

Эволюция создания трейлеров: от вспомогательного элемента к индустрии

Научный руководитель – Костикова Анна Анатольевна

Домнина Дарья Александровна

Студент (бакалавр)

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Философский факультет, Москва, Россия

E-mail: dasha_dom2002@list.ru

Современный поход в кинотеатр невозможно представить без традиционного показа трейлеров в начале каждого сеанса. Транслируемые динамичные ролики стали неотъемлемой частью кинематографа. Начиная свой путь со вспомогательной роли, то есть являясь способом продвижения продукта, трейлеры со временем превратились в целую индустрию по производству роликов, со своими особенностями и правилами и даже отчасти отделились от самих фильмов. Надо сказать, что в связи со своей эффектностью и профессиональной монтажистской работой трейлеры часто воспринимаются как современное явление, недавно вошедшее в кинематограф, однако это далеко не так. Они появились на первых этапах развития киноиндустрии и, двигаясь вместе с ней, так же претерпели некоторые изменения. Итак, в чем заключается трансформация трейлер-индустрии, и как она связана с развитием кинематографа?

Трейлеры появились и стали активно использоваться с середины 1910-х, одними из первых, кто стал использовать ролики для привлечения внимания к фильмам, были Нилс Гранлуд и Уильям Селинг[1]. В то время трейлеры представляли собой простую нарезку из кадров фильма, по которым нельзя было понять сюжетную линию, но можно было увидеть актеров, которые там снимаются, и понять жанр. С появлением звукового кино, естественно, произошел переворот и в трейлер-индустрии, и она начала обретать свои постоянные свойства, по которым мы сейчас узнаем трейлеры: музыкальное сопровождение и закадровый голос.

Следующим периодом в развитии создания трейлеров стали 1940-ые-1950-ые, когда бесспорно господствовала фирма The National Screen Service, основанная в 1919 г. Херманом Робинсом[2]. Именно тогда закладывается основная структура роликов, ставшая типичной для большинства трейлеров: используются броские названия, заголовки и клишированные фразы, происходит быстрая смена кадров, голос на заднем плане озвучивает конкретные детали. Самым традиционным примером можно назвать трейлер Касабланки (1942).

После разрушения в 1955 году монополии фирмы NSS на рынок кино-трейлеров волной нахлынули авторские ролики, каждый из которых был по-своему уникален и привлекал внимание к фильму. В их создании участвовали сами режиссеры фильмов, которые старались найти какие-то интересные ходы и решения, чтобы выделить свой фильм среди многих прочих. Здесь можно перечислить Хичкока, Кубрика, Тарантино. Надо отметить, что главной целью трейлера является именно реклама фильма, то есть стоит задача показать, чем снятый продукт отличается от других, почему на него стоит потратить свое время. По сути, все фильмы между собой схожи, и надо уметь выделить какие-либо нетрадиционные, цепляющие глаз моменты, передать своеобразную атмосферу фильма, и каждый из режиссеров делал это по-своему. Занимательные трейлеры в то время были особенно популярными, однако и сейчас встречаются оригинальные ролики, хоть и не так часто. Здесь процесс создания трейлеров условно распадается на две ветви, как и само кино: авторское и массовое.

В трейлерах к массовым прокатам можно заметить основные часто встречающиеся элементы, которые с 1940-ых особо не изменились:

1. Музыкальное сопровождение под атмосферу фильма
2. Чередование кадров, в которых можно проследить особую структуру: Establisher start, Initial start, Peak start, Release start[3]
3. Интригующие фразы
4. Динамичность, эффектность

С 1990-х трейлер-индустрия обретает самостоятельность и превращается в отдельный кинематографический феномен, который важен, интересен и популярен так же, как и фильмы, к которым эти ролики создаются. Его состоятельность проявляется в том, что у трейлеров появляются свои трейлеры- тизеры и бамперы, начиная с 1999 года выдаваться специальная награда Golden Trailer Awards и делается все, чтобы трейлеры стали отдельной областью в кино.

В нынешние дни это действительно обширная индустрия, которой занимаются специальные компании, обеспечивающие идеями и профессиональным монтажом, - трейлерхаусы[4]. Над созданием трейлеров трудятся группы из 10-15 человек по заказу создателя фильма, они работают в достаточно жестких условиях: надо выбрать интересные кадры, но при этом не самые лучшие из всего фильма, чтобы осталось еще, чем удивлять зрителя во время просмотра, уместить это все в определенный хронометраж и не проспойлерить. В таких обстоятельствах складываются свои фишки трейлер-индустрии, специальные методы, которыми пользуются при создании успешных трейлеров. Например, затухание, «кнопка», поворотная реплика, трейлеризация музыкальной композиции и т.д[5]. Стоит так же отметить, что в нынешние дни главной площадкой продвижения трейлеров стал не кинотеатр, а Интернет, что оставило след на работе трейлер-мейкеров.

Таким образом, за целый век своего развития создание трейлеров превратилось из вспомогательного инструмента продвижения фильма в самостоятельную индустрию, которая в ходе трансформации, в целом, впитывала те же тенденции, что и были в кинематографе. И с каждым днем трейлер-индустрия становится все богаче в своих средствах и способах выражения. Надо сказать, что цель трейлеров не изменилась: они до сих пор служат для того, чтобы создать как можно более сильную и мощную рекламную кампанию выходящему на экраны фильму, но если раньше это делалось больше по наитию, то сейчас уже существуют целые законы и правила, по которым создаются трейлеры. Я думаю, данная сфера еще долго не потеряет своей актуальности, учитывая стабильный интерес людей к кинематографу, и будет претворять в жизнь более новые задумки, чтобы суметь в условиях такого многообразного мира хоть как-то зацепить все время ускользающее внимание аудитории.

Источники и литература

- 1) <https://dtf.ru/cinema/27579-industriya-treylerov-kto-i-kak-sozdaet-reklamnye-roliki-film-ov>
- 2) « The evolution of movie trailers An analysis of the multimodal interaction, narrative- and argumentation structure of movie trailers», January 2019
- 3) «Как это устроено: как делают трейлеры голливудских фильмов», О. Страховская, журнал «Look at me», 2012
- 4) <https://premerafilm.ru/evolyucyya-sozdaniya-trejlerov.php>