Как написать сценарий для видеоролика

Качественный видеоролик – результат хорошей режиссерской, операторской, актерской работы и многих других факторов.

- Для начала определитесь с темой ролика.

  Что это будет: рассказ о профессии, реклама профессии, самопрезентация – «Я – вот такая молодец, поэтому я смогу работать …», короткометражный документальный фильм о профессии?
- Второй этап подготовки сценария – определение идеи.
- Третий шаг – проработка завязки, кульминации и развязки. В ходе построения структуры можно воспользоваться следующими сценарными приемами и поиграть с восприятием зрителей:

Виды сценариев:

Сюрприз. На протяжении всего фильма мы наблюдаем за происходящим глазами героя. И только в финальной части мы узнаем, что действующее лицо – например, помидор!

Перевертыш. Сплетение реальности и воображения персонажа. Классический пример – зритель узнает, что все происходило во сне героя, лишь в последние минуты, когда показывается реальная жизнь персонажа. В фильме «Ванильное небо» большую часть фильма зритель уверен, что действия происходят на самом деле, тогда как в действительности это всего лишь управляемая «дрёма».

Все сначала. Герой на протяжении всего ролика спасает принцессу. И вот он победил дракона, зашел в замок, а принцессы там не оказалось. Появляется сообщение «Ваша принцесса в другом замке», и история начинается заново.

Особенности рекламных сценариев

Порой написать сценарий для рекламного ролика сложнее, чем для фильма. Как такое может быть? Попробуйте уложить основную идею в несколько сцен и всего 30 секунд! Наши советы помогут вам отсечь все лишнее и создать оригинальный, запоминающийся рекламный сценарий.

1. Идея – главное в презентационном видео. Дайте полет вашей фантазии, придумайте, с какими образами ассоциируется профессия. После этого критически подойдите к оценке идеи: будет ли она понятна вашей целевой аудитории?

2. Ориентация на зрителя. Поставьте себя на место зрителя: какие характеристики профессии важны для вас, какая информация мотивирует вас приобрести её? Используйте **инсайт** – интуитивное понимание проблем зрителя. Например, воздействие на подсознательное стремление мужчин демонстрировать свой статус привлечет гораздо больше зрителей, чем простое перечисление преимуществ BMW.

3. Новизна. Не копируйте успешные ролики: ваша реклама будет ассоциироваться с первым из удачных. Составить конкуренцию в этом случае будет практически невозможно.

4. Узнаваемость. После просмотра клипа зритель должен запомнить не только интересный сюжет и яркие образы, но и профессию. Делайте акцент на профессию.

5. Эмоциональное воздействие. Создавайте хорошее настроение: человек будет помнить не только вашу рекламу, но и свои положительные эмоции, связанные с ней.

6. Структура сценария. Основной элемент сценария – *Pack Short* – развязка, в которой отражается профессия. Занимает *Pack Short* 1/5 - 1/6 времени ролика. Элементы структуры в рекламе могут меняться местами: кульминация – предшествовать завязке, развязка – кульминации. Например, когда в начале ролика нам показывают произошедшее событие и только потом – его предысторию. В рекламе «Ласка. Магия цвета» в начале клипа идет привлекательная девушка в яркой кофточке, потом оказывается, что свитер не новый, его просто постирали с «Лаской» (это и есть предыстория). Главное – убедитесь, что сюжет интуитивно понятен, что не придется ломать голову, разбираясь что это – предыстория или последствия.

7. Краткость и однозначность. Сокращайте ненужные сцены: чтобы показать чудо-свойства приправы достаточно двух кадров – как ей посыпают курицу и как блюдо с золотистой корочкой достают из духовки. Все должно быть максимально кратко и предельно логично.

8. Общее представление. Чтобы понять, как будет выглядеть ролик, можно сделать **сториборд** или **раскадровку** и ее анимированную версию

Этапы написания киносценария

1. Разработка идеи и ее критическая оценка. Изложение замысла фильма: сформулируйте содержание в одном предложении (примерно 20-25 слов). Это краткое изложение смысла фильма – **логлайн** – должно сводиться к простой схеме: Герой для достижения Цели преодолевает Препятствие и совершает Поступок. Постарайтесь сделать логлайн драматичным, интригующим.

2. Составление структуры сценария: разбейте идею на сюжетные точки.

3. Проработка персонажей: перечислите достоинства и недостатки персонажей. Проследите изменения в характере главного героя в ходе истории. Чему должны научить его события фильма?

4. Поэтапное написание: не торопитесь сразу приступать к сценарию, добавляйте детали постепенно: сначала напишите синопсис (сюжет на двух-трех страницах), затем **тритмент** (короткий поэпизодный рассказ с основными диалогами) и только потом сценарий.
Синопсис, сценарий и тритмент пишутся **в настоящем времени**.

5. Редактирование текста. Проработать рукопись желательно несколько раз, поэтапно: убедитесь, что результат соответствует первоначальному замыслу; проверьте логику повествования, диалогов, поступков персонажей; исправьте языковые недочеты. После этого покажите сценарий друзьям – мнение со стороны всегда более объективно.