

От создателей: как снимался новый ролик о науке в Политехе



Узнать о том, что такое наука в Политехе, можно из нового имиджевого ролика Медиа-центра СПбПУ

Каждое мгновение нашей жизни — это многолетние поиски, открытия и воплощенные в жизнь идеи ученых. Политех — это невероятных масштабов научная лаборатория. А что вы знаете о ней? Смотрите и ищите ответы в новом имиджевом ролике о науке в Политехническом.



В этом учебном году видео-продакшн Медиа-центра СПбПУ запланировал выход трех имиджевых роликов. В них будут отражены такие важные для университета сферы, как наука, образование и студенческая жизнь. Все ролики объединяет одна концепция: мы хотим персонифицировать Политех и показать его через реальных людей — ученых, студентов и аспирантов. Главным героем первого в этом цикле ролика стал молодой ученый, директор Центра промышленной робототехники «Kawasaki-Политех» Олег ПАНЧЕНКО.

«Создать высококачественный имиджевый ролик, охватить различные дисциплины и направления, показать современные научные возможности Политеха и достижения сегодняшнего дня — такие задачи стояли перед нами, — рассказывает директор Медиа-центра Марианна ДЬЯКОВА. — Мы показали молодого ученого, который ходит по различным лабораториям вуза, как метафору большой науки. Ведь современная наука — это не исследования отдельно взятого ученого, а огромный пласт работ, которые одновременно ведутся в университете десятками научно-исследовательских коллективов. Также мы хотели напомнить и о важности опыта прошлых поколений ученых-политехников для того, чтобы и сегодня могли происходить не менее важные научные открытия».

Видео с продуманным сценарием, хронометражем и видеорядом захватывает внимание с первых секунд. Однако за 2,5 минуты, которые зритель потратит на просмотр, невозможно донести развернутую информацию обо всей научной жизни огромного вуза. «В данном случае мы старались не информировать аудиторию, а создать образ бренда Политеха как научно-исследовательского университета, сформировать целостное видение научных процессов, происходящих здесь», — поясняет Инна ПЛАТОВА, которая придумала концепцию и сценарий ролика.

Главный двигатель процесса продакшна — продюсер. С этой ролью успешно справилась замдиректора Медиа-центра СПбПУ Раиса БЕСТУГИНА. Она точно знает, что нужно сделать, чтобы всё состоялось. Найти контакты, людей, продумать запасные варианты, подключить университетское сообщество к поискам, получить разрешения — для Раисы нет слова «невозможно».

Весь ролик снимался на реальных объектах. «Для того чтобы создать двухминутный ролик, мы побывали в самых разных, связанных с наукой местах, — рассказывает она. — Повсюду нас ожидали сюрпризы и неожиданности. Во время съемок с квадрокоптера был сильный ветер. Погода нам не благоволила, но съемки все равно нужно было продолжать. А в Лабораторию молекулярной нейродегенерации и главному герою, и всем участникам съемочной группы разрешили войти только в специальных костюмах для „чистых“ помещений».



Вообще, настроение на площадке нужно задать сразу. Нужно, чтобы все поняли, что процесс уже идет и надо включаться. Для этого всегда хорошо срабатывает юмор.



А чем больше работы проделано на стадии препродакшна и во время съемок, тем круче результат. Это знают операторы и режиссеры-постановщики Роман ИЛЬЧЕНКО и Андрей БОГДАНОВ. Освещение и композиция — это сами собой понимающиеся вещи, которые они постоянно держат в голове. «В целом работа над роликом позволила нам реализовать собственные эстетические вкусы и выполнить пожелания руководителя, — говорит Роман. — Имиджевый фильм должен быть привлекательным и заманчивым, дающим зрителю возможность рассмотреть то, что не видно в жизни. Получилось ли у нас это сделать, судить вам».