

Steve
Stockman

Kreć filmy, które
wciągają!

Tytuł oryginału: How to Shoot Video That Doesn't Suck

Tłumaczenie: Maksymilian Gutowski

Projekt okładki: Jan Paluch

ISBN: 978-83-283-2702-3

Copyright © 2011 Custom Productions, Inc.

Design copyright © by Workman Publishing Co., Inc.

All rights reserved. No portion of this book may be reproduced — mechanically, electronically, or by any other means, including photocopying — without written permission of the publisher.

WORKMAN is a registered trademark of Workman Publishing Co., Inc.

Polish edition copyright © 2017 by Helion SA. All rights reserved.

Wszelkie prawa zastrzeżone. Nieautoryzowane rozpowszechnianie całości lub fragmentu niniejszej publikacji w jakiejkolwiek postaci jest zabronione. Wykonywanie kopii metodą kserograficzną, fotograficzną, a także kopiowanie książki na nośniku filmowym, magnetycznym lub innym powoduje naruszenie praw autorskich niniejszej publikacji.

Wszystkie znaki występujące w tekście są zastrzeżonymi znakami firmowymi bądź towarowymi ich właścicieli.

Autor oraz Wydawnictwo HELION dołożyli wszelkich starań, by zawarte w tej książce informacje były kompletne i rzetelne. Nie biorą jednak żadnej odpowiedzialności ani za ich wykorzystanie, ani za związane z tym ewentualne naruszenie praw patentowych lub autorskich. Autor oraz Wydawnictwo HELION nie ponoszą również żadnej odpowiedzialności za ewentualne szkody wynikłe z wykorzystania informacji zawartych w książce.

Materiały graficzne na okładce zostały wykorzystane za zgodą Shutterstock Images LLC.

Wydawnictwo HELION

ul. Kościuszki 1c, 44-100 GLIWICE

tel. 32 231 22 19, 32 230 98 63

e-mail: helion@helion.pl

WWW: <http://helion.pl> (księgarnia internetowa, katalog książek)

Drogi Czytelniku!

Jeżeli chcesz ocenić tę książkę, zajrzyj pod adres

<http://helion.pl/user/opinie/krefil>

Możesz tam wpisać swoje uwagi, spostrzeżenia, recenzję.

Printed in Poland.

- [Kup książkę](#)
- [Poleć książkę](#)
- [Oceń książkę](#)

- [Księgarnia internetowa](#)
- [Lubię to! » Nasza społeczność](#)

Spis treści

Wstęp. Nikt nie ogląda kiepskich filmów 1

Ściągawka. 12 sposobów, żeby od razu nakręcić lepszy film 8

CZĘŚĆ 1

Myśl jak reżyser

1. Rozrywka to wszystko.....	20
2. Bez pomysłu daleko nie zajdziesz	23
3. Czy to naprawdę musi być film?	28
4. Kreatywne pomysły na szybko.....	30
5. Określ odbiorcę.....	34
6. Zdecyduj, co chcesz opowiedzieć	37
7. Myśl ujęciami.....	41
8. Każdy kadr powinien opowiadać jakąś historię	46
9. Streść się: zasada plastikowego pojemnika	49
10. Pozostaw lekki niedosyt.....	52

CZĘŚĆ 2

Przygotowanie

— tajemnica sukcesu profesjonalisty

11. Pitching	56
12. Wiedz, co kręcisz. Część I	59
13. Wiedz, co kręcisz. Część II.....	62
14. Kiedy potrzeba scenariusza?.....	64
15. Jeśli nie masz nic do powiedzenia, to się nie odzywaj.....	66

16. Spontaniczność nie jest w cenie.....	69
17. Planuj z listą ujęć.....	71

CZĘŚĆ 3

Przygotowanie planu filmowego

18. Tworzenie scenorysu przy użyciu kamery	82
19. Sam zdecyduj, kogo filmować.....	84
20. Niech Twoja gwiazda zabłyśnie (w przenośni).....	86
21. Lokalizacja jest najważniejsza.....	89
22. Użyj właściwej kamery.....	92
23. O co naprawdę chodzi w kręceniu dobrych filmów	93

CZĘŚĆ 4

Co zrobić, żeby dało się to oglądać

24. Montaż odbywa się w Twojej głowie	96
25. Wyostrz swoje ujęcia.....	99
26. Pobaw się kamerą.....	102
27. Nagrywaj krótkie ujęcia	105
28. Zoomuj nogami, nie obiektywem.....	107
29. Jeśli nie widzisz ich tęczywek, to stoisz za daleko.....	109
30. Wybierz kadr i nie ruszaj się.....	111
31. Kiedy warto ruszać kamerą	115
32. Niech stanie się światłość	118
33. Nie ma być mity	121
34. Niech Twoja gwiazda zabłyśnie (dosłownie).....	123
35. Pokaż, gdzie jesteśmy.....	125
36. Baw się dobrze.....	128

37. Nie toleruj słabych ujęć	130
38. Zwróć uwagę na szczegóły	132
39. Wykorzystaj pierwszy plan.....	135
40. Zwróć uwagę na tło	137
41. Spróbuj nagrywać pod innym kątem	138
42. Trójkąt obrazu.....	141
43. Oglądaj swoje nagrania.....	143
44. Jeśli nie uda się za pierwszym podejściem, spróbuj coś innego	145
45. Zдай się na los	148
46. Zadbaj o wyraźny dźwięk.....	150
47. Używaj wielu kamer naraz.....	153
48. Musisz kiedyś skończyć	156

CZĘŚĆ 5

Gatunki filmowe i jak je kręcić

49. Jak nagrać najbardziej urocze dzieciaki na świecie	158
50. Koniec z nudnymi filmami z wakacji	161
51. Wesela i inne uroczystości.....	164
52. Nagrywanie teledysku	168
53. Autoprezentacje.....	171
54. Wywiady i monologi	174
55. Tyrady na vlogach	179
56. Popisowe akcje	181
57. Filmy oparte na scenariuszu	183
58. Instruktaż.....	186
59. Kręcenie stuprocentowo skutecznych virali.....	189
60. Promocja produktów i usług.....	191

CZĘŚĆ 6

Po zakończeniu zdjęć

61. Podstawy montażu. Część I	196
62. Podstawy montażu. Część II	198
63. Zastosuj kompozycję klamrową	202
64. Czytelność jest kluczowa	206
65. Efekty przejść traktuj z rezerwą	209
66. W razie wątpliwości wycinaj jak leci	212
67. Zaczynaj późno, kończ wcześniej	215
68. Efekty dźwiękowe	219
69. Muzyka	221
70. Nie przesadzaj z efektami graficznymi	223
71. Lukrowanie tortu	226

CZĘŚĆ 7

Kiedy trzeba skończyć

72. Kiedy zaprezentować swoje dzieło	230
73. Komu zaprezentować swoje dzieło	232
74. Jak odnosić się do uwag	235
75. Dzieło nigdy nie jest ukończone	238
76. Czy to już sztuka?	239
77. Słowo na koniec	241

Dodatek

Dołącz do Wyższej Szkoły Filmowej w Sieci	242
Skorowidz	249

Bez pomysłu daleko nie zajdziesz

Zawodowy reżyser doskonale wie, co chce osiągnąć, gdy zabiera się za tworzenie filmu — ma jakiś zamiar. „Chcę opowiedzieć szerokiemu gronu odbiorców o zagrożeniach, jakie niesie globalne ocieplenie” — to przykład dobrego konceptu. Innym takim dobrym pomysłem jest: „Chcę wystraszyć widza na śmierć”. Tak czy inaczej, reżyser dobrze wie, jaki jest jego cel. Pomyśl teraz o kiepskim reżyserze, który zaczyna filmować bez określonego pomysłu. Skąd może wiedzieć, czy dana scena wyszła dobrze albo czy dobrze dobrano aktorów do ról, skoro sam do końca nie wie, co właściwie chce osiągnąć? Jak to kiedyś ujął Yogi Berra: „Jak nie wiesz, dokąd idziesz, to trafisz donikąd”.

Każdy film wymaga jasno zdefiniowanego konceptu. Może to być coś tak prostego jak: „Chcę pokazać znajomym, jak wyglądała moja wycieczka do Namibii”, albo i tak skomplikowanego jak: „Chcę zmienić sposób, w jaki widzowie bez wykształcenia wyższego i z przedziału wiekowego od 20 do 40 lat postrzegają recykling”. Może to być cokolwiek, ale musisz mieć powód, dla którego w ogóle kręcisz swój film.

Natomiast jeśli chcesz nakręcić kiepski film celowo, to zacznij od pomylenia „zamiaru” z „rezultatem”. Zamiar jest tym, co chcesz

osiągnąć przez nakręcenie filmu. Rezultat jest tym, co następuje po zakończeniu pracy nad filmem i nad czym nie masz większej kontroli. „Chcę zwrócić uwagę na absurdalne zachowania ludzi w salonie fryzjerskim” — to zamysł. „Chcę, żeby zwrócono na mnie uwagę w Hollywood” — to rezultat. Zamysł pomoże Ci przejść przez jakiś proces. Rezultat w niczym Ci nie pomoże, ponieważ jest czymś, co nie nastąpi, dopóki nie nakręcisz filmu.

Jeśli chcesz „zwrócić uwagę na absurdalne zachowanie”, to będziesz wiedział, że dobrze Ci idzie, kiedy nagrzasz coś, co uznasz

Czy jest coś złego w chęci zdobycia sławy na YouTube lub w chęci zarobienia pieniędzy? Absolutnie nic. Tyle tylko, że nie powinienes się kierować takimi oczekiwanymi rezultatami, gdy podejmujesz decyzje związane z nagrywaniem filmu.

za zdumiewające lub zabawne. W jaki jednak sposób to, że będziesz oczekiwał, iż „zwrócą na Ciebie uwagę w Hollywood”, ma Ci pomóc w nakręceniu filmu? Nie możesz przecież określić, czy takie lub inne ujęcie przyniesie Ci sławę. Nikt nie wie, jaka ścieżka dźwiękowa może przypaść do gustu agentowi wytwórni. Myślenie o rezultacie nie pomoże Ci w nakręceniu filmu. Co gorsza, ciągle myślenie o tym, co należy zrobić, żeby uzyskać właściwy rezultat, doprowadzi Cię z czasem do szału.

Spytałem kiedyś dyrektora generalnego firmy trudniącej się produkcją sprzętu związanego z ochroną środowiska, jaki właściwie jest cel działania spółki. Spodziewałem się ogólnego konceptu w rodzaju: „Dostarczyć ludziom sprzęt do redukcji emisji dwutlenku węgla w przystępnej cenie” lub „Pomóc przedsiębiorstwom z branży węglowej w ograniczeniu ich negatywnego wpływu na otoczenie”. Zamiast tego dowiedziałem się, że celem spółki jest wejście na listę Fortune 500. Owszem, coś takiego mogłoby nastąpić, gdyby spółce się powiodło — ale właściwie, w *czym miałoby się jej powieść*? Świadome działania biorą się nie z wyobrażonego rezultatu, tylko z konkretnego zamysłu.

Inny mój znajomy jest założycielem i dyrektorem mikrobrowaru. W odpowiedzi na pytanie o cel działania firmy dowiedziałem się, że mój kolega chce warzyć piwo tak, by mu smakowało i dostarczało

ĆWICZENIE

Jaki jest Twój cel?

Zanim zabierzesz się za nagrywanie następnego filmu, spisz wyczerpującą listę powodów, dla których w ogóle chcesz cokolwiek nakręcić, oraz treści, które chcesz przekazać odbiorcom. Wybierz najtrafniejsze przyczyny i zapamiętaj je. Jeśli pozwolisz swojemu pomysłowi rozwijać się swobodnie, Twój film znacznie żyć własnym życiem.

Oto lista, którą spisałem, gdy współreżyserowałem film na potrzeby obozu filmowego Summer Stars. Podczas Summer Stars (www.summerstars.org) dzieci będące w wieku 11 – 14 lat i pochodzące z trudnych środowisk uczą się, jak odnosić sukcesy w sztukach scenicznych — na co oczywiście potrzeba pieniędzy. Puściłem zatem wodze swojej fantazji i spisałem wszystko, co mi przyszło do głowy, bez oceniania.

Moim celem może być:

- zebranie dużych pieniędzy;
- pokazanie ludziom, co robią dzieci na obozach Summer Stars;
- pokazanie dzieciom, jak rozwijać się dalej po zakończeniu obozu;
- pokazanie, że na obozie jest fajnie;
- zachęcenie widzów do wspólnej zabawy;
- zachęcenie redaktorów programu Today, żeby zrobili reportaż o obozie;
- zaimponowanie widzom umiejętnościami, jakie dzieci zdobyły na obozie;
- wzruszenie widzów widokiem dzieci;
- sprawienie, by widzowie sami poculi, jak trudne jest życie tych dzieci;
- pokazanie, jak bardzo można pomóc drugiemu człowiekowi;
- sprawienie, by widzowie mieli poczucie uczestnictwa;
- pokazanie sylwetek uczestników przed obozem i po jego zakończeniu;
- pokazanie, że ciężka praca i stawianie czoła wyzwaniom przynosi dzieciom korzyści.

Przejrzałem tę listę, odrzuciłem „rezultaty” takie jak „zebranie dużych pieniędzy” i zacząłem się zastanawiać, który z tematów interesuje bądź inspiruje mnie najbardziej.

Ostatecznie zdecydowałem się na pomysł „pokazanie sylwetek uczestników przed obozem i po jego zakończeniu”. Przeprowadziłem z dziećmi wywiady pierwszego dnia obozu, kiedy były jeszcze nieśmiałe i niechętne do rozmowy, i ostatniego dnia, już po występie wieńczącym cały kurs. Przeprowadziłem też rozmowy z wychowawcami, którzy zaczęli jako agresywni nastolatki, ocierający się o życie przestępczego półświatka, a obecnie kończą studia na wyższych uczelniach. Rezultatem był solidny filmik, który pokazywał, dlaczego warto wesprzeć Summer Stars.

Film możesz obejrzeć na stronie www.stevestockman.com.

nowych doznań, i dzielić się nim z innymi. To jest właśnie pomysł. Firma zajmująca się sprzętem z branży ochrony środowiska splajtowała dwa lata później, a browar mojego kolegi jest obecnie najprężniej rozwijającą się firmą z tej branży w całych Stanach.

PASJA JEST FASCYNUJĄCA

Mój ulubiony artysta uliczny od 15 lat występuje w Santa Monica na Third Street Promenade, deptaku położonym niedaleko miejsca, w którym mieszkam. Jego występy zdarzają się jednak rzadko, są dość osobliwe, a poza tym odbywają się tylko w nocy.

Wspomniany artysta to niewysoki człowieczek, który zawsze ubiera się na czarno i nosi ze sobą wielki pas na narzędzia. Z jego pasa zwisa olbrzymia latarka, różne druciane obręcze, rurki i składany wachlarz. Facet poza tym nosi ze sobą garnek z jakąś dziwną cieczą i odpala papierosa od papierosa. Kiedy nachodzi go ochota, sięga po którąś z obręczy, zanurza ją w cieczy, zamachuje się i wypuszcza bańkę mydlaną. W taką bańkę wtyka następnie rurkę, przez którą wdmuchuje do środka dym papierosowy. Po tym wszystkim chwytą za latarkę i podświetla swoje dzieło.

W świetle latarki widać, jak dym kłębi się w bańce, co samo w sobie jest niesamowite — a to dopiero początek. Facet bierze wtedy kolejną rurkę

i wydychuje więcej baniek wokół pierwszej bańki, albo nawet do jej wnętrza. Te nowe bańki, jeśli akurat mu się chce, też czasami wypełnia dymem papierosowym. Te niezwykle rzeźby z baniek cały czas unoszą się w powietrzu, ponieważ ich twórca ciągle wachluje je od spodu. Bańki w bańkach, piramidy z baniek, kształty, które w ogóle nie kojarzą się z bańkami. Prędzej czy później te konstrukcje rozbijają się o ziemię, ścianę bądź same z siebie eksplodują od dymu. Ich twórca gasi wtedy latarkę i zabiera się za tworzenie następnych baniek.

Ten występ fascynuje mnie nie tylko dlatego, że wygląda rewelacyjnie, lecz także dlatego, że jest taki osobliwy. Jak w ogóle można wpaść na pomysł, żeby ćwiczyć (a widać, że koleś musi ostro ćwiczyć) nadmuchiwanie baniek mydlanych dymem papierosowym? Co zachęciło tego człowieka do podświetlania swoich dzieł? Ten artysta przyciąga do siebie tłumy, konkurując z żonglerami, gitarzystami i takim jednym gościem, który chodzi cały pomalowany na srebrno.

Czy jest coś złego w chęci zdobycia sławy na YouTube lub w chęci zarobienia pieniędzy? Absolutnie nic. Tyle tylko, że nie powinieneś się kierować takimi oczekiwanymi rezultatami, gdy podejmiesz decyzję związane z nagrywaniem filmu.

Gdy już zdecydujesz, czym chcesz się kierować, od razu będziesz mógł się lepiej skoncentrować na swojej pracy. W innym wypadku będziesz skazany na przypadkowe filmowanie mało zajmujących scen z pierwszych urodzin Twojej córki. Tymczasem zamysł w stylu: „Chcę pokazać rodzicom, jak ich wnuczka słodko wygląda na swoim pierwszym przyjęciu urodzinowym” sprawi, że skoncentrujesz się na zachowaniu swojej córki, a nie na reakcjach dorosłych, którzy zjawili się z tej okazji. Możesz zdecydować się nagrać

Filmowym odpowiednikiem takiego osobliwego rzemiosła jest twórczość Brandona Hardesty'ego (www.stevestockman.com). Brandon odgrywa słynne sceny filmowe, występując we wszystkich rolach. Jego występy odbywają się w piwnicy i są równie osobliwe, jak widok faceta napełniającego bańki dymem tytoniowym, w równym też stopniu widać w nich zaangażowanie artysty. Brandon gra z przekonaniem, dając z siebie wszystko, a aktorem jest nie najgorszym. Jego pomysł jest ogólnie dziwny, ale sprawdza się.

Morał dla filmowców jest z tego taki, że pasja i poświęcenie są interesujące same w sobie. Pokaż tę pasję i co za nią stoi, aby otworzyć nam oczy na coś autentycznego. Mniejsza o to, co to ma konkretnie być. Widz obejrzy największą kulę z wółczki na świecie tak samo chętnie, jak oglądał Morgana Spurlocka jedzącego codziennie w McDonalddie



Pasja jest fascynująca

(*Super Size Me*). Czysta ludzka pasja potrafi zdobyć nasze serca. Filmuj to, co Cię interesuje.

Z tej zasady wynikają dwa równie istotne następstwa. Po pierwsze, aby nagrać interesujący film, musisz znaleźć coś ciekawego w tym, co filmujesz. Nawet najnudniejszy temat ma jakiś fascynujący aspekt, na który nie zwróciłeś jeszcze uwagi. A po drugie — najlepsze filmy zawsze są o tym, co naprawdę interesuje ich twórców.

więcej ujęć z bliska, czy nawet filmować z punktu widzenia dziecka bądź nagrywać scenki z córką, gdy ta nie wie, że się jej przyglądasz.

Zamysł, aby pokazać, jak gitarzysta mistrzowsko gra, zupełnie zmieni Twoją perspektywę i technikę podczas nagrywania filmu o zespole Twojego kolegi. Z kolei koncept w rodzaju: „Pokazać klientowi, że na miejscu w sklepie obsłużymy go szybciej niż przez sieć” zmusi Cię do podjęcia innych decyzji, niż gdybyś przyjął zamysł, że masz pokazać klientowi, jak bardzo pracownicy sklepu są uprzejmi. Każdy z tych konceptów pozwoli Ci na stworzenie lepszego filmu niż w sytuacji, gdy przyjąłbyś założenie, że masz pomóc w zwiększeniu sprzedaży, bądź kierowałbyś się jakimś życzeniowym rezultatem.

A jaki Ty masz pomysł?

Skorowidz

500 dni miłości, 61

A

Abrams J.J., 54, 219

akcja

rozwiązanie, 37, 39, 46, 47

rozwiniecie, 37, 38, 46, 47

zawiazanie, 37, 38, 46, 47, 54

aktor, 84, 86, 87, 88, 123, 128

casting, 84, 85

ubior, 90, 91

Allen Woody, 49

Annie Hall, 49

autoprezentacja, 171

Avatar, 116, 200, 202, 237, 247

B

balans bieli, 103, 153, 154

Berra Yogi, 23

Beyoncé, 111

bohater, 47, 48, 99

cel, 40

glówny, 37, 38, 46, 48

podróż, *Patrz:* podróż

ujęcia, 99, 100, 101

zbiorowy, 48, 58

boom shot, 117

Brando Marlon, 148

B-roll, 132, 133

burza mózgów, 30, 31, 33, 60,
63, 71, 191

C

Cameron James, 116, 237

Capra Frank, 198, 199

charakteryzator, 123

Chirurdzy, 125, 126

Ciekawy przypadek Benjamina
Buttona, 116

cięcie, 42, 105, 111, 112, 199,
200, *Patrz też:* przejście

Coppola Francis Ford, 54, 148

Czarnoksiężnik z krainy Oz, 62,
200, 202, 243

D

Dr House, 126, 205

dramat, 114

Drucker Peter, 48

Dzień świstaka, 68

dźwięk, 17, 150, 152, 166

efekty, 219, 220

mikser, 152

E

echo, 151

efekt limbo, 127

efekty

dźwiękowe, *Patrz:* dźwięk

efekty

graficzne, 223

ekspozycja, 37

element pierwszoplanowy, 101,
136

emocje, 29

F

fabuła, 46, *Patrz też:* opowieść,
scenariusz

fakty, 29

film

akcji, 199
 biznesowy, 191
 czytelność, 206
 długość, 16, 49, 50, 214
 dobry, 1, 6, 8, 27, 93, 196, 213
 dokumentalny, 43, 63, 88, 89
 casting, 84
 element, 63
 gatunek, 59, 60, 61, 63, 157
 łączenie, 61
 język, 3
 kompozycja klamrowa, 202, 203
 o dzieciach, 158
 oparty na scenariuszu, 183, 184
 popisowa akcja, 181
 prezentowanie, 56
 promocyjny, 174
 promowanie, 56
 reklamowy, 174, 191, 227
 odbiorca, 191, 192
 pokaz testowy, 231
 rekrutacyjny, 61
 seans próbny, 231, 232
 skracanie, 218, *Patrz też:*
 scena skracanie
 szkoleniowy, 60
 tytuł, 223
 weselny, 60, 89, 164, 165, 166
 bohater, 166
 dźwięk, 166
 lista scen, 164, 165, 166
 miejsce, 166
 oświetlenie, 167
 tło, 166
 wywiad, 167, *Patrz też:*
 wywiad

wezwanie do działania, 227
 wspomnieniowy, 60
 z uroczystości, 164, 166
 z wakacji, 161, 162, 163
 zły, 2, 21, 206, 213

Fincher David, 116

G

Gary Austin, 128
 Gracz, 106
 grafika, 223, 224, 225
 Greengrass Paul, 198
 grupa docelowa, 35
 Gwiezdne wojny, 47, 244

H

Hardesty Brandon, 27
 Hitchcock Alfred, 111

I

improwizacja, 52
 instruktaż, 60, 186, 187
 narracja, 187
 samograj, 188
 intryga, 53, 54

J

Jackson Peter, 116
 jedność akcji, 114
 Johnstone Keith, 52

K

kadr, 46, 82, 111
 kamera, 4, 92, 102, 103, 153, 181
 balans bieli, *Patrz:* balans bieli
 efekty cyfrowe, 14, 104
 jedność ruchu, 114
 kąąt ustawienia, 138, 139, 141
 nagrywanie w zwolnionym tempie, 181, 187

ogniskowa, 12, 108

ruch, 115, 116

wysięgnik, 11

zoom, *Patrz:* zoom

klaps, 155

komedia romantyczna, 59

konflikt, 121

konkurencja, 35

Kroniki Seinfelda, 125, 126

Krucjata Bourne'a, 198, 246

L

lokalizacja, 89, 90, 91

Luhrmann Baz, 116

M

M*A*S*H, 125, 126

materiał dzienny, 143

Memento, 68

mikrofon, 108

automatyczna regulacja

wzmocnienia, 151

wbudowany, 150, 177

zewnętrzny, 17, 18, 108, 177

lavalier, 151, 167

na wysięgniku, 17, 151

shotgun, 152

montaż, 196, 198

dźwięk, *Patrz:* dźwięk,

muzyka, ścieżka dźwiękowa

płynny, 199, 200

program, 196, 226

w trakcie nagrywania, 96, 97

Moulin Rouge, 116

murzyn, 188

muzyka, 58, 221

N

napisy, 224, 225

końcowe, 223

tytułowe, 15, 223

nawarstwienia materiału, 168

niebezpieczeństwo, 121

Nieszczercze oddana, 57

O

oczekiwania, 237

odbiorca, 34, 230, 232, 233

docelowo, 35, 36

Odłot, 61

Ojciec chrzestny, 54, 148, 202,
244

opowieść, 37, 40, 70, 118

spójność, 205

struktura, 37, 39, 62

oświetlenie, 118, 119, 167, 182

główne, 123

zbyt słabe, 120

oświetleniowiec, 123

P

panoramowanie, 12

Paranormal Activity, 237

pasek

informacyjny, 223

komiksowy, 39

pitching, 56

plan

filmowy, 81

pierwszy, 135

pełny, 184

średni, 184

filmu, 69, 70, 71, 149, 150

podkład muzyczny, 162, 221, 222

podróż, 40

pomysł, 25, 30, *Patrz też:* zamysł

postać drugoplanowa, 48

postprodukcja, 195, 197, 219

prekapitulacja, 205

przebitka, 132, 133, 167

przeciwności losu, 40
 przejście, 209, 210, 211
 przenikanie, 209
 przysięga dotrzymania jakości, 18
 Psychoza, 111

R

rekapitulacja, 205
 rekwizyt, 146
 rezultat, 23, 24, 25
 reżyser, 19, 23, 93
 roletka, 209, 211
 Rose Jay, 152

S

scena, 48
 lista, 65, 68
 reżyserowana, 184
 skraccanie, 216, 217, *Patrz też:*
 film skraccanie
 scenariusz, 52, 64, 65, 183
 skraccanie, 68
 scenorys, 82, 83
 sekwencja, 47
 Single Ladies, 111
 skecz, 60
 Slumdog. Milioner z ulicy, 200,
 247
 Spurlock Morgan, 27, 225
 Star Trek, 107, 219
 Stewart Martha, 193
 stopklatka, 51
 Sturges Preston, 57
 Summer Stars, 25
 Super Size Me, 27, 225

Ś

ścieżka dźwiękowa, 24, 45, 152,
 155, 219

mastering, 196
 muzyczna, 221
 synchronizacja, 169
 z narratorem, 167
 światło, *Patrz:* oświetlenie
 kierunek, 13
 technikolor, 200
 teledysk, 60, 168
 instruktażowy, 61
 nagrywanie, 168, 169, 170
 temat, 14
 tło, 137, 166, 177
 limbo, 127
 To wspaniałe życie, 198
 trend, 235, 236
 Two Weeks, 58, 205, 214, 246

U

ujęcie, 8, 9, 41, 42, 48, 111, 112
 bohater, 99, 100, 101
 ciągłe, 44
 czas trwania, 11, 105
 lista, 71, 72, 76, 77, 78
 łączenie, *Patrz:* przejście
 panoramiczne, 9
 plan
 pełny, 184
 średni, 184
 ogólny, 35
 rezerwowe, 72
 słabe, 130
 statyczne, 111, 112, 114, 115
 wprowadzające, 125, 126,
 127, 204
 zastępcze, 145

V

viral, 189
 vlog, 179

W

wątek, 203
 główny, 205
 poboczny, 205
Wicked, 62
widz, *Patrz*: odbiorca
Władca pierścieni, 116
wypowiedź, 66, 67, 68
wywiad, 174, 175
 dźwięk, 177
 tło, 177

Z

Zaczarowana, 61
Zagubieni, 52
zamysł, 23
zasada
 redukcji, 197, 225
 trójpodziału obrazu, 101, 141
 trzech jedności, 114
zbliżenie, 10, 11, 18, 109, 110, 133
Zelnick Renee Reeser , 82
zoom, 11, 12, 107, 110
 cyfrowy, 12, 103, 104

PROGRAM PARTNERSKI

GRUPY WYDAWNICZEJ HELION



1. ZAREJESTRUJ SIĘ
2. PREZENTUJ KSIĄŻKI
3. ZBIERAJ PROWIZJĘ

Zmień swoją stronę WWW
w działający bankomat!

Dowiedz się więcej i dołącz już dzisiaj!

<http://program-partnerski.helion.pl>

GRUPA WYDAWNICZA



Helion SA

Filmy dzieli się na dobre i na takie, których nikt nie chce oglądać. Niestety, tych drugich powstaje znacznie więcej. O wartości filmu bowiem decyduje nie tyle jakość sprzętu, ile umiejętności, wiedza i talent jego twórcy. Oznacza to, że nawet amatorską kamerą można nakręcić dzieło, które przykuje uwagę widza aż do ostatniej sekundy. A warto się o to postarać, gdyż film jest medium o niezwykłej mocy: może nauczyć, zainspirować, doprowadzić do tego, może nawet zmienić bieg wydarzeń!

Trzymasz w ręku książkę, dzięki której szybko nauczysz się praktycznej strony sztuki filmowej. Ten świetnie napisany, pozbawiony zbędnych szczegółów przewodnik zawiera szereg cennych wskazówek, ćwiczeń, opisów technik, ostrzeżeń i spostrzeżeń. Niezależnie od tego, dlaczego chcesz nakręcić film i czego ma dotyczyć, musisz zainteresować widza i zapewnić mu rozrywkę. Książka zawiera 77 sposobów, aby ten właśnie cel osiągnąć. Jeśli nie masz czasu, aby zapoznać się ze wszystkimi przed pierwszym kłapsem, skorzystaj z 12-punktowej ścieżkawki – Twoi widzowie to docenią!

Dzięki tej książce dowiesz się:

- jak powinien myśleć reżyser i jak należy zaplanować pracę nad filmem
- do czego służy scenariusz i scenorys oraz kiedy są potrzebne
- jak komponować pojedyncze kadry i cały film
- jak kręcić filmy różnych gatunków i o różnym przeznaczeniu
- jak montować filmy i jak zadbać o warstwę dźwiękową
- co zrobić, aby Twój film był chętnie oglądany

Steve Stockman swoją przygodę z mediami rozpoczął jako prezenter radiowy. Obecnie kieruje wytwórnią Custom Productions, Inc. z Los Angeles. Jest producentem, scenarzystą i reżyserem. Pracował nad setkami reklam, a także filmami krótkometrażowymi, serialami internetowymi, teledyskami i serialami telewizyjnymi. Jest scenarzystą, producentem i reżyserem nagrodzonego w 2007 roku filmu pełnometrażowego *Two Weeks*.

Weź kamerę i zrób świetny film!

Helion 

księgarnia internetowa

<http://helion.pl>

zamówienia telefoniczne



0 801 339900



0 601 339900

Informatyka w najlepszym wydaniu

Helion SA
ul. Kościuszki 1c, 44-100 Gliwice
tel.: 32 230 98 63
e-mail: helion@helion.pl
<http://helion.pl>

Sprawdź najnowsze promocje:
● <http://helion.pl/promocje>
Książki najchętniej czytane:
● <http://helion.pl/bestsellery>
Zamów informacje o nowościach:
● <http://helion.pl/nowości>

ISBN 978-83-283-2702-3



9 788328 327023

cena: 44,90 zł

skanuj po WIĘCEJ



KOD KORZYŚCI