Агафонова Ольга Владимировна, студентка КОГПОАУ «Вятский колледж культуры» Руководитель - Киселева Екатерина Евгеньевна, преподаватель КОГПОАУ «Вятский колледж культуры»

**Постановка и монтаж видеофильма о современной проблеме молодежи – номофобии**

Кино – вид искусства, считающийся одним из самых «новых», но всего за сто с лишним лет своего развития успевший стать массовым, мировым явлением. Кинематограф — это целый социальный институт. Он влияет на жизнь общества, формируя сознания зрителя. [5].

На сегодняшний день режиссёры часто прибегают к значимым проблемам общества, чтобы за счёт массовости и распространённости фильмографии донести их значение до человечества. Наилучшей формой для раскрытия какой-либо проблемы, скрывающейся в обществе, является её демонстрация в форме социального ролика.

Социальный видеоролик – форма видеофильма, в котором раскрываются значимые и острые проблемы современного общества, к которым необходимо привлечь внимание. Это небольшой ролик, который освещает давно существующую укоренившуюся в обществе проблему и направлен на изменение поведения и мышления людей [4]. В основе сюжета лежит, как правило, идея, которая обладает социальной ценностью. [2] Особенностью данной формы является краткость изложения темы, часто динамичность материала. Ролик за небольшое время должен достичь своей цели, раскрыть острую тему в доступной форме для выбранной аудитории.

Сегодня одной из острых проблем современности является зависимость от телефона или, иначе, номофобия. На сегодняшний день мобильный телефон по данным статистики используется как средство развлечения, когда важны не столько изначальные его функции – возможность общения, – сколько получение с помощью сотовой сети новой и зачастую бесполезной информации. Современные гаджеты используются не только исключительно для телефонных звонков, но также для создания, обмена и обработки фотографий, общению в социальных сетях, а также при помощи смс и ммс. С помощью мобильных приложений люди научились решать простые бытовые задачи. Некоторым проще заказать одежду или еду из интернета, чем сходить за ней в магазин. А другие и вовсе пользуется устройствами только затем, чтоб «убить время». В этом признались 50% опрошенных. [1]

Подавляющее число подростков, взрослого населения и даже детей испытывают навязчивую потребность постоянно обращаться к мобильному телефону и ощущают тревожность и страх при отсутствии гаджета. Именно поэтому на сегодняшний день постановка и монтаж видеофильма о современной проблеме молодежи номофобии являются актуальными и злободневными. Видеоролик о номофобии раскроет причины, следствия и опасность данной психологической зависимости, а также поможет понять, что скрывается за желанием постоянно обращаться к мобильному телефону.

Для достижения цели и раскрытия темы автору необходимо определить целевую аудиторию фильма. Несмотря на то, что номофобией подвержены люди всех возрастов, было принято решение сконцентрироваться на подростковой аудитории.

Для создания видеофильма были выбраны следующие художественные приемы: клиповый монтаж, эффект разрушения четвёртой стены, футажи и закадровая речь, музыкальное сопровождение. Клиповый монтаж – ритмическое построение кадров короткими контрастными кусками с мгновенными перебросками как во времени, так и в пространстве. [3, 88 c.] Данный монтаж позволят делать ролик динамичным и ритмичным, что удерживает внимание зрителя, не дает отвлечься от темы работы. Современный зритель, особенно молодежь часто отвлекаются на сотовый телефон, что опять же доказывает наличие проблемы – номофобии. Поэтому перед авторами современных фильмов стоит задача удерживать внимание зрителя с большей силой, чем ранее. С этой же целью часто используют прием разрушение четвертой стены. Разрушение четвёртой стены – эффект, подразумевающий стирание границ между вымышленным миром (в кинематографе, театре, литературе и др.) и миром реальным. На сегодня данный прием крайне популярен, так как создает интерактивность или связь между фильмом (событиями в нем) и зрителем. В социальном ролике это очень важно, так как автору необходимо донести мысль социально важную до каждого зрителя. Когда главный герой смотрит с экрана и обращается к вам, трудно игнорировать его слова, у зрителя возникает внутренний диалог с персонажем.

Для красочности кадра и эффективности переходов в видеофильме используются футажи. Футаж – это короткий видеоролик, сделанный специально для видеомонтажа. Футажи достаточно разнообразны: простые, с альфа – каналом, с однотонным фоном, и прочие. Их можно создавать самому или брать на специальных стоках футажей. Функционально в кадре футажи работают разнообразно. Но чаще всего влияют на кадр как укрощение, так как редко используются в видеофильмах. А в социальных роликах могут дополнить визуальный текст повествования.

Важную роль играет закадровая речь в социальном ролике. Текст, написанный автором должен гармонично сочетаться с кадрами в фильме. Он должен быть понятен, и в то же время не быть банальным. У зрителя соединяются кадры и текст в единеную, иногда ассоциативную форму, появляется свой смысл, свое понимание проблемы. Это позволяет расширить область восприятия, и донести главную тему до большего количества людей. Так же важно умело сочетать закадровую речь с аудио рядом ролика. Звук музыки не должен перекрывать текст закадровой речи, а там, где она не звучит, должен подчеркивать происходящее, раскрывать эмоциональное отношение автора к показываемому в кадре. С помощью грамотного подбора музыки можно вызвать у зрителя определённое настроение и привлечь его внимание. Звуковое сопровождение, как и видеоряд, должно быть динамичным и соответствовать тональностью общей атмосфере и теме той сцены или эпизода, где она использована.

Музыкальные и песенные композиции, при использовании их в видеофильме, должны соответствовать визуальному ряду, дополнять его и полнее раскрывать его смысл. Например, в видеоролике о современной проблеме молодёжи – номофобии используется песенная композиция «Трололо» Эдуарда Хилля. Данная композиция усиливает комичность показываемого видеоряда, что усиливает внимание зрителя.

В социальном видеоролике о современной проблеме молодёжи – номофобии активно используется звуковой ряд для создания определённого настроения той или иной сцены. Для подчёркивания динамичности видеоряда используются ритмичные, активные музыкальные композиции с акцентом на ударных установках и духовых инструментах. При необходимости создать спокойную атмосферу и подчеркнуть неспешность, лиричность того или иного видеоряда, используются музыкальные композиции с акцентом на струнных инструментах с отсутствием резких аудио-переходов.

Таким образом, для раскрытия темы такой как номофобия, лучше подходит форма социального видеоролика. Так же из-за целевой аудитории (в данном случае молодёжь) необходимо выбирать художественные средства, которые будут удерживать внимания зрителя. На сегодня очень популярное -разрушение четвертой стены, футажи. Так же клиповый монтаж для динамичности материала. И использование закадрового текста, чтобы донести основную тему фильма. Используя эти приемы, у автора получается раскрыть тему фильма и удержать внимание зрителя.

Список используемых источников:

* 1. Анисимова А. Смартфон против общения. Как люди прячутся за экранами гаджетов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://360tv.ru/news/tekst/smartfon-protiv-obschenija/> (18.10.2020)
	2. Седжер Л. Скрытый смысл. Создание подтекста в кино [Текст]: / Л. Седжер. – М.: Альпина нон-фикшн, 2020. – 170 с.
	3. Утилова Н. И. Монтаж [Текст]: учебное пособие для студентов вузов/ Н.И. Утилова. – М.: Аспект-Пресс, 2004. – 171 с.
	4. Социальная видео реклама [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://emotionfilms.ru/services/reklamnye-roliki/sotsialnaya-video-reklama/ (18.10.2020)
	5. Чеботарёв Д. Кинематограф в жизни современного человека [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://pravlife.org/ru/content/kinematograf-v-zhizni-sovremennogo-cheloveka> (18.10.2020)