


ДМИТРИЙ КОТОВ



ОТ


☆ ВИДЕОРОЛИКА ☆

КОСКАРЫ

ФИЛЬМЕЙКУНТ

НА
МИЛЛИОН



Москва
Издательство АСТ

УДК 791.63
ББК 85.374
К73

Котов, Дмитрий Александрович.

К73 От видеоролика к Оскару. Фильммейкинг на миллион / Дмитрий Котов. — Москва : Издательство АСТ, 2019. — 272 с. — (Нонфикшн Рунета).

ISBN 978-5-17-110054-4

Мир изменился, мы перешли от слов к видео. Визуальный контент занял важную роль в онлайн-общении и социальных сетях. Оригинальный фильм или видеоролик может собрать большое количество просмотров и лайков, а иногда даже завоевать международные награды. Фильммейкинг — процесс создания кино и видеороликов самостоятельно, или с друзьями, при небольших финансовых вложениях. Это уникальная возможность попробовать свои силы в разных профессиях: продюсер, режиссер, сценарист, оператор и т.д.

В этой книге успешный продюсер, сценарист и педагог Дмитрий Котов познакомит вас с основами фильммейкинга и расскажет, как использовать безграничные возможности новых медиа для творчества, которые дает нам современный мир, чтобы создавать собственное уникальное кино.

16+

УДК 791.63
ББК 85.374

*Серия «Нонфикшн Рунета»
Научно-популярное издание*

**Дмитрий Котов
ОТ ВИДЕОРОЛИКА К ОСКАРУ. ФИЛЬММЕЙКИНГ НА МИЛЛИОН**

Зав. редакцией Е. Ларина
Ответственный редактор М. Царева
Дизайн обложки В. Воронина
Компьютерная верстка А. Грених
Технический редактор Т. Тимошина

Подписано в печать 27.12.2018. Формат 84х108/32. Усл. печ. л. 14,28.
Тираж 2000 Заказ №

Общероссийский классификатор продукции ОК-034-2014 (КПЕС 2008):
— 58.11.1 — книги, брошюры печатные

Произведено в Российской Федерации. Изготовлено в 2019 г.
Оригинал-макет подготовлен редакцией «Времена», импринт «Альфа»
Изготовитель: ООО «Издательство АСТ»
129085, Российская Федерация, г. Москва, Звездный бульвар, д. 21, стр. 1, комн. 705, пом. I, этаж 7
Наш электронный адрес: WWW.AST.RU

«Баспа Аста» деген ООО
129085, г. Маскеу, Жулдызды гүлзар, д. 21, 1 құрылым, 705 бөлме, пом. 1, 7-қабат
Біздің электрондық мекенжайымыз : www.ast.ru
E-mail: malysh@ast.ru

Интернет-магазин: www.book24.kz Интернет-дүкен: www.book24.kz
Импортер в Республику Казахстан и Представитель по приему претензий в
Республике Казахстан — ТОО РДЦ Алматы, г. Алматы.
Қазақстан Республикасына импортаушы және Қазақстан Республикасында наразылықтарды қабылдау
бойынша өкіл – «РДЦ-Алматы» ЖШС, Алматы
қ., Домбровский көш., 3«а». Б. литері офис 1. Тел.: 8(727) 2 51 59 90,91 ,
факс: 8 (727) 251 59 92 ішкі 107; E-mail: RDC-Almaty@eksmo.kz ,
www.book24.kz Тауар белгісі: «АСТ» Өндірілген жылы: 2018
Өнімнің жарамдылық; мерзімі шектелмеген.
Сертификация қарастырылмаған

Мы в социальных сетях. Присоединяйтесь!
vk.com/ast_nonfiction
instagram.com/ast_nonfiction
facebook.com/astnonfiction

ISBN 978-5-17-110054-4

© Д.А. Котов, текст, 2019
© ООО «Издательство АСТ», 2019

Введение

Фильммейкинг —
новое увлечение поколения Z

Поколение Z. Зачем вам эта книга?

Когда я был маленьким (в 70-е годы прошлого века) фотографией занимались либо профессионалы, либо увлеченные и кропотливые любители. Они должны были уметь выбрать подходящие для съемки фотоаппарат и пленку, настроить экспозицию и диафрагму, в полной темноте на ощупь зарядить пленку в проявочный бачок, подготовить специальные реактивы и обработать пленку, соблюдая температурный и временной режим, а затем при свете красного фонаря,



Студенты курса «Фильммейкинг» на съемках

который не портит фотобумагу, отпечатать снимки и обработать их химикатами. Это был трудоемкий процесс, требующий времени и усидчивости. Когда мой отец «колдовал» с фотоувеличителем в ванной комнате, дверь которой была завешена шерстяным одеялом, он казался мне настоящим волшебником. И тем не менее, фотографирование даже тогда было весьма популярным хобби.

Потом печать фотоснимков стала обычной и недорогой услугой. Появились недорогие любительские цифровые фотоаппараты. А когда функция фото появилась в мобильных телефонах, фотографами стали все. Теперь фотографированием никого не удивишь, оно стало рутинным процессом. Что дальше?

В истории человечества периодически происходят смены коммуникативных технологий, и именно сейчас мы с вами наблюдаем очередную такую смену. Это особенно заметно на детях, у них изменилась так называемая «сенсорная модальность», то есть преобладающий способ восприятия мира через их ощущения — они все меньше читают и все больше смотрят. Сигнал идет непосредственно в затылочную кору головного мозга, это совершенно другой способ восприятия, который не требует особого напряжения, активности, и даже воображения, более легкий и комфортный.

Представители «поколения Z» (те, кому сейчас 15–20 лет) ежедневно используют компьютер, планшет, смартфон и игровую приставку. Они выросли в эпоху торрентов, демотиваторов, инфографики и котиков в соцсетях. Они — *визуалы*. Поэтому по-

сле «статичной» фотографии в развитии способов коммуникации с миром естественным шагом становится увлечение **фильммейкингом** — так мы называем создание кинофильмов собственными силами. Нынешние 20-летние не рассказывают, как они живут, а *показывают*.

И, конечно, каждому хочется, чтобы его «движущиеся картинки» были эффектнее, выигрышнее, чем у других. Чтобы их фильмы производили наиболее яркое впечатление — на зависть злопыхателям и на радость друзьям.

Представители Торонтской школы теории коммуникаций считают, что коммуникативные технологии определяют тип культуры и менталитет людей. У человека средневековья и представителя эпохи Возрождения — разные картины мира и ценности. В средние века люди использовали для общения речь и слух, а в сегодняшнем мире, где сломаны все границы общения в онлайне, гораздо важнее картинка, которая — если она хорошо сделана — важнее тысячи слов и не требует перевода. (Кстати, первый парадокс этой книги в том, что вы, поколение визуалов, ее *читаете*. Ведь читаете же?) Вспомним знаменитую цитату из фильма «Доживем до понедельника» (реж. С. Росточкин, 1967 г.): «Счастье — это когда тебя понимают». Один из вопросов, на который отвечает эта книга — как научиться создавать такую картинку, чтобы тебя понимали.

Фильммейкинг — не только способ коммуникации, но и способ социализации, достижения важной жиз-

ненной цели «найти своих и успокоиться». Все мы социальные животные, а социум определяется тем, как люди взаимодействуют друг с другом. У нынешнего молодого поколения социализация происходит в онлайне, и все, что выкладывается представителями поколения Z в соцсетях — это месседж выкладывающего, его послание миру. И очень печально, когда это послание сводится к фотографиям еды, потому что, если это не демонстрация своих кулинарных талантов и не реклама собственного милого рестораничка, его можно прочесть разве что так: «У меня есть голова, и я ей ем». Все мы достойны того, чтобы наши послания миру были креативными, отражали наши глубокие и интересные личности. Как создать такую движущуюся, динамичную картинку, чтобы вызвать не только понимание, но и подлинный интерес — поговорим и об этом.

Отсутствие скуки, захватывающие задачи и чувство контроля обеспечивают существенную часть состояния комфорта представителям поколения Z — а тем, кто увлекся фильмейкингом, скучать просто некогда. А насколько это захватывающие задачи! Как, например, сделать «закат солнца вручную»? Создавая фильмы, вы создаете новые миры, в которых вам хотелось бы жить или которых вы хотели бы избежать. Вы становитесь богом в своей маленькой вселенной, где вы можете делать все, что хотите, и где все зависит только от вас и больше ни от кого.

А что же «поколение Y» — те, кому сейчас за 30? У этих «мигрантов в стране цифровых технологий»

в детстве не было Интернета, но они прекрасно им пользуются. Это значит, что с точки зрения развития и расширения коммуникативных возможностей фильммейкинг для них не менее актуален, тем более что поколение Z дышит им в спину. Представители поколения Z с пеленок сильны в визуализации, скоро именно они будут диктовать моду и тренды, а главное, начнут конкурировать за лучшие места под солнцем. Сдаст ли поколение Y свои позиции без боя? Надеюсь, что нет.

А еще фильммейкинг — это первый шаг в «большое кино», в сторону красной ковровой дорожки и вождя Оскара. Хватит горевать о русском кино,



Студенты-фильммейкеры Высшей школы кино «Арка» с куратором курса Тимуром Бекмамбетовым

если вас волнует его судьба — пора что-то сделать самим. Все в ваших руках, и наше время дает безграничные возможности и для творческой самореализации, и для создания того, что по вкусу именно вам. Вот только с чего бы начать? Об этом я тоже расскажу в этой книге.

И главное, фильммейкинг — это весело! Занимаясь собственным кино, вы быстро найдете много новых настоящих друзей — не в онлайне, а в реальной жизни! Потому что фильммейкинг — дело коллективное. Бывает, что кое-что получается и у одиночек, но результаты командной работы всегда во много раз круче! Хотите убедиться в этом сами? Вперед!

Это первая книга из серии книг о кино, которую придумала и разработала моя коллега Наталья Иванова-Достоевская.

2. Как мы сняли 74 фильма за три года

К концу девяностых я уже почти шесть лет довольно успешно занимался рекламно-информационным бизнесом в Саратове, но все еще жаждал перемен — «перестроечные» настроения были еще живы. И вот в феврале 1998 года на отечественные киноэкраны, которых было не так уж много, поскольку отечественный кинопрокат только начинал восстанавливаться после затяжного кризи-



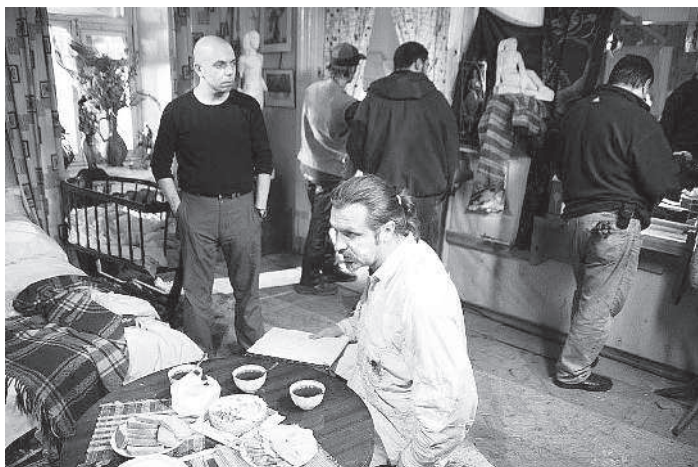
На посвящении в студенты. Горки Ленинские, октябрь 2017 г.

са, вышел легендарный «Титаник» (реж. Дж. Кэмерон, 1997 г.). И люди хлынули в кинотеатры — от фанаток молодого, смазливового и уже тогда гениального Ди Каприо до серьезных любителей кино, которые не могли пропустить такое зрелище. «Титаник» наглядно продемонстрировал, что желание ходить в кино, чтобы коллективно, сидя вместе со всеми в большом темном зале, совместно переживать сильные эмоции, у людей никуда не исчезло.

И тогда мы с моими товарищами и партнерами по рекламному бизнесу взяли в управление кинотеатр «Пионер» в самом центре Саратова — провели ремонт, установили звуковую систему Dolby Surround, занялись выстраиванием репертуара. Я стал директором «Пионера», начал периодически ездить на кинорынки в Москву и ближе познакомился с «настоящими кинематографистами».

Спустя три года меня уже интересовало, как снимаются фильмы и можно ли попасть на эту «фабрику грез». В 2001 году перебрался в Москву и поступил в Мастерскую кино и телевидения Юрия Грымова. Я очень благодарен этому яркому, харизматичному человеку, который дал мне шанс попробовать себя в разных областях кинопроизводства.

А было это так — совершенно неожиданно Грымов предложил мне стать сначала техническим редактором, а затем и соавтором сценария экранизации романа Людмилы Улицкой «Казус Кукоцкого», получившего «Русский Букер». Признаюсь — я был в полной растерянности, не представляя себе, как можно пере-



На съемках сериала «Казус Кукоцкого»

ложить на экран внутренние монологи героев, пространственные описания и длинные философские размышления. Но благодаря первым сценарным наброскам Людмилы Евгеньевны я познакомился с технологией адаптации литературного материала для экрана, и в итоге мною были написаны две трети сцен сериала «Казус Кукоцкого» (реж. Ю. Грымов, 2005 г.). Я благодарен Людмиле Евгеньевне за наставничество и Юрию Грымову за мощнейшую моральную поддержку, дающую запал к действию.

Новичкам везет. Мне предложили заняться планированием съемок «Казуса Кукоцкого». Так я начал осваивать работу второго режиссера по планированию и вскоре узнал, что написанное в сценарии не всегда легко осуществить в производстве, в условиях бюджетных ограничений и жесткого тайминга. На пло-