решения, а потом в красной отыскиваете эмоции. И, наконец, в синей шляпе подводите итоги. То есть исследуете свою тему со всех сторон.

Эти упражнения не только активизируют творческий процесс, но и их результаты пригодятся на следующих этапах. Поэтому обязательно записывайте все, что отыщите. А для того, чтобы все найденное не только не растерять, но и про-

должить творческие изыскания, можно применить еще одну креативную технику под названием «Ментальная карта».

По мнению автора этой техники Тони Бьюзена креативность связана с памятью, а значит, укрепление памяти улучшит и качество творческих процессов. Для этого Бьюзен предложил поместить в центр листа ключевое понятие, а все ассоциации, достойные запоминания, записывать на ветвях, исходящих от центра. Не возбраняется подкреплять мысли графически. Уже сам процесс рисования карты способствует появлению новых ассоциаций, а образ получившегося древа надолго остается в памяти. Можно это делать от руки, а можно освоить одну из программ для создания ментальных карт, например, XMind. Ее главные преимущества в наличии бесплатной версии и русскоязычного интерфейса, что сразу упрощает внедрение в свою практику. Я уже несколько лет начинают работу над любым замыслом, в том числе и при разработке новых курсов, с создания интеллект-карты. Это очень удобно и отлично вовлекает в творческий процесс.

Этапы создания видео: как искать стилистику и что собирать в мудборд

Когда вы ищите информацию по теме, то попутно находите и вдохновение. В других работах вам может понравиться сочетание цветов или спецэффект, жанр или построение видеоряда – что угодно. И всему найденному нужно не толь-

ко порадоваться, но и собрать в одном месте, чтобы потом иметь под рукой и выработать свою стилистику будущего видео.

Этаким сундуком с драгоценностями может стать папка, а еще лучше виртуальная доска, которую и называют мудборд. «Доска настроения» нужна, чтобы поймать и зафиксировать все вспыхивающие в вашем воображении идеи и образы. В таком виде проще поделиться своими задумками с командой или заказчиком.

Мудборд давно используется в дизайне, особенно, в сфере моды, потому что там визуальное восприятие в приоритете. Восприятие видео многомерно, для его производства требуется не только изображение, но и звуки, музыка, графика и так далее.

Поэтому и мудборд для будущего видео должен выглядеть иначе. Тут могут быть и фотографии, и аудиофайлы, и ссылки на референсы, и наброски сценария, и картинки, и фоны, и номера телефонов спикеров для интервью, и информация о героях и так далее. Создать такую виртуальную доску можно, к примеру, в онлайн-сервисе Padlet. Этот сервис является сегодня одним из самых популярных онлайн-средств создания виртуальных досок. Он бесплатный, имеет русскоязычную версию, прост в освоении и не требует никакой начальной подготовки. Зайдя на сайт, вы сразу получаете доступ к возможностям сервиса и можете начать пользовать-

ся его функциями даже без регистрации. Сервис позволяет расположить материал в виде стены, ленты, раскадровки, колонок, карты, холста или хронологии. Вы можете настроить свой дизайн и разместить на получившейся доске материалы с любого носителя и из интернета. Это могут быть фото, видео, текстовые и аудиофайлы.

Этапы создания видео: где искать референсы

Что такое референсы и зачем их нужно искать?

Делая видео на заказ, необходимо не только придумать идею, но и донести ее до заказчика перед началом производственного процесса. А чтобы донести, нужно визуализировать то, чего еще нет. В этом случае и приходят на помощь референсы – похожие готовые ролики или отдельные ключевые кадры, примеры по свето- и цветопередаче, драматургии, ритму, эффектам – то есть любым составляющим видеопродукта. Чтобы не объяснять, что называется, на пальцах, можно показать что-то похожее. Референсы могут быть в виде фотографий, нарезки из фильмов, клипов и других роликов.

На уровне референсов может согласовываться все от курса показа товаров до персонажей. Например, в сценарии написано: дверь открывается и появляется ОН. Как выглядит эта дверь, как выглядит этот человек, он врывается в дверь

или, напротив, открывает ее осторожно? Все это можно показать клиенту с помощью референсов. Вопросов рождается много. Ответы на них должен найти режиссер или видеомейкер. В этом референсы тоже могут здорово помочь ему самому.

Этапы создания видео: brainstorming

Когда вы уже достаточно напитались идеями, посмотрелись референсов и неоднократно прокрутили свою задумку под разными углами, то пришло время великого творчества. Пора включать генератор креатива и успевать записывать все, что он выдаст!

Вы можете выделить какое-то конкретное время под это. Или напротив заниматься другими делами, держа в голове свой проект. Главное, попробуйте его увидеть!

При мозговом штурме важно разделять этапы непосредственно созидания и критики. Поэтому сначала не анализируйте все, что вам придет в голову, а просто запишите. А когда поток идей иссякнет, можно будет приступить к анализу каждого озарения. И лучше это делать не сразу, а дать творческим мышцам передышку.

Далее начинается этап, когда все увиденное в воображении переходит в план действий.

Этапы создания видео: техника тестирования сценарного плана

Сценарный план – это зафиксированная последовательность будущих событий, это скелет будущего видео, на который будет наращиваться мясо в виде реплик, фрагментов интервью, закадрового текста и монтажных фраз, составленных из отснятых видеок кадров.

Для тестирования написанного сценарного плана можно воспользоваться техникой, известной как: *Hey, You, See, So*.

Hey означает: Захвати внимание зрителя. Заинтересуй его, сделай так, чтобы он не оторвался от экрана.

You: Заставь зрителя ощутить, что это сообщение касается и его самого. Вовлеки его в происходящее. Затронь его чувства, чтобы он занял активную позицию «за» или «против».

See: Сделай сообщение ясным, понятным, конкретным, доходчивым, аргументированным и динамичным, опирающимся на логическую связь между важными информационными узлами, чтобы он смог воспринять сообщение во всей его целостности.

So: Позаботься, чтобы зритель понял значение причин, последствий и контекста события, а также их взаимосвязи с другим собственным знанием и другим опытом.

Этапы создания видео: как правильно писать сценарий

Как писать правильно, вряд ли кто знает. Я имею в виду процесс написания. Он может быть каким угодно: вы можете сначала написать финал, а потом вернуться к началу. Вам важно просто записать все, что вы уже видите в своем воображении. Зачастую именно какой-то конкретный кадр в мысленном видеискателе и становится триггером для всего ролика или фильма.

Безусловно, в теле- и кинокомпаниях есть требования к формату сценария. Соответствовать им важно, если вы собираетесь отправлять туда сценарий. Если же вы пишете для себя, то можно это делать в любом виде. Главное, чтобы было понятно и вашей команде, если она имеется.

Чтобы написать сценарий, надо просто сесть и начать. И не пугаться, если час, а может быть и больше, вы будете напоминать застывшее изваяние перед монитором, разглядывающее белый лист. Это нормально, скажу по собственному опыту. Смотрите, думайте и начните с чего-нибудь. Напишите любые слова, до которых додумаетесь, потом исправите, перепишите, главное, чтобы было, что редактировать.

Любое произведение создается по законам драматургии, то есть состоит из экспозиции, завязки, перипетий, кульминации и развязки. Такую структуру имеет все от анекдота

до двухсотсерийной эпопеи.

Задача экспозиции – ввести зрителя в курс дела, показать ему, где и с кем сейчас будет что-то происходить, а главное – заинтриговать его и поймать на крючок, чтобы он захотел смотреть дальше. Потом повествование должно развиваться, раскручиваться, разматываться – как угодно. Достигнуть определенного пика и свершиться, оставив место лишь для вывода, смыслового знака препинания и эмоционального послевкуся.

Этапы создания видео: как собирать съемочную группу

Наличие и численность съемочной группы зависит во многом от поставленных задач и от продолжительности видео. Даже созданием полнометражного фильма может заниматься один человек, а минутной рекламой двадцать. В игровом кино, как правило, группа будет более многочисленной, чем это может быть при создании документального фильма. Чтобы понимать, кто вам может потребоваться, вот краткое описание функций различных профессий в видеопроизводстве на этапе продакшена.

Продюсер ответственен за полную организацию творческого процесса и финансы.

Режиссер отвечает за идейно-творческую составляющую

готового видеопродукта и контроль всех этапов производства.

Оператор является вторым после режиссера руководителем на съемочной площадке. Он отвечает за творческое решение изображения.

Ассистент режиссера координирует коммуникации всех участников творческой бригады и заботится о том, чтобы съемочный процесс был обеспечен всем необходимым.

Звукооператор отвечает за расстановку микрофонов и запись звука.

Также к съемочному процессу могут быть привлечены осветитель, гример, реквизитор и художник.

В любительском видеопроизводстве все эти функции, как правило, берет на себя один человек. Это сложно, но можно.

Этапы создания видео: что сказать оператору перед съемкой

Вот несколько «прописных истин» видеосъемки, которые стоит держать в голове, снимая видео, или напомнить оператору.

1. Не нужно спешить с включением камеры, если нет уверенности в достаточной освещенности объекта и возможности записи качественного звука.
2. Стараться всегда использовать штатив и внешний мик-

рофон. Съемку с рук и использование встроенного в камеру микрофона оправдывает лишь оперативный или обусловленный замыслом характер съемки.

3. Панорамные кадры должны иметь статику в начале и в конце каждого плана с движением камеры.

4. Проходки людей на экране стоит заканчивать их выходом из кадра, что облегчит монтаж. Это касается любых движущихся объектов: людей, животных, автомобилей и т. д.

5. Движущийся в кадре человек должен иметь законченные фразы движения, и вообще кадры с движущимися объектами желательно снимать длинными планами.

6. Характер исполнения панорамы и даже само направление панорамного движения определяется не «характером» оператора, а смысловым и пластическим содержанием эпизода.

7. Максимум крупных планов! Такая съемка органична для небольших экранов мониторов и смартфонов. К тому же она позволяет скрыть возможные нестыковки кадров. Например, монтировать беседу нескольких людей на крупных планах гораздо легче, когда они сняты по отдельности, а не соседствуют в одном кадре. В этом случае не возникает проблем ни с их позами, которые могут не совпадать в стыкующихся кадрах, ни в самой последовательности разговора. Возникает полная свобода для монтажного маневра.

Этапы создания видео: Снято! Что дальше?

Съемки закончены, материал собран. Что делать дальше?

Прежде чем писать сценарий, посмотрите все, что снято, оцените то, что есть. Потому что, к примеру, закадровый текст пишется не сам по себе, а на основе конкретных слов интервью и имеющихся кадров. То есть вам нужно рассказать словами – своими закадровыми, чужими из интервью – всю историю от начала до конца, выстроив ее, как из конструктора.

Попробуйте представить будущее видеопроизведение. Подумайте, какие, где и для чего потребуются титры, какой звукоряд будет предпочтительней – интершум, то есть родные, зафиксированные камерой звуки вместе с кадрами, или же нужна музыкальная поддержка.

Решите, чем эффектнее начать, зацепив внимание зрителя, какой эпизод сделать самым главным и чем логично закончить. Выбор оказывается непростым, если информации много и все кажется одинаково важным. Но хаос можно превратить в порядок, если соблюсти вековые законы драматургии.

Помочь в этом может следующая техника. Напишите и распечатайте на бумаге все отобранные фрагменты и наброски закадрового текста, затем разрежьте, чтобы каждый

блок был отдельно. А теперь, что называется, помонтируйте на бумаге: соберите в одном порядке, потом поменяйте местами что-то, то есть поищите лучший вариант для раскрытия вашей главной мысли, а затем уже зафиксируйте то, что получилось в виде сценария.

Чтобы написать сценарий, надо просто сесть и начать. И не пугаться, если час, а может быть и больше, вы будете напоминать застывшее изваяние перед монитором, разглядывающее белый лист. Это нормально, скажу по собственному опыту. Смотрите, размышляйте и начните с чего-нибудь. Напишите любые слова, до которых додумаетесь, потом исправьте, перепишите, главное, чтобы было, что редактировать.

Этапы создания видео: искусство монтажа

Уверена, что вы знаете, что слово «монтаж» в переводе с французского означает «сборка», и что помимо технологических задач собрать разрозненные части в единое видеопроизведение, у этого процесса есть более мощное по воздействию на зрителей назначение.

Хороший монтаж – это незаметный монтаж, когда соединенные кадры смотрятся одним происходящим действием и несут главную мысль, не отвлекая зрителя на стыки и переходы. В художественном плане монтаж способен творить настоящие чудеса, не только спасая зачастую плохо снятый

материал, но и соединяя предметы и людей, в жизни не связанных друг с другом, монтаж рождает новые ассоциации и выводы.

Простой, логичный и последовательный монтаж подходит для информационных сюжетов, репортажей, то есть его задача проиллюстрировать рассказ о событии, постараться передать все, как происходило в жизни, чтобы зритель ощутил сопричастность с тем, что он видит на экране.

Но с помощью монтажа, возможности которого действительно зачастую сродни волшебству, можно так скомпоновать отснятый материал, что кадры приобретут совершенно новый смысл, которым до этого и не обладали. Или намеренно сталкивая какие-то кадры, можно подсказать зрителю определенную мысль или создать образ. Это уже художественный, интеллектуальный монтаж. В репортажных материалах он ни к чему, а вот в поэтических или философских очерках, публицистических или исторических документальных фильмах такой монтаж полнее раскроет тему. То есть характер монтажа диктуется жанром видеопроизведения.

Видеомонтаж – это волшебство и логика, азарт и интеллект, творчество и точный расчёт. Это удивительный процесс созидания.

Этапы создания видео: озвучка

На этапе монтажа происходит окончательное формиро-

вание всего имеющегося материала в цельное законченное произведение. И не менее влиятельная роль в этом отводится звуковому оформлению видеоряда. Речь людей, закадровая начитка, интершум планов – все это соединяется в уникальный звукоряд. Придать же нужное настроение или усилить визуальное воздействие каких-то кадров может музыка. Как правило, мелодия должна соответствовать тому, что происходит на экране, то есть быстрое развитие событий лучше сопровождать энергичной музыкой, а, к примеру, пейзажи безмятежной природы – более плавной. Одной и той же мелодией можно подчеркивать одинаковые по смыслу видеокадры, таким образом, тоже создавая ритм.

Музыкальная озвучка не должна быть громче голоса за кадром и заглушать его, если они используются вместе. Проверить это можно на очень тихой громкости: если вы различаете слова, то все нормально. Не следует озвучивать песни с голосом видео с начиткой, лучше взять просто инструментальную мелодию. Если закадрового голосового сопровождения нет, то в этом случае песня может выполнить отчасти его роль, и это уже будет, по сути, видеоклип, поэтому и кадры нужно монтировать под ритм песни. Старайтесь подгонять мелодию на монтажной линейке так, чтобы ее финал совпадал с концом всего ролика. В продолжительных видео одной мелодией, конечно, не обойдешься, она попросту надоест, поэтому для озвучивания фильмов уместно использовать несколько музыкальных произведений.

Этапы создания видео: дизайн видео

Когда видеоряд и звукоряд созданы, обычно приступают к добавлению титров, переходов и спецэффектов. Это и есть дизайн видео. И как в любом дизайне главным здесь является баланс – равновесие всех деталей для усиления, а не подавления того главного, ради чего, собственно, и создается это видео.

Переходы между кадрами стоит использовать продуманно и дозировано, чтобы в глазах у зрителя не рябило. Точно не следует вставлять через план разные переходы. Это такое же выразительное средство, как и другие элементы видео, и оно должно работать на генеральную идею. Например, если рассказ идет монтажными фразами про одно событие, то не нужно эти планы разбивать переходами, потому что это только внесет чужеродность в происходящее. А некоторыми из них, например, такими, которые как бы разрывают кадр на части горизонтальными или вертикальными линиями, и вовсе запрещено соединять планы с крупным изображением человека, потому что это создаст вполне реальное ощущение, что его разорвали на куски. Поэтому, прицеливаясь к любому переходу, подумайте, с чем ассоциируется его движение. К фильтрам, способным изменить изображение – состарить, тонировать и так далее – подход должен быть аналогичным, то есть их наличие должно быть уместным.

Если где и можно дать волю фантазии, так это в создании заставки ко всему произведению. Название может перемещаться, вращаться, составляться из разных букв, в общем, здесь можно использовать весь арсенал специальных эффектов, но о чувстве меры и идее всего произведения забывать не стоит.

Вот так шаг за шагом мы прошли все этапы создания видео. Далее будем углубляться в ключевые моменты.

Сценарий и режиссура

Любую тему можно реализовать и в виде интервью, и в виде короткого ролика, и в виде фильма или сериала. Поэтому, когда тема размята и исследована, самое время определиться с формой или форматом будущего видео. То есть следующим шагом должен стать выбор подходящего жанра.

Понятие жанра пришло из древнегреческого театра и означает оно выбор методов воздействия на зрителя с целью вызвать в нем определенные эмоции. Это некий условный знак для зрителя, на что ему настраиваться.

Экранные жанры условно можно разделить на разговорные и визуальные. К разговорным жанрам относится беседа нескольких людей – так называемое, спик-шоу. Когда разговаривают двое – это интервью: один человек задает вопросы, другой отвечает. Может быть и монолог – обращение человека к зрителям. К визуальной группе видеожанров можно отнести ролик, репортаж, фильм.

Ролик – короткое, от 5 секунд до полутора минут, как правило, рекламирующее или анонсирующее что-то произведение. Чтобы за столь короткое экранное время выразить нужную мысль, драматургия его должна быть как в анекдоте – коротко и предельно ясно кто, что и зачем, а каждый кадр и каждый звук должны быть очень точно выверены. Зачастую, сделать 30-секундный рекламный ролик сложнее, чем

30-минутный фильм.

Разновидностью ролика можно считать клип и видеозарисовку. Клип – это тоже небольшое произведение, в котором роль закадровой музыки ведущая, поэтому все кадры монтируются под ритм мелодии. В видеозарисовке требования к взаимодействию звука и изображения не такие жесткие, как в клипе, там важнее создать нужную атмосферу, передать эмоции.

Репортаж – это наглядное изображение события, участником которого был сам автор. Его главная задача: рассказать словами и кадрами так, чтобы зрители увидели и поняли произошедшее. Цель репортажа – не только воссоздать картину события, но и вызвать у зрителя определенные чувства и отношение к нему.

Кроме событийного, репортаж может быть тематическим или постановочным.

Тематический репортаж связан чаще всего с показом интересного для зрителей регулярно происходящего действия. Это может быть репортаж с городских улиц, из мастерской художника, из цеха автомобильного завода или со стадиона, из балетного класса и так далее.

Постановочный репортаж – это популярное сегодня реали-шоу, когда моделируются определенные условия, а затем ведется репортаж, позволяющий зрителям следить за реальным развитием событий.

Фильм – это еще более объемное экранное произведение,

с более сложной драматургией, с наличием героев и нескольких линий повествования, с перемещениями во времени и пространстве. Фильм может быть документальным или игровым.

Сегодня искусство все больше тяготеет к смешению жанров. Использование жанровых элементов из одного вида в другом продиктовано тем, что искушенного зрителя все труднее чем-то удивить, а значит нужно искать и экспериментировать. Так и вы можете пофантазировать и попробовать придумать свой жанр, соединив какие-то элементы других визуальных искусств.

Что еще может помочь в выборе жанра? Это, конечно же, определение ресурсов, временных и технических, которыми вы располагаете на данный момент.

Когда идея какого-то ролика или фильма уже проработана и превращена в тему, уже понятно, о чем оно будет, определен жанр и формат, пора превратить задумку в сценарный план. Это нужно для того, чтобы писать дальнейший сценарий, если это игровое или постановочное видео, или планировать съемки, если речь идет о репортажном варианте.

Каждую драматургическую часть на экране можно выразить по-разному. В неигровом видео используется четыре основных способа: обращение к зрителю или участие в действии ведущего, закадровый текст с соответствующими кадрами или нарезка кадров под музыку, фрагмент действия без

комментария и интервью.

Продумав и выбрав подходящий способ выражения генерального посыла будущего ролика или фильма и, расписав, что будет происходить в кадре в ключевых моментах, по сути, и получим сценарный план.

Если создается сценарный план к репортажному видео, после съемок он может поменяться и дополниться, потому что нельзя заранее точно предположить, что и как будет происходить.

В сценарном плане постановочного видео, напротив, можно прописать все до мельчайших подробностей и строго соблюдать его во время съемки.

Когда пишется сценарий до съемки, а когда после нее

«Весенним днем в маленьком европейском кафе встретились двое.

Мишка Шолохов, Сашка Фадеев, Илья Эренбург, – с жаром говорил один из собеседников – все они акробаты...

Шел 1937 год. За окнами просыпался Париж.

Да, акробаты, – продолжал говорящий. – Но они – не графы. А я – граф!..

Сидящий напротив художник-эмигрант Юрий Анненков запомнил эти слова. Запомнил и много раз потом повторял их. Но так никогда и не понял, говорил ли тогда, в 37-м, его

собеседник серьезно или опять играл. Играл, как умел играть всю жизнь только он – классик советской литературы, граф Алексей Николаевич Толстой...

С этого эпизода начинается документальный фильм «Театр масок Алексея Толстого», одна из моих режиссерских работ. И привела я этот пример для того, чтобы проиллюстрировать вариант, когда сценарий пишется до съемок, потому что сначала был написан этот текст, а потом я придумывала и воплощала визуальное решение.

Но это лишь небольшая вводная сцена фильма. Все остальное не возможно было прописать заранее, потому что фильм документальный и были запланированы интервью внука Толстого, исследователей его биографии и использование реальных хроникальных кадров, которые еще нужно было отыскать в архивах.

Какой же была технология?

Сначала мы с автором сценария провели очень много часов в обсуждениях, что же мы хотим создать, какую конкретную мысль, какой образ Толстого хотим передать зрителям, какое свое мнение о графе советской литературы жаждем поведать миру. Из этих порой мучительных мозговых штурмов и просеивания фактов биографии великого писателя, уже добытых автором, для того, чтобы отобрать только те, которые подходят к нашей сверхзадаче, и складывался сценарный план и план съемок.

Сценарный план – это смысловой и драматургический

скелет будущего фильма, на который потом будет наращиваться мясо в виде интервью и закадрового текста с соответствующим видеорядом.

После получения согласия людей на встречу с нами, мы отправились на съемки, которые производились в Самаре, Москве и Санкт-Петербурге. Кроме этого провели много часов в госархиве кинодокументов. А уже потом, после расшифровки всех интервью и просмотра снятого материала, писался окончательный сценарий. И лишь после этого снимался тот постановочный эпизод, с которого начинается фильм, и текст которого я привела выше.

А вот другая производственная технология на примере фильма «Обратный отсчет. Хроника одного запуска с космодрома Байконур», хотя работа начинается с того же самого – сформулировать, что мы хотим сказать будущим фильмом зрителям.

Для нас представлялось важным сконцентрироваться не на очередном рассказе о космонавтах, а показать работу тех людей, которые всегда остаются за кадром, но от их профессионализма зависит безопасность космонавтов. Мы собирались дать возможность зрителям подглядеть за процессом и самим прочувствовать атмосферу происходящего. То есть, имея такую задачу, мы отправились в командировку на космодром Байконур. Сценарный план рождался уже на месте под воздействием событий, нашего знакомства

с людьми-героями фильма и нашими впечатлениями. В основном мы старались фиксировать происходящее и получать комментарии людей на каждом этапе, потому что это отвечало задуманному жанру – репортаж с места событий, конкретнее – хроника одного запуска. В репортажной съемке много решений приходится принимать непосредственно в процессе, определяя, что же именно важнее запечатлеть на камеру в данный момент.

При создании этого фильма у нас не было возможности сначала съездить на разведку на Байконур, изучить локации для съемок, предварительно поговорить с людьми и так далее, поэтому все делалось, что называется, сразу «набело». И после возвращения и отсмотра материала вариант был только один – писать сценарий про то, что снято.

В документальном кино – это обычная практика. В игровом кино все с точностью наоборот – сначала пишется каждая сцена, каждая реплика персонажей, а лишь потом это экранизируется.

Драматургия – основа основ

А теперь поговорим подробнее, из чего же складывается драматургия и как правильно ее выстраивать. Кажется, что все просто: по мнению Аристотеля, в любом произведении должны быть «начало, середина и конец», а Люк Годар добавил: «и не обязательно в таком порядке». Но как рас-

пределить в этой кажущейся простоте все, что хочется передать зрителю, весь собранный материал? Чем эффективнее начать, зацепив внимание зрителя? Какой эпизод сделать самым главным, чем логично и весомо закончить свое видеопослание? Выбор оказывается непростым, если информации много и все кажется одинаково важным.

Но хаос можно превратить в порядок, если составить верную композицию, то есть соблюсти вековые законы драматургии. А именно, любое повествование начинается с пролога, который вводит в курс дела и представляет героев. Завязка или начало действия обозначает противоречие, которое легло в основу события, намечает тему и направление развития действия. Перипетии или развитие действия – это постепенное разворачивание событий от эпизода к эпизоду. Кульминация – это пик действия, его острое, поворотная точка к чему-то новому. И, наконец, развязка или финал – это логический исход истории. Задача экспозиции – не только показать, с кем сейчас будет что-то происходить, но и заинтриговать и поймать зрителя на крючок, чтобы он захотел смотреть дальше. Потом история должна развиваться, раскручиваться, разматываться – как угодно. Она должна достигнуть определенного пика и свершиться, оставив место лишь для вывода, смыслового знака препинания и эмоционального послевкуся.

Разумеется, разница между трагедией Эсхила и, скажем,

репортажем о проблемах ЖКХ, конечно, есть, но в смысле действия законов драматургии, она не столь значительна, потому что и в том и в другом случае важно яркое цепляющее начало, наличие интриги для подогревания интереса, нужные акценты и четкое завершение. Зрителю должно быть все время интересно: а что же дальше?

В небольшом по хронометражу видеопроизведении можно пожертвовать долгой экспозицией, чтобы сразу завладеть вниманием зрителя, но ее функции так или иначе должны быть исполнены, к примеру, единичным кадром, каким-то звуком, титрами или заставкой.

Кульминацией в документальном или публицистическом видео может быть просто главная информация, но подводить к ней надо все равно постепенно. Поймав внимание зрителя эффектной завязкой, сразу выдавать главное не стоит, к нему аудиторию нужно готовить, как к открытию, потому что тогда удастся вызвать эмоции, а это, как известно, главный инструмент достижения экранного успеха.

Но злоупотреблять хитросплетениями и наворотами тоже не стоит, потому что зритель должен понимать связующую мысль на протяжении всего повествования, а заканчивать нужно до того, как зритель заскучает, но так, чтобы он понял все, что хотел сказать автор. В умении соблюдать эти пропорции и заключается мастерство.

Как создать историю

Любую тему можно раскрыть интересно и нескучно при помощи сторителлинга.

Сторителлинг – это рассказывание историй и использование историй для более увлекательного способа передачи какой-либо информации. В общем-то, сторителлингом человечество занимается с давних времен, и народные сказки тому подтверждение. Сегодня мы сталкиваемся со сторителлингом каждый раз, когда кто-то сообщает нам новую сплетню. Сплетни относятся к социальному сторителлингу. Люди делятся новостями обо всем и обо всех, начиная с коллег по работе и заканчивая знаменитостями. Эта форма сторителлинга нравится людям, понятна и удобна. Сплетничая о других, мы забываем на время о своих проблемах. Иногда это может натолкнуть нас на мысль о том, как улучшить свою собственную жизнь.

Мифы – особый вид историй, которые повествуют о возможно правдивых событиях, но это трудно подтвердить, поскольку никто не знает точно, откуда миф пошел изначально. Мифы, так же как и сказки, отражают культуру и напоминают нам, чего следует избегать в жизни, чтобы быть счастливым.

Многие люди любят слушать истории о мистических существах, призраках, НЛО, когда неожиданный финал за-

ставляет подскочить от страха. Такие истории помогают людям преодолеть собственные страхи перед неизвестным.

Семейные легенды хранят историю наших родственников. Эти истории передаются из поколения поколение и помогают семье помнить о своих предках и знать причину тех или иных последующих обстоятельств в жизни членов семьи.

Личные истории говорят о вашем опыте и переживаниях. Это важный вид сторителлинга, поскольку подобные истории помогают не только понять себя, но и стать примером для кого-то другого.

Люди любят истории, поэтому использовать их для передачи своей идеи очень эффективно. Любая мысль, облаченная в форму истории, ярче для восприятия и лучше запоминается. А происходит это потому, что любая история – это драматургия, а драматургия – это основа основ, это фундамент любого искусства от живописи и музыки до кино и видео. Да и просто в ежедневной жизни отыскать элементы драматургии не составит особого труда. Анекдот, кстати, тоже вид сторителлинга, причем с точки зрения драматургии очень точно выверенная конструкция, потому что в анекдоте всегда понятна завязка действия, его кульминация и неожиданный конец – развязка.

Что же еще необходимо для хорошей истории?

Во-первых, истории происходят с кем-то, то есть, нужен

герой, персонаж. Им может быть как человек, так и неодушевленный предмет или существо, рожденное нашей фантазией, но рассказывать о нем надо, как о реальном и живом.

Во-вторых, история – это обязательно перемены, изменения в жизни героя, то есть, чтобы у него появилось нечто важное, чего не было ранее. Пожалуй, это самое главное и необходимое качество истории. Без него повествование будет, а истории – нет.

В-третьих, история интересна лишь тогда, когда зритель может ей сопереживать, подсознательно представляя себя на месте персонажа.

Материалом истории являются события. Поиск фактов – сложное, но благодарное занятие для увлекательности будущего произведения. К примеру, у нас есть задача передать определенную информацию о компании, некую ее ценность, и мы хотим для этого создать историю. Первое, что надо сделать – это заняться поисками. Почитать корпоративную прессу, поговорить с людьми, порыться в интернете и в своей памяти.

В одном фильме о крупном металлургическом комбинате поднималась тема заботы о сотрудниках. В корпоративной газете нашлась замечательная история на эту тему. Там-то и тогда-то, на такого-то рабочего вылилось несколько литров расплавленного металла. Однако рабочий не пострадал, так как в полном соответствии с техникой безопасности был экипирован в защитный костюм. И после этого случая он

стал рассказывать своим коллегам о важности соблюдения техники безопасности и даже стал инспектором по охране труда.

Это – история. Есть герой, есть событие, у которого есть дата и место, есть и существенные перемены в жизни персонажа. И эта история убедительнее и нагляднее передает мысль о необходимости соблюдения техники безопасности на производстве, чем просто сообщение об этом.

Если же совсем ничего не находится (что хоть и редко, но бывает), историю можно создать. Речь не идет о художественном вымысле и подмене жизненной правды в документальном видео, вовсе нет. Речь идет о том, чтобы имеющуюся информацию подать в виде истории.

Один из простых, но действенных приемов – это применить схему *«не знал – узнал – удивился – изменил свое отношение»*. Такого рода перемены могут происходить и с автором фильма, и с докладчиком презентации. Это позволяет зрителю испытать те же эмоции вместе с ними (удивление, восхищение). Так что можно самому стать героем истории, и на себе и на своих открытиях и эмоциях передать зрителю нужную мысль. Это хороший работающий прием.

Семь моделей сторителлинга

Мономиф или Путь героя

В мономифе герой призван оставить свой дом и отпра-

виться в сложное путешествие. Он попадает в пугающую неизвестность. После преодоления серьезных испытаний он возвращается домой с мудростью.

Такой формат подачи информации используется с незапамятных времен: герою необходимо сражаться с Кощеем Бессмертным или раздобыть сказочные богатства, спасти Принцессу из мрачного замка или отыскать свой путь домой.

Многие из современных историй до сих пор следуют этой структуре. В реальной жизни люди готовы слушать не только сказки, но и очередную историю про девочку из провинции, ставшую успешной бизнес-леди; про мальчика из детдома, который теперь купается в богатстве и роскоши собственного бизнеса; про Мадонну, приехавшую в Нью-Йорк с 35 долларами в кармане и ставшую известной певицей.

Это традиционное последовательное изложение событий, но оно подчинено законам драматургии: есть предыстория, завязка, развитие, кульминация и развязка.

Эта техника хорошо подходит для демонстрации преимуществ риска и объяснению, как вы открыли для себя новые знания. Сила этого приема не в последовательности изложения, а в контрасте отдельных шагов.

Гора

«Гора» похожа на «мономиф» тем, что тоже демонстрирует события в хронологической последовательности. Но в этой модели может и не случиться счастливый конец.

Это история, полная напряжения и драматизма. Каждый эпизод имеет свои взлеты и падения, которые постепенно приводят к главному финалу. Развитие событий не исключает какие-то успехи на пути главного героя истории, но они не совсем стандартны, не вполне однозначны, а иногда и вообще не воспринимаются, как успехи. Например, если герой потерпел поражение, но приобрел опыт и сделал правильные выводы на будущее.

Лепестки или рамка

Эта модель сторителлинга используется, когда всю историю рассказать за один раз не получится и вокруг центрального персонажа, товара, услуги нужно выстроить целый цикл историй.

Другими словами, это объединение большого количества историй вокруг основной концепции. Такая схема подходит, если есть несколько рассказов, не связанных между собой, но имеющих отношение к одной ситуации. «Лепестки» могут переплетаться, но каждый из них должен быть законченным повествованием.

Классическим примером в литературе является «Тысяча и одна ночь», где все истории рассказывает Шахерезада. Так написан «Декамерон» Боккаччо – история начинается с чумы во Флоренции, но это служит обрамлением другим новеллам, которые рассказывают друг другу сбежавшие от чумы благородные господа и дамы. Рамочную модель исполь-

зовали многие писатели.

Этот прием активно используется и в рекламе, когда у товара много достоинств и под каждое из них стоит придумать отдельную историю. Или, наоборот, сам по себе товар мало отличается от аналогов и нужно как-то поддерживать интерес покупателей. Классикой рекламного жанра в этом направлении можно считать рекламу шоколадных палочек Twix через историю про правую и левую палочки, придуманную маркетологами и развлекающую уже которое поколение потребителей.

Сходящиеся идеи

Эта техника показывает, как разные мысли сходятся воедино, и как несколько одинаково важных историй приводят к одному выводу. Тут очень много общего с техникой «Лепестки», потому что все события должны прийти к некоему «общему знаменателю». Разница лишь в том, что в «Лепестках» главный сюжет обозначен сразу, а в «сходящихся идеях» сразу не понятно, к чему рассказываются отдельные истории.

Например, если рассказать три истории о девушках, которые хотели похудеть, и для этого одна сидела на диете, другая занималась спортом, а третья принимала фитопрепараты, то возникнет вопрос, какой же метод самый эффективный? И пока аудитория строит догадки, оказывается, что наиболее заметный эффект дает совмещение всех трех спо-

собов.

Линии вспьшки или контрасты

Очень эмоциональная модель, которая сталкивает реальный мир с идеальным. То есть то, что есть и что могло бы быть. Или как для одних какая-то проблема является неразрешимой, а для других эта же проблема уже давно перестала быть проблемой.

Многие из нас помнят зажигательный рекламный ролик про жителей Вилларибо и Виллабаджо, которые любят повеселиться, особенно поест, а потом им нужно что-то сделать с горой грязной посуды. По сюжету жители Вилларибо моют посуду с помощью Fairy, поэтому справляются с этим очень быстро. А жители Виллабаджо мучаются с мытьем посуды без специального средства. Поговаривают, что после нескольких месяцев назойливой рекламы появилось открытое письмо российских телезрителей к жителям Вилларибо с просьбой поделиться своим Fairy с жителями Виллабаджо, чтобы те, наконец-то, перемыли всю посуду и перестали вещать о своих трудностях с экранов российского телевидения.

Такая техника отлично подходит для побуждения к действию.

Начать с середины

По этой схеме историю начинают сразу с кульминации, а уже потом рассказывают, каким образом ситуация пришла

в эту точку. Например, таким способом отснят первый сезон сериала «Большая маленькая ложь» с Николь Кидман.

Зритель или читатель сразу оказывается в «гуще событий» и только потом начинает постепенно разбираться, что к чему. Пользуясь такой техникой сторителлинга, важно сохранить интригу, даже показав кульминацию. Не раскрывайте все факты сразу. Старайтесь намекать на что-то непонятное, что требует больше пояснений. Давайте аудитории столько информации, чтобы держать ее на крючке, а потом вернуться назад и восстановить полную картину истории.

Техника хороша тем, что захватывает внимание с самого начала и держит в напряжении, а также позволяет сфокусировать внимание людей на поворотном моменте истории.

Фальстарт

По этой модели вы начинаете рассказывать историю, неожиданно прерываете ее и начинаете снова. Это такой прием – «обманка», когда люди уже приготовились к, казалось бы, предсказуемой истории на заданную тему, однако предсказуемость рушится в одно мгновение и все начинается заново на почве уже возникшего недоумения. Вы увлекаете свою аудиторию ложным чувством безопасности и ставите все с ног на голову.

Ярким примером фальстарта является первый сезон «Игры Престолов». Были все основания полагать, что это будет история жизни Эддарда Старка, однако герой гибнет

в этом же первом сезоне. Что дальше? А дальше все смотрели с удвоенным интересом, уже понимая, что в любой момент может произойти нечто неожиданное и захватывающее.

Этот формат отлично подходит для рассказа о тех моментах, когда вы в чем-то провалились и были вынуждены начать все с начала. «Фальстарт» идеально подходит для рассказа о том, какой урок вы извлекли из предыдущего опыта или к какому неожиданному решению пришли. Эта схема отлично помогает захватить внимание, потому что когда ожидания аудитории рушатся, это вовлекает гораздо сильнее.

Строительный материал для сценария

Любой фильм состоит из эпизодов, каждый из которых складывается из отдельных сцен. А сцены образуются из кадров разной крупности – общего плана, среднего и деталей. Решить каждый эпизод тоже можно разными формами выразительности – видеомонологом, интервью, фрагментами события без комментариев и закадровым текстом с видеорядом или всем вместе взятым. Это и есть строительный материал неигрового кино. И вот как это может выглядеть в сценарии.

За кадром:

Весенним днем в маленьком европейском кафе встретились двое.

«Мишка Шолохов, Сашка Фадеев, Илья Эренбург, – с жаром говорил один из собеседников – все они акробаты...»

Шел 1937 год. За окнами просыпался Париж. «Да, акробаты, – продолжал говорящий. – Но они – не графы. А я – граф!...»

Сидящий напротив художник-эмигрант Юрий Анненков запомнил эти слова. Запомнил и много раз потом повторял их. Но так никогда и не понял, говорил ли тогда, в 37-м, его собеседник серьезно или опять играл. Играл, как умел играть всю жизнь только он – классик советской литературы, граф Алексей Николаевич Толстой...

Титр: ГРАФ, ЦИНИК, ШУТ.

ТЕАТР МАСОК АЛЕКСЕЯ ТОЛСТОГО

За кадром:

1934 год. В Москве открывается Первый всероссийский съезд союза советских писателей. Кончилось время писателей пролетарских. Начиналось время тех, чей литературный талант уже был признан, кто был действительно нужен советской власти. Первый съезд открывал вернувшийся из Италии Максим Горький. В правление нового Союза избран Алексей Толстой. Писатель «из бывших», некогда вызывавший сомнения, отныне – принятый и обласканный властью. Через три года он станет депутатом Верховного Совета СССР, в 38-м будет награжден орденом Ленина, а в 39-м ака-

демик Толстой получит из рук председателя Центрального исполнительного комитета Михаила Калинина орден «Знак Почета». Впереди еще две Сталинские премии... Алексей Толстой – совершенно «свой», настоящий советский писатель.

СНХР

Михаил Толстой, внук А. Н. Толстого

17:03:46 Ему никто не обещал золотые горы, ему никто не обещал, что он будет в России великим писателем, который напишет значительные вещи... Он знал, что он напишет значительные вещи. Он был абсолютно уверен в своем таланте. Он знал, что он пишет лучше всех. Это была его абсолютная уверенность. Этому ему многие не прощали. Абсолютной барской уверенности в своем таланте: он пишет хорошо. (17:04:14)

За кадром:

К концу тридцатых произведения Толстого активно печатаются, пьесы ставятся в театрах всей страны, читатели любят, власть ценит. Успешный, обеспеченный, признанный. Теперь у него есть все, о чем только может мечтать творческий человек в Советской России...

И так далее...

Интервью берется с разными целями: получить какую-то информацию, подтвердить вашу мысль, передать эмоции

или, если это портретное интервью, с целью раскрыть личность человека. Это надо определить до начала съемки интервью, тем более, если в дальнейшем вам потребуется вставить лишь фрагмент разговора.

Закадровый текст можно писать уже под имеющиеся съемки с целью прокомментировать их или наоборот снимать под написанный текст. Закадровый текст позволяет соединять эпизоды, как того требует авторская задумка, но надо помнить, что он воспринимается на слух, а значит, к нему есть особые требования. А именно: короткие рубленые фразы, повышенная глагольность высказываний, простота синтаксических конструкций, употребление слов в их прямом значении. При написании закадрового текста следует избегать обилия причастных и деепричастных оборотов, сложноподчиненных предложений, труднопроизносимых слов со множеством шипящих и свистящих, неблагозвучных или смешных созвучий. Не стоит испытывать слух зрителя избытком цифр, аббревиатур, терминов. Одним словом, нужно быть понятным на слух.

Если же вы собираетесь реализовать свою идею в игровой форме, то есть в формате художественного фильма, то там тоже может быть какой-то авторский комментарий в виде закадрового голоса, но основным строительным материалом сценария будут диалоги героев фильма. Диалог будет интересным только тогда, когда у его участников есть цели

и между ними есть драматургический конфликт. Когда герои согласны друг с другом, им не о чем говорить, и слушать такой диалог может оказаться попросту скучно. Недаром в хороших детективах напарники ссорятся даже когда сражаются вдвоем против целой армии противников. Еще один секрет хорошего диалога – краткость! Если диалог большой и его никак нельзя сократить, постарайтесь придумать необычное место и действие для героев во время диалога.

Думаю, уже понятно, что просто взять и написать сценарий вряд ли получится. Это может оказаться так же бесполезно, как строить дом без архитектурного проекта: будет потрачено много времени и сил, а в результате вход в подвал может оказаться через чердак. А вот если перед строительством сделать максимум предварительной работы, то высотный дом вырастет за короткий срок и будет удобным.

То есть, вам нужно:

- проработать тему;
- определиться с жанром;
- создать историю;
- выстроить драматургию;
- определить из чего будет состоять конструкция;
- уложить всю фактуру в определенную последовательность;
- написать сценарий.

Сценарий даст ответ на вопрос «что», а после этого уже можно переходить к поискам ответа на вопрос «как» – как воплотить задуманное и записанное в сценарии. И для этого есть свои средства.

Выразительные средства режиссуры

Когда мы смотрим талантливый фильм, мы всегда чувствуем присутствие режиссера, хотя и не видим его. А когда фильм средненький, то частенько слышим, что здесь не было режиссера. А почему? Да потому что в слабом продукте все приблизительно, случайно, невнятно и неярко, вроде вот это хотели сказать фильмом, но как-то вышло неубедительно.

Собственно, что такое режиссура?

Режиссура – это отыскивание нового в привычном.

Любая режиссура начинается в голове с мыслительного процесса. Нужно, как в мультиварку, загрузить в мозг сверхзадачу, идеи, возможности для нового шедевра, включить кнопку «пуск» и подождать, пока будет готов режиссерский сценарий – структура и план действий для созидания задуманного.

Лично я так и поступаю обычно. Причем, помимо прямых задач, мне требуется для творческого процесса и что-то из смежных тем. Например, при продумывании кадров, которые бы не только проиллюстрировали слова героини филь-

ма-портрета, но и создали нужную атмосферу и эмоцию, я пересмотрела много хроники и переслушала песен того времени – речь шла о 60-х годах 20 столетия. Это рождает новые связи, появляются идеи и вдохновение.

Режиссура – это создание определенного образа и реальности.

Донести свои взгляды и мысли до зрителя режиссер может только кадрами и звуком, если речь идет об экранных произведениях. В кадре могут быть люди – герой сюжета или ведущий. В зависимости от придуманного образа, режиссер будет работающие на этот образ черты и детали выделять, усиливать, а ненужные умалчивать, не показывать и так далее. Как скульптор, режиссер отсекает все лишнее, оставляя только нужное, формируя тем самым четкий образ. И чем больше мастерство режиссера, тем четче получившийся образ, потому что в нем отсутствует что-то случайное, неопределенное, невнятное.

Режиссура – это железная логика, коммуникации и воля.

Под железной логикой я имею в виду драматургию, то есть определенную выстроенность и структуру создаваемого произведения с наличием интриги, развития и акцентов. Если этого нет, то ролику или фильму не на чем держаться, он растечется, как лужа, и исчезнет.

К слову, есть несложный способ проверить, существует

драматургия в сюжете или нет. Если вы без смысловых потерь можете поменять местами части или просто выкинуть середину, значит, сюжет разваливается на глазах и не может держать внимание зрителя. Нельзя повествовательно, друг за другом выкладывать факты – надо выстроить закономерную цепочку.

Когда режиссер все это продумал и придумал, ему остается реализовать свой замысел. И для воплощения требуется воля довести дело до конца, несмотря на неизбежные препятствия. Еще режиссеру необходимо умение налаживать контакты и ставить четкие задачи всем, с кем сотрудничает. Если люди в команде не поймут режиссера, то вряд ли ему удастся донести до зрителя свои мысли.

Искать, пробовать, выбирать – суть режиссерской работы.

Как в анекдоте про клиента на приеме у психотерапевта:
– Помогите, доктор! Эта кошмарная работа сведет меня с ума! Каждый день я возвращаюсь домой выжатый, как тряпка.

– А чем вы, собственно, занимаетесь?

– Ну, я сижу на складе, передо мной желоб и три ящика. По желобу скатываются апельсины, а я должен раскладывать их в ящики: большие – в первый, средние – во второй, а маленькие – в третий.

– Вроде непыльная у вас работенка...

– Ах, доктор, но эта ужасная проблема постоянного выбора!

Так и режиссеру на каждом этапе создания произведения из огромного множества вариантов нужно отобрать только те, которые наиболее ярко выразят авторскую мысль.

А если вы внимательно оглядитесь вокруг себя, то быстро заметите, что режиссерские приемы можно применить практически ко всему: к любому мероприятию, выступлению, семейному торжеству и даже к совещанию или сайту. Там, где элементы режиссуры присутствовали при создании, результат получился гораздо интереснее.

В кино-, теле-, видеопроизводстве режиссер организует весь творческий процесс, взаимодействуя с десятками людей разных профессий – со сценаристом, продюсером, оператором, художником, монтажером, звукорежиссером, актерами, ассистентами и даже водителями. И это еще неполный список.

Но есть еще тот, с кем режиссер даже не знаком, но управляет его глазами и ушами, эмоциями и мыслями, заставляя в нужном месте грустить или смеяться, заглянуть герою в глаза или увидеть все с высоты птичьего полета. Догадались, кто это? Конечно, это зритель. Он подвластен режиссеру, он идет за ним шаг за шагом. Но откуда берется это режиссерское всемогущество? С помощью чего режиссер может реализовать свою задумку?

Выразительные средства режиссера – это все формы выражения, которые не опираются на слова, а именно – это мизансцена, атмосфера, темпо-ритм.

Темпо-ритм – это скорость происходящего в кадре и темп смены самих кадров. Ритм – это рисунок смены кадров, чередование звуков, графического изображения и, что самое важное, эмоций и чувств. Как в музыке, в монтажном ритме должны быть ускорения, остановки и акценты. Отсутствие ритма грозит монотонностью. Скорость перемещения людей в кадре тоже должна быть продумана, то есть, если кто-то будет вбегать в кадр или вползать, как черепашка, зрителю должно быть понятно, почему происходит именно так.

Атмосфера – это вся среда кадра: звуки, освещенность, одежда людей, ракурс камеры, цвет титров, шрифт, музыкальное оформление. Точно созданная атмосфера создает определенный эмоциональный настрой, способствующий раскрытию темы. Вот пример, когда режиссер создал атмосферу с помощью звуковой ассоциации. Представьте: в кадре женщина в траурном платье. Тишина, только слышно, как тикают часы, звук которых перекрывает детский плач, затем лепетание, малыш зовет маму, детский смех. И все это лишь на фоне лица женщины, и по созданной атмосфере становится понятным, что это мать, потерявшая сына. То есть каждому месту, времени и делу присуща своя атмосфера, и это

является сильным выразительным средством для режиссерской мысли.

Мизансцена – это расположение и перемещения людей и предметов в кадре. Цель мизансцены – передать зрителю смысл и эмоциональное содержание происходящего. Сидит человек в кадре или лежит – каждый вариант несет разную информацию и вызывает разные ассоциации. В руках режиссера мизансцена – это немой текст, который выражает основную мысль в той же мере, что и слово. Вот поэтому мизансцена не выстраивается сама по себе, она всегда исходит из режиссерской идеи.

Все три выразительных средства режиссуры взаимосвязаны, они обогащают и создают друг друга. В доказательство этого и для тренировки посмотрите фрагмент любого фильма, документального или игрового, вдумчиво и не спеша, вооружившись ручкой и бумагой. Сначала посмотрите без звука, а потом прослушайте его без изображения, и выявите для себя, чем и как они дополняют друг друга. А для наглядности перенесите на бумагу любой эпизод так, чтобы в левой колонке было описано изображение, а в правой – соответствующий ему звук.

Видеоряд	Звук

В результате у вас получится раскадровка, то есть режиссерский сценарий.

Проверьте себя

Ответьте на следующие вопросы прежде, чем начнете писать свой сценарий для видео:

1. Какую цель преследует видеосценарий?
2. Какие элементы будут присутствовать в его структуре?
3. Каким образом будет формироваться сюжет?
4. Какой будет логическая цепочка событий в кадре?
5. Кто будет главным героем истории?

6. Какие еще персонажи необходимы?

7. Как будет происходить подбор локаций для съемки?

8. Что нужно учесть при монтаже?

Когда идея разработана, жанр выбран, драматургия выстроена и написан сценарий или, как минимум, сценарный план, значит, самое время приступить к съемке.

Съемка

Чтобы хорошо снимать, необходима хорошая видеокамера. Так думаю очень многие новички, поэтому самый частый вопрос, который мне задают, это – как выбрать видеокамеру?

Мое мнение на этот счет таково: внимание к техническим знаниям сильно преувеличено.

Сколько раз я попадала в разные группы, где очень серьезно обсуждались технические нюансы той или иной камеры, а люди как не умели снимать, так и не умеют. Потому что снимает не камера, а человек, в руках которого эта камера.

Можно знать все термины, все параметры камеры, но если не научиться видеть кадр, выстраивать композицию, на которую хочется смотреть, и снимать только одно слово, если говорить по аналогии с нашей речью, вместо полноценных предложений или поэтических строк, то никакая, даже самая дорогая и навороченная камера, классных кадров не сделает.

Конечно, техническая грамотность нужна, глупо не использовать все возможности своей аппаратуры или испортить интервью плохим звуком и светом. В видеотворчестве, как и в любом другом, осуществляемом при помощи какой-то аппаратуры, технические и творческие вопросы очень связаны, но творческие гораздо важнее. Можно научиться знать все кнопки видеоредактора, но так и не уметь

монтировать, потому что это, как и съемка, искусство, а не механическое соединение кадров.

Но обсуждать технические параметры проще и понятнее, тут есть иллюзия, что вот, если бы у меня была хорошая камера, я бы и снимал, как Бог! Но это лишь иллюзия...

Поэтому путь, на мой взгляд, один – учиться передавать свои мысли и эмоции визуальным языком, то, что называется «мыслить картинками». Абсолютно уверенно скажу, что способность эту можно в себе развить, если захотеть.

Так что по большому счету все равно, какой видеокамерой снимать. Можно и смартфоном снять шедевр.

Но если вы все же стоите перед выбором, то учтите следующее.

Как выбрать видеокамеру

Выбор видеокамеры напрямую зависит от:

- Вашего бюджета;
- Что вы будете снимать;
- Где вы будете снимать;
- Кто будет снимать и редактировать видео;
- Как часто вы будете снимать видео.

Например, если вы собираетесь снимать в путешествиях, в том числе под водой или в экстремальных условиях, то вам подойдет GoPRO или аналогичная экшн-камера.

Если планируете снимать интервью, то в этом случае, главным в камере будет возможность подключения внешнего микрофона.

Если планируете размещать видео только в интернете, то HD-качества будет достаточно, а если продавать на видеостоках, то потребуется уже Full HD или 4к. В то же время, если вы будете снимать утренники в детском саду исключительно для семейного архива в 4к, то это будет занимать очень много места в памяти и камеры, и компьютера. А мощность компьютера для монтажа такого видео должна быть намного больше, чтобы проворачивать тяжелые видео-файлы.

То есть при выборе видеокамеры стоит обращать внимание на:

- возможность подключения внешнего микрофона;
- возможность съемки минимум в Full HD (разрешение видеосъемки 1920x1080);
- светочувствительность матрицы, потому что крупная светочувствительность или трехматричная схема – залог хорошего качества картинки;
- оптику – хороша та, которая широкоугольная, обладает высокой светосилой, умеет быстро фокусироваться и оснащена оптическим стабилизатором. Кратность приближения (зума) свыше 10x избыточна. А при съемке с рук – и вовсе бесполезна;
- наличие флэш – памяти;
- объем батареи.

Наличие видеоискателя очень выручит при солнечной погоде, но это прерогатива сравнительно дорогих моделей.

Безусловно, плохая съемка не угрожает безопасности жизни, и это хорошо. Но у меня это рождает такие же ощущения, как и когда я вижу безграмотное письмо. Вообще, у слов и кадров общего очень много. И если себя хотя бы чуть-чуть заставить подумать логически, то можно хорошо снимать, и не зная никаких специальных операторских правил.

Кадр – это фраза. Каждый кадр рассказывает о ком-то или о чем-то: как они выглядят, как соотносятся друг с другом и с остальными объектами. Для сравнения попробуйте поговорить с кем-нибудь, проглатывая каждое второе слово. Вряд ли вас поймут. Так и в съемках должна быть разборчивость.

Реальность сегодня такова, что даже маленькая камера в вашем смартфоне может дать вам большие возможности для самореализации, заработка или славы. Так-то оно так, только получится это не у каждого владельца смартфона, потому что нужно знать, что и как снимать, и, что еще важнее, уметь это делать.

17 самых частых ошибок при съемке

Они приносят разочарование и автору, и зрителям:

1. Трясущиеся кадры;
2. Много неоправданного движения камеры – панорам, отъездов-наездов;
3. Камера сфокусирована не на тот объект;
4. Потеря фокуса, отчего изображение получается размытым;
5. Завалена линия горизонта;
6. Слишком мало или много воздуха над головой человека в кадре;
7. Ноги или голова человека в кадре «отрезаны»;
8. Человек вываливается из кадра;
9. Планы похожи один на другой;
10. При смене ракурса план остается той же крупности;
11. Высота камеры неуместна;
12. Монотонность в крупности – слишком много общих или крупных планов;
13. Отвлекающий внимание задний план;
14. Главный объект съемки чем-то перекрыт на переднем плане;
15. Немонтажность съемок – несовпадение действия на планах;
16. Нарушение непрерывности действия, отсутствие начала или конца происходящего в кадре;
17. Изображение получается голубым или желтым.

Трясущиеся кадры – это убийцы многих интересных съемок. Происходит подобная неприятность от того, что люди снимают с рук, причем, как правило, держа камеру лишь одной рукой. А в таком положении просто невозможно снять кадры без дрожания. Решается проблема просто, если использовать любые штативы, моноподы и стедикамы. Сейчас подобных аксессуаров в продаже немало, в том числе и для смартфонов. Но что делать, если нет возможности приобрести приспособления для стабилизации изображения или вы оказались без них и увидели нечто интересное для съемки? Об этом и поговорим дальше.

Как избежать трясущихся кадров

В действительности очень часто приходится снимать с рук. В этом случае, первое – это держите камеру или смартфон двумя руками. Второе – попробуйте задержать дыхание, пока снимаете какой-то план. 5—10 секунд выдержать несложно, я так делаю, когда нет других вариантов. Третье – поставьте камеру на что-нибудь устойчивое, хоть на стул, или облокотите руки с камерой на что-нибудь – тоже поможет.

А вот еще несколько неожиданных приемов.

Прикрутите к камере веревку, а второй ее конец бросьте на землю и наступите на него ногой. Натяните веревку и вы

почувствуете, что камера обрела некоторое стабильное положение. Подобную роль монопода может выполнить и любая палка, если можно прикрепить к ней камеру, а другим концом упереться в землю.

Или, когда вы держите камеру двумя руками, повесьте на большой палец одной из рук какую-нибудь сумку. Разумеется, не слишком большую и тяжелую, а такую, нагрузка от которой на ваш палец была бы комфортной. Странный на первый взгляд совет может оказаться весьма полезным, потому что при такой конструкции незначительные подрагивания рук с камерой слаживаются весьма эффективно.

Всегда ли камера должна быть статичной

Природа видео – движение. Это и перемещения камеры, и внутрикадровая динамика, и течение времени на экране. Без этого не получится кино, но и постоянный «экшн» ради «экшена» хорошего фильма тоже не создаст.

Да, человек так устроен, что его внимание реагирует на малейшее движение вокруг. Эта способность сохранилась с древних времен, когда была необходимость отслеживать опасность или караулить жертву. Поэтому часто современное кино использует этот триггер. И если не знает, как захватить внимание зрителя чем-то еще, цепляет его постоянными погонями, атаками, стрельбой, не давая отвлечься ни

на секунду. Погони и танцы, действительно, очень кинематографичны. Но попадались ли вам фильмы, в которых этот экшн был самоцелью? Мне, к сожалению, да.

Панорамы, то есть движения камеры вправо-влево и вверх-вниз, нужно снимать с осторожностью и только тогда, когда они, действительно, нужны. А не по принципу: куда глаза, туда и камера. Камера и глаза – это не одно и то же, потому что угол зрения камеры меньше угла зрения человеческого глаза. Чтобы убедиться в этом, проведите небольшой эксперимент. Быстро поверните свою голову слева направо на 180 градусов – все ли предметы, которые были на этом пути, вы успели увидеть? Скорее всего, да. А теперь сделайте то же самое камерой и посмотрите отснятую панораму. Вы увидите, что на экране все промелькнет с такой скоростью, что разглядеть не получится. Так что лучше придерживаться совета продюсера BBC Майкла Делахей относительно съемки панорам и отъездов-наездов: «Используйте их, только если этого требует сюжет. Например, медленный отъезд от репортера во время стендапа может эффективно открыть огромное пространство либо пустоту данного места. Или панорама комнаты, заполненной участниками семинара, может показать одного мужчину среди 11 женщин. Равно как и перефокусировка от здания к колючей проволоке говорит нам о том, что это – место лишения свободы. Но никогда не используйте панораму, отъезды – наезды и перефо-

кусировки только ради того, чтобы они были».

Что же еще, кроме движения актеров внутри кадра или съемки с панорамированием камеры поможет избежать неприемлемой для видео полной статики?

Это темпо-ритм и движение времени в фильме.

Про темпо-ритм добавлю, что это чередование эпизодов, насыщенных активными действиями в кадре со спокойными сценами, но в которых чувствуется нарастающее внутреннее напряжение. То есть за динамичной сценой следует статичная, и это чередование создает определенный рисунок всего фильма, который и не дает зрителю заскучать.

А без движения времени не обойдется даже самое короткое хорошее видео. В любом фильме или ролике все должно меняться: обстоятельства происходящего, мировоззрение героя, события. Трудности преодолеваются, цели достигаются, а самое главное, меняемся и мы при просмотре. Если не показывать изменения, то «кина» не будет, а будет лишь фиксация мгновений, как в фотографии. Поэтому для видео так важна драматургия, то есть изменения жизни во времени. Другими словами – нужна история.

Дальше коротко расскажу самое важное, что нужно знать и делать, чтобы снимать классные кадры всегда и везде.

Какой вопрос нужно задавать себе всегда перед началом съемки любого кадра

Нацеливаясь камерой на что-то и приступая к выстраиванию любого кадра, спросите себя: что конкретно я собираюсь снимать в данный момент? Ответ на этот, казалось бы, незамысловатый вопрос сразу избавит кадр от невнятности и непонятности, которые, к сожалению, очень часто встречаются в горе-кадрах, потому что ваш ответ определит главный объект в кадре, который должен привлечь внимание зрителя в первую очередь.

Зачем обращать внимание в кадре на фонарный столб, угол стены здания или складки висящей оконной гардины

Любую съемку всегда и везде следует начинать с выравнивания положения камеры относительно вертикальных и горизонтальных линий. Если этого не делать, то те интересные объекты, которые мы хотим запечатлеть, окажутся на видеокадрах совсем не такими замечательными, как мы их видели в жизни. Потому что кривой горизонт или заваленные вертикали исказят изображение, разрушат ту самую гармонию,

которая нас привлекла и вдохновила на съемку. И в результате кадры, которые могли бы стать действительно стоящими, будут безвозвратно испорчены.

Сложность выравнивания камеры заключается лишь в том, чтобы не забыть обратить свое внимание на линию горизонта и вертикали. Потому что вертикальные линии обязательно найдутся в любом кадре: фонарный столб, угол стены здания, складки висящей оконной гардины. Надо лишь увидеть их и откорректировать кадр так, чтобы вертикали действительно были вертикальными, а линия горизонта ровной.

От чего зависит внутреннее содержание любого кадра

Если провести аналогию с литературой, то кадр – это фраза, то есть некая смысловая и структурная единица. А уже из последовательности таких видеопредложений складывается вся видеоистория. Как и в литературе, меткость выражения кадра зависит от многих нюансов.

Что будет внутри кадра, то есть то, что увидят зрители, как раз и зависит от его композиции. Следовательно, прежде чем нажать «РЕС», определите объект или объекты съемки, иначе и снимать не стоит.

Объект съемки – это «главный герой» кадра, он должен привлечь внимание зрителя в первую очередь. Зритель дол-

жен иметь возможность как следует его разглядеть, поэтому объект должен быть в фокусе и хорошо освещен.

Как определить главный объект съемки

Самый простой способ сделать это – обратить внимание, на каком из объектов ваш взгляд остановился в первую очередь, именно этот объект и нужно снимать в качестве «главного героя».

Однако часто бывает так, что другие, второстепенные, на ваш взгляд, объекты, попадая в поле зрения камеры, перетягивают на себя одеяло зрительского внимания. То есть вы снимали один объект, а в кадре потом главенствует совсем другой объект, что может кардинально поменять смысл плана.

Чтобы научиться понимать, какие из объектов претендуют на главную роль, включите камеру и выберите сцену для съемки, но сделайте картинку не в фокусе, так, чтобы все изображение превратилось в цветные пятна разной величины. Снимите такой кадр и рассмотрите его. Какое из пятен привлекает ваше внимание в первую очередь?

Скорее всего, ваше внимание привлечет сначала самое крупное пятно, а затем вы переключитесь на движущееся пятно, если таковое имеется в отснятом кадре.

Такое свойство зрительного восприятия досталось нам от далеких предков, когда обратить внимание на крупный

или, тем более, движущийся объект, зачастую значило «быть или не быть».

Поэтому и внимание ваших будущих зрителей будут привлекать в первую очередь крупные, движущиеся, ярко окрашенные, ярко освещенные объекты. Соответственно этим параметрам и следует располагать объекты в кадре и взаимно их «уравновешивать».

Как узнать, что композиция кадра верная

Любой кадр сообщает нам о своем главном герое, о каком-то объекте – как он выглядит, какие у него взаимоотношения с другими объектами, если они есть в кадре. Если все это «читается», то есть понятно тому, кто смотрит на этот кадр – значит его композиция верная.

Как должен располагаться объект съемки, если в кадре он один

Если объект съемки в кадре совсем один, то он должен располагаться в центре кадра, так как именно на центр кадра зритель обращает внимание прежде всего.

Как расположить объекты в кадре, если их несколько

Если объектов несколько, нужно определить главный из них, то есть то, ради чего вы собираетесь снимать данный кадр. Главный объект в кадре должен быть хорошо виден и не загорожен.

Остальные объекты призваны дополнять и обогащать главное. Если что-то не помещается в один кадр, то ищите точку, близкую к линии, соединяющей эти два (три, четыре...) объекта. Таким способом можно вписать в кадр даже очень далеко расположенные друг от друга объекты.

Как добавить глубину кадру

Мир вокруг объемный, а его видеоизображения всего лишь двухмерны. Но есть такое понятие, как глубина кадра. Это как раз то, что дает ощущение пространства и объема. К примеру, уходящие вдаль дороги создают ощущение пространства. Это называется линейная перспектива, то есть использование в кадре сходящихся к линии горизонта линий.

Еще один простой, но эффективный способ добавить глубины это снимать объекты не фронтально, а немного под углом, тогда они тоже не будут смотреться плоскими.

«Кадр в кадре» тоже хорошо работающий прием, и заклю-

чается он в том, что главный объект кадра, к которому вы хотите привлечь внимание зрителя, обрамлен какой-то естественной рамкой. В этом случае у зрителя создается ощущения присутствия в вашем кадре.

Эффект уменьшения объектов в кадре – это еще один хороший способ добавить кадру глубину. Это может быть ряд деревьев, фонарных столбов или любых других предметов, которые визуальнo уменьшаются по мере их отдаления от объектива. Чтобы сделать такой кадр наиболее выразительным, нужно как можно ближе подойти к ближайшему объекту, чтобы он выглядел максимально крупно, тогда разница в размерах будет наиболее ощутима.

Думаю, что вы замечали, что у любого кадра есть несколько слоев восприятия. Это передний план, средний и задний план (фон), только мы не всегда их различаем, если они не проработаны при съемке. Например, вы снимаете озеро: включили камеру и, не сходя с места, запечатлели то, что попало в видоискатель. А вот если добавить на передний план травинки – то получится гораздо более интересное и объемное изображение.

Если же предметы на переднем плане сделать размытыми, переведя фокус на более дальние объекты, то и внимание зрителя будет останавливаться в глубине кадра, и, главное, у него будет ощущение глубины.

Когда в кадре, что называется, «читаются» все три плана:

передний, средний и задний – это и делает кадр наиболее выразительным, потому что несет гораздо больше визуальной информации, и зрителю становится интереснее разглядывать такой кадр.

Что такое «Правило третей»

Одним из важных правил композиции является правило третей, то есть объект, если он не единственный в кадре, и к которому вы хотите привлечь внимание, должен располагаться не точно в центре, а чуть левее или правее, выше или ниже.

Представьте кадр с пейзажем, где линия горизонта проходит строго по центру. Как вы думаете, на что обратит внимание зритель – на землю или на небо? Не понятно, что здесь главнее. А теперь мысленно разделите кадр на три части по горизонтали, и пусть две трети займет небо, а нижнюю часть займет земля, если вы хотите привлечь внимание к небу. И наоборот, если для вас важнее то, что происходит на земле.

А если мысленно разделить кадр еще и на три части по вертикали, то получится решетка, а точки пересечения будут лучшими местами для тех объектов, к которым вы хотите привлечь внимание. Правило третей позволяет строить кадры с естественной для глаза асимметрией и помогает при-

влечь внимание к нужной точке, где главный объект будет сочетаться с передним и задним планом, а не состязаться с ними за внимание зрителя.

Старайтесь, чтобы линия горизонта (реальная или воображаемая) находилась несколько выше середины кадра. Это соответствует тому, как человек обычно смотрит на окружающий мир: в его поле зрения попадает больше того, что находится на земле, чем того, что есть над головой. Так что не заставляйте ваших будущих зрителей «задирать подбородок».

Как выбрать крупность кадра

По масштабу изображения планы бывают дальние, общие, средние, крупные и очень крупные.

Дальний план призван показать место события, дать характеристику окружающей среды. Человек, если он есть в кадре, занимает маленькую площадь экрана, в данном случае речь не про него, он лишь одна из составляющих всей композиции. Дальний план подходит для съемки пейзажа или для вводного (экспозиционного) кадра, чтобы зритель мог увидеть, куда его пригласили, и где будет развиваться дальнейшее действие.

Общий план уже формирует впечатление об участниках действия, знакомит с основными объектами съемки в контексте среды, в которой они находятся.

Средний план крупнее общего и показывает взаимоотношения главного объекта съемки с второстепенными объектами.

Крупный план полностью сосредоточен на объекте, зритель имеет возможность его хорошо рассмотреть. А очень крупный план – это деталь объекта, это акцент на чем-то. Это чувства и эмоции человека – лицо или только глаза. Это очень сильная по влиянию крупность, это, в общем-то, приказ зрителю обратить внимание именно на какой-то конкретный нюанс.

В свою очередь, каждая крупность тоже имеет три градации.

Общий третий план – рост человека в кадре настолько меньше вертикального размера кадра, что неразличимы его индивидуальные черты. Такую крупность кадра еще называют «дальний план».

Общий второй план – рост человека в кадре меньше вертикального размера кадра, но уже различимы черты его лица и детали одежды.

Общий первый план – когда человеческая фигура точно вписывается в размер кадра.

Средний третий план – человеческая фигура ограничивается нижней частью кадра по колению.

Средний второй план – человеческая фигура ограничивается нижней частью кадра по поясу.

Средний первый план – человеческая фигура ограничивается нижней частью кадра по грудь.

Крупный третий план – в кадре голова и шея человека.

Крупный второй план – в кадре только лицо.

Крупный первый план – в кадре часть лица.

Чем общее план, тем больше объектов он в себя вмещает, соответственно зрителю требуется разное время на рассмотрение кадров разной крупности. Поэтому снимать дальние и общие планы нужно большей продолжительности, чем крупные и очень крупные.

Сколько нужно оставлять пространства до края кадра при съемке человека

Снимая человека (или себя), оставляйте «воздух» над головой в нужном количестве. Определяется это визуально, но приблизительные стандарты выглядят так:

– на крупном плане «воздух» равен высоте от бровей до верхней границы головы;

– на среднем плане «воздух» равен высоте от бровей до подбородка;

– на общем плане «воздух» равен высоте головы с шеей, на дальнем плане больше;

– а на очень крупном плане – детали – «воздуха», разумеется, нет совсем.

Но не только выше человека в кадре есть свободное пространство, но и слева или справа от него. Как быть с ним?

С той стороны, куда обращен взгляд человека в кадре и должно быть «воздуха» немного больше, то есть дайте объекту пространство для взгляда. А сколько оставлять пространства, решить можно, руководствуясь следующим. Если герой присутствует в кадре на среднем плане и смотрит куда-то вдаль, то дайте ему столько «воздуха», чтобы в кадре могла уместиться его рука, если он решит совершить какой-то жест. Если же вы снимаете его крупным планом, то представьте, что человек прикладывает руку козырьком, словно защищает глаза от солнца – свободного пространства в кадре должно быть столько, чтобы рука уместилась и не обрезалась в таком положении границей кадра.

Где снимать человека, как выбрать фон

От того, что зритель увидит помимо человека, то есть фона и окружения, во многом зависит, поверит ли он происходящему.

Съемка на улице более натуральна и приближена к тому, кто смотрит. Он больше соотносит то, что видит, с собой. И для уличной съемки не нужны световые приборы, если ее производить днем в правильное время.

Снимая в помещении, расположите человека в центре

комнаты лицом к источнику света.

На что обратить внимание при выборе места съемки

Когда будете осматривать потенциальное место съемки, постарайтесь взглянуть на ситуацию так, как видит ее ваша камера: посмотрите на неосвещенные предметы, выявите все, что может испортить кадр или увести внимание зрителя.

Лишние предметы могут «поднять на смех» самую серьезную задумку. Например, если человек в кадре стоит с флажштоком, «вырастающим» из его головы. Или круглый светильник на потолке выглядит нимбом над головой человека в кадре. Может быть, вам и не удастся полностью избежать подобных вещей, но постараться все же следует.

Помехой при съемке могут стать и окна в интерьере. Даже если выставить экспозицию для съемок интерьера правильно, попадание яркой области неба в кадр будет сильно раздражать глаза.

В придачу к этому, если зритель видит хороший вид за окном, есть риск, что он найдет там что-нибудь более интригующее, чем показываемый объект! Это довольно просто предотвратить – надо просто стараться, чтобы окна не попадали в кадр, или закрыть занавески.

Напротив, если нужно снять коридор или холл, желательно открыть дверь в боковой стене для дополнительного освеще-

щения.

Что такое ракурс

Ракурс – это высота камеры и угол ее зрения. Буквальный перевод слова «ракурс» с французского *raccource* означает «укороченный», «сокращенный». То есть некоторые линии при изменении ракурса сокращаются или изменяются, в результате чего получается необычная перспектива. Такие сознательные искажения, необычные формы знакомых вещей усиливают впечатление.

Высота камеры над уровнем поверхности, которую она снимает, напрямую влияет не только на то, что видно в кадре, но и на психологическое восприятие объекта.

Как влияет высота камеры при съемке

С низкой точки съемки меньше всего видно среднюю часть кадра. Это ослабляет ощущение пространства и расстояния в кадре. Нижняя точка съемки, расположенная ближе к земле, делает объекты более величественными, могущественными, монументальными. Она же позволяет взглянуть на мир глазами детей или животных.

При дальнейшем увеличении высоты точки съемки большая часть среднего плана становится видна, и зритель уже получает представление о пространстве и расстоянии. Съем-

ка на уровне глаз человека называется нормальной точкой по высоте. Большинство кадров делается именно с этой точки, так как при такой съемке предметы выглядят привычно и естественно.

Точка съемки, расположенная выше среднего человеческого роста, словно принижает объекты, делает их незначительными. На фоне земли они теряют свою высоту. Но в то же время съемка с высокой точки отличается масштабностью и панорамностью, позволяет передать в кадре большое пространство. С высоты небоскребы выглядят почти игрушечными, тогда как с низкой точки съемки они же выглядят гораздо внушительней. Поэтому выбор точки съемки зависит от вашей авторской точки зрения.

Как можно убрать из кадра мешающий объект, если его нельзя просто унести

Мешающий, «лишний» объект, если его нельзя унести из кадра, можно «удалить» с помощью смены точки съемки. Для этого найти такую точку, когда ненужный объект скроется за объектами первого плана.

Что такое внутрикадровый монтаж

Это вид монтажа без склеек, который осуществляется во время съемки за счет использования оператором различ-

ных приемов (переход фокуса, поворот камеры, наклон камеры, наезд, отъезд и т.д.) и движения персонажей в кадре.

Для осуществления внутрикадрового монтажа, то есть для изменения того, что видно в кадре, помимо движения самой камеры, можно и нужно использовать съемку с перемещением камеры с помощью каких-то движущихся устройств. В кино для этих целей используют специальные рельсы, а вы можете осуществить съемку из движущегося автомобиля, катера, лифта и даже эскалатора.

Какие есть приемы съемки с движением внутри кадра

Панорама и наезд-отъезд. Панорама – это движение камеры слева-направо (или наоборот), а также сверху-вниз (или наоборот). Наезд-отъезд – это движение приближения чего-то в кадре или отдаления. Панорама и отъезд – это всегда интрига, потому что неизвестно, что окажется, когда закончится движение камеры.

Когда уместно снимать панораму

Идеальным мотивом для панорамы может быть слежение за движущимся объектом или осознанный перевод внимания с одного объекта на другой.

Панораму слежения можно делать в любом направлении,

ведь вы всего лишь следите камерой за движением объекта.

Иное дело – панорама без движущегося объекта. Тогда необходимо самому выбрать линию, по которой пойдет панорама. Она должна быть параллельна какой-либо физической линии в кадре. Для красивого пейзажа это линия горизонта, для витрины музея – движение по полкам сверху вниз или наоборот, для «пустынной улицы» – ее направление.

Если пренебречь этим правилом, то у зрителя останется странное ощущение от вашего кадра: он привык рассматривать панорамную сцену строго по таким линиям – это еще один закон зрительного восприятия – а тут его голову как бы насильно поворачивают в каком-то ином направлении.

Уместно снимать панораму и тогда, когда объекты не уместятся в кадр, а на общем плане их будет трудно разглядеть. Тогда есть смысл пройтись вдоль них камерой. И старайтесь снимать панораму одного и того же плана в две возможные стороны, потому что если это репортажная съемка, то точно неизвестно, какое движение лучше соединится с другими планами на стадии монтажа.

Что можно подчеркнуть при помощи отъезда или наезда

Движение камеры с приближением или отдалением в кадре способно показать какую-то деталь как часть целого, чтобы таким образом продемонстрировать связь какой-то част-

ности с общим. Или наоборот дать возможность ближе рассмотреть то, что заинтересовало на общем плане.

Какое необходимое условие нужно выполнять при съемке любой панорамы или отъезда-наезда

Любая панорама должна начинаться со статики и ей же заканчиваться. Это просто нужно запомнить. И еще до старта съемки панорамы вам нужно определить, где будет ее конец, на каком объекте вы остановите движение. Во время самой панорамы важно максимально стабилизировать камеру штативом или, если вы снимаете с рук, держать ее двумя руками и вести как можно более плавно. Это достигается тренировкой. Скорость и резкость движения камеры передают вашу экспрессию, ваше состояние от увиденного, поэтому есть смысл использовать это осознанно, чтобы зритель вас правильно понял.

В какое время лучше снимать при естественном освещении

Естественное, то есть солнечное, дневное, освещение способно на многое, если учитывать в какое время дня лучше снимать объекты под разные задачи.

Рассвет... Воздух в это время наиболее прозрачен, в городе меньше пыли и смога. На листьях, стекле и металле выпадает роса. Свет меняется очень быстро от голубого перед самым рассветом до золотистого. Это лучшее время для съемки пейзажей, водной поверхности, растений и церквей, которые ориентированы на восток к восходу солнца. Также в это время выигрышно снимать объекты с блестящей, глянцевой поверхностью, например, автомобили. Освещение от неба этого часа эффектно выявляет отражения и отблески на металле и стекле.

Как правило, в это время нет ветра, а значит, водная гладь обеспечена для съемки. Если ночью шел дождь, то на рассвете в первых лучах солнца заблестят и заиграют даже обычно малопривлекательные в другое время улицы и растения.

Первый час после восхода солнца считается идеальным для съемки. Кожа человека в кадре в это время выглядит наиболее гладкой. Это используют, к примеру, для рекламной съемки косметических средств, где очень важен акцент на свежей, чистой коже.

Освещение в полдень может считаться идеальным только для съемки в ущельях, каньонах и других подобных местах, куда в другое время солнце просто не проникает. Съемка человека в кадре в это время изуродует его лицо огромными тенями от носа и бровей. Продолжительность «мертвого» часа зависит от времени года и широты.

Ближе к вечеру естественный свет почти не пригоден для

съемки – красочную картинку он не даст. Закат – это сам по себе объект съемки и тот небольшой отрезок времени для получения интересных кадров при низком солнце. Закаты над морем или песчаными и снежными пространствами еще более эффектны, поскольку свет отражается и усиливается.

Когда сумерки сгущаются, наши глаза теряют восприимчивость к цвету, но кадры, отснятые в это время, скорее всего окажутся более насыщенными, чем нам казалось в реальности. Подсвеченные витрины магазинов, огни, уличные фонари и фейерверки прекрасно гармонируют с синеватым оттенком неба и выглядят в это время эффектнее, чем в полной темноте.

Что нужно знать про цвет в кадре

Главное, что он тоже сильно влияет на композицию кадра и может, как улучшить ее, так и разрушить.

Например, при одном и том же расстоянии до объекта теплые цвета визуально его приближают, а холодные отдаляют.

В общей гамме кадра и монтажной фразе яркое пятно убивает полутона, поскольку цветовая степень его насыщенности выше.

Большие плоскости в кадре ослабляют цветовые тона.

Все это влияет на наше восприятие кадра, потому что цвета и их сочетания воздействуют на нас даже на физиологическом уровне:

- белый – дает ощущение ясности и чистоты;
- красный – возбуждает, увеличивая мускульное напряжение и кровяное давление;
- голубой – снимает возбуждение и рассеивает навязчивые идеи;
- синий – расслабляет, успокаивает дыхание и пульс;
- оранжевый – тонизирует и вызывает радость;
- зеленый – расширяет капилляры, успокаивает и освежает;
- розовый – способствует легкому расслаблению;
- коричневый – усыпляет;
- фиолетовый – навеивает легкую меланхолию и печаль.

Так что, выстраивая какой-то новый кадр, стоит обращать внимание и на его цветовую гамму, чтобы соотнести ее со своей съемочной задумкой.

Как и зачем настраивать баланс белого

Чтобы кадры передавали настоящие краски жизни, камеру перед съемкой нужно настроить на верную цветовую температуру, иначе говоря, выставить баланс белого. Обычно для этого перед объективом помещают белый лист бумаги при том же освещении, при котором будет вестись съемка. Если листа под рукой не оказалось, то найдите в окружении белый цвет или самый светлый цвет и наведите каме-

ру на него. Настройте такую крупность изображения, чтобы весь экран занимал этот белый цвет, то есть, чтобы в кадр не лезли другие предметы и цвета.

Если балансировка белого в камере автоматическая, то она работает самостоятельно. Если настройка ручная, то нужно камеру на таком кадре подержать несколько секунд, удерживая соответствующую кнопку до того, как произойдет регулировка. После таких манипуляций камера знает, как выглядит белый цвет и будет точно воспроизводить все остальные краски.

Что нужно знать про свет

Об освещении написано много толстых книг, потому что это очень важно. Без света нет изображения.

Если вы не запланировали снять черный силуэт человека или предмета, то всегда располагайтесь с камерой так, чтобы самый мощный источник света был позади вас – за камерой, и светил на снимаемый объект. То есть человека в комнате снимайте не на фоне окна, а расположив его лицом к окну.

Второе важное условие – всегда снимайте при максимальном освещении, какое только можно получить в данной сцене. Если это происходит в комнате, то включите весь имеющийся свет – люстру, настольные лампы и так далее вплоть до фонарика. Почему это так важно? Потому что при недостаточном освещении картинка получится серой, блеклой,

размытой. Это может разрушить самую гениальную задумку.

Соблюдение этих двух условий уже обезопасит ваши кадры от полной несостоятельности и перемещения в корзину. А рисующий, контровой, заполняющий свет – это следующая ступень свето-мастерства в видеосъемке.

Что такое контровой свет

Это источник света, который освещает главный объект в кадре сзади, то есть, находится практически напротив объекта.

При отсутствии других источников света и соответствующей диафрагме, контровой свет даст силуэт или контурное свечение, которое оторвет объект от фона, создав тем самым больше глубины кадра.

Против света нельзя снимать, если у вас не стоит задача получить черных человечков. А вот в реализации художественных задумок и создания особой атмосферы контровой свет просто волшебник. Он позволит увидеть то, что без него не видно.

Зачем нужны адресные планы

Уверена, что вы неоднократно видели в сериалах кадры, которые вам подсказывали, где будет происходить следующая сцена. Например, дальний план замка, особняка или ок-

на небоскреба. Такие планы называются адресными, то есть они сообщают зрителю, где разворачиваются события. Причем, это совершенно не обязательно, что так и есть в действительности, в игровых фильмах точно. Отдельно снимается, к примеру, Уолл-Стрит, а дальше монтируется диалог двух героев, который снимается далеко от этой улицы в студии. В документальном видео, как правило, адресные планы действительно соответствуют месту действия того, что мы видим на экране.

Конец ознакомительного фрагмента.

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.