

Тема 5. Създаване на видеоклип

Урок 21. Създаване на цифрови видеопродукции

1. Определение за видеопродукцията - цялостен процес на създаване на видеоклип от генериране на идеята, през заснемането, монтирането, до разпространението му като завършен продукт.

2. Основни видове видеопродукция

Има много и различни видове видеопродукция :

- филмова и телевизионна видеопродукция (късометражни, пълнометражни, документални филми),
- видеоклипове за събития,
- интервю,
- репортаж,
- фоторазказ,
- образователен видеоклип,
- видеореклама,
- корпоративен видеоклип и др.

Характеристики:

- При **кратките игрални филми** водещ е сюжетът, неговата „завръзка“, основна случка и „развързка“.
- В **документалните филми** определяща е важността на разглеждания проблем.
- Основен принцип при **интервюто** е да не вадите от контекст думите на интервюирания човек – нещо иначе не твърде сложно чрез средствата на цифровия видеомонтаж.
- При **репортажа** – ключово е представянето на всички гледни точки.
- При **образователните видеоклипове** водещ е стремежът към ясно и изчерпателно представяне на учебното съдържание, като подходът следва да е съобразен с аудиторията (различни изразни средства за различни възрастови групи).
- **Фоторазказът** естествено изисква впечатляващи снимки, градация в посланията и подходящ музикален фон.

MOCKUMENTARY

Документалните филми документират реални събития и проблеми и именно заради това се наричат „документални“.

Но на практика съществува още един подобен вид филми, който на пръв поглед използва средствата на документалните филми, но ситуациите, хората, проблемите, които се представят не са истински, а измислени. Тези филми се наричат **mockumentary** (от англ. *mock* – *имитация*) или **fake documentary** (от англ. буквално *фалшив документален филм*) и са доста популярни през последните няколко години, че дори се организират специални *mockumentary* фестивали, само за подобни филми.

Повечето от тези филми изглеждат абсолютно достоверно, като стандартни документални филми и именно това е целта им – да представят несъществуващ или абсурден проблем като реален такъв и по този начин да ни накарат да се замислим за други реални ситуации и проблеми, които сме приели за „нормални“, но всъщност са не по-малко абсурдни, ако се погледнат обективно отстрани.

Независимо от това как е породена идеята за създаване на видеопродукцията трябва да се уточнят отговорите на следните въпроси:

1. Какъв е жанрът на видео клипа?
2. За кого е предназначен видео клипът?
3. Какво настроение трябва да създава видео клипът?
4. Колко да е времетраенето на видео клипа?
5. С какъв бюджет и техническа осигуреност ще разполага екипът за реализацията?
6. Как ще се разпространява видео клипът?

Видове видеопродукция

1) Видеорепортаж

Видеорепортажът се характеризира със събиране, анализиране и предаване на информация под формата на видеа за интересни и актуални теми, събития и явления. Когато е замислен и направен добре, този новинарски способ разкрива много възможности за постигане на различни цели на бранд журналистиката. Чрез него могат да се представят по обективен, информативен, експресивен, обвързващ и аудиовизуален начин новини и истории за брандове, продукти, услуги и индустрии.

Видове видеопродукция

2) Видеоинтервю

Видеоинтервюто е аудио визуален метод за получаване и предаване на информация от първа ръка. То представлява заснет диалог между интервюиран и интервюиращ, които разискват и дискутират помежду си актуални и любопитни теми, явления или събития. Работата на репортера е да задава въпроси, чрез които да извлече от своя събеседник максимално полезна и интересна за аудиторията информация. Операторът с камерата е отдалечен поне на няколко метра от интервюирания. Тъй като микрофонът трябва да е максимално близо до говорещия, записът на звука се извършва отделно с диктофон или с външен микрофон.

3) Фоторазказ

Фоторазказът е видеопродукция, която използва колекция от снимки, за да предаде информация за конкретно събитие, което се случва на определено място. Обикновено се използва поредица от 5 - 8 снимки, като целта е зрителят да получи ефект на присъствие на събитието или мястото.

4) Образователен видеоклип.

Неговата основна цел е да образова публиката. Може да се използва както в класната стая, така и в домашни условия като алтернативен обучителен метод.

3. Основни етапи при създаването на цифрови видеопродукции:

- **Планиране и подготовка** - това е т.нар. препродукция (Pre-production);
- **Продукция** (видеозаснемане);
- **Постпродукция** (редактиране, обработка и монтаж).



А) Препродукция (подготовка)

Преподготовката включва:

- оформянето на оригиналната идея за бъдещата видеопродукция,
- написване на литературен сценарий,
- създаване на режисьорска книга,
- създаване на прогнозен бюджет и
- търсене на финансиране за развитие на продукцията.

А) Препродукция (подготовка)

В етапа на **подготовка** се планира снимачния период в най-големи детайли: снимачен график,

- места за снимки (т.нар. *локации*),
- необходимо техническо оборудване, което следва да се наеме,
- избор на снимачен екип и актьори,
- оформяне и сключване на индивидуални договори с всеки от тях и т.н.

В този етап водеща е ролята на продуцентския екип, който планира всичко споменато.

Снимачният график винаги е стегнат в няколко последователни дни (за големите кинопродукции обикновено между 20 и 30), като се работи по 15-16 ч. на денонощие. Повечето плащания (хonorари, наеми на техника и локации) са на дневна база и именно това определя този стегнат график.

1. Идея. Подготовката на филма започва с идея за сюжета. Какво е съобщението, което трябва да се предаде с филма, за кого е предназначен? Къде и как ще се показва?

2. Сценарий. Сценаристът записва сюжета и съставя сценарий. Той може да бъде преработван много пъти, преди да се стигне до крайния вариант, наричан окончателен сценарий. В него е записано подробно какво трябва да се случи на всяка сцена, реплики на актьорите (ако има такива), описание на отделните сцени и др. Този сценарий се дава на режисьора, който го преработва за нуждите на оператора с инструкции къде ще се заснемат сцените, как точно трябва да се заснемат, какво ще е движението на камерата и т.н. Това се нарича **режисьорски сценарий**.

3. Сториборд. Това всъщност е поредица от скици (подобни на комикс), представящи последователно различни сцени от филма, най-вече тези, в които има повече действие. Те служат като предварителен план за оператора и помагат да се спести много време при снимките.

4. Списък с обектите за заснемане. Създава се пълен списък на сцените, които ще бъдат заснети. Той включва къде и кога ще бъдат заснети, както и допълнителните дейности по заснемането – например дали ще трябва осветление, кои актьори ще участват и т.н. Това позволява кадрите да се групират по нужните параметри, което спестява време и средства.

5. Избор на техника. Използваната техника трябва да е съобразена с условията, при които ще се заснемат кадрите. Готовият списък с обектите за заснемане помага много при избора на техника.

Б) Продукция (заснемане)

В **снимачния период** се действа строго по режисьорската книга и продуцентския план. Разбира се, винаги изникват непредвидени ситуации и затова обикновено се планира поне един резервен ден. Когато има по-голямо забавяне, обикновено загубите са големи – нарушаването на много графици води до заплащане на неустойки, често фиксирани в договорите (техниката е планирана да се ползва другаде, актьорите и хората от екипа имат следващи ангажименти).

6. Заснемане. Този етап включва заснемането на всички необходими сцени и кадри. Често сцените се заснемат по няколко пъти, за да е сигурно, че след приключване на този етап ще има всички необходими кадри за монтажа на продукцията. Задължително е да се провери всеки кадър, преди да приключи заснемането.

В) Постпродукция

В **пост-продукционния етап** се извършва обработката на заснетия материал и видеомонтажът като цяло. Той също се придържа към първоначалната идея, разписана в режисьорската книга. Разбира се, често се налагат промени в движение на база реално заснетия видеоматериал. Водещи тук са монтажистът и режисьорът.

7. Постпродукция (следснимачна обработка). Отделните части на заснетия материал биват обработени и подготвени за свързване в последователност от кадри и клипове в една времева линия. Тъй като много често аудиозаписите са направени отделно, те се монтират и се синхронизират с картината. Така полученият вариант на клипа е наречен още **груб монтаж**.

8. Грубият монтаж се преглежда от режисьора и екипа на продукцията. След направените поправки и уточнения се прави **окончателен монтаж**.

4. Основни длъжности в екипа:

А) творчески (режисьор, сценарист, оператор, актьори, художник, монтажист);

Б) технически (звуко-оператори, осветители, техници);

В) помощен (асистенти, скриптьор, грим);

Г) финансов (продуцентски екип).

4. Основни длъжности в екипа:

- **Режисьорът** е ангажиран почти във всички фази на продукцията, работи с оператора (по визията), с актьорите (по техните изпълнения), с монтажиста (в пост-продукцията) и с продуцента – постоянно. Най-важната длъжност в творческия екип. По-успешните режисьори имат изграден собствен стил, който е разпознаваем във филмите им.
- **Операторът** се грижи основно за визията и съгласува отделните кадри с режисьора. Ръководи работата на осветителите.
- **Художникът** ръководи екип от сценографи (отговарящи за декора), реквизитори, дизайнери на костюми, стилисти на прически и гримьори.
- **Продуцентът** е нещо като „шеф на филма“. Той е най-заинтересуван продукцията да е успешна, да има добър приход, за да се покрият разходите и да има финансов приход.
- При останалите длъжности името на позицията подсказва добре характера на съответната дейност.

СЦЕНАРНИ ФОРМАТИ ПРИ ТЪРСЕНЕ НА ФИНАНСИРАНЕ

Филмите и видеопродукциите са едни от най-скъпите за реализация начинания. Забързаният производствен процес и натовареността на финансиращите организации негласно са утвърдили следната схема, целяща пестене на време за всички заинтересовани страни:

- (1) авторът (обикновено режисьор или сценарист), опитвайки се да осигури финансиране за проекта си, предлага на евентуални спонсори кратка **анотация** на проекта си – в рамките на един абзац от 5-6 реда описана идеята на продукцията;
- (2) при интерес, предлага **синопсис** – идеята, разписана в една стандартна страница;
- (3) ако интересът се затвърди, авторът предлага **трийтмънт** – надграждане на синопсиса с един епизод от продукцията, разписан най-подробно (с отделни реплики на героите дори).
- Последната стъпка (4), разбира се, е напълно **подробен сценарий**. Достигането до нея на практика означава, че проектът ще бъде финансиран.
- Отделно във филмовите среди (често по време на фестивали) се организират специални сесии, на които отделни автори могат да представят проектите си пред евентуални спонсори и така да намерят частично или пълно финансиране.
- Важно е да уточним, че по отношение на филмовите продукции за голям екран, горният стил на работа, е популярен в условията на развита пазарна икономика. В развиващи се страни (като България) по-често държавата финансира почти изцяло подобни продукции на конкурсен принцип.

СЦЕНАРИЙ ЗА ВИДЕОПРОДУКЦИЯ

- Понятието *сценарий* (от ит. *Scenario* и лат. *Scena*) в контекста на видео и кинопродукциите представлява текстовата основа, въз основа на която се заснема впоследствие самото екранно произведение.

Познато е и като *литературен сценарий*, тъй като представя *литературната* част на една продукция.

За различните видове видеопродукции сценарият има различни формати, отговаряйки на различни изисквания. В по-кратките форми (репортаж, интервю и др.) представлява по-скоро подробен план на обектите, които следват да бъдат заснети. При документалните филми сценарият се съвместява в т.нар. *режисьорска експликация*, в която авторът на филма описва подробно намеренията си.

- Най-комплексен и подробен е сценарият при игралните филми (независимо от тяхната продължителност). В тези случаи той наподобява доста текст на театрална пиеса, като последователно и подробно описва обстановката, героите, техните емоции, мимики, действия, както и всяка отделна реплика. Самият сценарий цялостно се структурира по епизоди, например: Епизод 1 – „На улицата“, Епизод 2 – „Събуждане“ и т.н.

ЧОВЕКЪТ С КЛАПАТА



- Длъжността на човека, отговорен за клапата, се нарича *скриптьор*.
- Той следи кой кадър предстои да се заснеме и дали няма пропуск в реквизита спрямо предния заснет кадър. Например трябва ли героят да е с шапка или вече е заснето как я маха.
- Клапата може да е дигитална или обикновена и да се пише с маркер по нея.
- Камерата я заснема, за да е ясно за монтажиста кой поред е кадърът, от кой епизод е и кой е дубълът.
- Звукът от удрянето на клапата е много важен, тъй като по него се синхронизира аудиозаписът, когато се записва паралелно с друго устройство (професионален звуков рекордер).

РЕЖИСЬОРСКИ ВАРИАНТ НА СЦЕНАРИЯ (РЕЖИСЬОРСКА КНИГА)

- Това е един от най-важните творчески документи в дадена продукция.
- Създава се обикновено съвместно от режисьора и оператора и представлява подробно описание на всеки един кадър, който предстои да бъде заснет. С други думи – режисьорът и операторът сядат и „измислят на хартия“ целия филм предварително, спазвайки правилата за плавен филмов монтаж.
- Впоследствие, въз основа на режисьорската книга, продуцентският екип изготвя снимачен план-график и бюджет.
- По време на снимачния период се следва стриктно режисьорската книга, а в пост-продукционния етап тя служи за основен ориентир на монтажиста.
- Среща се в табличен, но и в по-свободно описателен вид. Може да се добавят и малки скици към кадрите, показващи положението на героите. Този похват се нарича *Storyboard*.

Част от примерна режисьорска книга

Но	Съдържание	Камера	Звук	Осв.	Рекв.	Вр.
1.	Х. Влиза забързан в стаята и сяда зад бюрото.	ОБЩ	Доп.	Общо	Офис телефон	5 сек.
2.	Удря по бюрото	Детайл	Терен	Насочено	—	2сек.
3.	Говори по телефон: „Дай ми Петров!“	БЛ	Доп.	Насочено	Офис телефон	4 сек.
4.	Барабани с пръсти нервно.	Детайл	Терен	Насочено	—	6 сек.