


СТИВ СТОКМАН

КАК СНЯТЬ ОТЛИЧНОЕ ВИДЕО

ДВА ГОДА В КИНОШКОЛЕ
ЗА 272 СТРАНИЦЫ

Книга
для тех,
кто мечтает
снимать

 **БОМБОРА**
ИЗДАТЕЛЬСТВО
Москва 2024

«Книга читается на одном дыхании, что достаточно редко бывает в ситуации чтения учебников. Хотя трудно называть ее учебником в классическом понимании этого слова – книга написана легко и ярко. Никакого менторства, и это очень располагает. Сложные понятия технологии съемки преподносятся в доступной и ясной форме. На первый взгляд кажется, что книга написана для совсем начинающих видеографов, но чем больше углубляешься в ее материал, тем больше понимаешь, что за непринужденной формой повествования наряду с прописными истинами спрятаны очень серьезные теоретические вопросы производства видеофильмов, о которых в нашем отечестве часто не догадываются не только любители, но даже зарабатывающие съемкой профессионалы. Ненавязчиво читатель знакомится с профессиональными терминами и правилами организации производства.

Внятно и доступно описаны элементарные принципы работы с раскадровкой, мизансценой, монтажом и множеством других важнейших понятий из технологии создания фильмов. Учтено все, что необходимо знать с точки зрения теории и с точки зрения практики съемки, и самое главное – сформулирована правильная логика движения от идеи до конечного результата, то есть момента первого показа готового фильма. Это очень важно: четко представлять себе с самого первого шага, что самое большое испытание в этом процессе – показ фильма на экране. Экран беспощаден ко всем ошибкам. Экран – главный критерий, и эта мысль четко прослеживается на протяжении всей книги. Как говорят старые киношники: «К экрану язык не пришьешь!» Если кино не получилось, то никому не интересно почему. Конечно, трудно научиться снимать отличное видео, прочитав только одну книжку и не приложив при этом огромного, кропотливого труда, не потратив на это много-много времени во время практических съемок, но то, что после прочтения этой книги хочется взять в руки камеру и взяться за дело, уже много значит.

И еще одна важная особенность этого издания заключается в том, что подобного рода литературы в нашей стране до обидного мало, мало книг, реально способных помочь людям, делающим первые шаги в замечательной профессии кино».

*Александр Носовский,
кинооператор, автор изображения 30 художественных фильмов, таких как
«Вино из одуванчиков», «Железнодорожный романс», «Кто, если не мы»,
«Время собирать камни», сотен рекламных роликов, автор обучающих мастер-классов
«Практическая теория света», «Киноликбез», член Союза кинематографистов России,
член европейской ассоциации кинооператоров RGC IMAGO*

Содержание

Введение: Либо «Хорошо», либо «Выкл.»	13
Экспресс-путеводитель: 12 легких способов сделать свое видео лучше.....	20

ЧАСТЬ 1

Думайте как режиссер

Глава 1. Развлеките или умрите.....	32
Глава 2. Дорога к плохому видео вообще ничем не вымощена	35
Глава 3. Это точно должно быть видео?.....	40
Глава 4. Моментальное творчество	42
Глава 5. Знайте свою публику.....	46
Глава 6. Знайте свой сюжет.....	49
Глава 7. Думайте над кадром	53
Глава 8. Пусть каждый кадр говорит.....	59
Глава 9. Краткость — сестра таланта: правило Rubbermaid	62
Глава 10. Пусть всегда будет мало... ..	65

ЧАСТЬ 2

Подготовка — секреты профессионалов

Глава 11. «Вбрасывайте».....	70
Глава 12. Знайте, что снимаете: часть 1.....	73
Глава 13. Знайте, что снимаете: часть 2.....	76

Глава 14. Когда нужен сценарий	78
Глава 15. Если сказать нечего, помолчите.....	80
Глава 16. Не торопитесь.....	83
Глава 17. Планируйте с монтажным листом	85

ЧАСТЬ 3

Мизансцена

Глава 18. Раскадровка с камерой	96
Глава 19. Снимайте любимых	98
Глава 20. Пусть ваша звезда выглядит шикарно (Часть 1: фигурально)	101
Глава 21. Локация, локация, локация.....	104
Глава 22. Правильная камера	107
Глава 23. Секрет классного бизнес-видео	109

ЧАСТЬ 4

Как снять такое видео, чтобы не сесть в калошу

Глава 24. Редактируйте с умом	112
Глава 25. Сфокусируйтесь на кадрах	116
Глава 26. Играйте с оборудованием.....	119
Глава 27. Не затягивайте кадр	122
Глава 28. Лучший зум — ваши ноги	124
Глава 29. Не снимайте, пока не увидите глаза крупным планом.....	127
Глава 30. Ловите и удерживайте кадр	129
Глава 31. Подумайте, прежде чем двигаться	133
Глава 32. Следите за светом	136
Глава 33. Навстречу ветру.....	140
Глава 34. Пусть ваша звезда выглядит шикарно (Часть 2: литературно).....	142
Глава 35. Покажите нам, где мы	144

Глава 36. Развлеките себя.....	147
Глава 37. «Нет» плохим кадрам	149
Глава 38. Внимание к деталям	151
Глава 39. Используйте авансцену.....	154
Глава 40. Проверьте задний план.....	156
Глава 41. Смените угол.....	157
Глава 42. Правило третей	160
Глава 43. Следите за тем, что делаете	162
Глава 44. Не вышло сразу? Бросьте и займитесь другим!	164
Глава 45. Пусть удача работает на вас.....	167
Глава 46. Вверните диалог	169
Глава 47. Пусть будет несколько камер.....	172
Глава 48. Когда пора остановиться	175

ЧАСТЬ 5

Особые проекты и как их снимать

Глава 49. Как снимать самых милых на свете детей	178
Глава 50. Хватит скучных видео из отпуска	181
Глава 51. Свадьбы, выпускные и другие церемонии	184
Глава 52. Снимаем отличное музыкальное видео.....	188
Глава 53. Видеорезюме.....	191
Глава 54. Как снимать интервью и видеообращения.....	194
Глава 55. Веб-камера	199
Глава 56. Запланированные трюки	201
Глава 57. Снимаем видео по сценарию	203
Глава 58. Обучающее видео	206
Глава 59. Как снять вирусное видео.....	209
Глава 60. Рекламируем продукт или услуги.....	211

ЧАСТЬ 6
После съемки

Глава 61. Редактируем видео.....	216
Глава 62. Редактирование: просто и ясно.....	218
Глава 63. Вспомните в конце, что было в начале.....	222
Глава 64. Ясность во главе угла.....	226
Глава 65. Отключите режим смены слайдов.....	229
Глава 66. Сомневаетесь – вырезайте.....	232
Глава 67. Начните позже – закончите раньше.....	236
Глава 68. Хорошие эффекты сделают ваше видео сильным.....	240
Глава 69. Добавим музыку.....	242
Глава 70. Полегче с графикой.....	244
Глава 71. Принцип глазури.....	247

ЧАСТЬ 7
Подводя итоги

Глава 72. Когда показать свою работу.....	250
Глава 73. Кому показать свою работу.....	252
Глава 74. Как получить обратную связь.....	255
Глава 75. Видео не может быть доснято. Лишь отложено.....	258
Глава 76. Но это ведь искусство?.....	259
Глава 77. Напоследок.....	261
Приложение: Высшая школа видео «Сделай сам».....	262

*Посвящается Дебби, которая теперь заслуживает
гораздо больше, чем просто статуэтку*

Пара заметок

О видеооборудовании

Вообще-то эта книга не про оборудование.

Видео — это как приготовление еды: хорошего цыпленка по отличному рецепту можно приготовить и на простеньком гриле за 12 долларов; плохой будет ужасен на вкус, даже если вы зажарите его на дорогом гриле марки *Viking*. Так и с видео. Можно снять что-то по-настоящему крутое на простой мобильник и поистине ужасное — на профессиональной площадке с оборудованием *Panavision* и стоимостью одного съемочного дня 100 000 долларов.

Совсем не важно, на какую камеру вы снимаете, как она подключается к компьютеру или сколько у вас пикселей на плазменном экране. Важно, какие у вас «ингредиенты» и как вы их соедините.

О терминологии

С тех пор как домашнее видео стало популярно, люди начали использовать термины «фильм» и «видео», не понимая разницы между ними; можно, например, услышать: «Мы сняли фильм о том, как праздновали день рождения мамы», хотя речь всего-навсего о цифровой камере, которая не снимает на пленку. Или «Давай возьмем в прокате видео» — в переводе это означает, что они возьмут DVD-диск с файлом, который содержит запись двухчасового действия, снятого на пленку.

Теперь все стало еще сложнее. Многие фильмы, которые вы смотрите в кинотеатрах, сняты на «цифру», а затем переложены на пленку, для того чтобы их можно было показывать через проектор. Ваше любимое телевизионное шоу, возможно, снято на пленку, затем оцифровано для ТВ-формата и после выложено как файл для цифрового вещания. ТВ-программы и фильмы снимают на «цифру» и показывают на «цифре», а многие рекламные ролики, которые вам мозолят глаза, и вовсе были созданы на компьютере — ни пленки, ни видео.

Учитывая размытость границ между этими двумя понятиями, я буду использовать слова «фильм» и «видео» там, где они лучше подходят по контексту, и не стану заморачиваться технической стороной вопроса. И вам не советую.

Либо «Хорошо», либо «Выкл.»

Великое видео — инструмент коммуникации беспрецедентно эффективного действия. Оно может изменить историю, вдохновить, разделить, усилить эмоции и помочь общению.

От плохого видео тошнит.

Никто не хочет его смотреть. Даже ваши подчиненные. Даже если вы их заставляете. И ваши родители не хотят, хотя вы и посылаете им «очаровательные» видео со своими детьми.

Оказавшись перед выбором — смотреть ваше ужасное видео или что-то хорошее, что можно получить всего лишь парой кликов мышкой, — ни один здравомыслящий человек не выберет ваше «творение»... ну, только если вы не стоите у него над душой, умоляя: «Посмотри! Тебе понравится!» Тогда он, конечно, поскрипев зубами, промямлит: «О да... Чудесно». Но поверьте мне, если вы пришлете ему ссылку, его хватит не более чем на 20 секунд. Если честно, то и вас тоже.

Даже у заурядного видео нет шансов, поскольку мы живем в век великого видео. От Голливуда до Болливуда профи делают тысячи видео, которые технически совершенны и интересны. Загляните на *YouTube* — все топовые видео, с миллиардами

Никто не будет смотреть дурацкое видео — если только вы не будете стоять за спиной и твердить: «Посмотри!»

просмотров, подтверждают эти слова. Большинство из них ведь действительно чертовски хороши.

Поэтому противоположность хорошему в данном случае — выключенная камера.

Если ваше видео так себе, все пропало. Как и все усилия (а также время и деньги). Как падающее дерево, видео не издает ни звука — зато стонете вы, из-за того что никто не хочет смотреть ваш «шедевр». Поэтому я считаю, что первое и главное правило создания видео — снимать то, от чего окружающих не будет тошнить. Как и в случае с дорогими голливудскими режиссерами, ваша задача — снимать то, что развлечет публику.

«Но... но... но...» Да, я слышу ваш лепет. Вы хотите спросить: «Но как же идеи? Как тренировать моих сотрудников? Как рекламировать свой бизнес? А вечеринка по случаю дня рождения моей дочки? Это все снимается для чего-то, не баловства же ради!»

Конечно. Фильмы снимаются по случаю, по делу или для истории. День рождения дочери мы сняли потому, что любим ее и хотим сохранить моменты ее счастливого детства; речь записывается потому, что пришло вдохновение; видео о торговых марках мы сняли потому, что обожаем эти бренды; забавное видео о нашей работе поможет укрепить командный дух; мы сняли нашего друга, прошедшего марафон в инвалидном кресле, чтобы вдохновлять других, а интервью со своей столетней бабушкой — чтобы сохранить воспоминания.

По этим причинам мы затеваем съемку. Однако, заварив кашу, мы должны постоянно думать о тех, кто будет наше видео смотреть. Их надо заинтриговать, нам нужно думать об их интересах и беспокоиться о них. Блеклое видео,

Если ваше видео вышло так себе, все пропало. Как и все усилия (а также время и деньги). Как падающее дерево, видео не издает ни звука — зато стонете вы.

от которого зевают в самом начале, даже хуже, чем отсутствие видео.

Если ваше видео не хочется смотреть, вы никого им не вдохновите. Нет ни единого шанса, что вы донесете какую-то информацию, объедините свою команду или разделите с другими свою страсть. Напротив, вы можете оттолкнуть людей от себя. Нужны доказательства? Посмотрите на *YouTube* видео, которые какое-то время там крутились, но собрали меньше сотни просмотров. Они ужасны, честно. Их, возможно, и снимали с душой, но получились они нелепыми. Никто не будет смотреть их, кроме несчастных членов семьи и друзей, а может, и они не станут. Вы же такого не хотите, правда?

К счастью, сюжеты о вдохновении, успехе, ностальгии, снятые с юмором и страстью, могут развлечь — по крайней мере до тех пор, пока вы не начнете подпихивать своим зрителям отстой! Вы воодушевлены. Отличное начало. Чтобы передать публике свой настрой, нужно преподнести сюжет качественно. Вы должны заинтересовать ее.

Видео как второй язык

Видео — новый язык, которого многие из нас не знают. Это не значит, что мы ничего не смыслим в видео. Мы же годами смотрели кино, телевизионные передачи и ролики на *YouTube*. Знаем, с какого ракурса надо снимать, и вообще знаем, что такое ракурс. Знаем, какие бывают сюжеты, знаем, что те парень и девчонка все равно будут вместе, а чудище выпрыгнет из-за угла.

И уж точно мы знаем видео лучше, чем все те, кто жил до нас. Просто большинство из нас не умеют достаточно хорошо «говорить» на этом языке.

Учиться снимать хорошее видео — все равно что учить иностранный язык: учишься не только тому, что сказать, но и как сказать, чтобы тебя поняли другие. Приехав во Францию, вы же стараетесь не выдать официанту, например, что-то

вроде «Вы одеты, как бродяга», хотя на самом деле пытались спросить, что подадут на десерт.

В языке видео все имеет значение: и ракурс, и движение камеры. Наверняка будет неловко, если, сняв разговор со своей столетней теткой, вы потом обнаружите, что держали камеру крайне неудачно: тетя сидела спиной к окну, то есть к свету, все время смотрела мимо объектива и на видео больше напоминает зловещий силуэт серийного убийцы.

Некоторые думают, что отличное оборудование спасет дело. Действительно, современные камеры умеют многое, гораздо больше, чем их «предки». Но, как и ваш компьютер, камера — всего лишь инструмент, не рассказчик. Она только фиксирует.

Хотя камера и умеет снимать видео, она не делает вас режиссером — так же как умение держать скальпель не делает вас хирургом. Как и в случае с революционными для своего времени программами *PowerPoint* и *Desktop Publishing*, хорошее оборудование полезно, но само по себе ничего не создаст. Многие заикливаются на самой технике, а не на том, что с ней делать. Их так заботят проводки, пиксели и софт, что они в последнюю очередь думают о том, понравится ли их творение зрителям.

Но есть и хорошие новости: вы все-таки понимаете язык видео, а чтобы научиться на нем правильно говорить, понадобится немного знаний, чуть-чуть рассуждений и практика. А вот еще более хорошие новости: те, с кем мы пытаемся коммуницировать через видео, очень похожи на нас. Если наше видео понравится нам самим, то и им тоже понравится. И наоборот.

Как добросовестный голливудский режиссер (буду честен: тут, в Лос-Анджелесе, где я живу, таких по десятку на каждом шагу), я вижу много плохих видео. Их мне присылают друзья в надежде, что я дам совет, как их улучшить. Меня нанимают компании, чтобы я отсматривал снятое другими людьми

и подсказывал, как сделать увиденное лучше. Я научил сотни людей снимать хорошее видео. Научу и вас.

Как пользоваться этой книгой

Эта книга *расскажет, как следует обдумывать свою съемку в целом и как создать то, что понравится публике.* Вы научитесь планировать, снимать и редактировать, все время держа «сценарий» в уме,

Съемка великого видео — искусство и одновременно ремесло. Помните: первый блин у всех комом. У меня тоже было так. Руку даю на отсечение, что даже у Спилберга так было.

КАК СДЕЛАТЬ ПОСРЕДСТВЕННОЕ ВИДЕО ХОТЬ ЧУТЬ-ЧУТЬ ЛУЧШЕ

Три ваших друга и вы — счастливые обладатели билетов на Суперкубок по футболу. Настал день X. Вы включаете камеру и говорите что-то прикольное типа: «Эй, Джерри! Ты будешь смотреть Суперкубок!» А Джерри, который уже допил третью кружку пива, улыбается и говорит «Мужи-и-ик!». И врзает кулаком по камере.

Поздравляю. Вы только что сняли современный эквивалент домашних видео 1950-х. Таких, где тетя Бетти подходит вплотную к 8-миллиметровой камере (надо было крутить ручку, чтобы она снимала, и треск стоял жуткий), щурится от яркого света, улыбается во все 32 зуба, а затем отшатывается от камеры так, словно не видела живых людей лет десять.

Тогда возможность снять свой фильм — и появиться на голубом экране! — поражала воображение. Казалось, это что-то из разряда павильона «Дом будущего» на выставке достижений штата в 1954 году. Сам факт того, что вас сняли на пленку, уже завораживал.

Те причудливые времена, когда видео было в диковинку, давно прошли. Мы все

стали цивилизованными и не кидаемся, как дикари, к мониторам телевизоров в электронных супермаркетах, потому что нас только что сняли скрытой камерой и транслировали на весь магазин! Сейчас мы едва взглянем на них, проходя мимо, — как на зеркало.

Ведь нас снимают повсюду. Мы знаем, что камеры есть в лифте. Не удивимся, когда друг достанет смартфон и неожиданно начнет снимать. При этом все равно можно удерживать внимание людей, снимая их на видео, — до тех пор пока это не покажется им скучным.

Если вы из тех, кто всегда вертится перед камерой на большинстве мероприятий, пора уже вырасти и отказаться от этой привычки посмотреть в камеру и помахать рукой. Спросите себя: «Разве это интересно?» Ну правда...

Если то, что вы снимаете, как раз из разряда «Посмотри в камеру и помаши рукой», остановитесь. Научитесь как минимум нажимать кнопку «Stop», как только поймете, что Джерри сейчас скажет «Мужи-и-ик!» со всеми вытекающими.