

Методические рекомендации по созданию видеосюжета (ролика)



г. Белгород, 2022

ББК 71.4(2)

М 54

Методические рекомендации по созданию видеосюжета (ролика). – Белгород: издание ГБУК «БГЦНТ», 2022. – 24 стр.

Данное издание представляет из себя электронный мастер-класс, который продолжает раскрывает секреты видеомонтажа и дает четкие представления о всех этапах создания видеоролика – от замысла до съемки. Читатели знакомятся с возможными формами видеоработ и получают начальные навыки практической работы по видеомонтажу.

Государственное бюджетное учреждение культуры «Белгородский
государственный центр народного творчества, 2022

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Выразительные средства сюжета. Основные термины	3
2.	Этапы подготовки видеоматериала.....	7
3.	Особенности съёмки селфи-камерой.....	12
4.	Как писать закадровый текст.....	13
5.	Структура видеосюжета.....	14
6.	Пример использования структурных элементов в сюжете.....	15
7.	Основные принципы подготовки видеоматериалов.....	17
8.	Какие качества нужно развивать.....	18
9.	Заключение.....	19
10.	Список литературы.....	20

1. Выразительные средства сюжета. Основные термины

Видеосюжет, ролик, репортаж состоит из видеоряда, интершума, графики, музыки, лайфа, стендапа, синхрона, закадрового текста и титров.

Видеоряд

Видеоряд – вся совокупность монтажных планов, которые показывают в сюжетах. Все, что сняла на выезде камера, а потом было смонтировано, считается видеорядом (за исключением стендапа). Видеоряд – оригинальный термин новостей. Кино – один сплошной, неразделимый видеоряд. В репортаже или сюжете видеоряд лишь основа для закадрового текста. Кстати, интершум, или лайв – это небольшой кусок видеоряда, который выдается в эфир с естественным звуком, записанным камерой. Понятие «интершум» почерпнуто из той же терминологии кино. Когда требовалось записать звук, например тот, что производит движущийся поезд или ветер, это и был интершум, живой звук в кадре. Теперь его чаще называют лайв (от английского live – живьем).

Нужно понимать, что автор приезжает снимать не видеоряд, а сюжет. Видеосюжет – результат работы многих людей. Каждый из профессионалов, делающих сюжет, вносит свой вклад. Для того чтобы все срослось, каждый должен заниматься своим делом. Оператор – снимать, звуковик – писать звук, видеоинженер – следить за работой камеры, монтажер – монтировать, редактор – находить ошибки. Задача автора сюжета – обеспечить работой всех этих людей, придумать историю и найти факты.

Интершум

Это звук, записанный вместе с видеоматериалом, и должен соответствовать изображению. В большинстве случаев данный звук призван сопровождать закадровый текст.

Музыкальный фон (подложка)

Основное требование в том или ином ролике – уместность.

Лайф

Это отрезок видео до 10 секунд с интершумом (поддержка болельщиков, аплодисменты, шум воды). Лайф «переносит» зрителя на место события, помогает проникнуться атмосферой. Впервые активно

использовать лайфы в отечественном ТВ, стали репортеры «старого» НТВ. Можно найти их сюжеты в Интернете и использовать в качестве учебного пособия.

Лайфы бывают двух типов: «естественные» и постановочные. Самый простой способ записать «естественный» лайф – попросить оператора не выключать запись на камере и снимать непосредственно в гуще событий/героя в движении.

Иногда уместно записать постановочный лайф. Для этого нужно объяснить герою, что и как он должен сделать и что при этом сказать, а оператору – как это лучше снять.

Стендап

Это речь автора сюжета в кадре. Создается эффект диалога с аудиторией. При записи стендапа корреспонденту важно следить за своим внешним обликом, мимикой и жестами, а оператор должен выбрать подходящий задний план. Более современный подход к стендапу это селфи, рассказ о событии от первого лица в действии. Ещё креативнее в форме челленджа (англ. challenge – вызов, взаимодействие). Это полное погружение в событие, по принципу «проверено на себе».

Стендап неocenим для сюжета, потому что он:

- очеловечивает сюжет и вдыхает в него душу, вашу душу;
- пропускает событие сюжета через вас;
- заканчивает создание информационного образа сюжета;
- являет собой эмоциональный пик сюжета.

Для живого и естественного стендапа нужны некоторые актерские данные. Для того чтобы речь автора перед камерой получилась, необходимо:

- справиться с психологическим «зажимом» и комом в горле;
- избавиться от пафоса или мрачности в интонациях;
- не сообщать информацию, а общаться.

Пожалуй, последнее – самое важное. Есть одно очень простое правило, чтобы этого добиться: делая стендап, представляйте конкретного человека.

Синхрон

Это речь героев сюжета в кадре, фрагмент интервью. Синхрон нужен для того, чтобы, во-первых, эмоционально объяснить событие, во-вторых, эмоционально прояснить отношение участника к событию и, в-третьих, эмоционально оценить событие. Синхрон в сюжете совсем не похож на правдивые свидетельские показания в суде. Это субъективное мнение, на которое репортер считает возможным опереться, рассказывая историю.

Поэтому синхрон всегда свидетельствует в пользу героя, а значит, в пользу позиции автора сюжета. Если в сюжет будет вставлено «другое мнение», то есть слова оппонента или антигероя, оно все равно должно быть подано так, чтобы утверждать окончательную правоту героя. Относитесь к синхронам очень внимательно и аккуратно. Смотрите, кому вы даете слово. Синхрон отвечает за все. Есть несколько общих правил, как записывать синхрон:

- В сюжете хронометражем до двух минут может быть не более четырех синхронов.
- Если вы решите поставить пять или больше, ваш сюжет превратится в сообщения участников события с короткими подводками между ними. То есть вместо настоящего сюжета вы сделаете информационную единицу выпуска.
- В сюжете не может быть больше трех синхронов одного человека.
- Если вы захотите поставить больше трех синхронов героя, сюжет превратится в монолог. Лучше всего ограничиться двумя синхронами героя на сюжет (а вот одного мало).
- Оптимальное число синхронов для сюжета хронометражем до двух минут составляет два для героя и два – для свидетелей.

Картинка и голос записываются и показываются на экране одновременно. Также стоит следить за фоном, чтобы у героя «не росли» из головы столбы, фонтаны, ветви деревьев, цветы и др.

Закадровый текст

Называется так, поскольку зритель не видит того, кто сообщает ту или иную информацию. Текст пишет и озвучивает автор сюжета. Термин «закадровый текст» пришел из кино. Когда в сценариях ставят пометку «З/К», это значит, что данную картинку должен сопровождать тот или иной звук, например, музыка. Видеорепортаж, сюжет перенял «З/К» в качестве важнейшей своей части. По важности закадровый текст сравнить не с чем. Без него сюжет просто невозможен. Если показать смонтированный ряд выразительных кадров (какие иногда пускают под рубрикой «Без комментариев»), то зритель извлечет из него ровно столько, сколько доступно его пониманию. Он увидит голые визуальные факты, проясняющие самые простые вопросы (где, кто и что), и больше ничего. Ни трактовки события через информационный повод, ни истории, ни эмоции, ни мысли, ни даже информационного образа в «чистой» картинке нет и не может быть. Просто потому, что все они возникают при помощи медиаторца. Единственный способ наделить сюжет всеми необходимыми

качествами — написать слова и произнести их за кадром. Есть такая профессиональная шутка работников эфира: «В видео главное — аудио!».

Титры

Надписи, поясняющие текст. Это могут быть имя, фамилия и должность героев сюжета, указание места, где разворачиваются события, перевод иностранного текста и др. Требований к титрам не так много: грамотность и фактическая правильность.

2. Этапы подготовки авторского сюжета

1 этап: Выбор и утверждение темы

Замысел – то, что вы хотите сказать своим сюжетом, видеороликом. Главная идея, мысль, как говорил К.С. Станиславский, «сверхзадача материала» – «то, ради чего». Определить жанр сюжета – игровой, документальный, репортаж, социальная реклама. Как вы хотите, чтобы зритель реагировал на то, что вы ему покажете. Какие чувства хотите пробудить в нём при просмотре сюжета? Хотите, чтобы он засмеялся? Или задумался?

2 этап: Изучение объекта съемки и первичный сбор информации

3 этап: Синописис

Синописисом называют краткое изложение содержания сюжета, ответы на вопросы: о чем сюжет? кто герои? какие точки съемки? – необходимы для самого автора, для общения с оператором. Определяется форма будущей работы – интервью, наблюдение, проработка документов или съемка на основе сценарного плана. Условно можно выделить видеосюжеты двух типов: без сценария (показ традиционного по форме официального события); сценарный (идея и образ замысла – от автора, сюжет как «монтаж аттракционов» – от оператора). Если решили действовать по сценарию, то это следующий этап подготовки видеосюжета.

4 этап: Сценарий

Сценарий – это особенное драматическое литературное произведение, которое написано специально для съёмки. Сценарий должен нести в себе драматургию (историю) будущего видеоролика. Каждая история должна иметь завязку, развитие, кульминацию и развязку. Часто сценарий – это рассказ о чём-то, как говорят, за кадром. Важно при этом помнить, что текст, который будет звучать за кадром, должен быть рассчитан на слуховое восприятие. То есть это должна быть простая история, рассказанная простыми словами и фразами, стилизованными под разговорную речь.

Особенности текстов видеосюжетов:

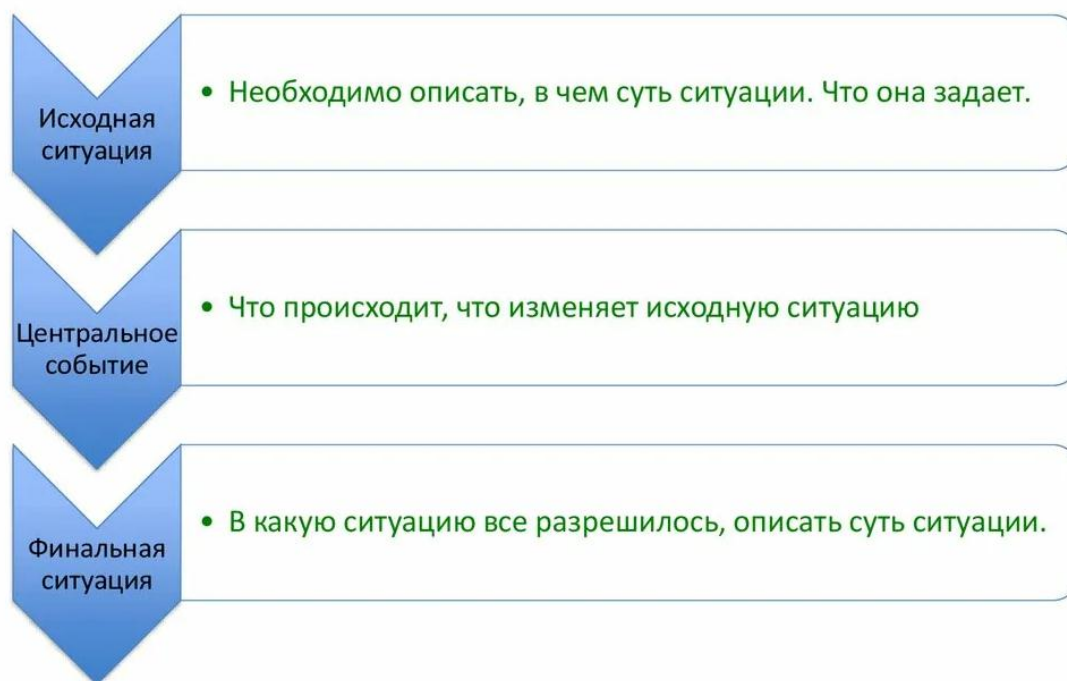
- вербальная часть видеосюжета не дублирует зрительный ряд;
- устный комментарий видеоряда;

– отсутствие описательности;
– на 100% видеоряда должно быть 60–70% текста;
– использование паузы как приема художественной выразительности;

– недопустимость ситуаций, когда видеоряд локальный, а текст – глобальный; когда текст локальный, а видеоряд – глобальный; когда видеоряд и текст яркие и конкретны, но не совпадает их стилистика; когда существуют противоречия между изображением и текстом; когда включенные в сюжет интервью воспринимаются как антитеза или тавтология содержания сюжета.

Коренное правило гласит: сюжет – это история. Её нужно уметь рассказывать. Значит, нужно овладевать навыками сторителлинга (англ. Storytelling – рассказывание историй). Есть событие, определённый информационный повод, который позволяет отсечь все лишнее, сконцентрироваться на главном, выделить самое важное. Далее наступает момент, когда должен возникнуть сюжет. Он возникает, когда вы делаете историю. Событие – это материал сюжета. Информационный повод – его форма. История – это содержание сюжета, сам сюжет. В сюжете зрители воспринимают и видят историю, а не реальное событие или информационный повод. Делать сюжет – значит делать историю. Магия истории проста и незамысловата: она воздействует на публику потому, что вызывает эмоции. Она не несет информацию, а пробуждает чувства.

Сюжет-схема сценария



Есть великая формула сюжета. «Формула» потому, что она с математической точностью показывает, что есть сюжет на самом деле. Выглядит она так: сюжет = 1 событие = 1 информационный повод = 1 история = 1 эмоция = 1 мысль.

Историю события или какого-то факта, лучше рассказывать через героя. В любой истории всегда есть герой, потому что он закручивает историю, участвует в ней и воплощает для зрителя комплекс эмоций. Без героя история просто невозможна. Важно его найти.

5 этап: Съёмка

Её осуществляет оператор, который мыслит кадром. Для оператора важно найти композицию кадра, найти правильный свет. Если не учитывать законы света, то видео может стать непригодным. Основные принципы съёмки:

1. Адресный план – ориентир для зрителя, завязка – начало разговора о сути проблемы, кульминация – зерно события, развязка – оценка случившегося;

2. Стендап использовать только ради того, чтобы сообщить или объяснить что-нибудь очень важное прямо на той точке, где журналист находится; он помогает воспринять «картинку»;

3. Снимать сюжет с использованием современных приемов:

- люфт (включение в сюжет живой картинки с живым звуком без закадрового текста);
- лайф (живая картинка с живым звуком, имеющая принципиальное смысловое значение);
- экшн (неожиданное действие, которое снято от начала до конца в режиме реального времени);

4. Синхрон пишется так, чтобы можно было сокращать кусками;

5. Снимать планы разной крупности, а также планы-перебивки (для монтажа).

Надо не только владеть каждой из названных частей в отдельности, но и уметь их соподчинять, чтобы отснятый материал стал настоящим сюжетом. Синхрон, стендап, закадровый текст и видеоряд – «кирпичи», в которых нет ничего сложного, но если вы не знаете, как класть кирпич, возведенная стена непременно развалится. Так и с сюжетом. Складывая «кирпичи», надо соблюдать законы «кладки»: класть по натянутой ниточке, ровно и строго вертикально. Поэтому общее правило создания сюжета гласит: части сюжета и существуют только в совокупности и во взаимозависимости.

Как работать на съёмке. В широких народных массах бытует уверенность, что съёмка – это увлекательный процесс. Дескать, люди

остроумно шутят, попадают в забавные ситуации и вообще хорошо проводят время. Наверное, этот миф родился после многочисленных передач, которые позволяют публике, заглянув за кулисы, подсмотреть «тайны кино». Это не совсем так. Для автора сюжета и оператора, это всегда напряжение, ответственность, преодоление трудностей, вечная спешка. У каждого своя задача: у оператора «набивать» видеоряд, а задача автора сюжета на съемках не определять композицию кадра, не подсчитывать число снятых планов, а искать информацию и задавать вопросы. Не зря же на профессиональном сленге все снятое на кассету называется «исходником», то есть тем, чему еще предстоит стать сюжетом. Не путайте свою работу с чужой. Не занимайтесь не своим делом. Важно выстроить отношения с оператором. Приехав на съёмку, нужно обговорить с оператором четыре самых важных вопроса:

- Что именно вам бы хотелось снять?
- Какие синхроны вы предполагаете взять?
- Какой стендап и на каком фоне (бэкграунде) вы намерены записать?
- Каков хронометраж сюжета?

Договорившись обо всем этом, займитесь своим делом, но чтобы не допустить ошибок, воспользуйтесь проверенными советами:

- Снимите сначала все активные фазы события или ситуации, которые могут быстро подойти к концу и больше не повториться.
- Снимите как можно больше планов, которые показывают развитие события или его экстремальные моменты.
- Снимайте синхроны в начале съемки только в том случае, если герои могут уехать, исчезнуть или стать недоступными. В остальных ситуациях синхроны надо снимать после видеоряда, прикинув, кого и о чем спрашивать.
- Снимите адресные, то есть общие, планы, которые показывают место действия максимально выразительно, с нескольких точек.
- Снимите каждый важный эпизод сюжета с нескольких точек, чтобы потом выбрать лучшие планы.
- Снимите для синхронов несколько перебивок, то есть планов, которыми можно перекрыть на монтаже стык двух кусков синхрона.
- Снимите видеоряд, достаточный для монтажа, из расчета 1 минута эфира = 6 минут «исходника».

- Снимайте стендап только после того, как активная фаза события окончится или начнет повторяться, выбрав фон, максимально соответствующий теме сюжета.
- Не заставляйте оператора делать бессмысленную работу – снимать проходы с камерой, просто красивые планы, хороших девушек и т.д..
- Не торопите оператора, он и так знает, что у вас мало времени. Съемка некоторых планов требует подготовки.
- Не лезьте в кадр с микрофоном и вообще не лезьте в кадр. Место репортера – рядом с камерой.

6 этап: Монтаж

Он начинается с осмотра отснятого материала. Если на съёмке делали дубли, варианты разной крупности и ракурса, нужно выбрать. Далее соединение отснятых кадров, монтаж звука, который называют «озвучанием», и начитанный текст. Законы монтажа. Главное – избегайте слишком долгих планов. Все, что дольше четырех секунд, должно быть оправдано движением в кадре, панорамой или отъездом (наездом) камеры. В то же время неуместно использование планов короче двух секунд – получится «мультик».

Условно существует три вида кадра: общий, средний и крупный планы. В свою очередь каждый из них делится еще на несколько градаций. Ниже показана таблица крупностей, в которой мы наглядно привели виды планов:



Итак, принцип по крупности заключается в следующем: монтировать соседние планы нужно через крупность. Например, крупный (3) и средний (5), но не предельно крупный (2) и крупный (3). Если монтировать кадры на одинаковом или соседних планах, это вызовет ощущение скачка у зрителя.

7 этап: Анализ результата

При просмотре созданного сюжета, видеоролика может все нравиться или что-то не нравиться. Однако авторам трудно бывает оценить свою работу объективно. Покажите работу тем, кто ничего не знает, и последите за их реакцией, послушайте их мнение. Только после анализа их мнения принимайте решение о каких-то изменениях. Часто бывает, что интересного материала отснято много, и его жалко сокращать, тем более что масса сил вложена в его создание, но ещё раз надо напомнить, что главное – ваша мысль и тема видеоролика. Попробуйте сократить что-то и показать ещё раз независимому зрителю. Главное, что должно быть в вашей работе, – это соответствие теме. Во-вторых, неизменность жанра на всем протяжении видеоролика и соответствие выбранной форме.

3. Особенности съёмки селфи-камерой

Другое дело, если вы решили быть автором сюжета с камерой в руках, даже если она встроена в смартфон. Данный вид съёмки имеет свои особенности.

В этой связи стоит упомянуть о таком новом жанре видео, как селфиньюс (self – сам, от себя, news – новости). Другими словами, селфиньюс – это симбиоз двух жанров: репортажа и селфи, то есть изображение (фото или видео) самого себя. Развитие жанра селфиньюс можно отнести к 2012-2013 годам. В это время активно развиваются каналы коммуникации в Интернете, которые ориентированы на передачу информации от первого лица. Основными преимуществами таких каналов коммуникации стали:

- скорость передачи информации (практически моментальная, с места события);
- легкость изготовления (записать видео можно просто на смартфон);
- отсутствие необходимости в большом количестве аппаратуры;
- нет необходимости владения специальными знаниями или навыками;
- отсутствие необходимости в разрешительных документах. Любой пользователь сети Интернет может стать ньюсмейкером.

Не важно, каким способом отснят материал, дальше идёт подготовка к монтажу сюжета или видеоролика.

4. Как писать закадровый текст

Вы вернулись со съемки. Если есть время, внимательно просмотрите снятый материал. Необязательно писать подробную раскадровку, важно «запомнить» картинку и уметь ориентироваться в ней. Подробно (т.е. дословно и с тайм-кодами, входными и выходными) стоит выписать лишь интересные синхроны и лайфы. Текст сюжета для новостей – это логичная последовательность информационно завершенных блоков, задача которой – максимально полно и всесторонне выстроить повествование об одной проблеме/одном событии.

Как писать закадры? Кто-то предпочитает насыщенную тропами речь, инверсии, эпитеты и сравнения. Кому-то ближе скупой, иногда даже примитивно-сухой стиль изложения материала. Это дело вкуса. Важно другое. Внимание к мелочам, деталям, которые фигурируют на видео, снятом оператором. Поиск неочевидных причинно-следственных связей, парадоксов, пусть и незначительных, на первый взгляд. Не стоит говорить о том, чего нет, чего не произошло или что, возможно, произойдет. Этого ведь нет у вас на видео. Не стоит писать неоправданно длинных закадров. Достаточно 3-4 предложения. Дальше – синхрон или лайф. Чем короче закадры, тем динамичнее сюжет. Помните о хронометраже. Все, что длиннее четырех минут, как правило, можно ужать до двух с половиной. 2:30 – средний хронометраж информационного сюжета.

5. Структура видеосюжета

«Драматическое единство» (по содержанию) и «замкнутая окружность» (по форме). «Драматическое единство» имеет три части:

- кульминация (вводит зрителя в курс дела, кратко сообщая, что произошло);
- причина (излагает обстоятельства происходящего);
- результат (дает контекст события, а также его возможные последствия).

«Замкнутая окружность» – это единое целое. Сюжет следует уложить в отведенное для него время. Хороший видеосюжет состоит в прямом родстве с античным театром, где впервые Горацием был сформулирован закон: «Рассказывать лишь о том, что не может быть показано» (прежде всего – действие, событие, а интервью – дело необходимое, но вторичное).

Можно подойти к построению структуры сюжета и по другому принципу:



6. Пример использования структурных элементов в сюжете

Сюжет может быть построен по одному или нескольким из следующих принципов:

- стендап (краткое сообщение о том или ином событии);
- закадровый текст (продолжение рассказа);
- синхрон (пояснения главного персонажа, очевидца, эксперта);
- закадровый текст (заключительные фразы о произошедшем событии);
- стендап (прогнозы и выводы).

При этом выделяют два способа подачи фактов зрителю:

- «жесткое» информирование – краткое, точное, сжатое сообщение о фактах;
- «мягкие» новости – акцент на подробности или интересную деталь (при пониженной значимости события, когда отсутствует или ослаблен информационный повод).

7. Основные принципы подготовки видеосюжетов

Для того чтобы каждый сюжет был интересным для зрителей:

- обязательно думайте о первой фразе и первом эпизоде, а также о драматургии сюжета в целом (появляется логика, понятная и вам, и зрителю);
- абстрагируйтесь от принятых штампов и от собственных предыдущих решений, попытайтесь увидеть материал глазами зрителей;
- ищите удачный финал, снимайте разные варианты и выбирайте лучший;
- не перегружайте сюжет фактической информацией;
- появление в эфире некачественного видеоряда допускается только в случае исключительности зафиксированного события;
- для любого актуального сюжета необходимо иметь снятые интервью;
- подбор видеокадров должен быть продиктован двумя принципами: показ основных элементов события и изобразительный ряд более общего характера;
- планы общего характера и точные планы используются на альтернативной основе;
- закадровый текст должен быть написан в стиле разговорного литературного языка.

Великая формула учит автора простым вещам:

- не делайте в сюжете того, что в нем делать нельзя.
- не старайтесь рассказать все, что вы знаете.
- умейте отбирать и отказываться от посредственного ради лучшего.
- не погрязайте в мелочах и подробностях.
- лучше хорошо сделать что-то одно, чем стараться успеть за всем.

8. Какие качества нужно развивать в себе

Коммуникабельность

Профессионал своего дела умеет устанавливать связь с людьми, вызывая у них доверие и желание вести «открытый», конструктивный диалог. Если автор способен быстро находить контакт со своим собеседником, умеет адаптироваться в любой ситуации и найти «нужные» ему контакты, которые поделятся полезной информацией – это настоящий успех!

Интеллектуальность

Автору видеосюжетов следует быть грамотным, разносторонне развитым человеком. Кроме того, быть начитанным и эрудированным. Понятное дело, что знать всё на свете невозможно. Однако интересоваться различными сферами и узнавать что-то новое – это одно из правил журналиста.

Умение отбирать информацию

Безусловно, человеку необходимо иметь «богатый» набор информации для своего материала. При этом уметь фильтровать собранную информацию очень важно. Не нужно заполнять свою работу бесполезными фактами, которые, допустим, могут быть известны каждому. Такие моменты можно упустить. Лишняя «вода» в материале – признак неумения работать с информацией и ее отбором.

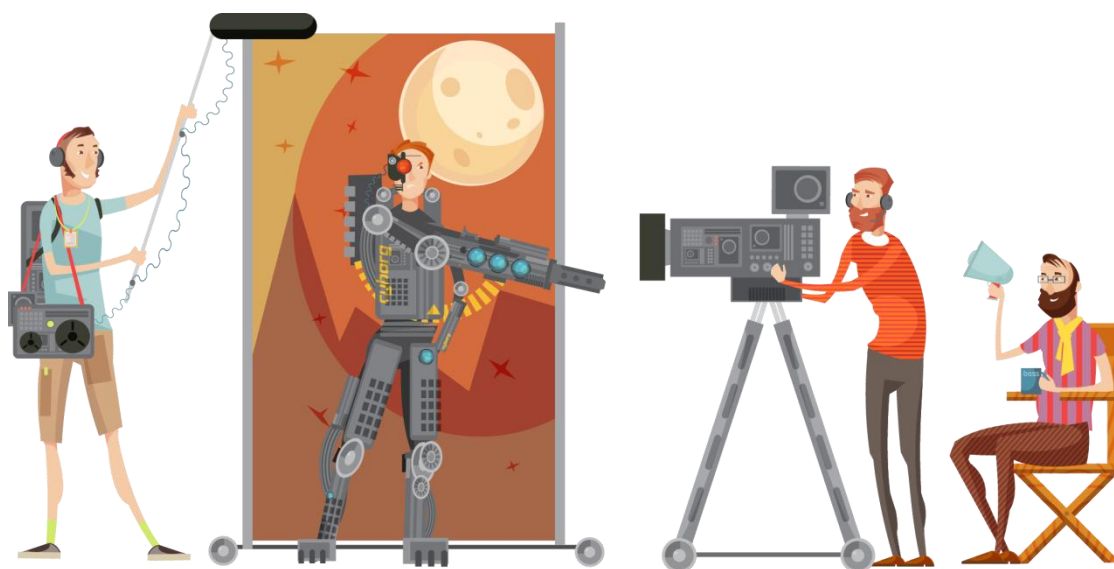
Любопытство

«Совать нос не в свои дела» для творческого человека, в отличие от обывателя, не считается дурным тоном, а даже наоборот – чем любопытнее сотрудник, тем он компетентнее. Однако стоит учесть, что речь идет о любопытстве профессионального характера, а никак не бытового.

9. Заключение

Нельзя делать сюжет, если вам неинтересно его делать. Всегда надо увлечься материалом или героем и найти историю, которую люди будут на следующий день пересказывать друг другу.

Это сложно, но можно. Надеемся, что наши советы помогут понять основы подготовки интересных сюжетов, а также натолкнут на новые идеи. Конечно, описаны далеко не все хитрости, которые используют авторы сюжетов и операторы для создания видеоисторий. Для того чтобы вдохновить для дальнейшего изучения этой темы, поиска современных приёмов, которые быстро меняются (появляются новые), этих знаний должно хватить.



Используемая литература

1. Гаврилов К.В. Как делать сюжет новостей и стать медиа-творцом. - 2007.
2. Кузнецов Г.В. Так работают журналисты ТВ. - 2004.
3. Лейбин В.Э. 10 правил создания историй о хороших людях и делах. - 2018.