

2.2.2. Работа над режиссерским сценарием

Режиссерский сценарий является основным документом, которым руководствуется оператор во время съемки и монтажер в процессе монтажа видеоролика.

Режиссерский сценарий — это схематичный письменный проект произведения в том виде, в каком оно должно появиться

на экране. В режиссерском сценарии основное внимание необходимо уделить описанию сцен видеоряда — того, что зритель увидит на экране. Для этого автор должен хорошо представлять себе визуальную картину происходящего на экране. Одна из основных задач при разработке режиссерского сценария — это разделение действия на отдельные монтажные кадры (первоначально — съемочные), из которых будет состоять произведение. Понятие «кадр» многозначное. *Съемочный кадр* — это отдельный файл, который создается от момента начала до остановки видеозаписи. Его длительность, как правило, не может быть менее 5 с. *Монтажный кадр* — это то, что остается в видеопроизведении после редактирования съемочного кадра. От съемочного кадра в конечном итоге может остаться только четверть, а то и одна шестая доля секунды. То, что описывается в режиссерском сценарии, фактически является будущими монтажными кадрами.

Разбиение видеоряда в режиссерском сценарии на отдельные планы связано с изменением плана, ракурса или объекта съемки. Фактически на этапе разработки режиссерского сценария начинается монтаж рекламного ролика — создание цельного образа и единого действия в видеоролике. Поэтому от того, насколько точно и полно будет описано содержание кадра и насколько правильным будет чередование планов, зависит не только точность съемки, но и монтажа. Режиссерский сценарий — основной документ, которым руководствуются и оператор, и монтажер¹.

Режиссерский сценарий — это четкий план съемки. «Мне так неудобно! На месте виднее», — так говорят студенты, которые не хотят или не могут приложить усилия для разработки режиссерского сценария. К сожалению, проявление подобного отношения к разработке режиссерского сценария часто является показателем слабого развития воображения. Есть старая шутка: «Чем самый плохой архитектор отличается от самой хорошей пчелы? Тем, что свой проект он вначале строит в голове».

Мнение, что «все будет видно в процессе (на месте) съемки», является ошибочным. Без режиссерского сценария:

а) не будут отсняты все необходимые сцены;

¹ Возможно создание еще *монтажного листа*, но при подготовке и реализации студенческого видеопроекта в нем нет необходимости.

- б) кадры будут не той крупности, которая необходима;
 - в) смежные кадры будут плохо стыковаться между собой
- и т. д.

После того, как видеоматериал уже отснят, но в нем нет необходимых планов, действий, движений, трудно доснять недостающее, так как изменяются условия съемки. Иногда бывает сложно переснять все. Но самое главное: рекламная съемка — это коммерческая съемка, а значит, досъем и пересъем — это трата не только времени, но и денег.

Режиссерский сценарий позволяет полнее представить, вообразить будущий рекламный ролик.

В учебной литературе можно встретить несколько форм режиссерского сценария видеоролика. Мы остановимся на наиболее удобной с точки зрения использования его студентами в подготовке собственного видеопроекта (табл. 2).

Таблица 2

План режиссерского сценария видеоролика

№	Видеоряд (сцена)	План съемки, действия оператора	Голоса персонажей в кадре	Голос диктора за кадром	Звуки и шумы	Музыка	Титры
1							
2							
3							
4							
5							

Первый столбец — это порядковый номер сцены. Нумерация делает более удобным контроль над процессом съемки. Второй столбец — это описание сцены в монтажном (и съемочном, для оператора) кадре, видеоряда, того, что зритель должен увидеть на экране.

При написании режиссерского сценария нужно хорошо представлять себе картинку, которая будет появляться на экране.

Разделение сюжета на отдельные съемочные и, соответственно, монтажные кадры в режиссерском сценарии позво-

ляет передать все действие в более динамичном виде (что для рекламы просто необходимо) и за счет этого удерживать внимание зрителя, вовлекать его в происходящее на экране. Кроме того, монтаж — это еще и средство донесения до зрителя творческой идеи. Показали объект крупно — выделили его среди других, отметили его особенности.

Общий план, как упоминалось выше, чаще используется для демонстрации места действия, ситуации, а средний — для показа самого действия.

Как правило, в рекламном видеопроизведении нужно решить все эти задачи: показать, что происходит, где, как, и передать эмоции.

Третий столбец режиссерского сценария — это указания на план съемки: общий, средний, крупный, а также указания на действия видеооператора, если ему необходимо использовать динамические приемы съемки (наезд, отъезд, панорамирование и другие).

Динамические приемы съемки в рекламе используются не так часто, так как они дают длинный по времени съемочный кадр, который трудно или практически невозможно сократить в процессе монтажа.

Еще раз повторим: смена плана придает видеоряду динамику, передает логическое разделение действия, сюжета на отдельные этапы.

Поскольку рекламный ролик должен сразу привлекать внимание зрителя, большое значение имеют первые кадры видеоролика, его начальная сцена. Она должна сразу заинтересовать зрителя.

Для того чтобы правильно определить план съемки при написании режиссерского сценария, необходимо познакомиться с одним из важных принципов съемки и монтажа. Это принцип «по крупности», сущность которого заключается в том, что если в смежных кадрах в качестве главного выступает один и тот же объект, то наиболее комфортным для зрителя будет его съемка и монтаж через один план. Например, главный герой, выполняя какое-то действие, присутствует в трех смежных кадрах подряд. Это означает, что если в первом кадре он появляется первым общим планом, то в следующем его лучше снять вторым средним, а в третьем — возвратиться к первому общему или снять третьим крупным. Это требование — не абсолют, поскольку сам ролик и каждая его сцена решают творческие

и коммуникативные задачи. Но нарушение этого требования (если таковое есть) должно быть сознательным и обоснованным, а не случайным, от незнания.

Четвертый столбец относится к аудиоматериалу рекламного видеоролика, это — голоса (реплики) персонажей, которые находятся в кадре. Озвучивание можно производить как во время, так и после съемки, в зависимости от того, какое оборудование имеется в наличии (если есть акустическая студия — в студии, если имеется радиомикрофон к камере — то в процессе съемки). Но если персонаж произносит реплику, когда его снимают на таком по крупности плане, на котором видна его мимика, то студийное озвучивание — напрасная трата времени: добиться полного совпадения движения губ и темпа звучащей речи практически невозможно. Поэтому запись такого аудио рекомендуется делать синхронно с видеосъемкой.

Пятый столбец — это голос диктора (если реплики диктора необходимы), который записывается уже после видеосъемки.

Шестой столбец — это звуковые эффекты. Некоторые из них также нужно записывать в процессе съемки. Например, если в кадре требуется крупно снять поворачивающуюся ручку двери, то ее звук лучше записать на месте съемки, чем искать похожий звук уже в процессе монтажа.

Седьмой столбец содержит указания на мелодии, которые будут использоваться в видеоролике, или, по крайней мере, на характер музыкального оформления.

Восьмой столбец — это титры, письменный текст, который будет использован в ролике.

Рассмотрим распространенные ошибки, встречающиеся при подготовке студентами режиссерского сценария, обратим внимание на те, которые обязательно нужно устранить до съемки, и не будем касаться тех, которые можно скорректировать на этапе видеомонтажа.

Первая — это механический перенос фрагментов литературного сценария в описание видеоряда. Например, если в литературном сценарии написано: «Он мечтал о том, как...»; в режиссерском должно быть примерно следующее: «задумчивое лицо, взгляд устремлен вверх, подбородок опирается на руку...» И, конечно, в режиссерском сценарии нужно предусмотреть,

как, в каком виде показать зрителю эти мечты, если о них говорится в литературном сценарии.

Вторая ошибка — недостаточная степень разбиения литературного сценария на сцены видеоряда различной степени крупности. Например, все действие в 30-секундном видеоролике разбито только на четыре кадра. Такое разбиение может быть обусловлено специфическим характером действия и встречается редко. Чем бóльшим количеством сцен различной степени крупности передается действие, тем, как правило, динамичнее и интереснее оно смотрится на экране.

Третья ошибка — это несоответствие описания видеоряда и указания на план съемки. Например, в описании видеоряда написано: «Он встал со стула и подошел к окну», а в указании на план съемки написано: «крупный». Но на крупном плане можно показать только небольшой предмет целиком, либо часть большого предмета. Вряд ли такое действие можно передать и на среднем плане, если конечно, в режиссерском сценарии не будет указано «проезд». Обратный пример. В описании видеоряда указано: «Маша ответила ему счастливой улыбкой», а в указании на план съемки стоит: «общий». Это тоже неверно, так как величину счастья Маши, которое и выражается улыбкой, зрителю на общем плане определить очень сложно. Для этого больше подойдет крупный план.

Четвертая ошибка связана с тем, что студент пишет сценарий, но не представляет себе визуально то, что будет происходить на экране. Например, в режиссерском сценарии написано: «Читает книгу, крупно», а на следующем этапе видеопроизводства, при подготовке фотораскадровки, на ней оказывается либо лицо человека, либо книга, снятая с верхней точки.

В режиссерском сценарии нужно описывать именно то, что зритель должен увидеть на экране.

Пятая ошибка — преобладание общих и средних планов. Реклама — это главным образом крупные планы. Как уже отмечалось, крупный план передает близость объекта к зрителю, он более эмоционален; товар — крупно, мимика на лице — крупно.

Определим и попытаемся исправить ошибки в режиссерских сценариях студентов (столбцы, не имеющие значения, удалены) (табл. 3).

**Фрагменты режиссерского сценария ролика «В Тридевятом царстве»
(«Королева»)**

№	Видеоряд (сцена)	План съемки	Голоса в кадре
1	Королева сидит на троне вполоборота, достает волшебное зеркальце	1-й общий	«Кто на свете...
2	Смотрит в зеркало и обращается к нему. На поверхности зеркала появляется лицо	2-й средний	...всех милее, всех румяней и белее?»
3	Камера переходит на зеркало из-за плеча королевы, на зеркале появляется изображение лица. Лицо на поверхности зеркала произносит текст	2-й крупный	Зеркало: «Ты, чикса, базару нет, но Бело-снежка, вот зуб даю, фифа еще зачетнее!»
4	Королева пугается и приходит в недоумение, поворачивается в сторону	2-й средний	Королева: «Дитя мое, ты опять зеркало без моего ведома брала?!»
5	Королева снова смотрит на зеркало и производит несколько движений пальцем по его поверхности и «переключает язык». Поверхность зеркала преобразуется в интерфейс мобильного телефона, происходит смена языка	3-й крупный	—

Что можно корректировать в данном сценарии?

1. Первую сцену разбить на две, это придаст действию динамики и усилит акцент на зеркало.

2. Вторую сцену также лучше разбить на две; в первой из них показать лицо королевы, во второй — зеркало, в котором появляется изображение. Оба кадра снимать крупным планом.

3. Поскольку уже в предыдущей сцене сказано, что в зеркале появляется лицо, то в третьей сцене фактически описывается повторение действия. Кроме того, описание передвижения

камеры не должно являться содержанием данного столбца. Также желательно показать реакцию изображения в зеркале на вопрос (мимикой).

4. «Королева пугается и приходит в недоумение» — это текст, скорее, из литературного сценария. Необходимо указать конкретно, что зритель должен увидеть на экране. Эту сцену тоже лучше разбить на две, так как вначале будут показаны эмоции (крупный), далее — пантомимика, поворот (средний).

5. Пятый кадр вмещает много действий, объекты, которые в нем описываются, разных размеров (королева и зеркало), значит, его также надо разбить на отдельные кадры.

6. Разбиение реплик по кадрам не совсем верное, так как получается, что длительность одного кадра будет определяться именно репликой. Но это можно будет исправить на монтаже, где данная проблема станет более понятной.

После исправлений сценарий может выглядеть, например, так (табл. 4).

Таблица 4

**Фрагменты измененного сценария ролика «В Тридевятом царстве»
(«Королева»)**

№	Видеоряд (сцена)	План съемки	Голоса в кадре
1	Королева сидит на троне вполборота, протягивает руку к... (указать)	1-й общий	—
2	Достает (слово «волшебное» — лишнее) зеркальце и подносит к лицу	2-й средний	Королева: «Кто на свете всех милее, всех румяней и белее?» Зеркало: «Ты, чикса, базару нет, но Белоснежка...
3	Лицо королевы с нижней точки съемки	2-й крупный	
4	Зеркало, снизу рука, держащая его за ручку. На поверхности зеркала появляется лицо. Изображение лица в зеркале улыбается и произносит текст.	2-й крупный	
5	Голова королевы (анфас) отшатывается назад (от камеры), на лице появляется испуг	3-й крупный	...вот зуб даю, фифа еще зачетнее!»

Окончание табл. 4

№	Видеоряд (сцена)	План съемки	Голоса в кадре
6	Королева поворачивается в сторону и говорит:	3-й средний	Королева: «Дитя мое, ты опять зеркало без моего ведома брала?!»
7	Королева снова смотрит на зеркало (профиль), подносит к его поверхности вторую руку	1-й средний	
8	Палец скользит по поверхности, которая преобразуется в интерфейс мобильного устройства	2-й крупный	
9	Экран с надписями: «Изменить стиль? Да. Нет». Палец нажимает на надпись «Да»	1-й крупный	—

Проанализируем и попытаемся улучшить еще один сценарий (табл. 5).

Таблица 5

Сценарий рекламы конфет «Славянка»

№	Видеоряд	План	Титры
1	Аудитория, за столом ¹ группа студентов, все едят, опустив головы	общий	—
2	Девушка начинает что-то искать в сумке	средний	—
3	Девушка достает конфету из сумки	крупный	—
4	Студенты резко поворачивают головы в сторону девушки	общий	—
5	Девушка смотрит на студентов	средний	—
6	Студенты	общий	—
7	Девушка смотрит на конфету	средний	—
8	Конфета в руках	крупный	—
9	Девушка смотрит на студентов	средний	—

¹ Несколько столов, составленных вместе так, чтобы образовать «круглый стол».

Окончание табл. 5

№	Видеоряд	План	Титры
10	Студенты	общий	—
11	Девушка кладет конфету в рот	средний	—
12	Рука кладет конфету в рот	крупный	—
13	Девушка жует и глотает	крупный	—
14	Недовольные студенты	общий	—
15	Конфеты «Славянка»	крупный	«Славянка»: успеи съесть первым!

Положительным моментом является достаточно детальное разбиение действия на кадры. Но отсутствует точное указание на план съемки; вместе с тем это предоставляет большую свободу на следующем этапе видеопроизводства, при подготовке фотораскадровки.

Сомнения вызывает описание третьей и четвертой сцен: в третьей крупный план не совсем подходит для этого действия, да и не стоит зрителю сразу показывать конфету, надо создать интригу; в четвертой на общем плане движение в кадре не будет достаточно интенсивным, так как головы (движущиеся объекты) займут не так много от общей площади кадра. В сценарии же слово «резко» явно используется для того, чтобы передать интенсивность действия.

В пятой сцене зрителю все же следует показать эмоции обладательницы конфеты, поэтому план надо укрупнить. Сцены с 5-й по 10-ю по смыслу должны передавать напряжение, ожидание: что же будет дальше, когда все взоры устремлены на девушку и конфету, а в 11-й и 12-й следует развязка.

Попытаемся уточнить описание видеоряда и планы съемки (табл. 6).

Таблица 6

Сценарий рекламы конфет «Славянка»

№	Видеоряд	План
1	Аудитория, за столом группа студентов, все едят, опустив головы	общий
2	Одна из студенток опускает руку в сумку и что-то из нее достает, кладет на стол	2-й средний

№	Видеоряд	План
3	Студенты, двое в кадре, в фокусе, резко поворачиваются в сторону девушки и смотрят на место, где что-то должно лежать (ниже границы кадра)	3-й средний
4	Лицо девушки, напряженное, анфас; девушка смотрит почти в камеру (на студентов)	3-й крупный
5	Лицо студента (анфас), глаза смотрят в одну точку в камеру, хотя головой он делает движения (например, круговые)	2-й крупный
6	Девушка переводит взгляд вниз	3-й крупный
7	Конфета в руке	1-й крупный или быстрый наезд с 3-го на 1-й крупный
8	Напряженные лица студентов	3-й крупный, проезд
9	Руки девушки, медленно разворачивающие конфету; разворачивает и берет двумя пальцами	2-й крупный
10	Девушка переводит взгляд вверх (на студентов)	1-й средний
11	Студенты в напряженных позах (глазами девушки), затем в нижней части кадра мелькает рука с конфетой (студенты в расфокусе), изображение начинает слегка подрагивать	3-й средний
12	Рука с пустой оберткой	1-й крупный
13	Девушка, жующая	3-й крупный
14	Конфеты «Славянка»	крупный

Режиссерский сценарий еще не дает исчерпывающего представления о визуальном содержании съемочных кадров. Главное в нем — это разбиение сюжета на кадры и приемлемое указание на план съемки. Следующие шаги на досъемочном этапе

видеопроизводства — создание раскадровки и постановочного проекта.

Контрольные вопросы

1. Что такое «мизансцена»?
2. В чем различие средств театральной мизансцены и видеомизансцены?
3. Что является единицей измерения плана съемки?
4. Как определить масштаб съемки объекта в кадре?
5. Что можно отнести к преимуществам крупных планов в видео-произведении?
6. Что такое съемочный кадр и что такое монтажный кадр?
7. Чем может быть обусловлено разбиение видеоряда в режиссерском сценарии на отдельные планы?
8. Какие компоненты включает режиссерский сценарий?
9. Каково требование принципа съемки и монтажа «по крупности»?
10. Каковы варианты записи реплик персонажей рекламного ролика? Что влияет на выбор того или иного варианта записи звука?
11. Согласны ли вы с тем, что все звукошумовые эффекты добавляются уже при монтаже?
12. Назовите наиболее распространенные ошибки при написании режиссерского сценария рекламного видеоролика.

Контрольные задания

1. Разработайте режиссерский сценарий на основе литературного сценария рекламного ролика, написанного при выполнении контрольного задания 2 темы 2.1 «Разработка идеи и создание литературного сценария видеоролика».
2. Разработайте режиссерский сценарий на основе литературного сценария рекламного ролика, созданного при выполнении контрольного задания 3 темы 2.1 «Разработка идеи и создание литературного сценария видеоролика».
3. Разработайте режиссерский сценарий на основе литературного сценария рекламного ролика, созданного при выполнении контрольного задания 4 темы 2.1 «Разработка идеи и создание литературного сценария видеоролика».
4. Разработайте режиссерский сценарий на основе литературного сценария рекламного ролика, созданного при выполнении контрольного задания 5 темы 2.1 «Разработка идеи и создание литературного сценария видеоролика».
5. Разработайте режиссерский сценарий на основе литературного сценария рекламного ролика, созданного при выполнении контрольного

ного задания 6 темы 2.1 «Разработка идеи и создание литературного сценария видеоролика».

6. Разработайте режиссерский сценарий на основе литературного сценария рекламного ролика, созданного при выполнении контрольного задания 7 темы 2.1 «Разработка идеи и создание литературного сценария видеоролика».

7. Разработайте режиссерский сценарий на основе литературного сценария рекламного ролика, написанного другим студентом.