

0:00:00:00

00:00:15:00

00:00:30:00

00:00:45:00

00:01:00

СЕМЕН ШОРОХОВ

**ПЕРВОЕ
ПРАКТИЧЕСКОЕ
РУКОВОДСТВО
ПО СОЗДАНИЮ
ТРЕЙЛЕРОВ**

ДЛЯ РЕЖИССЕРОВ МОНТАЖА

Семен Шорохов
Первое практическое
руководство по
созданию трейлеров для
режиссеров монтажа

*<https://litres.ru/74404054>
SelfPub; 2026*

Аннотация

Трейлер посмотрят миллионы. Сам фильм - сотни тысяч. При этом профессии «трейлермейкер» как будто не существует: ей не учат во ВГИКе, о ней не пишут книг, а зритель уверен, что трейлер делает режиссер фильма.

Это первое практическое руководство по созданию трейлеров - от человека, который делает их каждый день и обучает каждый день, как их делать. Потому что до этого ничего такого не было. Вообще. Ни на русском, ни, кажется, ни на каком.

Внутри:

- Карта трейлера - по этой местности до сих пор ходили на ощупь.
- Как смотреть кино сначала ушами и только потом глазами.
- Почему звон вилки продает билеты лучше, чем красивый план.

- Как выиграть тендер без участия.

Без теории кино, без воды, без «раскройте свою креативность». Только алгоритмы, приемы, разборы и случаи из практики.

Для режиссеров монтажа, которые хотят делать трейлеры. И для всех, кому интересно, почему от хорошего трейлера невозможно оторваться.

Содержание

ГЛАВА 0. ПРОФЕССИЯ, КОТОРОЙ КАК БУДТО НЕТ	5
ГЛАВА 1. ДВА ВАЖНЕЙШИХ ТРЕЙЛЕРНЫХ ПРИЕМА	11
ГЛАВА 2. ОТСМОТР И ОТБОР МАТЕРИАЛА	27
Конец ознакомительного фрагмента.	42

Первое практическое руководство по созданию трейлеров для режиссеров монтажа

ГЛАВА 0. ПРОФЕССИЯ, КОТОРОЙ КАК БУДТО НЕТ

Этой книги не должно было существовать.

Про сценарное мастерство написаны тысячи книг. Про режиссуру – сотни. Про монтаж кино – десятки. А про монтаж трейлеров – ноль. Ни на русском, ни, кажется, вообще ни на каком.

При этом профессия существует. Люди каждый день открывают исходники и начинают изобретать велосипед – личный, кривой, с квадратными колесами.

Трейлермейкер – не человек, который «просто умеет монтировать». Если бы все было так просто, режиссер монтажа фильма автоматически делал бы к нему идеальный трейлер. Но это работает примерно как «блестяще оперируешь – значит, и зуб вылечишь». Ну да. Только между скальпелем и

бормашиной есть еще пара деталей.

Монтажер фильма собирает историю так, чтобы зритель прожил ее целиком. Он может позволить сцене подышать, герою – помолчать, конфликту – разворачиваться постепенно. Трейлермейкер делает почти противоположное: за две минуты ему нужно найти фильм внутри фильма. Не пересказать сюжет, а продать обещание: вот о чем это кино, вот почему оно тебя зацепит, вот эмоция, за которой стоит идти в зал.

Поэтому трейлер – это не обрезанный фильм. Это отдельное произведение со своей драматургией, ритмом, музыкой, графикой, звуком и правилами. И да, со своими законами. Ты как раз держишь их в руках.

В Голливуде этим занимаются трейлерхаусы – студии, которые делают только кинопромо: режиссеры монтажа, креативные продюсеры, дизайнеры, композиторы, саунд-дизайнеры. У каждого своя задача, но на выходе всегда одно – не «нарезка лучших моментов», а точное попадание в зрителя.

У нас профессия маленькая, закрытая и долгое время почти невидимая. В нее редко попадали по понятному маршруту. Чаще через знакомых, удачный проект или просто потому, что однажды кто-то заметил, как ты режешь кадры под музыку. Прямо сейчас сотни талантливых режиссеров монтажа хотят стать трейлермейкерами – и не знают, как войти в нишу. Кинокомпании от этого работают с одними и теми же подрядчиками, а индустрия почти не развивается.

Мне такой порядок никогда не нравился. Поэтому в 2021 году я открыл свой трейлерхаус, а вместе с ним и школу трейлермейкеров. С тех пор почти без остановок преподаю и набираю в команду новую кровь: талантливых, упрямых и по-хорошему больных трейлерами. Людей, которые хотят научиться этому искусству, собрать первые работы, познакомиться с индустрией – и перестать смотреть на индустрию как на закрытый клуб, куда пускают неведомыми тропами.

Сегодня мы в Trailermakers делаем около сотни трейлеров и тизеров в год, а в команду набираем только через обучение в Katushka.Pro и офлайн-хакатон TrailerCamp. Хакатон – это когда люди приезжают в красивое место не за отдыхом, а чтобы добровольно сесть за монтажки: участники получают настоящие фильмы и реальные брифы, собирают свои версии и защищают их перед заказчиком. Не симулятор профессии – профессия в концентрате. И не «конкурс ради диплома»: работы с хакатона доходят до официальных релизов.

Так вот, эта книга родилась из лекций и разборов в школе и на хакатоне: сотни часов просмотренного материала, сотни студенческих драфтов и тысячи одинаковых ошибок. Да-да, одинаковых – все наступают на одни и те же грабли с завидной дисциплиной. Из этих грабель и собрана эта книга.

Сразу честно: ничего из написанного здесь не выдуманно. Все наработано опытным путем (читай: через боль).

Каждый закон трейлермейкера – это когда-то проваленный драфт, обидный комментарий заказчика или трейлер,

перемонтированный с нуля.

Тебе предлагают пройти тот же путь, но без боли. Соглашайся, это выгодная сделка.

Как устроена книга. Идем по производству трейлера от начала до конца. Внутри рассредоточены врезки – реальные ошибки реальных студентов или история из жизни трейлермейкера. Чужая ошибка всегда видна лучше своей. Особенно если своя уже ушла заказчику.

И сразу, чего в книге не будет. Здесь нет главы про брифы. Хотя бриф решает едва ли не больше, чем монтаж: можно собрать крутой трейлер, при этом не попасть в бриф – и трейлер будет забракован. Как читать бриф, как спорить с ним, как понять, что заказчику нужно на самом деле, а не что он написал, – огромная отдельная тема. Настолько отдельная, что я оставляю ее для следующей книги. Эта – только про монтаж. Здесь ты научишься резать, склеивать, разгонять и подзвучивать.

Законы трейлермейкера выделены отдельно, их шесть. Некоторые покажутся очевидными – отлично, быстро запомнишь. Некоторые спорными – еще лучше, проверишь на практике. Спорить с ними можно. Нарушать – на свой страх и риск.

Два правила пользования Руководством. Первое: мы с тобой на «ты». Так принято у нас в команде, в школе и на хака-тоне – пусть в книге так и останется. Второе: читать залпом бесполезно. Читаешь главу – открывай исходники – пробу-

ешь. Книга сама по себе не сделает тебя трейлермейкером. Трейлермейкером делают трейлеры: первый, третий, седьмой. Но она экономит тебе как минимум год жизни, десятков драфтов в стол и пару тысяч нервных клеток.

Книга про трейлеры без самих трейлеров – как учебник плавания без воды: почитать можно, поплавать нельзя. Поэтому почти на каждой странице я буду отправлять тебя смотреть: вот здесь послушай, что делает звук, – а вот тут смотри, как используется акцент.

Выглядеть это будет так: ДЕТИ ПЕРЕМЕН (2.13). Название трейлера, в скобках – номер. Это не тайм-код, не версия трейлера и не номер страницы: это номер фрагмента в списке, где первая цифра – номер главы.

А сам список лежит в закрепе моего телеграм-канала t.me/trailermks: все приемы из книги, наши и чужие, собраны там по главам, со ссылками и нужными тайм-кодами. Открываешь главу – открываешь закреп – находишь номер – включаешь и смотришь, как работает прием. Гуглить ничего не придется. Единственное, что придется сделать руками, – один раз набрать адрес канала: в книге ссылки не кликаются.

Там же забирай большую карту трейлера в высоком разрешении в PDF. Здесь (а конкретнее в третьей главе) она напечатана мелко и только для обзора, а из канала ее можно скачать, распечатать в любом формате и повесить над монтажкой.

Все. Погнали. Пристегнись. Дальше аттракцион.

ГЛАВА 1. ДВА ВАЖНЕЙШИХ ТРЕЙЛЕРНЫХ ПРИЕМА

Прежде чем ты скачаешь материал и начнешь что-то отбирать, устраивайся поудобнее: будет короткий инструктаж, без которого все дальнейшее не имеет смысла. Серьезно. Это та лекция, с которой я обычно начинаю курс, и не потому, что она первая по счету, а потому что без нее ты будешь отсматривать фильм как обычный зритель с чипсами. А ты больше не зритель. Теперь ты охотник. Внутри каждого фильма спрятан трейлер – и твоя задача выследить его. В монтажку ты притащишь лучшие куски. Готовить будем там.

АТТРАКЦИОН, А НЕ ПЕРЕСКАЗ

Начнем с главного заблуждения. Почти все, кто впервые берется за трейлер, делают одно и то же: пытаются пересказать фильм. Был мальчик, он полюбил девочку, потом случилась беда, потом они победили. Это синопсис, не трейлер.

Трейлер – это аттракцион. Его задача не объяснить сюжет, а вскружить голову. Смотри, как это сделано в трейлере ГНЕВ ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ (1.1): там нет пересказа ограбления инкассаторов, ты не знаешь, кто кого грабит и зачем.

Тебе и не надо. Тебе просто нравится это видеть. Почему?

ПРИЕМ ПЕРВЫЙ: АКЦЕНТЫ

Акцент – это четкое, законченное действие или звук, который бьет в ритм музыки и дробит поток реплик. Удар двери. Разбитое стекло. Выстрел. Щелчок затвора. Акценты – это перкуссия трейлера: именно они создают ощущение «дорогого» монтажа.

Зачем они вообще? Представь книгу, из которой выдернули все знаки препинания – ни точек, ни запятых, ни тире. Трейлер без акцентов – та же книга: сплошная вязкая лента из реплик и кадров, которая льется и льется без единой остановки или яркой вспышки. Зритель устает и выключается. Акценты – это знаки препинания трейлера: фраза – акцент, фраза, фраза – акцент, акцент, акцент. Когда заказчик спрашивает «а где в трейлере американские горки?» – так вот, горки создают акценты.

У акцентов два железных условия.

Первое: акцент звучит только в такт музыки. В трейлере вообще все делается под музыку, но для акцента это закон, а не рекомендация. Акцент не в такт – и ритм рассыпается, трейлер не работает.

Второе: акценты должен идти отдельно от реплик. Реплика не должна на скакивать на акцент – иначе все смешивается, зажевывается, и вместо четкой перкуссии получается

вязкая каша.

Только так и никак иначе: фраза закончилась – акцент прозвучал – пошла следующая фраза.

В ДЖЕНТЛЬМЕНАХ (1.2) (опять Ричи, да, я его люблю, и что дальше?) акцентами работают, даже несмотря на огромное количество выстрелов и ударов, более изящные действия: выдыхание дыма, смех, поправление пальто (!!!).



Акцент может быть один, может идти акцентной фразой – несколько акцентов подряд. В трейлере ВСЕ ВЕЗДЕ И СРАЗУ (1.3) реплика героини Джейми Ли Кертис «Вы здесь видите гору квитанций, а я – историю» разбита ровно посередине акцентной фразой: захлопнулась дверца стиральной машинки – героиня помогает отцу подняться по лестнице. Чик, чик, чик, все в такт.



И только потом фраза продолжается: «И я вижу, к чему все идет». По смыслу между этими кадрами как будто ноль связи? Но работает безотказно – потому что акценты взяты из ее быта, а показать хотели именно быт.

ЗАКОН ТРЕЙЛЕРМЕЙКЕРА 1: АКЦЕНТЫ – ТОЛЬКО В ТАКТ

Когда научишься разбивать акцентами не только фразы между собой, но и слова внутри одного предложения – это уже топ-уровень.

И еще одна функция, которую новички упускают: акценты включают и выключают музыку. Запомни раз и навсегда: музыка в трейлере никогда не уходит в ноль. Никаких fade out. Мы обрубаем музыку акцентом: чик! – и в воздухе остается только хвост звука удара.

В ТРЕЙЛЕРЕ НЕ КАК В КИНО: ГИПЕРЗВУК

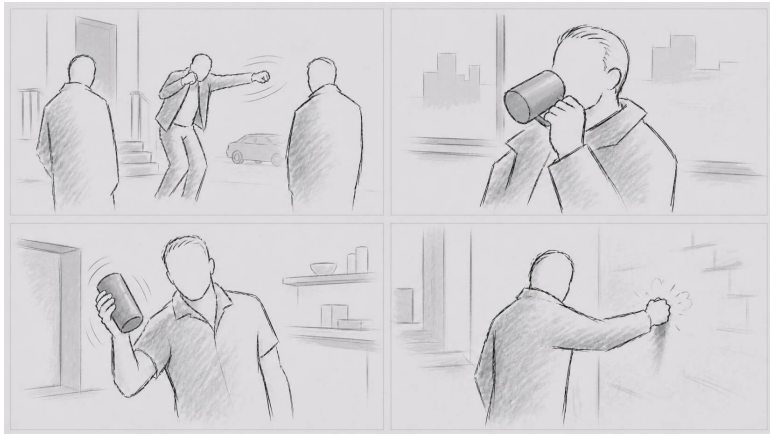
В кино звук правдоподобный. Удар звучит как удар. Шепот тише разговора. Выстрел громче хлопка двери. Пропорции как в жизни – потому что зритель должен верить, что все происходит по-настоящему.

В трейлере звук гипертрофированный. Зритель не проверяет громкость на реализм. Он проверяет ощущение. Трейлерный звук честнее жизни: он звучит не так, как было, – а так, как чувствовалось. В трейлере звук не обслуживает картинку. Звук ей командует.

Акцент работает и в обратную сторону: удар – и включается новый музыкальный квадрат. Акцент погасил музыку, акцент ее же и запустил. Вот тебе и горки.

ТЕХНО-АКЦЕНТЫ

Это прием посерьезнее. Смотри трейлер НИКТО, фрагмент с 23-й по 44-ю секунду (1.4): сосед машет кулаками, и мы слышим свист рассекаемого воздуха. Один раз показали – картинка и звук вместе. Все.



А дальше сосед исчезает с экрана, но свист остается: он повторяется в такт уже под другие кадры. Потом герой хлюпает из кружки – один раз увидели, услышали. И это хлюпанье тоже начинает жить отдельно, накладываясь на свист.

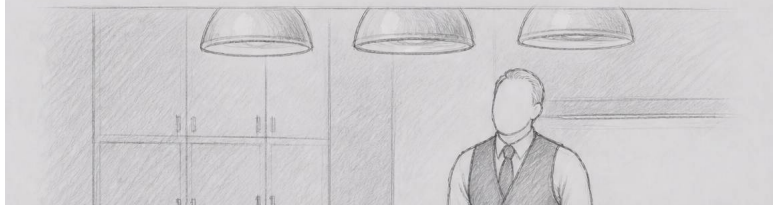
ЗАКОН ТРЕЙЛЕРМЕЙКЕРА 2: АКЦЕНТЫ – ОТДЕЛЬНО, ФРАЗЫ – ОТДЕЛЬНО

И так дальше все наслаивается: шейкер, удары по стене. Почему «техно»? Потому что это работает как техно-трек: сначала идет бочка, потом сверху накладывается еще один инструмент, потом еще – и слой за слоем набирается музыка. Только вместо инструментов здесь звуки из фильма, которые оторвались от своих картинок и играют сами по себе. Техноакцент – это звук, который один раз показали с источником, а потом он живет своей жизнью в ритме трейлера.

ПРОБКА, КОТОРОЙ НЕ БЫЛО В СЦЕНЕ

Трейлер ДЖЕНТЛЬМЕНЫ (1.5) начинается с тишины – и резкого вылета пробки из бутылки. Это первый кадр после предыдущего ролика в кинотеатре, поэтому акцент работает особенно нагло: хлопок – и зритель уже весь во мнимании.

Но интереснее другое. В исходной сцене этой пробки нет. Кадр подворован из другого места исключительно ради акцента. Это можно доказать без экспертизы и детектора лжи: бутылку открывает человек в коричневом свитере, а дальше в сцене ни на одном из двух героев свитера нет. Вообще.



И никто из зрителей этого не замечает. Потому что мозг не проверяет гардероб. Он слышит хлопок, принимает склейку и идет дальше. Вот зачем мы ищем действие не только в нужной сцене, а во всем фильме. Если кадр идеально запускает трейлер, свитер может остаться один на один со своей тайной.

Важно: акцент – это законченное действие. Человек упал – акцент. Человек падает три секунды – это не акцент, это сцена. Процесс не акцент, результат – акцент.

В ТРЕЙЛЕРЕ НЕ КАК В КИНО: РАССИНХРОН

В кино звук сводится к картинке. Выстрелил – бахнуло в момент выстрела. Это закон физики и профессии: звукорежиссер фильма обязан ставить каждый звук ровно туда, где он случился на экране.

В трейлере звук сводится к музыке. И это важнее синхронизации с картинкой.

Ситуация: в кадре три выстрела подряд – и в ритм не попадает ни один. Ну ок, можно подвинуть на таймлайне так, что только один из трех. Что делать с остальными? Картинку мы не трогаем вообще: ускорять или замедлять фазы внутри кадра нельзя, это не наш материал и не наш метод. Поэтому мы двигаем не кадры – мы двигаем звуки. Каждый выстрел сдвигается со своей точки ровно по музыкальной доле. Пер-

вый – на «раз», второй – на «два», третий – на «три». В кадре герой стреляет неровно, а в звуке – четкая очередь в такт.

И вот магия: зритель этого не замечает. Совсем. Мозг устроен так, что слышит ритм – и подгоняет картинку под него. Три выстрела звучат в такт – значит, для зрителя и на экране они в такт. Мозг так устроен, ему нужен порядок – и ты его даешь: в звуке.

Теперь главная боль. Ты сдал трейлер, где каждый акцент и каждый интершум стоят ровно в долях. Заказчик отправляет его на финальное сведение... звукорежиссеру фильма. Тот открывает проект и делает свою работу честно и по привычке: расставляет все звуки по картинке. Туда, где они «на самом деле» случаются на экране. Нет, звукорежиссер не плохой. Он просто всю жизнь сводит кино – а в кино это единственный правильный способ. Он не знает наших приемов и не понимает, что каждый такой «возврат на место» выковыривает кирпич из аттракциона.

Результат: акценты съехали с долей, ритм рассыпался, трейлер перестал качать – и никто не может объяснить, что случилось. «Вроде все то же самое, но не то». Не то – потому что убита синхронность с музыкой, единственная, который в трейлере имеет значение.

Сравни сам – есть пара трейлеров МЕЖСЕЗОНЬЕ: в первом (1.6) звук сводил звукорежиссер фильма, во втором (1.7) – звукорежиссер, специализирующийся на промо. Проверь разницу точности акцентов, начиная с 1.14.



Ок, кто-то услышит, кто-то нет – разница в расстановке звуков акцентов может быть слышна только опытному специалисту. Но вот трейлер АТОМ: версия звукорежиссера сериала (1.8) против версии нашего (1.9). Одна картинка, одна музыка – два разных трейлера. Разница очевидна невооруженным ухом!

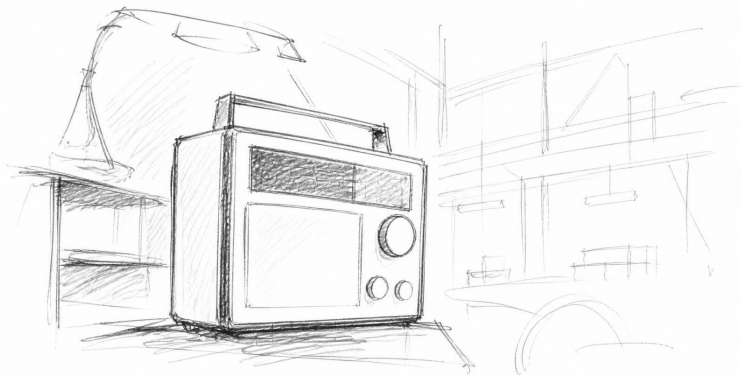
Картинка в трейлере подчиняется музыке. Звук – тоже. А мозг зрителя честно доделывает за нас остальное.

ПРИЕМ ВТОРОЙ: ТРЕЙЛЕРНЫЕ ПЛАНЫ

Трейлерный план – это кадр с плавным движением камеры. Камера едет, летит, наезжает, отъезжает, обходит героя,

спускается с крана, проваливается в окно. Не дергается, не мечется, не изображает срочный репортаж с места событий, а движется плавно, сочно и дорого. Именно такие планы дают ощущение кино. Не хоум-видео. Не телевизора. Не «мы тоже что-то сняли». А большого фильма, за который зритель платит 500 рублей и еще столько же отдает за попкорн.

Обычно трейлерными мы называем планы, снятые с рельсов, крана, коптера. Но для нас не так важно, на что именно установлена камера. Важно, что мы видим в результате: внутри кадра есть управляемое, красивое движение. Даже небольшой плавный подъезд к лицу уже делает план трейлерным. Подъезд к радиоприемнику, как в трейлере **ФОРД ПРОТИВ ФЕРАРРИ (1.10)**, – тоже. Предмет вообще не обязан быть важным. Камера относится к нему как к важному – и зритель начинает делать то же самое.



Трейлерные планы бывают любой крупности.

Общий и дальний планы – город, здание, корабль, колонна машин, герой посреди огромного пространства. Такие кадры обычно работают еще и как заявочные: показывают, где мы находимся, и открывают новую часть истории. Поэтому ими удобно начинать трейлер, акт или новую монтажную фразу. Плавно подлетаем к городу – все, мы внутри фильма. Подъезжаем к ресторану – зритель мгновенно понимает, что действие переместилось туда. Никаких пояснений не требуется.

В ОТРЯДЕ САМОУБИЙЦ (1.11) именно так устроены переходы между локациями. Сначала мы видим трейлерный план, открывающий тюремную локацию (далее сцены с героями в тюрьме), затем трейлерный заявочный план переводит нас уже к ресторану. Он не просто украшает монтаж. Он ставит точку в одном месте и открывает следующее.

Средний план – камера подъезжает к герою, обходит его, движется вместе с ним. Здесь уже важнее не пространство, а персонаж. Человек может просто стоять – движение сделает камера.

Крупный план – плавный наезд на лицо, глаза, руку. Крупность сама по себе не отменяет трейлерность. Если камера медленно приближается к глазам героя, это такой же трейлерный план, как коптерный пролет над городом. Только задача другая: не показать масштаб мира, а увеличить на-

пряжение.

Деталь – оружие, кнопка, колесо машины, нога героя, лежащий на столе предмет. Камера плавно подъезжает – и обычная вещь внезапно получает вес. Да, даже нога может быть трейлерным планом. Ноге в этот момент ничего особенного делать не нужно, за нее работает камера.

Трейлерным может быть и экшеновый кадр: вертолет пролетает над улицей, машина несется сквозь город, полиция бежит по коридору, герой стреляет, а камера плавно едет рядом. Важно не то, спокойно ли внутри кадра. Важно, есть ли у движения форма.

И еще: трейлерный план не обязан длиться в трейлере долго. Иногда от красивого пролета в монтаже остается полсекунды – и этого достаточно. Его задача не в том, чтобы зритель успел рассмотреть операторскую работу и написать о ней курсовую. Он должен почувствовать масштаб, пространство или напряжение.

При просмотре материала собирай такие планы отдельно. Не надейся, что потом вспомнишь: «Там где-то на сорок седьмой минуте камера красиво ехала мимо стены». Не вспомнишь. А если вспомнишь – не найдешь. Сделай отдельную секвенцию, поставь маркеры или сложи все в один блок. Когда начнешь собирать картинку, сначала пройдишь по трейлерным планам и расставишь их по структуре. Они помогут открыть акты, обозначить локации, соединить разные сцены и просто насытить трейлер киношностью.

Обратная сторона медали – статика. Но здесь важно не превратить правило в религию. Статичная камера сама по себе еще не приговор. Если внутри кадра происходит короткое законченное действие – герой садится, поворачивается, поднимает оружие, выпивает кофе, захлопывает дверь, – план может работать. Камера стоит, зато движется содержание кадра.

Плохо, когда не движется вообще ничего. Камера стоит. Герой стоит. И говорит. Долго. Такой кадр пригодится для закадра: фразу забираем, картинку выбрасываем. Потому что чистая статика убивает ритм, исключает зрителя и превращает трейлер в отчет о проделанной работе.

Исключение – если статика является концепцией всего трейлера. Например, у тебя артхаус, где все два часа люди неподвижно смотрят в стену, а стена постепенно осознает тщетность бытия. Тогда да, можно построить трейлер на статичных планах. Но это уже осознанный прием. Не оправдание тому, что ты поленился поискать трейлерные планы.

Иногда при полном отсутствии трейлерных планов хочется сделать цифровой наезд на монтаже. Можно, но очень аккуратно. Настоящее движение камеры и зумирование картинки программным способом выглядят по-разному. Если переборщить, вместо дорогого кино получишь презентацию PowerPoint с эффектом «приближение». Один незаметный цифровой подъезд еще может спасти кадр. Десять подряд – уже спасать придется трейлер.

В общем. Плавные наезды, отъезды, подъезды, пролеты и обходы. Коптер, кран, рельсы, движение за героем или вокруг него. Общие планы, крупные планы, детали – крупность не важна. Увидел красивое управляемое движение камеры – сразу откладывая кадр на отдельную часть таймлинии с трейлерными планами. Потом спасибо себе скажешь.

ЗАЧЕМ ЭТО ВСЕ ПЕРЕД ОТСМОТРОМ

Когда ты сядешь отсматривать материал, искать ты будешь, конечно, не только акцентные и трейлерные планы. Фразы, диалоги, экшен – все это тоже пойдет в отбор.

Но фразы ты поймашь в любом случае: они сами бросаются в уши. А вот акцентное движение внутри кадра и плавный трейлерный план – добыча пугливая: ты заметишь ее только если заранее знаешь, что она существует, и что ее надо высматривать.

Поэтому эти два приема должен уже сидеть у тебя в голове до того, как ты нажмешь play, – как прицел, а не как список покупок. Отсмотр без них – это рыбалка без удочки: сидишь, смотришь на воду, что-то там плещется.

Так что идем дальше. Удочка у тебя теперь есть.

ГЛАВА 2. ОТСМОТР И ОТБОР МАТЕРИАЛА

Работа над трейлером начинается не с монтажа. Вообще. Совсем. Она начинается с того, что ты садишься и смотришь кино.

Звучит как работа мечты: сиди себе, смотри фильмы, получай деньги. Но есть нюанс: смотреть нужно не как зритель, а как трейлермейкер.

А это, скажем так, две большие разницы. Зритель отключает голову и плывет по сюжету, а ты каждую секунду работаешь – ловишь фразы, отбираешь кадры.

Потому что по любому драфту я, как продюсер трейлеров, даже если сам фильм в глаза не видел, все равно могу точно определить, как ты отсматривал материал, качественно или одним глазом. Отсмотр этап легкий по нагрузке, но жестокий по последствиям: накосячишь здесь – расхлебывать будешь до самой сдачи.

ЧТО НАМ ВООБЩЕ ПРИСЫЛАЮТ

Материалы – это видеофайл (mp4) и звук.

Видео – это смонтированный фильм или сериал. При этом

не обязательно монтаж должен быть залочен, нам пойдет и самая первая сборка. Главное – смонтированная.

Звук приходит либо отдельной диалоговой дорожкой, либо стемами (разведенкой):

DX (диалоги),

FX (эффекты),

MX (музыка).

Принципиально одно: у тебя должна быть отдельная дорожка с диалогами. Почему? Потому что музыка фильма и музыка трейлера – это два разных существа, и дружить они не будут. Музыку фильма выкидываем, пришивую к видео дорожку – туда же (предварительно убедившись, что диалоги есть отдельно, само собой). А вот дорожкой эффектов брезговать не стоит – пригодится.

Теперь сюрприз для новичков: реальный материал – это не вылизанное кино из кинотеатра.

Это черновой монтаж с метаданными, черновым звуком, неоткейненной зеленкой, игрушечной графикой, веревками, которые еще не заклинаплены, с вотермарками на весь экран (бывало, даже с номером паспорта трейлермейкера – и это не экзотика ради смеха, а защита от слива).

Очень редко, но бывает, когда присылают вообще исходники. Например, так была построена работа над тизером документального сериала ХИТ (2.1). Сериал еще в разгаре съемочного процесса, к монтажу продакшн пока не приступал, а тизер нужен уже через четыре дня – приходится разбираться

с терабайтами несмонтированного материала.

Технический момент, который сэкономит часы жизни: настройки проекта должны совпадать с настройками файла. Кино в 24 fps и 1920×1080 – значит, и проект, и секвенция строго в 24 fps и 1920×1080. Иначе на выгоне референса получишь рассинхрон и проклятие пересборщика.

Почему это настолько важно? У нас в команде был случай: фильм прислали в 30 fps, трейлермейкер решила «странно, но заказчику виднее» и сделала проект тоже в 30. Когда трейлер был залочен, на пересборе выяснилось, что это была ошибка заказчика при выгоне материалов – но пришлось перемонтировать и двигать все нам. Мораль: переспросить – не стыдно, перемонтировать – больно.

Программа монтажа значения не имеет. Кто-то работает в Premiere, кто-то в DaVinci и Final Cut, я вообще монтирую в Vegas Pro – методика идентична везде, а на выходе все равно все экспортируется в универсальные XML, OMF и AAF для пересбора картинки и звука трейлера. Так что священные войны монтажек оставляем за кадром.

Про брак и дефекты звука. Нам присылают микс всех микрофонов: все петлички, «бук» на удочке – у кого-то шуршит, у кого-то нечисто. Фразу с браком берем все равно: на пересборе микс разобьют на дорожки и вытащат нужную, а в крайнем случае актера просят перечитать. Так, например, Тина Стойилкович специально для трейлера прямо на телефон записывала «кошелек нет» для тизера МОСКВА СЛЕ-

ЗАМ НЕ ВЕРИТ (2.2).

Иностранная речь, к слову, может быть с субтитрами или с черновым дубляжом – важные фразы из нее берем все равно, а что с ними делать (субтитры или дубляж), решим с продюсерами позже.

ЧИТ-КОДЫ НА ОБУЧЕНИИ

В школе трейлермейкеров мы тоже выдаем студентам не готовое кино, а те самые материалы, с которыми мы работали на реальном проекте, – черновую сборку без цветокора, с необработанным звуком и болванками вместо графики. Все как в жизни.

И вот на одном из разборов студент приносит трейлер, собранный из скачанного готового фильма – с цветокором и финальным звуком.

«Ты с каким материалом работал? Точно не с тем, который раздавали». Работа не принята – переделывать.

Если ты учишься на вылизанном кино, то в первый же рабочий день, когда тебе пришлют черновуху без цветокора, с кривым звуком и графическими аниматиками, у тебя не получится ничего. Совсем.

СКОЛЬКО РАЗ СМОТРЕТЬ

Фильм отсматривается два раза. Некоторые режиссеры монтажа добавляют в начало работы третий – чисто зрительский, с попкорном, для общего впечатления.

Я для себя считаю это лишним: два рабочих отсмотра – и вперед. Главное – у них разные задачи, и смешивать их нельзя: первый отсмотр – отбор фраз (слушаем), второй – отбор кадров (смотрим).

На выходе две «колбасы» на таймлинии: нарезка фраз и нарезка кадров. Ориентировочный хронометраж из практики: колбаса с фразами 20-30 минут, колбаса с кадрами 25-40 минут на один трейлер полного метра.

Жестких рамок нет, это ориентир, а не норматив ГОСТа.

А ЕСЛИ СЕРИАЛ?

Если это двенадцатисерийник, где каждая серия 60 мин, то отсматриваем две-три серии целиком, а остальные – на перемотке, «по диагонали».

Был у нас проект ОБНАЛЬЩИК (2.3) – восьмисерийник, и трейлермейкер Максим Башорин смонтировал его за два с половиной дня. Как?



Он очень опытный: может отсматривать все за один проход – и фразы слушает, и параллельно картинку сканирует. Но это уже пилотаж, который приходит с сотнями часов отсмотренного материала: глаз и ухо у такого трейлермейкера работают как два отдельных процессора.

Пока твои процессоры еще не разогнались до такой частоты – не геройствуй, смотри два раза.

ПЕРВЫЙ ОТСМОТР: СЛУШАЕМ, А НЕ СМОТРИМ

На первом просмотре картинка игнорируется. Вообще. Важно только слушать, потому что именно на отобранных

фразах будет строиться структура и сторителлинг трейлера. Не имеет значения, виден ли говорящий: фраза, сказанная спиной к камере, вне кадра, из темноты – берется точно так же.

Проблема картинки решается потом, на монтаже. Поэтому и микропланы, и джамп-каты на этом этапе не страшны: видеодорожка первого отсмотра попадет в трейлер максимум процентов на тридцать.

Запредельная аккуратность со стыками требуется во втором отборе – с кадрами. Косая склейка в отборе фраз? Да пусть будет, нам главное – фраза, произнесенная в микрофон.

ЧТО БЕРЕМ

Типы фраз. Всего их пять, и разбирать их надо как букву закона.

1. Сюжетообразующие. Что герои делают, сделали или собираются делать; куда идут и что будут разгребать. В кино это проговаривается в девяноста процентах случаев – сценаристы сами нам помогают, надо только услышать: «Долго не протянем, надо прыгать» (ПРОПАСТЬ - 2.4), «Ты не с лохами должна за полтос играть, а на Уимблдоне за лям» (ПЕРВАЯ РАКЕТКА - 2.5), «Песни стали пропадать, как будто не было никогда группы» (КОРОЛЬ И ШУТ. НАВСЕГДА - 2.6).

2. Характеризующие. Фразы, описывающие героев. Их может говорить кто-то о герое («Это лучшая фигуристка не только в Союзе, но и во всем мире», РОДНИНА - 2.7), а может сам герой о себе («Я ж не везучий по жизни, я все проиграл», ОГНИВО - 2.8) – оба варианта равноценны.

3. Эмоциональные, они же фразы-украшения. Не несут ни сюжета, ни характеристики – только эмоцию: «Ура, поехали!», «Гаси!», «Включай!» Трейлер, собранный только из предыдущих двух типов – сюжетных и характеризующих фраз, – получится пресным, как вчерашняя гречка. Украшения обязательны! Но с ними тоже нельзя перебарщивать.

4. Аналитика. Рефлексирующие, около-философские высказывания: «Если мы сами не знаем, как стать счастливыми, как мы сделаем счастливыми других?» (ХОТТАБЫЧ - 2.9). Это основной резерв для третьего акта. Важное уточнение: пословицы, поговорки и штампы («с глаз долой, из сердца вон») – это не аналитика. Крылатые выражения и штампы в общепринятом смысле не годятся.

5. Шутки берем всегда – даже в серьезном блокбастере; если в фильме полторы шутки – берем полторы.

ФИШКИ: ТО, ЧТО СКЛАДЫВАЕМ ОТДЕЛЬНО

Помимо пяти типов фраз есть необязательное, но очень вкусное – фишки.

Повторы. Если что-то в фильме повторяется – имя, слово, звание, город – берем и складываем в отдельное место на секвенции.

Из этого потом можно сделать монтажный прием или техноакцент. Посмотри наш трейлер ИДЕНТИФИКАЦИЯ (2.10): там повтор слова «Лера».

Один герой говорит «Лера» – отрезали, положили отдельно. Другой говорит «Лера» – туда же. Набирается коллекция разного произношения одного имени разными голосами – и из нее собирается техноакцент. И это еще и концептуально круто, потому что по сюжету мы не понимаем: она Лера или только выдает себя за Леру. Другой пример – трейлер ПРОПАСТЬ (2.11): герой Марка Эдельштейна висит на парашюте на карнизе и по рации твердит «SOS прием!»



Трейлермейкер Макс Башорин взял все эти повторы и расставил по трейлеру.

Счет. Если слышишь счет – «пять, четыре, три, два, один» или «три, два, один, погна́ли» – берем все. Не факт, что попадет в трейлер, но на отсмотре берем обязательно.

ИСТОРИЯ ИЗ ЖИЗНИ: ПРИЕМЧИК

У меня училась Вера, выпустилась и работала в промо онлайн-кинотеатра Premier. Классная, креативная, со своим особым стилем. И вот на работе делала трейлер ПРЕЛЕСТЬ (2.12) – и выложила пост:



Vera Atlas

15 декабрь 2023 г. · 🌐

...

Провожая год трейлером атмосферного сериала "Прелесть". С ним у меня немножко случился производственный ад. Вырулить из тупика помог приёмчик, которому когда-то научил [Semen Shorokhov](#)



YOUTUBE.COM

Прелесть | Трейлер сериала | PREMIER

👍 Вы и ещё 1

2 комментария



Нравится



Комментировать



Поделиться



Семен Шорохов · 2 г.
Какой приемчик?)



Ответить



Vera Atlas · 2 г.

[Семен Шорохов](#) ну счет же)

Когда не понимаешь, что по фразам накидать в третий акт – просто бери счет, это беспроектный вариант. Посмотри трейлер МАЛЫШ НА ДРАЙВЕ (2.13) – он заканчивается счетом: три! / акцентная фраза / два! / «твоя песенка спета» / один / название фильма.

Песни. Если в фильме кто-то поет – на гитаре, а капелла, у костра – бери. Из этого можно сделать магию: взять эту песню в саундтрек трейлера, а потом в каком-то месте показать человека, который ее поет. Ты слышишь песню – и вдруг видишь, как она поется внутри трейлера. Работает всегда.

Или же можно потом сделать, как в трейлерах **ИДЕНТИФИКАЦИЯ (2.14)** и **УБИЙСТВО СВЯЩЕННОГО ОЛЕНЯ (2.15)**: на акапелльную партию наложить совершенно другой трек. Эффект – вышка.

Смех – не фраза, а заготовка под акценты: режется на куски и расставляется в такт музыке, как бег и другие действия. Обрати внимание, как работает смех героя Безрукова в тизере **ЧУДО-ЮДО (2.16)**.

ЧТО НЕ БЕРЕМ

Техническая информация не нужна: переговоры диспетчеров, медицинские диагнозы, ингредиенты продукта, инструктаж по технике безопасности – у нас нет на это времени в трейлере, а зрителю не нужен курс молодого бойца. Все подробности, уводящие в сторону от того, что реально важно в трейлере, отбрасываем.

Имена. В динамичном формате зритель их не запоминает. Назови героя по имени в трейлере – и через 15 секунд, гарантирую, никто не вспомнит, как его звали. Зрителя нужно знакомить с героем не по имени, а по характеристикам.

Но есть исключения: во-первых, имя может работать в рамках монтажного приема, а во-вторых, если герой известная личность: Петр Первый, Федор Конюхов.

Фразы-пустышки – при отборе они тебе обязательно будут встречаться. Их сохранять не нужно – они не достойны нашего внимания, и в последствии внимания зрителя. «Мы справимся», «этого не может быть» – абсолютно пустые, ненужные для трейлера фразы, убивающие интригу. Вычислить такие просто: можно ли переставить в трейлер любого другого фильма? Если да – не берем: это поверхностно и в лоб. Старайся отыскать в материалах фразы эксклюзивные, которые подходят только этому фильму.

«Я тебя люблю» – особый случай. Да, конечно любовь в трейлере необходимо показывать и важно говорить о ней! Но любыми способами, кроме этой фразы – изящно, с недосказанностью, а не прямо.

ВТОРОЙ ОТСМОТР: СМОТРИМ, А НЕ СЛУШАЕМ

Второй проход делается без звука. Причина простая: история со звуком затягивает, внимание уходит в сюжет, и классные кадры пропускаются. Так что выключаем звук и включаем глаза.

Статика – синоним нетрейлерности. Берем только кадры с движением: действие в кадре (поворот головы, открытие

глаз, выстрел) или движение камеры. Человек просто смотрит или лежит – не берем. Но если при статичном содержимом камера плавно едет – это трейлерный план, берем.

И тут же правило: все трейлерные планы – подъезды, подлеты, пролеты, кран, рельсы – складываем в отдельное место на секвенции. Потом, на монтаже, используем их по максимуму: чем больше трейлерных планов в трейлере, тем трейлер более трейлерный. Да, звучит как заявка на премию «Тавтология года», но правило от этого не становится менее правильным.

Аккуратность. Про микропланы и говорящие головы – на этом этапе тоже фильтруем. Говорящие головы живут в колбасе с фразами, а в колбасе с кадрами их быть не должно. Микропланы – технический брак: если заказчик видит микроплан в драфте, это сильно портит впечатление. Потому что это знак того, что ты не был погружен в работу, не двигал каждый кадр влево-вправо досконально. Так что уже на этапе отбора кадров в колбасе не должно быть никаких микропланов – иначе, гарантирую, они переедут в твой трейлер.

Не берем реакции и отыгрывание эмоций. Актер может играть как бог, и в фильме это действительно работает, но в трейлере нет. Любое отыгрывание – дешевит.

ЗАКОН ТРЕЙЛЕРМЕЙКЕРА 3: АКТЕРСКАЯ ИГРА ДЕШЕВИТ

И вот история, как мы к этому пришли. Она заодно отвечает на вопрос, откуда вообще берутся правила в этой книге:

мы набили все шишки первыми – чтобы ты мог сэкономить лоб.

ИСТОРИЯ ИЗ ЖИЗНИ: ДАТЬ ЦИММЕРА

Мы делали один трейлер, B2B – это когда трейлер делается на раннем этапе съемок, чтобы заказчик показывал его партнерам. Заказчик говорит: «Вообще классный сериал, мы так постарались. Прямо Голливуд! Сделайте классный трейлер».

Отдал проект очень крутой нашей трейлермейкерше Лене Капич – это сейчас она победительница двух Хакатонов, супер-топовый топ, а тогда только набирала обороты. Так вот, сделала трейлер – вроде классный: понятная история, хорошая картинка. Посмотрел заказчик: «Что-то как будто бы музыка слишком пафосная, слишком Циммера дали – перебор». Это значит, музыка очень трейлерная, а картинка до нее не дотягивает. Ладно, ищем другую музыку, попроще.

Показываем. Заказчик: «А теперь еще больше ощущение от сериала, как будто он какой-то малобюджетный». Попробовали еще музыку, еще пересобрали – не получилось. Заказчик уже сдался: «Видимо, действительно мы такой сериал и сняли».

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.