

Блейк Снайдер

Спасите! котика!

И другие
секреты
сценарного
мастерства



Annotation

Перед вами пособие по сценарному мастерству, которое рассказывает, как создать сценарий с хорошим коммерческим потенциалом, яркими героями и запоминающимся названием. Снайдер делится авторскими идеями: необычной классификацией киножанров и структурой сценариев, в которую укладывается большинство успешных картин.

Блейк Снайдер — сценарист и продюсер. Будучи свободным художником, заработал миллионы долларов в Голливуде на продаже своих сценариев. Он преподавал в нескольких учебных заведениях, его книгу используют как основу для сценарных курсов университеты США и Канады.

-
- [Блейк Снайдер. Спасите котика! И другие секреты сценарного мастерства](#)
 - [Предисловие](#)
 - [Введение](#)
 - [Глава 1. О чем это?](#)
 - [Идеальный логлайн](#)
 - [Есть ли в нем ирония?](#)
 - [Яркий образ](#)
 - [Целевая аудитория и затраты на производство](#)
 - [Убойное название](#)
 - [Вы и ваше «О чем это?»](#)
 - [Пример пробного маркетинга](#)
 - [Смерть «хай-концепта»](#)
 - [Выводы](#)
 - [Практические задания](#)
 - [Глава 2. Дайте мне то же самое... только другое](#)
 - [На что это похоже?](#)
 - [«Монстр в доме»](#)
 - [«Путешествие за золотым руном»](#)
 - [«Джинн из бутылки»](#)
 - [«У чувака проблема»](#)

- [«Обряд посвящения»](#)
- [«Два товарища»](#)
- [«Преступление и наказание»](#)
- [«Торжество чудака»](#)
- [«Чувак в группе»](#)
- [«Супергерой»](#)
- [Маленький грязный секрет Голливуда](#)
- [Выводы](#)
- [Практические задания](#)
- [Глава 3. Это о парне, который...](#)
 - [О ком этот фильм?](#)
 - [Усиливаем логлайн](#)
 - [Первичная потребность](#)
 - [Выбор актера на главную роль](#)
 - [Архетипы актеров](#)
 - [Особые обстоятельства](#)
 - [Раб логлайна](#)
 - [Выводы](#)
 - [Практические задания](#)
- [Глава 4. «Приступаем к структуре!»](#)
 - [Структура, структура, структура...](#)
 - [Структура сценария по Блейку Снайдеру](#)
 - [Открывающая сцена \(с. 1\)](#)
 - [Формулирование темы \(с. 5\)](#)
 - [Установка \(с. 1–10\)](#)
 - [Катализатор \(с. 12\)](#)
 - [Размышление \(с. 12–25\)](#)
 - [Переход ко второму акту \(с. 25\)](#)
 - [Второстепенная сюжетная линия \(с. 30\)](#)
 - [Развлечения и приколы \(с. 30–55\)](#)
 - [Поворотная точка \(с. 55\)](#)
 - [«Плохие парни наступают» \(с. 55–75\)](#)
 - [«Все потеряно» \(с. 75\)](#)
 - [«Душа во мраке» \(с. 75–85\)](#)
 - [Переход к третьему акту \(с. 85\)](#)
 - [Финал \(с. 85–110\)](#)
 - [Заключительная сцена \(с. 110\)](#)

- [Выводы](#)
- [«Мисс конгениальность»](#)
- [Практические задания](#)
- [Глава 5. Создавая идеальный сценарий](#)
 - [Повелитель доски](#)
 - [Первые карточки](#)
 - [Основные повороты](#)
 - [Перегруженные сцены и «черные дыры»](#)
 - [Всегда легкий третий акт](#)
 - [Маркировка цветом](#)
 - [Разбор полетов](#)
 - [+/- и ><](#)
 - [Готовы приступить к главному](#)
 - [Заключение по теме](#)
 - [Мое секретное оружие](#)
 - [Выводы](#)
 - [Практические задания](#)
- [Глава 6. Непреложные законы сценариста](#)
 - [«Спасите котика»](#)
 - [«Папа римский в бассейне»](#)
 - [«Абракадабра в квадрате»](#)
 - [«Укладка трубы»](#)
 - [«Черный ветеринар, или Слишком много марципана»](#)
 - [«Осторожно, ледник!»](#)
 - [«Духовное перерождение»](#)
 - [«Не вмешивайте прессу!»](#)
 - [Выводы](#)
 - [Практические задания](#)
- [Глава 7. Что не так с этой картиной?](#)
 - [Герой должен действовать](#)
 - [Пересказывание сюжета](#)
 - [Сделайте плохого парня еще хуже](#)
 - [«Поворот, поворот и еще поворот»](#)
 - [Эмоциональная палитра](#)
 - [«Привет, как дела?» — «Спасибо, хорошо»](#)
 - [«Шаг назад»](#)

- [«Прихрамывание и повязка на глазу»](#)
 - [Насколько ваш сценарий первичен?](#)
 - [Выводы](#)
 - [Практические задания](#)
- [Глава 8. Последний кадр\[81\]](#)
 - [Настойчивость или судьба?](#)
 - [Подготовка почвы](#)
 - [Этот мучительный первый контакт](#)
 - [Налаживание деловых связей](#)
 - [Не пытайтесь повторить...](#)
 - [Некоторые маркетинговые находки и промахи](#)
 - [«Что есть, то есть»](#)
- [Глоссарий. Термины, часто употребляемые на территории с кодом зоны 310\[93\]](#)
- [Благодарности](#)
- [Об авторе](#)
- [notes](#)
 - [1](#)
 - [2](#)
 - [3](#)
 - [4](#)
 - [5](#)
 - [6](#)
 - [7](#)
 - [8](#)
 - [9](#)
 - [10](#)
 - [11](#)
 - [12](#)
 - [13](#)
 - [14](#)
 - [15](#)
 - [16](#)
 - [17](#)
 - [18](#)
 - [19](#)
 - [20](#)

- [21](#)
- [22](#)
- [23](#)
- [24](#)
- [25](#)
- [26](#)
- [27](#)
- [28](#)
- [29](#)
- [30](#)
- [31](#)
- [32](#)
- [33](#)
- [34](#)
- [35](#)
- [36](#)
- [37](#)
- [38](#)
- [39](#)
- [40](#)
- [41](#)
- [42](#)
- [43](#)
- [44](#)
- [45](#)
- [46](#)
- [47](#)
- [48](#)
- [49](#)
- [50](#)
- [51](#)
- [52](#)
- [53](#)
- [54](#)
- [55](#)
- [56](#)
- [57](#)

- [58](#)
 - [59](#)
 - [60](#)
 - [61](#)
 - [62](#)
 - [63](#)
 - [64](#)
 - [65](#)
 - [66](#)
 - [67](#)
 - [68](#)
 - [69](#)
 - [70](#)
 - [71](#)
 - [72](#)
 - [73](#)
 - [74](#)
 - [75](#)
 - [76](#)
 - [77](#)
 - [78](#)
 - [79](#)
 - [80](#)
 - [81](#)
 - [82](#)
 - [83](#)
 - [84](#)
 - [85](#)
 - [86](#)
 - [87](#)
 - [88](#)
 - [89](#)
 - [90](#)
 - [91](#)
 - [92](#)
 - [93](#)
-

**Блейк Снайдер. Спасите котика! И
другие секреты сценарного
мастерства**

Предисловие

По мере чтения книги Блейка Снайдера я то и дело ловила себя на том, что применяю его идеи, подсказки и приемы, чтобы еще раз проверить и перепроверить собственные проекты, начатые и отданные на разработку практически во все студии города. Я считаю, это очень хорошо, что Блейк написал руководство, полезное всем — от новичка до опытного продюсера. Подобную книгу встретишь не часто.

Я также поймала себя на том, что прикидываю, как бы потактичнее порекомендовать эту книгу кое-кому из сценаристов, которым не помешало бы взять ее на вооружение. Только представьте, как бы заиграло все вокруг, если бы большая часть пишущей братии последовала советам Блейка. Мое воскресное чтение значительно бы улучшилось как с точки зрения качества сценариев, так и за счет появления новых авторов, понимающих принципы кинодраматургии и способных воплощать уже готовые идеи. (Блейк, вы действительно уверены, что хотите издать свою книгу? Это может здорово повысить конкуренцию!)

Я долгое время искала руководство, где приводились бы примеры успешных проектов известных киностудий («Мисс Конгениальность», «Крепкий орешек», «Блондинка в законе», «Знаки») и делался бы анализ внутренней кухни их производства по всем направлениям: жанр, сюжет, структура, маркетинг, подбор актеров. И чтобы при этом книга была понятна и полезна как новичку, так и профессионалу. «Спасите котика» — словно руководство Берлица^[1] по переводу, позволяющее говорить на одном языке со всеми руководителями киностудий и продюсерами города. Стоит вам научиться думать как люди с чековыми книжками, и можете считать, вы на полпути к успеху.

Я не преувеличиваю, когда говорю, что в нашей компании — в одной из колыбелей, где рождаются сценаристы и где начинается их путь к славе, — мы рекомендуем к практическому

применению без исключения все те принципы, о которых пишет Блейк: от просмотра фильмов соответствующих жанров и выделения их ключевых элементов до анализа актерского состава и художественного оформления постера и понимания, что в основе хорошей истории может лежать похожий фильм. Когда ко мне в руки попала книга «Спасите котика», у меня возникло ощущение, что последние шесть лет Блейк незримо присутствовал в нашей компании, слышал каждое наше слово и записывал, создавая свою «библию сценариста».

Опыт показывает, что принципы, приведенные в книге «Спасите котика», действительно работают. Я могу назвать несколько десятков имен писателей и сценаристов, для которых толчком к успешной карьере послужила именно философия, изложенная на страницах данного руководства. Оно бесценно! Остается только благодарить Бога, что Блейк собрал все это воедино так эффективно и с таким остроумием. Как и в любом хорошем произведении, легкая манера изложения позволит вам без особых усилий усвоить все инструкции и рекомендации. Вы и глазом моргнуть не успеете, как перевернете последнюю страницу, чувствуя, что узнали массу новой информации, и горя желанием взяться за свой следующий проект.

Я считаю эту книгу фундаментальной и в то же время принципиально новой, так как к анализу ремесла сценариста автор подходит в первую очередь с точки зрения бизнеса. Он соединяет две половинки целого. Ведь путь к успеху в нашей сфере деятельности заключается в умении соблюсти баланс между искусством и коммерцией. И эта книга — наглядное тому подтверждение!

Наравне с бесценной коллекцией великих сценариев, уже ставших классикой, «Спасите котика» — это одна из тех книг, которые обязательно должны быть на вашей полке рядом с бестселлерами Сида Филда^[2]. Я обращаюсь к ней всякий раз, когда хочу освежить в памяти коммерческую структуру и стратегию кинодраматургии.

В качестве заключения хочу сказать, что я прочла десятки различных руководств по данной теме, и это *первая* книга по сценарному мастерству и ведению бизнеса, которую я

порекомендовала своим коллегам в Калифорнийском университете в Лос-Анджелесе включить в список книг для обязательного прочтения. Я считаю, что «Спасите котика» в обязательном порядке должен прочитать каждый, кто хотя бы мечтает вступить в игру.

Шейла Ханаан Тейлор, продюсер компании «Zide-Perry Entertainment» (трилогия «Американский пирог», «Хэллбой», «Кошки против собак», «Пункт назначения», «Пункт назначения — 2»), профессор Калифорнийского университета в Лос-Анджелесе, работающая по программе подготовки режиссеров-постановщиков

Введение

Очередная книга о том, как писать сценарии?! Уверен, многие из вас именно так и подумали. В некоторой степени вы правы. Уже написано множество хороших руководств по данной теме. И если вы хотите знать, с чего все начиналось, читайте Сиды Филда — это настоящий гуру сценаристики, который положил ей начало и стал обучать всех прочих.

Есть и другие очень хорошие руководства и курсы, многие из которых я проверил на себе.

Мне нравится книга Вики Кинг^[3] с названием «Как написать сценарий фильма за 21 день». Звучит нереально, но у меня получилось. Более того, я даже успешно продал тот сценарий.

Я также очень ценю работы Джозефа Кэмпбелла^[4] и считаю его «Тысячеликого героя» лучшей книгой о принципах построения повествования.

И, конечно, я питаю слабость к Роберту Макки^[5] хотя бы за одну его манеру преподавания. Макки похож на Джона Хьюсмана в «Бумажной игре», и, если вы всерьез намерены стать сценаристом, вам непременно стоит посетить хотя бы один его семинар. Такую возможность нельзя упускать.

В конце концов, если вы насмотрелись достаточно фильмов, в том числе откровенно плохих, и говорите себе, что способны сделать нечто подобное, вы можете заключить, что вам абсолютно ни к чему учебник по сценаристике.

Тогда зачем нужна моя книга? Почему именно теперь?

И почему именно я могу рассказать вам что-то совершенно новое о том, как писать сценарии?

Начнем с того, что мне еще ни разу не попадалась книга по кинодраматургии, написанная тем языком, на котором говорим мы с вами. Я профессионально занят в киноиндустрии с детства. Для меня все началось, когда в возрасте восьми лет я сделал озвучку для отца. И с тех пор я все время сталкиваюсь с особым сленгом, принятым в этой области. А все книги написаны так академично! Они выхолощены и рассказывают о

кино с придыханием и благоговейным трепетом. Но ведь это всего лишь кино! Я думаю, что такая практика очень мешает. Может, имеет смысл написать книгу о сценаристике тем языком, на котором говорят сами сценаристы и продюсеры?

Во-вторых, не хочу никого обидеть, но не лучше ли будет, если книгу о создании сценариев напишет человек, уже имеющий опыт *успешной продажи* собственных работ? Вы же не будете спорить? А я в этом деле настоящий профи. Я занимаюсь написанием сценариев уже 20 лет и заработал миллионы. Я продал достаточно качественных сценариев, и некоторые из них даже вышли на экраны.

Со мной делились профессиональными комментариями Стивен Спилберг, Майкл Айснер, Джеффри Катценберг, Пол Маслански, Дэвид Пермут, Дэвид Киршнер, Джо Визан, Тодд Блэк, Крейг Баумгартен, Айван Райтман и Джон Лэндис. Я также освоил опыт многих других менее известных, но не менее профессиональных в своем деле людей, и все мы пользуемся этими знаниями в нашей работе.

В-третьих, разве не будет дополнительным плюсом, если руководство по данной теме напишет человек, уже проверивший все изложенное на учениках, которые по сей день успешно продают плоды своих творческих стараний?

Да, и это тоже обо мне.

У меня большой опыт работы с другими сценаристами. Я обучал своему методу и приемам людей, впоследствии ставших едва ли не самыми успешными в профессии. В этом есть и моя заслуга. А все потому, что мой подход основывается на здравом смысле, он практичен и действительно работает.

И, наконец, думаю, было бы неплохо, если б подобная книга помогла вам оценить реальные шансы на продажу своего сценария. Существуют сотни семинаров и курсов, созданных только для поддержки людей и идей, которые того не стоят. Не знаю, как вам, но лично мне это кажется жестоким. Советы типа «Слушайте сердце!» и «Следуйте за мечтой!» хороши, если вы проходите курс реабилитации. Что же касается меня, то я просто очень хочу повысить свои шансы на успех. Жизнь коротка. Не надо водить меня за нос и убеждать, что мой сценарий на

основе жизнеописания святого Алоизия или случая, однажды произошедшего со мной в летнем лагере, имеет будущее, если на самом деле это не соответствует действительности.

Итак, зачем нужна еще одна книга о том, как писать сценарии? Потому что все остальные, которые мне довелось держать в руках, не описывают реальной ситуации и не дают читателю эффективных инструментов для достижения успеха на этом поприще. К тому же зачастую от тех книг больше выгоды авторам, чем читателям. Лично я не собираюсь строить карьеру преподавателя сценарного мастерства. Я просто хочу поделиться накопленными знаниями и опытом. Сейчас я действительно к этому готов. У меня самого очень много потрясающих идей, я собрал опыт настоящих профессионалов, и теперь пришло время поделиться с вами.

Сесть за эту книгу меня также побудил поток откровенно плохих фильмов, которые выходят на экраны сегодня. Несмотря на весь багаж знаний, многие в Голливуде забыли основы и игнорируют все принципы работы, полагая, что наличие большой студии и неограниченные финансовые возможности освобождают их от необходимости следовать правилам.

И, откровенно говоря, меня это бесит!

Есть еще одна тенденция, которая мне очень не нравится, хотя с коммерческой точки зрения она может вполне себя оправдывать. Она называется: «Главное — выпустить на экран». В этом случае вы тратите на фильм огромный бюджет, раздуваете вокруг него рекламную шумиху, запускаете в прокат в нескольких тысячах кинотеатров и пытаетесь «отбить» его за первые дни показа. И вам дела нет до того, что уже через неделю фильм потеряет 70–80 % аудитории из-за плохих отзывов.

В этом подходе меня до глубины души удивляет то, что создатели таких фильмов готовы выбрасывать безумные суммы на гонорары звезд, спецэффекты, рекламу и маркетинг, не говоря уже об афишах и постерах, хотя они могли бы потратить не больше четырех долларов на бумагу и ручки, а затем воспользоваться принципами написания хорошего сценария. Так

они распорядились бы своими деньгами гораздо разумнее, да и фильм бы выиграл.

Возьмем, например, модный фильм, рассчитанный на массового зрителя, «Лара Крофт — 2»^[6]. На его создание было потрачено целое состояние. И все до сих пор в недоумении, что же случилось. Почему фильм не смог привлечь запланированную аудиторию? Лично меня это не удивляет. Что не так с картиной? В чем ошиблись ее создатели? Для меня ответ очевиден: мне не нравится характер Лары Крофт. А почему, собственно, она должна мне нравиться? Холодная женщина без чувства юмора. Подобный персонаж может быть вполне нормальным для видеоигр и комиксов, но он уж точно не заманит меня в кинотеатр на фильм. Продюсеры сделали ставку на то, что Лара понравится зрителю своей «крутизной». Именно так в современном кинематографе раскрывается личность главного героя: «Она водит крутую тачку». Это чье-то представление о том, каким должен быть герой.

Знаете, народ, что я вам скажу: неважно, насколько это круто, но оно не работает.

И как вы думаете почему? Наша симпатия к персонажу, с которым мы отправляемся в кинопутешествие, — это единственная и наиболее веская причина, по которой нас может заинтересовать и увлечь история.

А теперь самое время вспомнить о названии этой книги — «Спасите котика». Спасите кого?

Я называю это «сценой спасения котика». В современных фильмах ее больше не используют, хотя она основополагающая. Это сцена, где мы встречаемся с главным героем и он совершает какой-то поступок — например, спасает кошку, — благодаря которому раскрывается его характер, что заставляет нас, зрителей, ему симпатизировать.

В триллере «Море любви» Аль Пачино играет полицейского. Мы узнаём, что полным ходом идет подготовка к операции по поимке бандитов. Условно освобожденных преступников заманивают на встречу под предлогом увидеть бейсбольную команду «Нью-Йорк Янкиз». Но встречают их Аль Пачино и его товарищи. Итак, Аль — «крутой». Он придумал такую

хитроумную западню. Но уже в конце этой сцены он совершает добрый поступок. Он замечает еще одного бандита вместе с маленьким сыном, которые опоздали на встречу. Аль видит ребенка и сигналист его отцу своим значком, мужчина моментально схватывает ситуацию и исчезает. Аль дает ему уйти из-за ребенка. И чтобы вы не подумали, что герой-полицейский совсем уж размяк, вдогонку бандиту он бросает фразу: «Я все равно тебя поймаю...» Не знаю, как вам, а мне нравится герой Аль Пачино. Теперь я пойду за ним, где бы он ни был, и, более того, мне очень хочется, чтобы у него получилось задуманное. И все это только из-за двухсекундной сцены между Аль Пачино, бандитом и его сынишкой — бейсбольным фанатом.

Представьте себе, что могло бы получиться, если бы создатели «Лары Крофт — 2» потратили всего четыре доллара на хорошую сцену «спасения кошки», а не 2–5 миллионов на новый латексный костюм для Анджелины Джоли! Результат мог бы оказаться гораздо лучше.

Потому я назвал свою книгу «Спасите котика». Это метафора тех главных принципов, основанных на здравом смысле, которым подчиняется структура хорошего повествования. Их-то я и хотел донести до вас и до некоторых специалистов киноиндустрии. Эти уроки я и мои старшие товарищи по цеху выучили в реальной школе Голливуда.

Мы — и, надеюсь, вы тоже — заняты в бизнесе, который рассчитан на массовость: нам нужны большие продажи и максимальный охват аудитории. Нам нужен блокбастер, а лучше всего — еще и продолжение! Стоит ли вообще вступать в игру, если не пытаться прыгнуть выше головы? А поскольку мне очень нравится независимое кино^[7], я хочу, чтобы главные киностудии Голливуда производили настолько же успешные картины. Так что эта книга главным образом для тех, кто хочет покорить массовый кинематограф.

Все изложенные ниже правила и мои собственные приемы по написанию успешного сценария возникли не на пустом месте. Я учился у своих коллег по перу — им я и посвящаю книгу: Ховарду Буконсу, Джиму Хаггину, Колби Карру, Майку Чеде,

Трейси Джексон и Шелдону Буллу. Я учился также у работавших со мною агентов и многим обязан им в своей карьере — моей любимой Хилари Уэйн, менеджеру Энди Коэну и другим. Меня также вдохновляли и давали мне пищу для размышлений слушатели моих семинаров и авторы Всемирной сети, выросшие на независимом кино. Они открывали для меня новые перспективы, заставляя задумываться над их прямолинейными и беспардонными вопросами, способными возникнуть только в пытливом юном уме.

Если мой пример со «сценой спасения котика» пробудил у вас аппетит к познанию новых приемов, тогда вперед! Ведь это лишь один из множества первичных принципов, которые действительно работают. Всегда.

Я надеюсь, что вы выучите эти правила, будете их применять и даже нарушать. И когда в конце концов на экраны выйдет ваша картина, снятая на должном уровне, и завоюет признание зрителей, вы сможете поделиться с миром вашими собственными правилами.

Глава 1. О чем это?

Мы все через такое проходили... Субботний вечер. Вы с друзьями решаете пойти в кино. Один из вас берет газету с афишей и начинает читать вслух, а остальные слушают и выбирают. И уже вот тут, если вы амбициозный начинающий сценарист, вы можете получить ценный урок.

Если вас когда-либо удостаивали чести зачитывать афишу кинофильмов в компании друзей, примите мои поздравления! Теперь вы можете похвастаться опытом краткой презентации фильма — совсем как в профессиональной среде. И перед вами была та же самая проблема, что у профессионалов. Да, в главной роли в этом фильме Джордж Клуни. Конечно, там потрясающие спецэффекты. Разумеется, Эберт и Рупер^[8] его расхваливают.

Но все-таки о чем он?

Вы довольно быстро понимаете, можете ли ответить на этот вопрос. Если ни из афиши, ни из названия неясно, о чем фильм, что вы скажете друзьям? Обычно вы замираете с газетой в руке и начинаете вспоминать все слышанное о фильме: что писали о нем в журнале «People», что в «Вечернем шоу с Дэвидом Леттерманом» говорил о сюжете актер, снявшийся в главной роли. Вы расскажете обо всем, кроме сути. И, скорее всего, выслушав это невнятное описание, ваши друзья произнесут ту самую фразу, которой как огня боятся продюсеры всего мира: «А что там идет еще?»

Дело в том, что вы не смогли ответить на элементарный вопрос: «Что это такое?»

«Что это такое?» — что-то вроде игры. Кроме того, так называется фильм^[9]. А если правильно ответить на вопрос, то это и реальные деньги.

Представьте себе утро понедельника в Голливуде.

Вот они — результаты выходных. На первой странице еженедельника «Variety» горячие новости о фильме, побившем все кассовые сборы. Создатели этого поразившего всех

блокбастера не расстанутся с телефонами: «Я знал, что так и будет! Я же тебе говорил!» А для остальных все начинается с самого начала:

- в одном из кабинетов продюсер и сценарист собираются представить исполнительному директору свою «отличную идею»;

- агент продвигает по телефону сценарий своего клиента, который она на одном дыхании прочитала за выходные и в который буквально влюбилась;

- исполнительный продюсер вместе с маркетинговым отделом студии обсуждают, как будет выглядеть афиша для предстоящей премьеры этим летом.

Все в городе — и те, кто желают купить, и те, кто стремятся продать, — ломают головы над вопросом, который задавали вам друзья субботним вечером: «О чем это?»

Не найдут ответа — им крышка.

Если это кажется вам жестоким и вы не верите, что в Голливуде никого не волнует «история» или художественное видение создателей фильма, уверяю вас, скоро все станет еще хуже. Дело в том, что — так же, как в случае, когда вы с друзьями выбирали фильм субботним вечером, — глобальная конкуренция за наше внимание в современном мире становится все жестче.

У нас есть кино, телевидение, радио, интернет, музыка. К тому же еще 300 кабельных каналов, журналы и спорт. Откровенно говоря, даже заядлый киноман тратит не более 30 секунд, раздумывая о том, какой фильм посмотреть на выходных. Что же говорить об обычных людях? Как вы собираетесь добиться их внимания в подобной конкурентной среде и донести до них свое предложение?

Выбор слишком велик.

И в этих условиях студии пытаются облегчить проблему выбора. Они снимают продолжения и ремейки^[10]. Готовьтесь к тому, что их будет еще больше.

Данный прием основан на том, что в случае продолжения или ремейка аудитория уже однажды купила похожий продукт. Вопрос «О чем это?» перестает быть актуальным, потому что

большинству кажется, что они знают ответ. Из последних примеров можно назвать «Старски и Хатч», «Халк», «Обитель зла», снятые соответственно по мотивам телесериала, комиксов и компьютерной игры, — и у всех есть уже сформировавшийся круг фанатов. Кроме того, нас завалили продолжениями типа «Шрек-2», «Человек-паук — 2», «Миссия невыполнима — 3», «12 друзей Оушена». Не то чтобы Голливуд исчерпал свой творческий потенциал. Просто продюсеры убеждены, что вам с вашей субботней газетой, положа руку на сердце, не слишком-то и хочется пробовать что-то новое. Стоит ли рисковать десятью баксами ради чего-то неизвестного, если есть что-то, с чем вы уже знакомы?

Возможно, они правы. Если вы не способны понять, о чем это, к чему испытывать судьбу?

Проблема любого сценариста в том, что у нас нет и никогда не будет возможности сыграть на чем-то уже «выстрелившем». Мы обычные парни с ноутбуком под мышкой и мечтой в сердце. Как же мы можем создать сценарий фильма, такого же эпичного, как «Лоуренс Аравийский», с кассовыми сборами, как у «Детей шпионов 3D»? Вообще-то мы можем. Однако, прежде чем мы перейдем к этому, я предлагаю вам совершить один смелый поступок. Забудьте ненадолго о том, над чем сейчас работаете, о крутых сценах, проносящихся в вашем воображении, о саундтреке, о голливудских звездах, которые наперебой будут просить роли в вашем фильме. Выбросите все это из головы.

Сконцентрируйтесь и напишите всего одно предложение. Одну-единственную строчку.

Если вы сможете рассказать мне, о чем ваш фильм, кратко и ярко — вы меня заинтересуете. Кроме того, если вы сделаете это до того, как начнете писать свой сценарий, ваша история только выиграет.

Идеальный логлайн

Я общаюсь со многими профессиональными и начинающими сценаристами, которые рассказывают мне о своих творческих проектах. Всякий раз, когда они начинают погружаться в детали сюжета, я останавливаю их одним вопросом: «О чем история, если в двух словах?» Как ни странно, зачастую это последнее, о чем думает сценарист, когда пишет сценарий. Поверьте, я тоже через такое проходил. Вы настолько увлечены поворотом сюжета, так возбуждены тем, что вам удалось вплести в повествование символический мотив из «Одиссеи», у вас так хорошо все складывается, что вы напрочь забываете об одной мелочи: вы не можете рассказать в двух словах, о чем ваша история. Чтобы добраться до сути, вам требуется минут десять.

Да вы что, шутите?

Лично я дальше не слушаю.

Просто потому, что знаю: автор не потрудился поразмыслить над этим. Не уделил должного внимания. Хорошему сценаристу, особенно тому, кто пишет на удачу в надежде продать свой сценарий, нужно тщательно продумать каждое звено в этой цепочке: от агента до продюсера, а затем до директора студии и до конечного зрителя. Вас не будет там, чтобы «создать настроение», — и как же тогда вы собираетесь заинтересовать абсолютно незнакомых людей? А привлечь их внимание — это и есть ваша задача номер один. Так что я прерываю авторов, когда они начинают растекаться мыслью по древу, потому что точно знаю, что никто не будет их терпеливо выслушивать. Если вы не в состоянии сформулировать свою историю в одном предложении, извините, мне есть, чем еще заняться. И, пожалуйста, не беспокойте меня, пока не придумаете, как подать свою историю кратко и увлекательно.

На нашем профессиональном сленге в Голливуде это называется «логлайн»^[11]. Понять разницу между плохим и хорошим логлайном несложно. Если я читаю логлайн к сценарию и моя первая реакция: «Как я сам до этого не

додумался!» — значит он удачный. Навскидку приведу несколько примеров логлайнов к проданным сценариям, которым я откровенно позавидовал (они взяты с сайта www.hollywoodhtsales.com). Все они относятся к моему любимому жанру семейной комедии, но при этом в них есть элементы драмы и других жанров. Каждый был успешно продан за сумму с пятью, а иногда и с шестью нулями.

Молодожены пытаются встретить Рождество вместе со своими родителями, но и его, и ее родители в разводе, поэтому им нужно за один день успеть в четыре разных места («Четыре Рождества»).

Молодой человек, которого недавно наняли на работу, отправляется на корпоративный отдых в выходные и вскоре понимает, что его хотят убить («Корпоративный выходной» (The Retreat)).

Скромный учитель собирается жениться на девушке своей мечты, но сначала ему приходится отправиться со своим будущим шурином-полицейским на патрулирование по городу, чтобы доказать, что достоин его сестры, и все оборачивается сущим адом («Совместная поездка»). (Возьмите на заметку: когда в комедии что-то «оборачивается адом», для фильма это только плюс.)

Хотите верьте, хотите нет, но все эти логлайны построены по одному принципу. Помимо того что каждый из них отвечает на вопрос, о чем этот фильм, в них есть четыре компонента, которые продают сценарий.

Что это за компоненты?

Итак, давайте разберем по косточкам идеальный логлайн.

Есть ли в нем ирония?

Самое первое, что отличает хороший логлайн, — ирония. На это однажды обратил внимание мой близкий друг и бывший соавтор, весельчак и мастер быстрого набора текстов Колби Гарр. Он абсолютно прав. Причем это касается и комедии, и драмы.

Полицейский приезжает в Лос-Анджелес к своей бывшей жене и узнает, что здание, в котором она работает, захвачено террористами («Крепкий орешек»).

Бизнесмен влюбляется в проститутку, которую нанимает, чтобы она провела с ним выходные («Красотка»).

Не знаю, как вам, но мне кажется, что оба этих логлайна — один к боевику, другой к романтической комедии — звучат достаточно иронично. Именно ирония привлекает мое внимание. Те, кто имеет дело с логлайнами, на профессиональном сленге называют подобное «крючком». Для того он и предназначен — зацепить ваш интерес, «поймать на крючок».

Те логлайны, которые я привел в пример ранее, также привлекают внимание своей иронией. Традиционно семейный и домашний праздник оказывается совсем не таким прянично-милым в фильме «Четыре Рождества». Что может оказаться более неожиданным (иными словами, стать иронией судьбы) для нового сотрудника, чем то, что вместо радушного приема коллег его поджидает смертельная угроза? Как отметил Колби, хороший логлайн должен эмоционально интриговать, словно зуд — и почесать нельзя, и удержаться невозможно.

Логлайн — как обложка романа. Если она привлекательная, вам не терпится открыть книгу, чтобы узнать, что же внутри. В поисках иронии для логлайна иногда вы обнаруживаете, что ее нет и в вашем сценарии. Тогда, вероятно, у вас проблемы не только с логлайном, но и со сценарием. Может быть, самое

время обдумать его еще раз и что-то в нем изменить? Если стремиться к тому, чтобы в логлайне непременно присутствовала ирония, можно легко понять, чего именно не хватает в вашей истории. Не исключено, что ваш фильм еще недостаточно хорош.

Яркий образ

Второе важное требование, которому должен отвечать удачный логлайн, заключается в том, что после его прочтения перед вами должна возникнуть вся картина целиком. Как прустовские мадленки^[12], хороший логлайн захватывает вас, и вы даете волю воображению. Вы смотрите кино или хотя бы собираетесь, и ваши собственные образы, возникающие в голове, ведут вас еще дальше. Один из моих любимых логлайнов — тот, который продюсер Дэвид Пермут написал к фильму «Свидание вслепую»: «Она идеальная женщина — пока не сделает глоток алкоголя». Не знаю, как вы, а я явственно себе это представляю. Я вижу прекрасную девушку — и безнадежно испорченное свидание, вижу парня, который пытается все исправить, потому что она — его единственная и неповторимая! В одной строке — целая история, даже больше, чем в самом фильме. Однако это уже предмет другого обсуждения. Суть в том, что хороший логлайн, помимо того что цепляет ваше внимание, еще и обещает вам нечто большее.

Из приведенных выше примеров логлайнов мы можем даже предположить, когда происходит действие фильма. Попробуйте это сделать? Хотя о фильме «Совместная поездка» я знаю только то, что говорится в коротком логлайне, я предполагаю, что события развиваются ночью, как в картине «После работы». Подобные выводы можно сделать на основе всех приведенных примеров. В этих трех логлайнах четко обозначаются временные рамки истории: Рождество, корпоративные выходные и одна ночь. Кроме того, в фильме «Совместная поездка» налицо комический конфликт двух противоположных по характеру персонажей, преследующих общую цель: застенчивый учитель оказывается в мире своего будущего шурина-полицейского, наполненном криминалом и преступниками. Подобные истории, в которых главный герой попадает в абсолютно не типичную для себя среду и обстоятельства, — словно выброшенная из воды рыба, — пользуются огромной популярностью у зрителей. Вы читаете

одно-единственное предложение, и в вашем воображении тут же разворачивается сотня возможных вариантов развития истории.

Ваш логлайн может это предложить? Когда я читаю о вашей комедии или драме, начинаю ли я безудержно фантазировать, что произойдет дальше? Если нет, ваш логлайн никуда не годится. И тут я вынужден повториться: если вы не способны написать логлайн, возможно, вам стоит еще поработать над самим сценарием.

Целевая аудитория и затраты на производство

Еще одна черта хорошего логлайна, важная для привлечения внимания покупателя в лице киностудии, заключается в том, что после его прочтения возникает интуитивное понимание, на какую целевую аудиторию рассчитан фильм и во сколько может обойтись его производство.

Возьмем, например, «Четыре Рождества». Держу пари, создатели рассчитывали заполучить ту же аудиторию, которая смотрела «Знакомство с родителями» и продолжение «Знакомство с Факерами». Оба этих фильма были сняты со средним бюджетом и ориентированы на максимально широкую зрительскую аудиторию. На основе тех элементов, которые я вижу в логлайне фильма «Четыре Рождества», я делаю вывод, что именно к этому стремились и авторы данного сценария. Они планируют позвать для участия в картине пару звезд слегка за двадцать, чтобы привлечь основную целевую аудиторию — молодых людей, а на роли родителей пригласить «старую гвардию», которая наверняка понравится зрителям постарше. Мы можем заполучить Джека, Робина или Дастина^[13]? Разумеется! Гляньте, как отлично смотрелся Де Ниро в «Знакомстве с родителями»!

Из логлайна мне также становится ясно, что картина недорогая. Конечно, возможно, придется снимать парочку автомобильных погонь или сцену, где загорается рождественская елка (это лишь мои предположения), но в основном у нас комедия лиц, которая происходит в одном месте. От актеров и съемочной группы не потребуется много ездить, чтобы отснять все необходимые сцены. Это дешево. На месте исполнительного директора, который хочет снять рождественскую нетленку со средним бюджетом (в зависимости от уровня приглашенных звезд) для широкой публики, я бы решил, что такой сценарий мне идеально подходит. Я понимаю,

на какую аудиторию рассчитан фильм и во сколько он обойдется.

Присылайте мне ваш сценарий!

И кто-то действительно прислал.

Не слишком ли много ожиданий от одной несчастной строчки описания? Но ведь вы реально находите в ней ответы на эти вопросы.

А ваш логлайн содержит подобную информацию?

Убойное название

Наконец, еще один непереносимый фактор — это то, что к хорошему логлайну должно прилагаться соответствующее название картины. Фактически правильное название фильма и логлайн — это своеобразный двойной удар, выстоять против которого нет шансов. Так же как и хороший логлайн, удачное название должно быть слегка ироничным и рассказывать историю. Одно из самых удачных последних названий, глубоко восхитившее меня, — «Блондинка в законе». При том что могло быть столько идиотских вариантов типа «Барби поступает в Гарвард», «Полный юрфак», «Абсолютная пустышка», создатели выбрали то единственное название фильма, которое отражает суть, но не является слишком уж очевидным. Это истинное искусство. Я завидую тому, кто придумал это название. Хороший знак для сценария и фильма в целом!

Мое любимое название из числа самых плохих, — чтобы вы поняли, что, по моему мнению, не имеет шансов на успех, — это «За любовь или деньги». На моей памяти было не меньше четырех фильмов с таким названием. В одном из них в главной роли снимался Майкл Фокс^[14]. Так вот, я не помню сюжета ни одного из них. Наверное, любой фильм, когда-либо выходивший на экраны, можно было бы вполне обоснованно назвать «За любовь или деньги». Это лишь подтверждает, насколько невыразительны такие общие названия «ни о чем». Они отбивают желание смотреть сам фильм и тем более — платить деньги. Для хорошего названия обязательно, чтобы оно было заголовком истории. Я вновь приведу в пример «Четыре Рождества». Поскольку это не мировой бестселлер, название для фильма не такое уж и плохое. Оно выполняет именно то, что требуется от хорошего названия, и я даже выделил эту фразу, потому что вы просто обязаны ее запомнить:

Оно говорит само за себя!

Но ведь создатели могли озаглавить свою картину и более туманно, например «Йоль»^[15]. Это ведь тоже Рождество, правда? Однако такое название не отражает сюжет данного

конкретного фильма. Оно не говорит нам, о чем кино. А это комедия о влюбленной паре, которая должна за один день отметить четыре разных Рождества в четырех разных семьях своих разведенных родителей. Если ваше название не проходит условный тест «О чем это кино», значит у вас нет названия. И у вас нет двойного удара из связки удачного логлайна и названия.

Должен признаться, я частенько сначала придумываю название, а уж затем историю под него. Именно так вышло со сценарием фильма «Ядерная семейка», который я написал в соавторстве. Изначально у меня было только название, а потом мне в голову пришла неожиданная идея. Почему бы не использовать термин «ядерный», который употреблялся в значении «ядро семьи», то есть отец, мать и дети, в другом смысле — «радиоактивный»? Так появился логлайн: «Однажды семья, в которой возникли психологические трудности, отправляется с палатками на отдых в место выброса радиоактивных отходов, а на следующее утро они просыпаются со сверхспособностями». Вместе с моим соавтором, остроумным и успешным Джимом Хаггином, мы вдохнули жизнь в эту историю и продали сценарий на торгах Стивену Спилбергу за один миллион долларов. Наш логлайн и название соответствовали всем перечисленным выше критериям: ирония, обещание большего, аудитория и стоимость (широкая публика, спецэффекты, отсутствие звездных актеров). К тому же они четко говорили, о чем фильм.

Это тот фильм, который я очень хотел бы увидеть^[16].

Вы и ваше «О чем это?»

Все хорошие сценаристы невероятно упрямы, сущая правда.

Но я говорю об этом как о положительном качестве. Потому что кто, как не я, может лучше всех понять ту гордыню, которая время от времени находит на сценариста. Быть сценаристом — значит постоянно балансировать на грани непомерной мании величия и такой же глубокой неуверенности в себе, так что иногда этим людям требуются целые годы, чтобы они наконец решились произнести вслух: «Я писатель». Особенно верно сказанное в отношении тех независимых сценаристов — «свободных художников», в кругу которых я вращаюсь. У нас появляется новая идея, начинается творческий процесс, мы видим будущий шедевр настолько ясно, что зачастую к тому времени, когда мы садимся его писать, поворачивать назад уже поздно. Мы полны решимости довести работу до конца, что бы кто ни говорил. Но все же я предлагаю вам сказать «стоп» вашим эмоциям. Прежде чем вы с головой погрузитесь в написание своего сценария, я надеюсь, вы хорошенько подумаете над логлайном, названием и постером вашего будущего фильма.

И, возможно, даже проведете пробный маркетинг^[17]. Хотите узнать, что это такое?

Пример пробного маркетинга

Помнится, я предложил вам воздержаться от написания сценария, пока вы не придумаете убойный логлайн и такое же название. Знаю, что последовать подобному совету морально нелегко. Но это окупится сторицей. Недавно я удаленно работал с одним сценаристом. У него не было логлайна. Признаться, идею для сюжета он придумал интересную — по крайней мере, ее начало, — но вот логлайн оказался довольно туманным и совсем меня не зацепил. Я порекомендовал автору вернуться к самому началу (то есть фактически переписать все заново). С ворчанием и стенаниями он все-таки это сделал.

Он отложил свою историю, все яркие сюжетные линии и лейтмотивы повествования и принялся за невыносимую, нудную работу — за сочинение логлайнов. Сначала он старался придумывать такие логлайны, которые соответствовали бы его истории, но при этом отвечали необходимым критериям. После нескольких неудачных попыток он понял, что ему придется изменить логлайн, чтобы тот получился как надо: с иронией, отражением целевой аудитории и производственных затрат, с четким представлением о том, что обещает фильм, и убойным названием. И когда в конце концов автор отступил от своего сформировавшегося представления, о чем должна быть его история, — вуаля! Логлайн изменился.

Вскоре он начал получать положительные отзывы от людей, которым рассказывал о своем сюжете. Здесь его поджидал второй сюрприз: сценарий начал постепенно меняться в соответствии с логлайном и в итоге стал гораздо лучше! В том сценарии, который он как бы написал, наконец проступила ирония. А стоило облечь ее в лаконичную форму логлайна, как сразу более очевидно обозначились и сюжетные конфликты. По-другому и быть не могло! Иначе логлайн просто не работает. Герои получились более характерными, структура истории — более четкой. С таким логлайном писать стало гораздо легче.

Однако самым важным в этой ситуации было то, что наш сценарист сэкономил кучу денег и нервов всем людям,

задействованным в производственной цепочке. Представляете, во что вылились бы попытки изменения логлайна на этапе постпродакшна^[18]? Тогда оказалось бы уже поздно. А он проделал всю эту работу до того, как был потрачен хотя бы цент, только с помощью бумаги, ручки и собственных мозгов. Он не только помог тому парню с газетой в руках рассказать друзьям о фильме — он предложил им более интересную историю, когда они отправились в кинотеатр. А все благодаря тому, что сценарист потрудился сформулировать, «о чем это».

Еще одно преимущество подобного тестирования вашего логлайна заключается в том, что у вас есть возможность узнать мнения абсолютно разных людей. Я обсуждаю свои идеи со всеми, кто готов меня слушать: как с друзьями, так и с незнакомцами, например в очереди в «Старбаксе». Я никогда не делаю тайны из того, над чем работаю в данный момент, так как, во-первых, я не боюсь, что кто-то украдет мою идею (этого опасаются только новички), а во-вторых, получаю возможность узнать больше, разговаривая с человеком, чем если бы он только читал мой сценарий.

Именно это я называю «пробным маркетингом».

Когда я собираюсь предложить свой сценарий киностудии, когда работаю над новым замыслом фильма или когда никак не могу решить, какая из имеющихся у меня четырех или пяти идей лучше, я иду в народ. Я общаюсь с людьми «глаза в глаза». Если они отводят взгляд и начинают отвечать уклончиво, значит им не интересно. И я понимаю: что-то у меня не так. Когда я общаюсь со своей следующей жертвой, я стараюсь исправить все недостатки, которые проморгал в первый раз. Кроме того, это ужасно весело.

Обычно все происходит по следующему сценарию.

Кафе «Coffee Bean & Tea Leaf» в «Сансет-Плаза». Разгар дня. Пестрая смесь посетителей — старлетки, байкеры на отдыхе и светские снобы потягивают двойной шоколадный фраппе. Блейк Снайдер осматривает толпу. Он подходит к человеку, от которого можно меньше всего ожидать, что тот просто врежет ему в ответ.

Блейк Снайдер: Привет, не могли бы вы мне помочь?

Незнакомец (с сомнением): А в чем дело? У меня через десять минут тренировка по пилатесу^[19].

Блейк Снайдер: Здорово, я не отниму у вас много времени. Я работаю над сценарием одного фильма и хотел бы знать, что вы думаете по этому поводу.

Незнакомец (улыбаясь, смотрит на часы): Ладно...

Этот отличный прием я применяю при общении с людьми разного возраста, в любой ситуации по всей Южной Калифорнии, но особенно — с целевой аудиторией того проекта, над которым я в тот момент работаю.

Преимущество такого пробного маркетинга не только в том, что он позволяет пообщаться с людьми. Фактически это единственный способ узнать, что же у вас получилось. Собеседник, спешащий по своим делам, просто идеальный вариант. Если вам удастся привлечь и удержать его внимание и если он захочет узнать больше об истории, которую вы ему рассказываете, значит вам посчастливилось найти хорошую идею для сценария.

Если вы все-таки выберетесь из-за компьютера и пообщаетесь с людьми, вы узнаете еще кое-что интересное. Оказывается, тот случай, произошедший с вами в летнем лагере в 1972 году, на котором вы полностью построили свой сценарий и который так много для вас значит, для вашего случайного собеседника не представляет ровным счетом никакого интереса. Чтобы привлечь и удержать внимание незнакомца, вам нужно поломать голову, как рассказать ему, о чем этот фильм, так, чтобы он тоже проникся идеей. В противном случае вы только зря потеряете время. Как ни крути, а в кино на ваш фильм придет гораздо больше незнакомых людей, чем ваших друзей. Поэтому дружеская поддержка не столь важна — ведь производить впечатление вам все же придется на посторонних.

А как еще можно узнать, что у вас получилось, если не пойти и спросить?

Смерть «хай-концепта»

Все, сказанное выше, вращается вокруг термина, который многие в Голливуде ненавидят: «хай-концепт»^[20]. Он возник благодаря молодым руководителям кинокомпании «Disney» Джеффри Катценбергу и Майклу Эйснеру на пике их карьеры.

В их понимании это означало сделать фильм проще для восприятия — именно то, о чем мы с вами только что говорили. Они создали целый ряд успешных картин на основе данного подхода. Достаточно одного взгляда на афишу, чтобы понять, о чем фильм «Безжалостные люди», «Бешеные деньги» или «Без гроша в Беверли-Хиллз». Мода на термины недолговечна, поэтому сейчас не принято называть свой проект так. Смерть «хай-концептов» предрекали уже неоднократно. Но, как и в отношении многого другого, о чем я собираюсь рассказать в этой книге, меня волнует не то, что сейчас модно, а то, что реально работает и подчиняется здравому смыслу.

Я придерживаюсь того мнения, что если при создании картины вы хотите сделать ее «хай-концептом» и ищете ответ на вопрос «О чем это?» — вы проявляете элементарное уважение и хорошие манеры по отношению к вашему зрителю. Таким образом вы ставите себя на место человека, который выкладывает немалую сумму (учтите еще расходы на парковку и няню для детей) за то, чтобы прийти в кинотеатр и посмотреть ваш фильм. Кстати, не стоит обманываться: Джеффри Катценберг и Майкл Эйснер, конечно, были гениями, но все-таки не они изобрели «хай-концепт». Эта идея существовала всегда.

Обратите внимание хотя бы на кинохиты Престона Стерджеса^[21], снятые в 1940-х годах: «Рождество в июле», «Слава герою-завоевателю», «Леди Ева», «Странствия Салливана». Люди шли в кинотеатры, чтобы посмотреть эти фильмы, только потому, что они видели афиши и читали логлайны.

Или возьмите любой триллер Альфреда Хичкока: «Окно во двор», «К северу через северо-запад», «Головокружение», «Психо».

Можно лишь упомянуть какой-нибудь из этих фильмов, и истинный любитель творчества Хичкока сразу же перескажет вам его сюжет и опишет постер. А чего стоят одни названия! Каждое из них, несомненно, отражает содержание, причем очень тонко и ненавязчиво. Пожалуй, из ряда выбивается только «Психо», но Хичкоку простительно.

Я хочу сказать, что если кто-то критикует ваш «хай-концепт», просто не обращайте внимания. Помните, что главное — лаконично, ясно и увлекательно рассказать, о чем ваш фильм, потенциальной зрительской аудитории. Такой подход никогда не выйдет из моды. А всем тем, кто считает, что это занятие для продавцов, а не для создателей фильмов, я предлагаю придумать название лучше, чем «Блондинка в законе». Как будет видно из следующей главы, мы еще только начали ставить себя на место нашего зрителя.

Нам всем следует делать это почаще.

Выводы

Итак, ваши синопсисы бьют «мимо цели»? Вы расстраиваетесь? Не знаю, станет ли это для вас новостью или нет, но начинать всегда надо с вопроса «О чем фильм?» Задача сценариста, особенно «свободного художника», — учесть интересы каждого человека в производственной цепочке: от агента до продюсера и руководителя киностудии, который принимает решение, что выйдет на экран. И ее решение начинается с ответа на вопрос: «О чем это?»

Помимо того, у фильма должна быть четкая ориентация на конкретную аудиторию. Тональность фильма, потенциал развития сюжета, характеры персонажей и конфликт их интересов — все должно быть понятным для зрителя и увлекательным.

Чтобы как можно лучше ответить на вопрос, о чем фильм, сценарист должен придумать удачный логлайн, то есть суметь рассказать о сюжете в одном или двух предложениях. Такой логлайн отвечает следующим четырем основным критериям.

1. Ирония: логлайн следует делать слегка ироничным и эмоционально вовлекающим, вызывающим что-то вроде зуда, когда невозможно не почесаться.

2. Яркий мысленный образ: логлайн должен будить воображение, чтобы вы могли представить себе всю историю и зачастую даже точное время ее действия.

3. Аудитория и затраты: логлайн должен давать представление о тональности картины, целевой аудитории, примерных затратах на производство, чтобы потенциальным покупателям сценария сразу было ясно, насколько выгодным для них может оказаться этот проект.

4. Убойное название: «двойной удар», помимо хорошего логлайна, подразумевает также удачное название, в котором раскрывается, о чем фильм, но очень тонко и ненавязчиво.

Все перечисленные элементы образуют так называемый хай-концепт. Этот термин служит для обозначения фильмов, простых и понятных для зрителя. Фактически данная категория

сегодня становится самой востребованной, особенно в свете того, что границы кинематографического рынка с каждым днем все больше стираются. Раньше 60 % прибыли киноленты обеспечивал ее прокат внутри страны. Теперь эта цифра упала до 40 %. То есть кино шагает по планете и должно быть понятно в любом ее уголке. Более половины вашего рынка сейчас находится за пределами США. Получается, что хотя сам термин «хай-концепт» сегодня вышел из моды, тем не менее весь Голливуд стремится создавать именно такие фильмы. Вам просто нужно придумать, как продвигать свои идеи на основе данного подхода.

В завершение я еще раз хочу напомнить, что все это делается исключительно ради того, чтобы заинтересовать и привлечь зрителей. Так что эффективный способ проверить, удачна ли ваша идея, — начать рассказывать о ней всем, кто захочет вас выслушать, а затем вносить в сюжет соответствующие коррективы. Кто знает, насколько ценный комментарий вы можете услышать от незнакомца с непроницаемым выражением лица.

Практические задания

1. Возьмите газету и расскажите вашему другу о фильмах, которые сейчас идут. Можете ли вы предложить, как улучшить логлайн или постер?

2. Если в данный момент вы работаете над сценарием или несколько уже завершенных проектов ждут своего часа, напишите логлайн для каждого из них и дайте прочитать кому-нибудь незнакомому. Возникло ли у вас желание изменить логлайн после этого теста? Появились ли у вас новые идеи, которые вы захотели внести в сценарий? Решили ли вы как-то изменить сценарий?

3. Возьмите телепрограмму и прочитайте логлайны и названия фильмов. Говорят ли они, о чем картина? Не вызывает ли у вас туманный логлайн ощущения, что и сам фильм будет неинтересным? Повлияло ли на ваше мнение то, что вы не смогли понять, о чем фильм?

4. Если вы находитесь в поиске идеи для сюжета, попробуйте следующие пять игр, чтобы потренировать ваши навыки сценариста.

Игра 1а: Забавный _____

Возьмите драму, триллер или фильм ужасов и превратите его в комедию. Например, «Забавная Кристина». Мистический триллер «Кристина» об удивительном автомобиле, который убивает своего хозяина-подростка, в какой-то момент превращается в комедию, когда машина начинает давать парню советы, как вести себя с девушками.

Игра 1б: Серьезный _____

А теперь сделайте наоборот: возьмите комедию и превратите ее в драму. «Серьезный зверинец». Комедия «Зверинец» о скандале со списыванием в одном из колледжей заканчивается разборкой в стиле детективной драмы «Несколько хороших парней».

Игра 2: ФБР «не в своей тарелке»

Для этой игры подходят комедия или драма. Придумайте пять неожиданных мест, куда кинематографических агентов ФБР

еще никогда не отправляли раскрывать преступления. Например, как в фильме «Stop or I'll Baste!» недотепу-агента под прикрытием отправляют на кулинарные курсы в Прованс.

Игра 3: _____ школа

Это можно попробовать и на драме, и на комедии. Придумайте пять примеров необычных типов школ, лагерей или курсов. Например, «Школа жен». Женщины, отправленные сюда богатыми мужьями, вскоре устраивают бунт.

Игра 4: Противоположности

Драма или комедия. Придумайте несколько пар людей, которые категорически не сходятся во мнении по какому-то вопросу. Например, проститутка и пастор влюбляются друг в друга, после того как жители их маленького городка разделились на два лагеря из-за нового массажного салона.

Игра 5: Мой _____ — серийный убийца

Драма или комедия. Придумайте необычного персонажа, который параноику может показаться убийцей. Например, «Мой босс — серийный убийца». Парень получает повышение всякий раз, когда в компании появляется новый труп. Может быть, убийца — его босс?

Кстати, если вы придумали отличный логлайн для семейной комедии, вот мой адрес электронной почты: bsnyder264@aol.com. Буду счастлив его увидеть, если вы уверены, что он действительно хорош.

Глава 2. Дайте мне то же самое... только другое

Изо дня в день сценарист решает головоломку, как избежать клише. Можно подобраться очень близко к штампу, плясать вокруг него, приближаться вплотную и почти использовать его. Однако в последнюю секунду вы должны найти в себе силы увернуться, придумать неожиданный поворот.

Хороший сценарист обречен на эту извечную борьбу и обязательный поиск подобных поворотов, хотя бывает, что внутренний голос шепчет ему: «Ну разочек, никто даже не заметит».

Процитирую одного руководителя киностудии, который первым сформулировал для меня это правило, во время нашей рабочей встречи в сердцах воскликнув, совсем в духе Сэма Голдвина^[22]: «Дайте мне то же самое... только другое!»

Благослови, Господь, его остроумие!

Ежедневно мы пытаемся привнести нечто новое во все аспекты творческого процесса: начиная с идеи и заканчивая манерой персонажей говорить и самой сюжетной линией. Однако, чтобы знать, как избежать клише и какие новые тенденции вы стремитесь укоренить, прежде всего нужно знать основы основ. Для этого требуется полноценное знакомство с сотнями кинофильмов, особенно в жанре вашего собственного проекта.

Тем не менее меня изумляет, что большинство людей, приходящих в нашу профессию сегодня и мечтающих в ней чего-то добиться, так мало знают о фильмах, снятых в их собственном жанре, не говоря уже о более общих темах.

Уверяю вас, для всех «крупных фигур» в киноиндустрии это совсем не проблема.

Только послушайте, как о кино говорят Спилберг и Скорсезе. Они знают и цитируют сотни фильмов. Под «цитированием» я подразумеваю не воспроизведение кусков текста, а то, что эти люди способны объяснить, как работает сюжет. Кинофильм —

очень тонкий механизм генерации эмоций. Он словно швейцарские часы с точными шестеренками и колесиками, приводящими в движение всю конструкцию. И вы должны уметь разобрать механизм на винтики и собрать его вновь — даже в темноте с завязанными глазами. Для этого мало знать несколько фильмов, которые вам понравились. Недостаточно даже знать все фильмы, снятые за последние пять лет. Вы должны вернуться к истокам, проследить развитие разных жанров, узнать, какие фильмы предшествовали другим в исторической цепочке, и понять значение каждого из них в искусстве кинематографии.

Самое время поговорить о жанре.

Вы готовы сделать следующий шаг на пути создания успешного сценария — для этого вам нужно определить его жанр. Возможно, вы сейчас сидите и думаете: «Вот еще! У меня абсолютно новый фильм! Ничего подобного раньше не было. Его нельзя отнести к какой-то категории».

К сожалению, вы опоздали.

Предложите мне любую идею, и я назову вам похожий фильм из уже снятых, а то и десяток. Поверьте мне, ваш фильм тоже подпадает под какую-то категорию. И в этой категории действуют определенные правила, которые вам необходимо знать. Чтобы разрушать клише, чтобы создавать «то же самое, только другое», вы должны четко понимать, к какому жанру относится ваш фильм и как избежать стандартных элементов. Если вы справитесь, ваши шансы успешно продать свой сценарий увеличатся. Между прочим, все и каждый в Голливуде делают именно это. Потому вам нужно знать то, что знают они.

На что это похоже?

Итак, у вас уже есть логлайн.

Вы последовали моему совету: проверили вашу идею на десятке или около того «жестов», услышали их комментарии и внесли соответствующие изменения, и теперь ваш логлайн практически идеален! Вы чувствуете себя королем мира.

Вы уже занесли пальцы над клавиатурой, чтобы начать печатать первые строки... и в этот момент я прошу вас остановиться.

Я прервал вас, потому что прежде, чем вы приступите к написанию сценария, вам следует подумать над вопросом, который появляется сразу после того, как вы поймете, «о чем этот фильм». А именно: «На что он похож?»

Давайте вернемся к нашему примеру с субботним вечером. Вы предложили друзьям несколько фильмов, которые можно посмотреть, они выбрали парочку. И теперь они хотят узнать больше о том, за что они собираются выложить свои десять баксов. Хорошо, допустим, это комедия. Но что за комедия?

Сейчас я расскажу вам, каким образом в Голливуде появляется масса плохих аннотаций к фильмам. Признаюсь, я и сам пользовался этим приемом для краткости, но мне он очень не нравится, и я не советую вам прибегать к нему. Люди смеются над такими описаниями, и они абсолютно правы.

«Это “Люди X” участвуют в “Гонках «Пушечное ядро»», — нервно выпаливает человек, рассказывающий о фильме. Или: «Это “Крепкий орешек” в боулинге». Особенно нелепы те описания, где перемешаны названия нескольких фильмов. Вы сидите и пытаетесь представить себе, что такое «“Смертельное влечение” в госпитале “МЭШ”^[23]»? Как это? Испорченных девочек-подростков призывают в армию? Или бригада медиков высаживается в колледже, чтобы спасти детей, перестрелявших друг друга? Объясните мне! Однако, скорее всего, человек, рассказывающий вам о фильме, просто ухватился за две популярные картины в надежде, что кому-нибудь нравится одна из них.

(Пожалуйста, обратите внимание: вы никогда не ударяетесь в крайности. То есть вы никогда не скажете: «Это “Иштар” встречает “Говарда-утку”^[24]». На данном примере особенно ясно видно, насколько плоха такая техника.)

И все же... Вынужден признать, что я сам так делаю.

Почему же все-таки так важно определить жанровую принадлежность будущей картины? Потому что вы как сценарист должны четко понимать, сценарий какого фильма вы пишете. Без этого очень легко заблудиться на середине пути. В порядке вещей, когда я работаю над сценарием и даже когда Стивен Спилберг работает над сценарием, что мы обращаемся к другим фильмам, ищем идеи для развития сюжета и характера персонажей в рамках нашего жанра. Таким образом, если вдруг ваша история застопорилась или если вы только собираетесь начать писать, посмотрите с десятков похожих фильмов, чтобы понять, почему так важны определенные элементы сюжета, почему они работают или не работают и в каком случае вы можете изменить клише на что-то новое.

Давайте начнем с 10 жанров кинематографа, которые доказали свою успешность. Разумеется, это только стартовая точка, и мы еще поговорим о том, как ее преодолеть, чтобы двинуться дальше.

По мере того как я ищу соответствия, чтобы сложить комбинации моего жанрового кунгена^[25], — собираю ли я их по рангу или по масти? — я прежде всего заинтересован в создании таких категорий кино, которые я ежегодно мог бы пополнять новыми названиями. Мне кажется, что любой фильм из когда-либо снятых вполне очевидно относится к одному из десяти предложенных мною ниже типов историй. Вы можете придумать свои собственные категории и добавить их к списку, но я надеюсь, что в этом не возникнет необходимости. Также вы наверняка обратите внимание, что у меня нет традиционных жанров типа «романтической комедии», «эпоса» или «биографии», потому что фактически они ничего не говорят о самой истории. А ведь именно это мне нужно знать.

Вот 10 типов фильмов, согласно моей классификации.

1. **«Монстр в доме»** — к этой категории можно отнести такие фильмы, как «Челюсти», «Дрожь земли», «Чужой», «Изгоняющий дьявола», «Роковое влечение», «Комната страха».

2. **«Путешествие за золотым руном»** — наиболее яркие примеры фильмов этой категории: «Звездные войны», «Волшебник страны Оз», «Самолетом, поездом и автомобилем», «Назад в будущее», а также большинство фильмов-ограблений^[26].

3. **«Джинн из бутылки»** — эта категория включает такие фильмы, как «Лжец, лжец», «Брюс всемогущий», «Любовный напиток № 9», «Чумовая пятница», «Флаббер» и даже мой собственный детский фильм от компании «Disney» «Мне хватит миллиона».

4. **«У чувака проблема»** — перечень фильмов данной категории широк по стилистике, тональности и эмоциональному фону: от «Аварии» и «Крепкого орешка» до «Титаника» и «Списка Шиндлера».

5. **«Обряд посвящения»** — сюда попадают все фильмы, в которых жизнь героя круто меняется: от «Десятки» до «Обыкновенных людей» и «Дней вина и роз».

6. **«Два товарища»** — к этой категории относятся не только фильмы о друзьях, например о напарниках-полицейских, или такие картины, как «Тупой и еще тупее» и «Человек дождя», но также и все фильмы про любовь.

7. **«Преступление и наказание»** — какая разница, кто это сделал, гораздо важнее — почему. К данной категории можно отнести фильмы «Китайский квартал», «Китайский синдром», «Джон Ф. Кеннеди. Выстрелы в Далласе» и «Свой человек».

8. **«Торжество чудака»** — один из наиболее ранних типов историй. К этой категории принадлежат фильмы «Будучи там», «Форрест Гамп», «Дэйв», «Придурок», «Амадей», а кроме того, работы таких великих комиков немого кино, как Чаплин, Китон и Ллойд.

9. **«Чувак в группе»** — категория включает фильмы о группах людей, например «Зверинец», «Чертова служба в госпитале МЭШ», «Пролетая над гнездом кукушки», а также семейные саги «Красота по-американски» и «Крестный отец».

10. **«Супергерой»** — к этой категории относятся не только те фильмы, о которых вы сразу подумали, — «Супермен» и «Бэтмен», — но также «Дракула», «Франкенштейн» и даже «Гладиатор» и «Игры разума».

Вы сбиты с толку? Думаете, я не в своем уме, если решил объединить в одну категорию такие фильмы, как «Крепкий орешек» и «Список Шиндлера»? Вы прячете усмешку, когда я говорю вам, что истории про приятелей всего лишь замаскированные истории про любовь? Отлично, в таком случае давайте окунемся глубже в этот удивительный мир жанров.

«Монстр в доме»

Что общего у фильмов «Челюсти», «Изгоняющий дьявола» и «Чужой», которые я отнес к категории «Монстр в доме»? История данного жанра уходит корнями в глубокое прошлое. Возможно даже, она началась с самой первой байки, рассказанной человеком. В ней два основных элемента: монстр и дом. При добавлении в дом людей, которые отчаянно пытаются убить монстра, чтобы выжить, вы получаете настолько первичный сюжет, что он понятен каждому в любой точке земного шара. Такое кино можно показывать даже пещерному человеку. Не потому, что фильм тупой, а потому, что он апеллирует к нашим первобытным инстинктам. Ведь любому понятен простой посыл: «Берегись, а то сожрут!»

Вот почему фильмы этой категории так популярны во всем мире и так богаты на продолжения. Большинство из них вы фактически можете смотреть без звука и все равно понимать, что происходит. Примером данной категории являются такие фильмы, как «Парк Юрского периода», «Кошмар на улице Вязов», «Пятница 13-е», все части фильма «Крик», «Дрожь земли» со всеми сиквелами, а также любая существующая история про привидения или дома с привидениями. В данную категорию попадают и фильмы без каких-либо паранормальных явлений, например «Роковое влечение» с Гленн Клоуз в роли «монстра». На примере таких картин, как «Арахнофобия»^[27], «Лейк-Плэсид: Озеро страха», «Глубокое синее море», становится очевидно, что если вы не знакомы с правилами «Монстра в доме» — вас ждет провал.

А правила просты. «Дом» должен представлять собой ограниченное пространство — курортный городок, космический корабль, Диснейленд будущего с динозаврами, семейное гнездышко. Там совершается преступление, обычно на почве жадности (материальной или духовной). Это вызывает к жизни сверхъестественного монстра, который, словно ангел мести, появляется, чтобы покарать виновных и пощадить раскаявшихся. Во всем остальном действует стандартная схема:

«бежать и прятаться». Задача сценариста, мечтающего пополнить свой список работ крутым блокбастером, заключается в том, чтобы привнести нечто новое в самого монстра, в его сверхспособности и в то, чем именно фильм будет пугать зрителей.

Неудачный пример фильма этой категории — «Арахнофобия» с Джеффом Дэниэлсом и Джоном Гудменом в главных ролях. Страшный монстр здесь всего лишь маленький паук. Ничего сверхъестественного. Ничего страшного, наступи — и нет его. Более того, в фильме нет «дома»! В любой момент герои «Арахнофобии» могут купить билет на ближайший рейс и помахать рукой городу с монстрами.

Где здесь нагнетание напряжения?

Создатели «Арахнофобии» проигнорировали правила жанра «Монстр в доме» и в результате получили непонятную мешанину. Это комедия или фильм ужасов? Мы действительно должны дрожать от страха? Я могу написать целую книгу о правилах данной категории, но не думаю, что сейчас вам нужен кинофестиваль фильмов ужасов в вашем доме. Так что все прочие нюансы вы можете открыть самостоятельно. Если вы пишете сценарий, который относится к данной категории, думаю, именно этим вам и нужно заняться.

Хочу отдельно подчеркнуть, что категория «Монстр в доме», равно как и все остальные, о которых речь пойдет далее, еще отнюдь не исчерпана. Всегда есть возможность создать что-то новое. И, чтобы добиться успеха, вы должны предложить неожиданный поворот. Вы должны вырваться из рамок клише. Вы должны «дать нам то же самое... только другое». Любому, кто считает, что в жанре «Монстр в доме» делать больше нечего, стоит вспомнить миф о Минотавре. Отличный «монстр»: получеловек-полубык. Отличный «дом»: лабиринт, куда отправляют обреченных на смерть. Но древнегреческий автор, услышавший историю и решивший, что на этом жанр исчерпан и такое ему все равно не переплунуть, просто не смог представить себе Гленн Клоуз с плохой завивкой на голове и сваренным кроликом.

«Путешествие за золотым руном»

Сюжет о странствиях, полных приключений, ради достижения какой-то цели издавна является одной из самых популярных историй, которые рассказывают друг другу, сидя у костра. И если ваш сценарий можно хотя бы отчасти охарактеризовать как «роуд-муви»^[28], вам непременно нужно узнать о правилах категории, которую я условно назвал «Путешествием за золотым руном». Название заимствовано из мифа о Язоне и аргонавтах, но в целом сюжетная схема всегда одинаковая: герой отправляется на поиски чего-то и в итоге обретает нечто совершенно иное — самого себя. Так что получается, «Звездные войны», «Волшебник страны Оз», «Самолетом, поездом и автомобилем», «Дорожное приключение» и «Назад в будущее», по большому счету, это фильмы об одном и том же.

Страшновато, правда?

Как и в случае любой другой истории, поворотными точками в «Путешествии за золотым руном» становятся люди и события, с которыми наш герой или герои сталкиваются во время своего движения. Поскольку структура повествования складывается из отдельных эпизодов, кажется, что они не имеют друг к другу никакого отношения, и тем не менее они должны быть взаимосвязаны. Темой любого фильма данной категории является внутренний рост героя. Фактически сюжет заключается в том, каким образом происходящие события влияют на человека. Именно это оказывается для нас мерилom успеха: нам важно не расстояние, которое проделал герой, а то, как он изменился за время своего путешествия. Задача сценариста — заставить события оказать на героя какое-то влияние.

Мне довелось работать над одним из фильмов в жанре «Путешествия за золотым руном» в соавторстве с невероятно успешным и талантливым писателем Шелдоном Буллом. Мы много говорили на тему подобных фильмов. Наш совместный сценарий был комедией, и мы анализировали «Самолетом, поездом и автомобилем», а также обсуждали развитие

характеров в «Человеке дождя», «Дорожном приключении» и даже, вы не поверите, в «Зверинце», чтобы понять, какой должна быть история подростка, возвращающегося домой после несправедливого отчисления из военной школы и узнающего, что его родители переехали в другой город, не сообщив ему! Фактически это «“Один дома” в дороге» (простите, дурная привычка). Изменения и коррективы, которые мы вносили, касались не самих приключений, которые я нахожу довольно забавными, а того, что значило для нашего героя каждое новое приключение. Сами по себе они не слишком важны. Какими бы смешными они ни казались, все-таки на первый план должны выйти события, которые стали поворотными для нашего героя и способствовали его внутреннему росту. Мы всегда возвращались к прописным истинам, на которых строилось повествование «Одиссеи», «Путешествий Гулливера» и других подобных успешных произведений на протяжении многих веков: историю делают не приключения, а то, что герой узнаёт о самом себе, попадая в эти приключения.

К данной категории относятся и все фильмы-ограбления. Любой фильм про миссию, задание или поиск сокровищ, спрятанных в замке, когда с этим должен справиться отдельный человек или группа людей, попадает в категорию «Путешествие за золотым руном» и работает по тем же правилам. Зачастую эта миссия отходит на второй план, уступая место другим открытиям личного характера. Все перипетии сюжета неожиданно становятся менее важными, чем смысл самого ограбления, как доказывают такие фильмы, как «Одиннадцать друзей Оушена», «Грязная дюжина» и «Великолепная семерка».

«Джинн из бутылки»

«Как бы мне хотелось иметь собственные деньги!» — это мечта персонажа Престона Уотерса из популярного детского фильма «Мне хватит миллиона», сценарий к которому мы написали совместно с Колби Карром и продали киностудии «Disney». И Престон вскоре действительно получит свои деньги, а если точнее — миллион долларов, чему будет безумно рад. Мечта об исполнении желаний свойственна всем нам, потому что является неотъемлемой частью человеческой психики. «Как бы мне хотелось иметь...» — наверное, это самая распространенная молитва со времен Адама. Повествования, сюжет которых строится на исполнении заветного желания, — это хорошие, первичные, понятные даже пещерному человеку истории. Именно потому их так много. И именно потому они настолько успешны.

Популярная комедия «Брюс всемогущий» — хороший пример фильма этой категории. Еще один ставший классикой фильм с Джимом Керри в главной роли, «Маска», также относится к данному жанру. Совсем не обязательно чудеса должен совершать Господь Бог. Их может творить и вещь, как в фильме «Маска», и автомобиль «Фольксваген» по имени Херби, как в диснеевском фильме «The Love Bug», и формула волшебного эликсира, которую вы изобретаете, чтобы влюблять в себя противоположный пол, как в фильме «Любовный напиток № 9» с Сандрой Буллок в главной роли, и волшебное существо, способное спасти вашу карьеру учителя, как в фильме «Флаббер» с Робинот Уильямсом.

Судя по названию категории, предполагается наличие какого-то джинна, который появляется из бутылки, чтобы исполнить желание своего повелителя, однако не обязательно это должно происходить по волшебству. В фильме «Мне хватит миллиона» магия не имеет никакого отношения к тому, что Престон в конце концов получает свой миллион долларов. Надо сказать, нам с Колби пришлось постараться, чтобы история выглядела реалистичной. Но суть в другом. Неважно, было ли

это вмешательством божественного провидения, чистой удачей или действием магии, принцип остается неизменным. По тем или иным причинам — а обычно потому, что нам нравится наш герой и мы считаем, что он этого заслуживает, — персонажу даруется исполнение заветного желания, и его жизнь начинает меняться.

К историям этой категории можно подойти и с другой стороны — когда исполняются проклятия. Герой несет заслуженное наказание в назидание другим. Яркий пример тому — еще один фильм с Джимом Керри в главной роли «Лжец, лжец» (интересно, можно ли тут проследить закономерность между тем, кому из звезд какие архетипы удаются на экране лучше всего?). Тот же самый сюжет, тот же самый прием: маленький мальчик загадывает желание, чтобы его постоянно привирающий отец-юрист всегда говорил только правду. И вот свершилось! Неожиданно герой Джима Керри оказывается не в силах сказать ни слова лжи, и именно в тот день, когда у него должно состояться судебное заседание по важному делу, при том что именно ложь является его главным оружием. Герою Джима приходится измениться и повзрослеть, чтобы справиться с ситуацией, и, когда это случается, он обретает то, о чем на самом деле больше всего мечтает, — уважение жены и сына. Еще одна столь же поучительная история — фильм «Чумовая пятница» с Джоди Фостер в первой версии и Линдсей Лохан в новом варианте. На самом деле подобных фильмов много, например «Мое второе Я» со Стивом Мартином или «День сурка» с еще одним известным умницей Биллом Мюрреем в главной роли.

Правила категории «Джинн из бутылки» таковы: если у вас история о неожиданном исполнении заветной мечты, то главным героем в ней должна быть этакая Золушка — человек, настолько обиженный судьбой, что зритель начинает искренне желать, чтобы кто-нибудь или что-нибудь изменило несчастливую жизнь персонажа. Однако при всем этом правила жанра, да и наша человеческая натура таковы, что мы не хотим видеть, как кому-то, пусть даже самому разнесчастному персонажу, везет слишком долго. В конце концов герой должен осознать, что

волшебство — не выход и лучше быть таким, как мы, зрители фильма, потому что в итоге мы понимаем, что с нами подобные чудеса никогда не произойдут. Следовательно, герою надлежит извлечь урок, а фильм должен заканчиваться позитивной моралью.

В случае же назидательной истории в рамках категории «Джинн из бутылки» правила действуют наоборот. Нужен хороший пинок главному герою, который не совсем безнадёжен. Здесь сюжет будет более закрученным, и в начале обязательно должна присутствовать «сцена спасения кошки», после которой мы поймем, что хотя персонаж и придурок, но есть в нем что-то такое, ради чего за него стоит побороться. Так что в процессе развития сюжета магическое вмешательство идет главному герою только на пользу (хотя это и проклятие), и все заканчивается благополучно.

«У чувака проблема»

Данную категорию можно описать следующей фразой: «Обычный парень оказывается в необычных обстоятельствах». Если подумать, это еще одна из наиболее популярных, первичных историй, которую мы можем легко «примерить на себя». Все мы считаем себя вполне типичными людьми, а потому с самого начала проникаемся симпатией к герою такого типа. И вот в один обычный день случается нечто неординарное: террористы захватывают здание, в котором работает моя жена («Крепкий орешек»); нацисты начинают арестовывать моих друзей-евреев («Список Шиндлера»); робот-убийца из будущего (к тому же говорящий с акцентом!) заявляет, что пришел убить меня и моего еще не родившегося сына («Терминатор»); корабль, на котором я плыву, вдруг сталкивается с айсбергом и начинает тонуть, а на борту даже нет достаточного количества шлюпок («Титаник»).

Это, скажу я вам, проблемы. Большие проблемы. Вопрос жизни и смерти. И каким же образом вы, обычный парень, собираетесь с ними справляться?

Как и в категории «Монстр в доме», здесь тоже есть две очень простые составляющие: «чувак», то есть самый обычный парень или девушка, подобные любому из нас, и «проблема», то есть ситуация, справиться с которой этот обычный человек сумеет, только если мобилизует все свои внутренние ресурсы. На основе двух названных компонентов можно придумать бесконечное число сюжетов. Чем обычнее «чувак», тем сложнее испытание, как видно на примере персонажа Курта Рассела в триллере «Авария».

У героя Курта нет сверхспособностей или специальных навыков, он не служил в полиции. Куда уж обычнее. Тем не менее у него та же задача, что и у героя Брюса Уиллиса из «Крепкого орешка», и она понятна всем простым парням: спасти любимую жену! Неважно, насколько подготовлен наш герой, значение имеет относительный масштаб препятствия — именно это заставляет работать подобные истории. Главное правило

здесь такое: чем хуже плохой парень, тем лучше герой. Потому всегда старайтесь сделать плохого парня как можно хуже. Ведь чем больше проблема, тем выше шансы, что наш «чувак» с ней справится. Не так важно, кто именно выступает в роли злодея, успех нашего героя определяется тем, что он использует свои собственные сильные и слабые стороны, чтобы обскать противника, намного его превосходящего.

«Обряд посвящения»

Кто из нас не помнит своего переходного возраста и связанных с этим мучений, своей первой влюбленности, когда красotka, от которой вы были без ума, даже не подозревала о вашем существовании? А ту вечеринку в честь вашего сорокалетия, когда муж подошел к вам и сообщил, что хочет развестись? Эти болезненные примеры поворотных моментов в жизни вызывают в нас живой отклик, потому что все мы — кто-то в большей, кто-то в меньшей степени — прошли через подобное. Истории, связанные с периодом взросления, всегда воспринимаются очень лично, потому что тогда мы были наиболее ранимы. Это то, что делает нас людьми. И на такой основе получаются великолепные, острые и иногда смешные истории. В конце концов, разве фильм «Десятка» с Дадли Муром в главной роли — не одна из лучших историй кризиса среднего возраста? Тем не менее, будь то драма или комедия, эти фильмы относятся к категории «Обряд посвящения». И они подчиняются одним и тем же правилам.

Все они — о переменах. Сказать, что фильмы данной категории просто фиксируют происходящие изменения, было бы не совсем верно. Это истории о муках и боли, которыми нас испытывает сама жизнь. Разумеется, что-то зависит и от наших непосредственных решений, но то, что нападает на нас и заставляет страдать, зачастую невидимо, непонятно, мы не можем справиться с этим — просто потому, что не способны определить, с чем столкнулись. «Потерянный уик-энд», «Дни вина и роз», «28 дней» с Сандрой Буллок в главной роли, «Когда мужчина любит женщину» с Мэг Райан — все это истории о борьбе с алкогольной и наркотической зависимостью. Аналогичным образом фильмы о переходном периоде, кризисе среднего возраста, старении, любовном разрыве, о переживании какого-то горя, например потери любимого человека, как в картине «Обыкновенные люди», имеют одну общую черту: в хорошем фильме из этой категории главный герой остается один на один со своей проблемой и сам проходит через испытания,

уготованные ему судьбой. Решение может появиться только по мере накопления героем опыта и мудрости.

По сути, будь то комедийный сюжет или драматический, неприятности подкрадываются к герою со всех сторон, а сама история заключается в том, как герой постепенно приходит к пониманию, с чем именно он борется. В конце концов, это история о капитуляции, о победе, завоеванной благодаря тому, что герой уступает превосходящим силам. Финальной точкой является признание и принятие человеческой натуры, а мораль истории всегда одинакова: «Это жизнь!» (Кстати, таково и название еще одного фильма Блейка Эдвардса! Принимая во внимание фильмы «Десятка» и «Дни вина и роз», кажется, Блейку Эдвардсу по душе данный жанр — и надо признать, он ему удается.)

Если идею вашего сюжета можно хотя бы в какой-то степени отнести к категории «Обряд посвящения», тогда вам стоит обратить внимание на эти фильмы. Структура истории данного типа подобна стадиям принятия, описанным в работе Элизабет Кюблер-Росс «О смерти и умирании»^[29]. Она складывается из того, что герой постепенно и неохотно принимает те силы природы, контролировать или понять которые он не в состоянии, а победа является к нему в тот момент, когда он находит в себе способность отпустить ситуацию и просто улыбнуться миру.

«Два товарища»

Мне кажется, что классический сюжет о двух друзьях возник только благодаря кинематографу. Хотя и прежде встречались великолепные образцы подобных произведений (взять, например, «Дон Кихота»), эта категория выделилась в самостоятельную сюжетную форму только с появлением кино. У меня даже есть гипотеза, что данный жанр придумал сценарист, который вдруг осознал, что его герою не с кем обсудить свои проблемы. В его сценарии образовалась большая дыра, которая в художественной литературе обычно заполняется внутренним монологом персонажа или описанием. И тут сценаристу пришла неожиданная идея: а что, если у его героя появится кто-то, с кем можно было бы обсудить важные вопросы? Так появился классический жанр про двух друзей. Он стал одним из основных столпов кинематографа всех времен, начиная с Лорела и Харди, Боба Хоупа и Бинга Кросби и заканчивая «Бучем Кэссиди и Сандэнсом Кидом»^[30] и эксцентрической комедией «Мир Уэйна» (обеими частями). Два парня разговаривают друг с другом, как в «48 часах», две девушки разговаривают друг с другом, как в «Тельме и Луизе», две рыбы разговаривают друг с другом, как «В поисках Немо», — все подобные сюжеты работают, потому что история «обо мне и моем лучшем друге» всегда цепляет. Опять-таки, это простые человеческие истории, основанные на общих ценностях. Их понял бы и неандерталец (и его лучший друг).

Секрет хорошего фильма про двух друзей состоит в том, что на самом деле это замаскированная любовная история, с той лишь разницей, что в последней есть возможность для секса. Все такие фильмы, как «Воспитание крошки», «Пэт и Майк», «Женщина года», «Любовь с уведомлением», «Как отделаться от парня за 10 дней», — это просто усложненные фильмы с Лорелом и Харди, где один из друзей носит юбку. Тем не менее, драма то или комедия, есть там секс, или его нет, правила для всех фильмов этой категории одинаковы. В начале истории «друзья» должны друг друга ненавидеть (в противном

случае развития сюжета просто не получилось бы). Однако, проходя вместе через различные испытания, они понимают, что нуждаются друг в друге, потому что, по сути своей, они — половинки одного целого. Осознание этого приводит к еще большему конфликту. Кому хочется нуждаться в другом человеке?

В конце почти каждой из подобных историй имеет место сюжетный момент под условным названием «Все пропало» (подробнее о нем мы поговорим в главе 4) — это может быть разрыв, ссора, расставание или отъезд. Однако на деле все оборачивается совсем по-другому. Просто двум людям сложно принять тот факт, что вместе им гораздо лучше, чем друг без друга, и что им придется усмирить свое эго, чтобы победить. Тем не менее именно это им и удается сделать перед тем, как падает занавес.

Зачастую, как, например, в фильме «Человек дождя», главным героем является один из друзей, и именно он меняется по мере развития сюжета (Том Круз), в то время как второй выполняет роль катализатора, оставаясь при этом в стороне (Дастин Хоффман). Мне приходилось участвовать во многих дискуссиях по поводу такой динамики. Очень часто они сводились к вопросу «Чья это история?» В определенной степени фильм «Смертельное оружие» тоже можно рассматривать в качестве предмета подобного обсуждения. Это история персонажа Дэнни Гловера. Герой Мэла Гибсона — катализатор перемен. И хотя к концу истории он избавляется от своих суицидальных желаний, для зрителя гораздо важнее трансформация персонажа Дэнни. Одной из разновидностей фильмов про друзей, которая также достойна внимания, выступают истории, в которых «нечто» появляется в жизни главного героя, вызывает определенные изменения и исчезает. По этому принципу построены многие истории о «мальчике и его собаке», включая фильм Стивена Спилберга «Инопланетянин».

Если вы пишете сценарий о друзьях или любовную историю, комедийную либо драматическую, вы должны быть знакомы с динамикой развития сюжета в данной категории. Устройтесь поудобнее перед экраном с десятком подобных фильмов и

приготовьтесь удивляться тому, насколько они все похожи. Но разве это плагиат? Разве Сандра Буллок копирует Кэтрин Хепберн? Или наследникам Кэри Гранта следует подать в суд на Хью Гранта за нарушение авторских прав? Конечно, нет. Все это лишь примеры хорошего сценария. Одни и те же приемы здесь используются не просто так, а потому что они всегда работают.

«Преступление и наказание»

В каждом из нас где-то глубоко скрывается темная сторона. Происходит преступление. Совершается убийство. Мы не знаем, кто злодей. Но всегда гораздо интереснее, почему убийство произошло, чем кто его совершил. В отличие от категории «Путешествие за золотым руном», для хорошего детективного фильма неважно, как меняется герой, важна реакция зрителей, открывающих для себя такие грани человеческой натуры, о которых они даже не подозревали, пока не случилось преступление на экране и не началось «расследование». Например, как в классике детективного жанра — фильме «Гражданин Кейн». Это история о стремлении проникнуть в самые потайные уголки человеческой души и о том, что очень часто мы находим там нечто неожиданное, иногда темное и даже отталкивающее, а также ответ на вопрос «Почему?»

«Китайский квартал», возможно, — самый лучший детектив из когда-либо снятых и настоящий образец сценарного мастерства. Это одна из тех редких картин, которую вы пересматриваете тысячный раз, но все равно находите что-то новое. Замечательной ее делают принципы, которые лежат в основе всех классических детективов. Такие детективные истории или социологические драмы, как «Китайский синдром», «Вся королевская рать», «Джон Ф. Кеннеди. Выстрелы в Далласе», «Таинственная река», заставляют нас обращаться к темной стороне. Правила этой категории просты. Преступления фактически расследуем мы, зрители. В то время как наши кинематографические аватары выполняют работу за нас, именно мы должны впитать в себя всю собранную информацию, и именно нас должны потрясти обнаруженные факты.

Если ваш сценарий — об открытии подобного рода, посмотрите классику детективного жанра. Обратите внимание на сыщиков, которые представляют на экране зрителя. Постарайтесь понять, почему исследование темной стороны человеческой натуры часто оборачивается изучением самого себя, подобно эшеровской^[31] рептилии, кусающей собственный

хвост. Хороший детектив призван делать именно это — словно рентгеном просвечивать нас самих и заставлять задуматься: «А не мы ли несем в себе зло?»

«Торжество чудака»

Чудак, или дурак, всегда был очень важным персонажем мифов и легенд. Он выглядит обыкновенным деревенским простофилей, но на поверку оказывается мудрее всех окружающих. До поры до времени он остается в тени, и мы склонны недооценивать его истинные способности. Но зато потом благодаря этому он проявляет себя в полной мере.

В кинематографии образ чудака восходит к таким классикам жанра, как Чаплин, Китон и Ллойд. Они создали образ маленького человека, недалекого и незаметного, который добивается своего благодаря удаче и своей особой черте — способности не опускать руки ни при каких обстоятельствах. Сегодня такие фильмы, как «Дэйв», «Будучи там», «Амадей», «Форрест Гамп» и многие картины с участием Стива Мартина, Билла Мюррея и Бена Стиллера, представляют собой пример того, как эволюционировала эта идея и почему она еще долго будет привлекать создателей фильмов.

Основной прием этой категории заключается в том, чтобы столкнуть лбами тихоню-чудака и гораздо более могущественного «плохого» парня. Мы наблюдаем за тем, как неудачник оставляет в дураках тех, кого принято считать королями жизни, и это дает нам луч надежды и позволяет посмеяться над чем-то, к чему в повседневной жизни мы привыкли относиться серьезно и с пиететом. В этом жанре нет запретных тем, мишенью для насмешек может оказаться и Белый дом («Дэйв»), и успех в бизнесе («Придурок»), и раздутое благоговение перед важностью нашей культуры («Форрест Гамп»).

Рабочие элементы в фильмах этой категории простые: «чудак», который выглядит настолько нелепым и неприспособленным к жизни, что в возможность его успеха не верит ни один человек из его окружения (и это происходит на протяжении практически всей истории), — и его объект противостояния. Зачастую у главного героя есть товарищ, который, как и все прочие, прекрасно понимает ситуацию и не

может до конца поверить в то, что чудаку удастся всех обставить, например Сальери в «Амадеусе», доктор в «Будучи там», лейтенант Дэн в «Форресте Гампе». Часто этим персонажам приходится хуже всех. Именно они оказываются в конце голдберговской цепочки событий^[32], запущенной чудаком, и в итоге получают тортом в лицо, как герой Герберта Лома в «Розовой пантере». Их ошибка заключается в том, что они, близко зная главного героя и понимая, что он на самом деле собой представляет, тем не менее глупо пытаются вмешиваться в его дела.

Эти особенные чудаки — неважно, идет ли речь о комедии или о драме, как, например, в случае «Чарли» и «Пробуждения», — помогают нам взглянуть на мир глазами неудачника. Все мы время от времени чувствуем себя таковыми, и подобные истории позволяют нам ощутить вкус чужой победы как своей собственной.

«Чувак в группе»

Где бы мы были сейчас друг без друга? А когда мы держимся вместе и нашу группу объединяют общие интересы, мы познаём преимущества и недостатки принесения в жертву целей меньшинства ради того, к чему стремится большинство. Таким образом, к категории, условно названной мною «Чувак в группе», относятся фильмы о группах, общественных институтах и «семьях». Это особые истории, так как они, с одной стороны, отдают должное конкретному сообществу или институту, а с другой стороны, поднимают проблему потери индивидуальности.

«Пролетая над гнездом кукушки» — история о группе пациентов психиатрической больницы. «Красота по-американски» — описание жизни соседей в современном пригороде. «Чертова служба в госпитале МЭШ» — об американской армии. «Крестный отец» — о семье мафиози. В каждом из этих фильмов присутствует персонаж, выступающий против общественных правил и обличающий их лицемерие. В перечисленных фильмах роли бунтарей достались Джеку Николсону, Кевину Спейси, Дэвиду Сазерленду и Аль Пачино соответственно.

Я назвал данную категорию сюжетов «Чувак в группе», и эти истории показывают, что поведение групп часто бывает алогичным и ведет к разрушению личности. Музыкальная тема «Самоубийство безболезненно» (Suicide Is Painless) из сериала «Чертова служба в госпитале МЭШ» посвящена не столько безумию войны, сколько безумию стадного инстинкта в нас. Надевая униформу, будь то военный камуфляж или удобная рубашка-поло с маленьким логотипом на кармане, мы теряем часть своей индивидуальности. Все эти фильмы объединяет попытка понять, что мы приобретаем и что отдаем взамен, когда ставим интересы группы выше собственных. Опять-таки, история данного типа понятна и первобытному человеку. Верность группе иногда противоречит здравому смыслу и даже законам выживания, но мы все равно так поступаем. Подобное существовало всегда. Мы с интересом наблюдаем, как другие

сражаются в этой битве, точно так же, как и мы каждый день. Вот почему фильмы данной категории такие популярные... и такие *первичные*.

Часто в фильмах категории «Чувак в группе» повествование ведется от лица новичка. Он — почти как мы, зрители, — недавно попал в эту группу благодаря кому-то более опытному. Таковы, например, персонажи Джейн Фонды в фильме «С девяти до пяти» и Тома Халса в «Зверинце». Подобные герои могут оказаться поистине незаменимыми для объяснения повествования, если действие сюжета происходит в любой сфере, где обычный зритель не знаком с технологиями, профессиональным языком или правилами. Они в прямом смысле слова могут спросить: «Как оно работает?» Данный прием позволяет объяснить зрителям какой-либо нюанс. Это удачный способ продемонстрировать жизнь группы изнутри, и иногда нам, обычным зрителям, ее мир может казаться безумным.

По большому счету, все истории этой категории сводятся к вопросу «Кто из нас более сумасшедший — я или они?» Стоит взглянуть в лицо Аль Пачино в конце второй части «Крестного отца», чтобы осознать, насколько на самом деле безумно решение пожертвовать собой ради интересов группы. Вот он — человек, совершивший самоубийство ради семьи и во имя «традиции». И что теперь? Это шокирует так же, как и последнее открытие персонажа Кевина Спейси в «Красоте по-американски», и практически в точности отражает пустой взгляд героя Джека Николсона после операции в психиатрической больнице в фильме «Пролетая над гнездом кукушки». Почему? Потому что это одна и та же история, с той же идеей и душевным надрывом, только рассказанная абсолютно по-разному.

Каждый из этих фильмов работает, потому что все они следуют определенным правилам.

И они предлагают нам то же самое... только другое.

«Супергерой»

Категория «Супергерой» прямо противоположна категории «Чувак с проблемой»: герой, обладающий сверхспособностями, оказывается в обычных жизненных обстоятельствах. Как в истории про Гулливера, связанного лилипутами, сюжет о супергерое призывает нас отнестись с сочувствием к сверхсуществу, наделить его человеческими качествами и поставить себя на его место, чтобы понять, каково это — иметь дело с маленькими человечками вроде нас. Не удивительно, что так много подростков и повернутой на компьютерах молодежи читают комиксы! Им не надо далеко ходить, чтобы отождествить себя с героем и почувствовать, как тяжело быть непонятым.

Тем не менее эта категория не ограничивается историями о мужчинах в плащах и трико. Она больше, чем вселенная «Marvel» или «DC Comics»^[33]. Хорошие примеры супергероев, живущих среди нас и бросающих вызов посредственности окружающего мира, — это персонажи фильмов «Гладиатор» и «Игры разума» (в обеих картинах в главной роли — Рассел Кроу, что вновь заставляет задуматься об архетипах киногероев и играющих их актеров). В обоих случаях проблема заключается в заурядности окружающих людей. Неужели они этого не понимают? Вообще-то нет. Вот почему быть «особенным» настолько трудно. С этой точки зрения, данный ряд дополняют «Франкенштейн», «Дракула» и «Люди Икс». Фактически все сюжеты о супергероях повествуют о том, как это — быть другим, и подобное чувство знакомо даже нам, лилипутам. Во враждебном мире супергерои сталкиваются с завистью к их уникальным способностям и гениальному уму. Время от времени все мы переживаем нечто похожее. Любой, кого когда-либо отчитывали на родительском собрании или над кем насмеялись из-за смелого предложения на рабочей планерке, может понять, что чувствует чудовище Франкенштейна, которого преследует разъяренная толпа с вилами и факелами.

Чтобы сочувствие и симпатия зрительской аудитории оказались на стороне миллионера Брюса Уэйна или

профессора-гения — персонажа Рассела Кроу, необходимо акцентировать внимание на том, что эти способности являются не только преимуществом героев, но и источником непрекращающейся боли и страданий. Быть Брюсом Уэйном совсем не просто. Бедный парень постоянно испытывает душевные муки! Пожалуй, в его случае дешевле было бы потратиться на психотерапию (если он может позволить себе специальный пояс Бэтмена, он тем более способен заплатить 150 баксов в час за «мозгоправа»), но нам нравится Брюс Уэйн, потому что он жертвует собственным комфортом ради блага общества. Знаете, почему очень часто первый фильм из серии про супергероя имеет успех, в то время как последующие с треском проваливаются (как, например, «Робокоп-2»)? Миф о «рождении» супергероя, которым открывается любая серия подобных фильмов, усиливает сочувствие к его участи. Однако после этого создатели забывают о необходимости подпитать симпатии зрителей и возвращаться к человеческой стороне супергероя. (В фильме «Человек-паук — 2» подобной ошибки не допустили, и неудивительно, что он стал блокбастером.)

Откровенно говоря, мы никогда не сможем до конца понять супергероя. На самом деле наше отождествление с ним должно исходить из нашего сочувствия к его участи всегда оставаться непонятым. Если вы пишете сценарий о супергерое, в вашем распоряжении обширный литературный материал для анализа. Интерес к историям такого типа вполне понятен: они дают нам пищу для самых невероятных фантазий о наших возможностях в удачном сочетании с элементами реальности.

Маленький грязный секрет Голливуда

Я уверен, что после того как вы ознакомились с моей классификацией, вы не только поняли, отчего так много фильмов по своей структуре — словно близнецы-братья, но также и почему вам не раз приходило в голову, что некоторые фильмы — это явный плагиат.

И знаете что? Вы недалеко от истины.

Сравните «На гребне волны» с Патриком Суэйзи и «Форсаж». Да это один и тот же фильм, иногда вплоть до деталей! Просто первый — о серфинге, а второй — о крутых тачках. По-вашему, это воровство? Плагиат? А теперь сравните «Матрицу» и популярнейший мультфильм студии «Disney»/«Pixar» «Корпорация монстров». Да-да. Тот же сюжет. Подобных примеров бесчисленное множество: «Кто подставил кролика Роджера?» — это фактически «Китайский квартал». «Мне хватит миллиона» очень похож на «Один дома». В некоторых случаях имеет место сознательное копирование. В других — просто совпадение. Однако чаще всего такое происходит потому, что эти истории построены по определенным шаблонам, которые работают. Избежать их повторения невозможно. Каждый из подобных фильмов — это интересно рассказанная история. Некоторые завоевали огромную зрительскую любовь. Думаете, хоть один человек пожаловался на то, что «Форсаж» повторяет сюжет фильма «На гребне волны»? Сомневаюсь, что кто-то кроме нас с вами вообще это заметил.

Я еще раз хочу повторить главное: оно работает. Правила написания сценария непреложны, как законы физики, всегда и в любой ситуации. Ваша задача — узнать, почему и как именно они действуют. Если ваш сюжет напоминает плагиат, откажитесь от него. Если он похож на штамп, придумайте необычный поворот. Если он кажется знакомым, вероятнее всего, так и есть, и вам стоит придумать что-то новенькое. Но, по крайней мере, вы должны понимать, почему вы склоняетесь к использованию того или иного клише или похожего сюжета. У правил есть свое

назначение. Когда вы преодолеете ощущение того, что вы ограничены рамками правил, вы удивитесь тому, какую свободу они могут дать. Сотворить нечто абсолютно новое возможно только тогда, когда точно знаешь, чего пытаешься избежать.

Выводы

Тема жанра в кинематографии обуславливает необходимость классификации фильмов. Однако вместо традиционных жанров, таких как «романтическая комедия» или «фильм-ограбление», мы придумали 10 новых категорий, чтобы определить тип сюжета. Это все, что вам на данный момент необходимо, чтобы понять механику сюжета той истории, над которой вы работаете. Нет необходимости искать исключения.

Или я поторопился с этим утверждением?

Вы ведь сценарист. А как я отметил в главе 1, все хорошие сценаристы ужасно упрямы. Я знаю, что вы ответите на мои слова, подтвержденные годами упорной работы и профессионального опыта: а как же исключения из правил? Например, «Клуб “Завтрак”»^[34] — что это? «Обряд посвящения» или «Чувак в группе»? (Правильный ответ: «Чувак в группе».) Ладно, а как тогда насчет «Человека дождя»? Это «Путешествие за золотым руном» или «Два товарища»? (Правильный ответ: «Два товарища».) Хорошо, умник, что скажешь по поводу «Образцового самца» Бена Стиллера? (Правильный ответ: просто плохое кино! Вообще-то это один из моих любимых плохих фильмов. И отличный пример категории... «Супергерой».)

Вы упустили основную идею этой главы, если по-прежнему пытаетесь искать исключения из правил. Смысл состоит в том, чтобы использовать классификацию в качестве инструмента повествования. Необходимо знать фильмы. Но никак нельзя знать их все. Это то, с чего вы можете начать. Посмотрите на сценарий, над которым вы сейчас работаете, и попробуйте определить, к какой категории он, вероятнее всего, относится. Ряд сюжетных моментов там заимствованы из разных категорий? Может быть, вы начинаете историю в одном жанре, а заканчиваете в другом? Это не беда. (То есть, по большому счету, я сомневаюсь, что вам удастся продать такой сценарий, но все мы учимся на своих ошибках. Мы же сценаристы! Без «граблей» в нашем деле никак!)

Важно, чтобы вы разбирались в языковых средствах, ритме и целях того жанра, в котором работаете. Если вы определились с жанром, ознакомьтесь с его правилами и основными принципами. Ваш сценарий только выиграет. А шансы продать его увеличатся.

Для меня наиболее удивительное в перечисленных категориях — их способность вдохновлять. Когда я смотрю на эту классификацию и на ее наследие, иногда уходящее корнями в древние легенды и знакомые с детства сказки, я понимаю, что задача «дать то же самое, только другое» стара как мир. «Челюсти» — это всего лишь пересказ древнегреческого мифа о Минотавре или средневековых сказаний о драконах и их победителях. «Супермен» — просто современная версия мифа о Геракле. «Дорожное приключение» — «Кентерберийские рассказы» Чосера на новый лад. Не знать корни той истории, которую вы пытаетесь создать, за последние сто лет существования кинематографа или за последнюю тысячу лет, — значит не уважать традиции и базис вашей работы.

Получается, что принцип «дайте мне то самое, только другое» испокон веков лежал в основе всех повествований. Для наших современников важно лишь то, какую жизнь мы вдыхаем в старые сказки, как рассказываем их на современный лад и заставляем звучать по-новому. В нашей профессии данный навык необходимо всячески развивать и совершенствовать. В следующей главе мы поговорим о том, как на этой замечательной основе перейти к самой важной части: главному герою.

Практические задания

1. Возьмите киноафишу. Прочитайте описание каждого из фильмов и определите, к какой жанровой категории он относится. Если вы выбрали какой-то фильм и его посмотрели, сравните его с другими картинами того же жанра. Был ли ваш выбор изначально обусловлен тем, что вам нравится категория, к которой он относится?

2. Возьмите телегид и обратите внимание на логлайны. Определите жанры всех фильмов, которые вам знакомы (используя приведенную классификацию, просто поставьте рядом с каждым фильмом порядковый номер категории). Сработал ли этот прием? Удалось ли найти подходящую категорию для всех фильмов?

3. Определите, к какой категории относится сценарий, над которым вы сейчас работаете. Составьте список других фильмов этого жанра. Сходите в ближайший салон видеопроката и посмотрите, сколько картин из списка есть в наличии. Проанализируйте, в чем сходства и различия всех этих фильмов. Появилось ли у вас более четкое понимание, к какому типу относится ваша идея или уже заверченный сценарий?

4. И, наконец, задание для тех, кто любит искать исключения из правил: придумайте собственную категорию и дайте ей название. Определите три фильма в этом жанре. А можете назвать пять таких картин? Если да, то, вполне вероятно, вы открыли новый жанр!

Если вы придумали абсолютно новую жанровую категорию, напишите мне о ней по адресу электронной почты, который я уже указывал в разделе практических заданий главы 1. Если она действительно того стоит, я могу даже включить вашу категорию в последующие издания этой книги.

Глава 3. Это о парне, который...

Понять, о ком ваш фильм, — это следующий шаг в определении его сюжетной линии. Как говорил мне мой мудрый отец: «Расскажи мне историю о парне, который...» И теперь всякий раз, когда кто-то из сценаристов собирается поделиться со мной своей идеей, в глубине души мне хочется услышать что-то вроде: «Это о парне, который...»

Почему так?

Наверное, так происходит всегда, когда возникает необходимость выразить идею и донести ее до других. Главный герой, «о ком это», — наш входной билет. На нем фокусируется все внимание, и мы, зрители, отождествляем себя с ним, идет ли речь о киноэпопее или о рекламе стирального порошка. Мы получаем возможность идентифицировать себя с кем-то, и этот кто-то вовсе не обязательно должен быть человеком. Почему нас увлекают в «историю» продаваемого товара анимированные логотипы, подставные актеры из рекламных роликов или так называемые «лица компании»? Все потому, что любая идея воспринимается гораздо легче, когда мы видим, как кто-то пробует это за нас. Причем принцип вовлечения в историю остается одним и тем же, неважно, смотрим ли мы «Лоуренса Аравийского», где Лоуренс обдумывает план атаки Акабы с суши, или рекламу средства от головной боли, где домохозяйка, которой нужно справиться с кучей дел, переживает, скоро ли у нее перестанет болеть голова.

Работа над созданием таких персонажей, которые способны привлечь зрительскую аудиторию, своеобразна и уникальна, совсем как сценарист с великолепной идеей для фильма. Такого рода персонажи отвечают двум задачам одновременно: целевая аудитория должна легко отождествлять себя с ними, и они должны служить целям истории. А начинается все с отличного логлайна, цепляющего нас тем, что мы можем отождествить себя с главным героем. Именно поэтому в хорошем логлайне всегда должны присутствовать пара прилагательных:

«нерешительный учитель, который...», «стенографист, страдающий агорафобией, который...», «застенчивый банковский служащий, который...» Это также относится и к противнику главного героя, самое время сформулировать его описание, например «слишком заботливый коп», «террорист с манией величия» или «склонный к убийствам булочник». Давайте добавим еще несколько пунктов в наш список того, что должен включать в себя идеальный логлайн, чтобы привлечь и удержать внимание:

- прилагательное, описывающее главного героя;
- прилагательное, описывающее плохого парня;
- убедительная и понятная зрителю цель.

Благодаря даже схематичным описаниям главного героя, за которым пойдет зритель, а также злодея, пытающегося помешать протагонисту достичь цели, аудитория получает более ясное представление о том, что ее может ждать, а потому чувствует готовность поддаться любопытству и погрузиться в историю. Но как мы собираемся этого добиться? Как придумать хорошую историю, да еще с «правильными» персонажами, чтобы удачно ее продать?

О ком этот фильм?

В каждом фильме должен быть главный герой. Даже если картина состоит из отдельных историй, как «Криминальное чтиво» с Джоном Траволтой или «Преступления и проступки» с Вуди Алленом. Фильм должен быть о ком-то. В нем должны присутствовать один или два основных персонажа, на которых мы могли бы сфокусировать внимание, с которыми могли бы отождествить себя и которые выразили бы главную идею фильма.

Создать такого героя или выделить его из нескольких в случае, если сюжетное полотно складывается из отдельных историй, — задача очень важная. Тем не менее далеко не всегда мы начинаем работу над идеей «стопроцентного хита» с главного героя. Сложно это признать, но я сам редко начинаю писать сценарий, отталкиваясь от личности героя. Гораздо чаще первой все-таки бывает идея. И если главный герой уже является частью идеи — что ж, это подливка к основному блюду. Возможно, многие со мной не согласятся, но я выражаю лишь свою точку зрения. Мне кажется, что главный герой должен способствовать раскрытию идеи, а не наоборот. И если у вас есть блестящая идея, будущий хит, идеальный «крючок», но вы пока не совсем понимаете, кто герой вашей истории, самое время взяться за работу и усилить идею правильными персонажами — и особенно протагонистом.

Все сводится к тому, чтобы сделать лучше саму историю.

В большинстве случаев ключ к пониманию того, кто должен выступать главным действующим лицом, содержится в логлайне. Так было со многими моими сценариями, которые я удачно продал. Изначальная концепция определяла сюжетную схему, и мне оставалось только добавить детали. В комедии «Ночь покера», которую я и Колби Карр продали студии «Disney», вся интрига как раз и заключалась в главных персонажах: «Муж-подкаблучник однажды остается один на выходные и проигрывает дом в покер нечистому на руку картежнику». Это «Рискованный бизнес» с папой^[35]. Нужно ли

еще что-то говорить? Для воплощения идеи нам оставалось только найти правильный баланс между героем и злодеем и сделать историю о путешествии папы от подкаблучника до полноправного мужчины.

Еще одна наша комедия, которую мы продали киностудии «Universal», называлась «Третий класс» и тоже имела очень простую предпосылку развития сюжета. Это была история о взрослом мужчине, который должен вновь вернуться в третий класс. Главный герой нарушает правила дорожного движения, превышая скорость у школы, в которой он когда-то учился. Его задерживают, и судья предписывает ему в качестве исправительных работ посещение занятий в третьем классе, где он должен будет снова учиться правилам поведения в обществе. Все просто, не правда ли? Но кто лучше всего подошел бы для того, чтобы оказаться в подобной ситуации? У кого этот конфликт, учитывая характер наказания, вышел бы самым комичным? Кому предстояло бы самое «долгое путешествие» и самый большой урок? Кому угодно? Не совсем так, и в ходе дальнейшей работы над сюжетом это прояснилось. Парень, больше всех нуждающийся в подобном уроке, — человек, которому еще надо повзрослеть. С одной стороны, состоявшийся мужчина, его ждет повышение по службе — а занимается он созданием жестоких видеоигр для детей (какая ирония, не так ли?), — а с другой стороны, ему нужно научиться основам человечности.

Этот парень еще не понимает, что ему нужно снова вернуться в третий класс. Приключение преподаст ему комический урок, которого он заслуживает. Это простая добрая идея для фильма, и постер должен быть таким же: мужчина в костюме от Армани и с мобильным телефоном едва помещается за маленькой школьной партой в окружении восьмилетних сорванцов, возможно даже, на спине у него бумажка: «Ударь меня!» Представили себе? Не сомневаюсь. Однако прием с отправкой кого-то снова в третий класс не сработает, если мы не найдем идеального кандидата для такого путешествия.

Усиливаем логлайн

Зачастую ваша великолепная идея дает лишь общее представление о том, что необходимо, чтобы главный герой наилучшим образом раскрыл ее. Чтобы сделать ее работающей, приходится трудиться над персонажами, придумывать протагонисту самый острый конфликт, самое длинное путешествие и самую первичную цель, чтобы усилить идею для достижения максимального эффекта. Давайте еще раз вернемся к логлайнам, которые мы разбирали в главе 1, и поразмышляем над тем, какие персонажи могли бы воплотить названные идеи.

Все, что я знаю о фильме «Четыре Рождества», — это то, что главными героями является молодая пара. У каждого из них родители развелись и женились повторно — отсюда необходимость навестить все четыре семьи за один день на Рождество. Могу предположить, что влюбленные хотят прожить вместе, «пока смерть не разлучит их», но не все у них вначале идет гладко. Они избегают своих родителей и не хотят вспоминать о проблемах, которые были у них в детстве. Они не желают думать о разводе. Но жизнь преподносит не только приятные сюрпризы. Они — молодожены, и этот день станет для них сущим испытанием. Повторят ли они путь своих родителей или пойдут собственной дорогой, связанные вечными узами и неразлучные? При том что я не читал этого сценария и понятия не имею, как на самом деле в нем развивались события, лично я написал бы именно так.

Неожиданным образом мы начинаем сопереживать этой молодой паре из-за их глубокого и понятного каждому желания сохранить свой союз, любить друг друга, несмотря на неудачные примеры, поданные родителями. Такой фильм я хотел бы посмотреть, потому что мне интересно увидеть, как герои одержат победу. Так ненавязчиво эта «простая» предпосылка наполнилась глубоким смыслом. Мы не только нашли «правильных» персонажей для истории, но придумали для них важное и основополагающее путешествие. Теперь история

воплощается через героев. А вы думали — это просто смешной постер!

В логлайне фильма «Совместная поездка» большую роль играют прилагательные, которые создают для меня воображаемую картинку и заставляют идею «заиграть». «Скромный» учитель отправляется на патрулирование вместе со своим будущим шурином, «слишком заботливым» копом. Причина проста и понятна: женщина, которую они оба любят. Прилагательные дают мне понять, как именно будет развиваться история. Это испытание для учителя: наберется ли он храбрости, чтобы завоевать руку любимой в «реальном» мире отважных полицейских? Если он действительно ее любит, то да.

А теперь давайте при прежних обстоятельствах попробуем изменить персонажей. Что, если бы мы получили шанс придумать любой неожиданный поворот для этой основы? Например, молодой человек, ухаживающий за сестрой полицейского, никакой не учитель, а бывший «зеленый берет»^[36]? Тогда это совсем другое кино. В моем воображении сюжет принимает иное направление. Теперь, чтобы создать комический конфликт, перепуганным и нерешительным вы заставите выглядеть именно копа. Он превратится в Барни Файва^[37], которого его будущий шурин научит паре приемов, и все это — вперемешку с кадрами воспоминаний «учителя» о войне в Персидском заливе и иногда крупным планом его «взгляда на две тысячи ярдов»^[38]. К тому же, скорее всего, в данном случае идея совместной поездки должна принадлежать именно «учителю». Итак, это уже совсем другой фильм, не правда ли? Еще один вариант развития событий. Он наглядно показывает, как вы можете загубить хорошую идею, выбрав неподходящих персонажей. Мне кажется, что первоначальная идея была гораздо лучше.

В случае с логлайном фильма «Корпоративный выходной» (The Retreat) опять-таки большую роль играют прилагательные, которые говорят нам о том, что сценаристы, скорее всего, все сделали правильно. В их варианте история звучит следующим образом: молодой сотрудник, работающий в компании недавно, попадает на корпоративный отдых в выходные, где кто-то

пытается его убить. Забавный сюжет. Однако давайте попробуем поместить в те же обстоятельства других персонажей и посмотрим, как изменится история. Что, если главному герою 65 лет, он 20 лет проработал на компанию, а теперь собирается на заслуженный отдых? У нас получилась история о фирме, которая избавляется от сотрудников, чтобы сэкономить пенсионные выплаты. По сути своей идея осталась прежней: корпоративный отдых, серия покушений на убийство, помешавшийся сотрудник не понимает, почему за ним охотятся. Но ход развития событий получается совершенно другим, как и мораль истории. Как и зрительская аудитория: смотреть такой фильм не захочет никто. В лучшем случае его пришел бы посмотреть Джек Леммон^[39], сам снимавшийся в независимом кино, но, к сожалению, Джека уже нет в живых.

Таким образом, чтобы идея была жизнеспособной, хороший логлайн нужно усилить персонажами, способствующими ее раскрытию лучше всего. Вся соль в том, чтобы придумать героев, которые:

- создают самый острый конфликт в данной ситуации;
- должны в психологическом отношении пройти «самый долгий путь»;
- наиболее близки и понятны аудитории!

По поводу последнего пункта хочу поделиться с вами своим личным наблюдением и опытом человека, которому перевалило за сорок. Сейчас я должен более внимательно следить за тем, каких героев я придумываю для своих сценариев. Мне кажется, что всем вокруг, как и мне, по четыре десятка лет. А мои персонажи — те, которые нравятся лично мне, — сегодня они все «экзистенциальные герои», слегка потрепанные жизнью, но набравшиеся мудрости. Это здорово. Вот только зрители, которые придут смотреть фильм, давайте уж признаемся себе честно, — это молодые люди, возможно, прогуливающие учебу. (Впрочем, если бы такой фильм действительно сняли, французы признали бы меня гением.)

Всякий раз, когда я ловлю себя на мысли, что пишу сценарий, где в главной роли мог бы сняться Тим Аллен, Стив Мартин или Чеви Чейз, я останавливаюсь и напоминаю себе, в

каком мире я живу: бал правит одержимый молодостью Голливуд. Старая гвардия хороша для придания атмосферы, они — словно часть семейного фото в рамочке, но будет ли картина успешной, если отдать им первые роли? Никогда. Ну или в очень редких случаях. Я нашел выход. Когда я ловлю себя на подобном, а изменить сюжет уже не представляется возможным, я делаю своего великолепного персонажа, решающего вечные вопросы, подростком, а семейную пару, переживающую кризис в отношениях, молодыми людьми немного за двадцать. Это именно та аудитория, которая смотрит кино. Это те герои, которых зрители хотят видеть на экране своего местного кинотеатра.

К чему бороться с ветряными мельницами?

Мое слабое место — это возраст моих героев. У вас наверняка есть свои «слепые пятна». Однако мы не должны забывать, что наша главная задача — создавать фильмы для массового зрителя, понятные любому человеку в любой точке мира. Не думайте, что весь мир воспримет на ура вашу идею, если она нравится вам и вашим друзьям или если вам лично по душе какой-то герой. Однажды мне презентовали идею фильма под названием «Автомобиль Хулио Иглесиаса» — я не шучу! Как вы думаете, зрители повалят на эту премьеру толпой? Сомневаюсь. Вот почему я настаиваю на необходимости «проверять» ваши идеи на реальных людях в реальном мире, чтобы узнать их реакцию.

Этот разговор о «слепых пятнах» напомнил мне одну из моих любимых историй, из тех, что рассказывал мне отец. В свое время он был занят в индустрии рекламы и однажды пытался продать одному из клиентов время в воскресном телеэфире. Клиент, человек очень состоятельный, отказался от этого предложения, выдвинув весьма логичный, с его точки зрения, аргумент. «По воскресеньям никто не сидит дома перед телевизором, — заявил он. — Все играют в поло!»

Это хороший урок для всех нас.

Первичная потребность

Я акцентирую на этом внимание на протяжении всей моей книги, но хочу повторить еще раз: *первичная потребность*.

Как только вы придумали героя, вы должны понять его мотивацию. Чтобы фильм имел успех, мотивация героя должна быть первичной, на уровне основных инстинктов. Чего он хочет? Если повышения по службе, то лучше бы это было как-то связано с завоеванием руки и сердца девушки, которую он любит, или со спасением жизни дочери, нуждающейся в дорогостоящей операции. А если это конфликт с врагом, то лучше, если они сойдутся не на жизнь, а на смерть, а не просто поплюются друг в друга шариками из промокашки.

Почему так?

Потому что наше внимание привлекают первичные потребности: выживание, голод, секс, защита близких, страх смерти.

В основе самых удачных кинематографических идей, как и в основе мотивации главного героя, лежат первичные потребности и желания. Первичные!

Не верите?

Тогда давайте еще раз обратимся к трем нашим логлайнам, уберем из каждого первичную потребность и посмотрим, по-прежнему ли нам будут интересны эти фильмы.

Представим, что в фильме «Четыре Рождества» главные герои не женаты. Например, они просто друзья детства и у них традиция каждый год встречать Рождество вместе с их семьями. Сюжет тот же. Но уберите из отношений этой молодой пары секс, и что останется? Ничего интересного. Ситуация такая же забавная. Главная идея та же. Но нет первичного интереса, который цепляет. Так что я пас!

Представим, что в фильме «Совместная поездка» отсутствует такой персонаж, как «сестра/невеста». Например, придурок-учитель просто вызвался отправиться на патрулирование с полицейским — неважно, с кем именно. В этом случае у меня есть еще один козырь в рукаве: первичная

потребность — выживание. Учителю все же придется продержаться целую ночь, рискуя жизнью. Однако если на кону рука прекрасной дамы — сестры полицейского / невесты учителя, — это добавляет в историю еще один первичный элемент. Не напоминает ли вам такой сюжет практически рыцарский роман, как в примерах из главы 2? Если победителю достанется принцесса, сюжет, без сомнения, вас зацепит, и неважно, происходит ли его действие сегодня или в Средние века.

И еще один пример, для закрепления.

Представим, что в фильме «Корпоративный выходной» (The Retreat) отсутствует фактор опасности. Нет никаких убийств, и все происходящее — всего лишь розыгрыш, устроенный для новичка. Ну, каковы ваши ставки? Чтобы подобная идея сработала, в истории должна быть угроза жизни, а иначе это просто фильм о корпоративном тренинге или, того хуже, экзистенциальная метафора.

Наконец, помните, что самое главное — это ваш герой. Пусть у него будет цель. Реальная, первичная цель, понятная всем и каждому. Пусть его желания окажутся приземленными и простыми: выживание, насыщение, секс, защита любимых, страх смерти.

Когда речь заходит о том, кого лучшего всего выбрать в качестве главных героев вашего сценария, самый сильный эмоциональный отклик у нас вызывают истории о мужьях и женах, отцах и дочерях, матерях и сыновьях или бывших возлюбленных. Почему? Потому что эти люди есть в жизни каждого из нас. Вы говорите «отец», и я представляю своего отца. Вы говорите «девушка», и я представляю свою девушку. Это истории про нас, потому они нам интересны. Они немедленно привлекают внимание, поскольку в нас на инстинктивном уровне заложена реакция на этих людей и даже просто на сами слова. Так что, если вы сомневаетесь с выбором персонажей, обратитесь к самым устоявшимся в традиционном смысле образам. Сделайте их понятными для зрителя — такими, чтобы их мог понять даже неандерталец (и его брат).

Сделайте их (скажем все вместе)... *первичными!*

Выбор актера на главную роль

Одна из ловушек, в которую могут угодить искушенные сценаристы, заключается в том, что они всегда знают, на какую роль претендует тот или иной актер. Адам хочет сыграть следующую роль в драме — и получить свой «Оскар». Джим тоже. И Стив тоже. (После фильма «Трудности перевода» все хотят!) Мы все следим за новинками кинематографа, можем знать или не знать, что уже находится в производстве. И мы думаем, будто нам известно, кто идеально подойдет на главную роль в сценарии, который мы пишем.

Позвольте мне сказать раз и навсегда: мы этого не знаем!

Ту же мысль можно выразить иначе.

- Не выбирайте актеров, пока не продали сценарий!
- Не пишите роль под актера!
- Не увлекайтесь идеей о том, что конкретный актер будет сниматься в вашей картине, — вы все равно окажетесь разочарованы!

Очень редко бывает так, что идеальный сценарий получает идеальный для него актерский состав. Позвольте поделиться с вами собственным горьким опытом.

В 2004 году мы вместе с Шелдоном Буллом написали уморительный комедийный сценарий. Представьте себе, что президентский вертолет приземляется на вражеской территории и президенту лично удается поймать Усаму бен Ладена. Таков был наш сюжет. Это история о том, как президент открывает героя внутри себя. «“В поисках Галактики” с Джорджем Бушем». Круто, правда? Мы и название придумали: «Ястреб и цыпленок. Снижение»^[40]. Нам не удалось продать сценарий, потому что есть только два человека, которые могли бы сыграть президента. А на этом держалась вся идея. На самом деле мало кто сумел бы раскрыть ту картину. Мы сразу же подумали о Тиме Аллене. Но кто еще? Получается, мы сами загнали себя в угол, начав подбирать актера. Да, фильм забавный. Да, сценарий отличный. Да, возможно, когда-нибудь его все же удастся снять,

но сейчас эта история отложена в долгий ящик. *Понимаете, о чем я?*

Мы, профессиональные сценаристы, должны были предвидеть такое развитие. Но мы оказались настолько поглощены нашей идеей, что не уделили этому внимания. Основной урок заключается в том, что вам всегда следует оставлять простор для подбора актеров. Ваши персонажи должны быть такими, чтобы их могли сыграть многие актеры — и при этом «раскрыть» фильм. Вот еще одна причина такого большого спроса на молодых актеров — их просто пруд пруди! Итак, запомните, вы не знаете, какую роль ищет для себя актер. Даже если вы услышали это лично от его агента. Даже если сам актер, глядя вам в глаза, заявляет, что больше всего на свете он мечтает о роли учителя в какой-нибудь комедии. Не верьте ему. Он же актер. Конечно, они милые и очаровательные люди, но уж слишком непостоянные.

Они сами не знают, чего хотят.

И вы тоже.

Архетипы актеров

Почему так получается, что некоторые актеры снова и снова играют похожих персонажей? Как было замечено в главе 2, на протяжении всей истории кинематографа многие известные актеры действительно удачно исполняли какие-то определенные роли. Взять хотя бы Мэрилин Монро, Кларка Гейбла, Кэри Гранта. Или современные примеры: Джима Керри, Рассела Кроу, Джулию Робертс и Сандру Буллок. Нельзя сказать, что это плохие актеры, не способные играть разноплановые роли. Секрет состоит в том, что в значительной степени фильмы работают благодаря нашему желанию видеть на экране определенные архетипы.

Актеры, воплощающие данные архетипы сегодня, просто пришли на смену тем, кто играл эти же архетипы в прошлом.

Судите сами: Рассел Кроу и Эррол Флинн (они даже родом из одних мест), Джим Керри и Джерри Льюис, Том Хэнкс и Джимми Стюарт, Сандра Буллок и Розалинд Расселл.

Эти архетипы существуют, чтобы удовлетворить нашу внутреннюю потребность увидеть на экране те образы, которые возникают в нашем воображении. Нам интересны архетипы Юнга, и актеры нам их демонстрируют. У вас никогда не возникнет проблем с подбором исполнителей на ваши роли, если вы будете писать сценарий, отталкиваясь от архетипов, а не от актеров. Далее позвольте мне представить вам несколько архетипов от Блейка Снайдера (это, конечно, не юнгианская классификация, хотя я хорошо знаком с его учением).

- **«Свой парень»** (типично американский архетип): молодой человек, стремящийся к успеху. Его представляют такие актеры, как Гарольд Ллойд, Стив Мартин (в свое время), Адам Сэндлер, универсальный Эштон Катчер. Он также в духе литературных героев Горацио Алджера^[41] — немного недалекий, но отважный малый. Персонажам такого типа мы всегда желаем успеха.

- **«Умница»** (чистая сердцем и миленькая): Бетти Грейбл, Дорис Дей, Мэг Райан (в свое время), Риз Уизерспун. Женский аналог архетипа «свой парень».

- **«Бесенок»** (маленький сорванец, сообразительный и изобретательный): Джеки Куган, Маколей Калкин и даже их противоположность, звезда психологического триллера «Дурная кровь» Патти Маккормак.

- **«Секс-бомба»**: Мэй Уэст, Мэрилин Монро, Брижит Бардо, Хэлли Берри.

- **«Красавчик»** (мужской аналог предыдущего архетипа): от Рудольфа Валентино до Кларка Гейбла, от Роберта Редфорда до Тома Круза, Вигго Мортенсена и Вина, гордости мистера и миссис Дизель.

Этот список можно продолжить. Архетип «солдата, который возвращается, чтобы отомстить врагам», представляют Пол Ньюман и современный Клинт Иствуд. Архетип «неугомонная красotka» — Вероника Лейк и Анджелина Джоли. «Милашка» — Кэри Грант и Хью Грант. «Придворный шут» — Дэнни Кей, Вуди Аллен, Роб Шнайдер. «Мудрый дедушка» — Алек Гиннесс и Йен Маккеллен сегодня — та же борода и та же мантия.

Еще есть архетипы сказочных гномов и плутов, закадычных друзей и говорящих животных, старых дев и волшебников, «фальстафов»^[42] и скряг. Они продолжают появляться на экранах вновь и вновь. Тот же характер, то же поведение. Точно так же, как важно знать историческое развитие сюжетов определенных типов, нужно быть знакомым с длинной «генеалогической» линией своих персонажей, на основе которой сложился их архетип.

Не надо быть Джозефом Кэмпбеллом, чтобы понять: неважно, как проявляют себя актеры, архетипы не меняются. У каждого из них своя история, и именно ее мы хотим видеть вновь и вновь. Успех определяется исключительно тем, насколько наблюдаемое на экране совпадает с нашим внутренним восприятием. Кто должен получить желанную награду, а кто — понести заслуженное наказание и почему? И, несмотря на политическую корректность и веяния моды, мы всё так же хотим, чтобы персонажи, которые нам не нравятся, получали по заслугам, а любимые нами — добивались успеха. Сюжеты о таких героях и математические уравнения, по которым работают эти истории, уже «зашиты» в нашу ДНК. Задача

сценариста — просто забыть о звездных актерах, сосредоточиться на архетипах и попытаться привнести в них что-то новое.

Особые обстоятельства

Специально для самых упрямых моих читателей давайте обратимся к исключениям. Все более или менее ясно, когда речь идет о главном герое линейного и простого кино. Но как быть с особыми обстоятельствами? Например, если сюжет складывается из нескольких историй? Или в случае с биографическими картинами? Или с анимационными фильмами, персонажи для которых взяты из необычных сказок?

Без паники.

Да, всегда бывают особые обстоятельства. Тем не менее подход к созданию главного героя во всех перечисленных случаях остается таким же, как и в стандартном сценарии.

Возьмем, например, биографический жанр. Вам вручили чье-то жизнеописание, и теперь вам необходимо перенести эту историю на экран. Однако что, если герой не слишком привлекателен? Или он совершал поступки, не особенно достойные восхищения? Рассмотрим фильм «Кинси»^[43]. Те из вас, кто знаком с историей жизни пионера в области сексологических исследований профессора Альфреда Кинси, могут представить, с какой проблемой столкнулся сценарист (он же режиссер, Билл Кондон). Кинси был странным. Он изучал сексуальное поведение своих друзей и соседей, шпионил за женой и обращался с подчиненными в манере, которую многие сочли бы неприемлемой. Таким образом, главный герой этой истории автоматически становится «плохим парнем». Но если получилось сделать привлекательного героя из порномастера Ларри Флинта, издателя журнала «Hustler», в фильме «Народ против Ларри Флинта», то почему бы не воспользоваться той же формулой? Именно это Кондон и сделал.

С аналогичной проблемой столкнулись сценаристы фильма «Игры разума» о жизни математика Джона Нэша. Они поступили проще и слегка подтасовали факты его биографии, чтобы сделать своего персонажа более приятным. Они опустили некоторые сомнительные эпизоды его личной жизни, а из двух настоящих жен сделали одну кинематографическую, что лучше

укладывалось в сюжет. Такого рода вещи в руках истинных знатоков того, что следует опустить и оставить недосказанным, происходят довольно часто.

Мне самому пришлось столкнуться с подобной проблемой при создании сценария биографического фильма о Джоне Делореане, известном автомобильном конструкторе и создателе спорткаров «Делореан». Представьте мое удивление, когда, изучая факты его жизни, я обнаружил, что это был совсем не бунтарь типа Такера^[44], вынужденный противостоять «Большой тройке»^[45], а в некотором роде обычный ловкий мошенник. Все, конечно, замечательно, но кто же тогда будет героем истории? Я решил, что повествование должно вестись от лица автора одной из книг о Делореане, которую я читал. Этот парень изнутри наблюдал за становлением империи Делореана с момента ее создания и в конце концов разочаровался как в самом Делореане, так и в его «видении». «Входным билетом» в эту историю для зрителей стала возможность наблюдать за взлетом и падением Делореана изнутри и видеть, как его обводили вокруг пальца. Я дал своему сценарию ироничное название «Автомобиль мечты». Работая над фильмом-биографией, вы должны придерживаться того же правила, что и в случае любой другой истории: прежде всего эта картина должна быть «о парне, который...» и вызывать у нас чувство сопереживания и сопричастности.

Пусть герой будет понятен зрителю.

Фильмы, в которых сюжетное полотно собирается из нескольких историй, ставят перед сценаристом такую же проблему. Однако, как показывают примеры картин Джона Траволты «Криминальное чтиво» и Вуди Аллена «Преступления и проступки», главный герой — не обязательно тот, кто чаще всего появляется на экране. Подобные картины ставят особую задачу, как увлечь зрителя и позволить ему погрузиться в повествование. Человек задается вопросом: о ком этот фильм с двенадцатью персонажами, которым уделено равное внимание и отведено равное время на экране?

Один из признанных мастеров данного жанра, кинорежиссер Роберт Олтмен^[46], специализировался именно на этом приеме.

В его фильмах «Нэшвилл», «Добро пожаловать в Лос-Анджелес» и «Короткие истории» присутствуют переплетения жизней персонажей, но нет главного героя. Впрочем, сам Олтмен считает иначе. В фильме «Нэшвилл» «главным героем» становится сам город Нэшвилл, точно так же как Лос-Анджелес выступает в качестве «главного героя» в картинах «Короткие истории» и «Добро пожаловать в Лос-Анджелес». При том что эти фильмы совсем не похожи на классические истории про героев, Олтмен нашел собственный подход и придерживается его. Создав новый тип героя, которому мы можем сопереживать, он успешно доносит до зрителя то, что хотел сказать.

В кинокартинах этого жанра, как и в любых других, главным героем обычно является тот, кто раскрывает тему фильма. Если у вас возникли сомнения, спросите себя, кто выполняет эту функцию в вашем сюжете? Кто противостоит всем прочим и переживает самый значительный духовный рост? Вскоре вы поймете: вы задаете себе все те же вопросы, что и когда ищете главного героя для фильма любого другого жанра. Кто предлагает наиболее острый конфликт? Кто эмоционально проходит самый долгий путь и кто нравится вам больше всего? Кому вы сопереживаете и желаете успеха? Это и есть тот герой, о котором должна быть ваша кинокартина.

Анимационные фильмы, созданные на основе существующих произведений, тоже непростой материал, особенно если адаптируется история из другой культуры или другого времени. Чуть позже мы с вами посмотрим, как героем диснеевского мультипликационного фильма «Аладдин» вместо уличного оборванца из оригинальной истории (хотя этот персонаж считался абсолютно приемлемым для той культуры, в которой он был создан) становится дружелюбный современный мускулистый красавчик. Аналогичным образом в диснеевских мультфильмах «Муллан», «Покахонтас» и «Горбун из Нотр-Дама» сценаристы столкнулись с похожими проблемами и несколько изменили самих героев и их истории. Однако независимо от того, являются ли вашими персонажами обитатели «Ледникового периода» или уникальные насекомые (как в мультфильмах «Муравей Антц» и «Приключения Флика»),

процесс создания удачного логлайна и правильного выбора главного героя всегда одинаков.

Во всех этих случаях основное правило гласит: придерживайтесь первичных элементов. Расскажите мне историю о парне...

- ...с которым я могу себя отождествить;
- ...у которого я могу чему-то научиться;
- ...за которым мне хочется последовать (я верю, что он заслуживает успеха);
- ...цели которого мне понятны.

Следуйте этим простым правилам, чтобы определить главного героя вашего фильма, и вы не ошибетесь. Неважно, какое вы получили задание и исходный материал, вы поймете, кто должен стать героем вашей истории, проникнув в ее суть.

Раб логлайна

Когда вы нашли для своей истории идеального героя и определили его первичную цель, самое время вернуться к логлайну и добавить в него то, что вы узнали, чтобы сделать его лучше. Если это звучит так, словно я пытаюсь сделать из вас «раба логлайна», — что ж, вы недалеки от истины.

Логлайн — это зашифрованный код вашей истории, ее ДНК и ее константа. Если логлайн хороший и в нем присутствуют все элементы удачной идеи, то он станет вашим руководством по написанию сценария. Коротко говоря, это своеобразный «пробный камень» как для сценариста, так и для тех людей, которым вы продаете свою историю. Если вы придерживаетесь логлайна, вы донесете свою историю до зрителя в лучшем виде. А если вы поймете, что на середине творческого процесса отклонились от логлайна, у вас должна быть на то веская причина.

Это также относится и к герою вашей истории.

Логлайн рассказывает историю героя. Кто он, против кого он борется и что на кону. Удобный и лаконичный формат в виде одного или двух предложений рассказывает все. Сформулировать эти два предложения и придерживаться их в дальнейшем — не просто хорошее упражнение, данный принцип станет жизненно важным для вашей истории, когда вы приступите к ее написанию. Определив, кто является вашим главным героем, какова его основная цель, а также кто тот «плохой парень», который препятствует ему в достижении цели, вы сможете лучше понять, чего не хватает вашей истории. Ключ к успеху — логлайн, где наиболее четко сформулирован конфликт, определен главный герой и его противник, прописана самая первичная цель. После того как вы определили эти характеристики и как они работают, придерживайтесь их. Используйте логлайн, чтобы перепроверять результат по мере работы над сценарием. И если вам в голову вдруг придет более удачный сюжетный поворот, обязательно вернитесь к логлайну и измените его формулировку. При этом с самого начала и вплоть

до завершения работы помните, что вы пишете историю «о парне, который...» Логлайн поможет вам контролировать результат от первоначальной концепции до этапа киносъемки.

Выводы

Вторым наиболее важным условием успешного сценария является вопрос выбора главного героя. При этом «успешным» я считаю сценарий, который в итоге удалось продать. С определения актерского состава и основной идеи фактически начинается работа над любым фильмом. Первые два вопроса, которые задает зритель: «О чем этот фильм?» и «Кто там снимается?» Теми же вопросами задаются и все остальные — от агента и продюсера до руководителя студии. От того, насколько увлекательно переплетаются эти два компонента, зависит, захотим ли мы смотреть то или иное кино.

Главного героя можно считать идеально подходящим для фильма, если он отвечает следующим условиям: он предлагает наиболее острый конфликт, в эмоциональном плане ему предстоит пройти самый длинный путь, у него есть первичная цель, понятная всем зрителям. Выживание, голод, секс, защита близких, страх смерти всегда привлекают наше внимание. Обычно мы отождествляем себя с героем, а потому более удачным выбором для персонажей будут матери и дочери, отцы и сыновья, братья и сестры, мужья и жены, а не просто незнакомцы, оказавшиеся в тех же обстоятельствах.

После того как вы внесете эти дополнения в ваш логлайн, придумайте прилагательные, чтобы описать главного героя и «плохого парня», а также основную цель или обстоятельства.

Практические задания

1. Вернитесь к вашему списку фильмов, в жанре которых вы пишете сценарий, и придумайте логлайн для каждого из них. Особо тщательно опишите подходящими прилагательными героя, «плохого парня» и основную цель героя.

2. Какие архетипы актеров вы можете определить на основе списка фильмов вашего жанра? К какому типу относится главный герой? Кто из актеров прошлого и из современных звезд кино смог бы сыграть эти роли?

3. Назовите один фильм, состоящий из отдельных историй, и определите его героя. В каждой ли картине должен быть главный герой? Приведите примеры других фильмов, где сюжет не требует наличия главного действующего лица.

4. Если вы чувствуете в себе силы, попробуйте написать логлайн для следующей идеи: парень получает говорящую машину. Используйте свои знания о том, как придумать главного героя, «плохого парня» и основную цель, создайте логлайн для этой идеи. Не забудьте о прилагательных, чтобы привлечь наше внимание.

Глава 4. «Приступаем к структуре!»

У вас уже чешутся руки поскорее сесть за написание сценария вашего фильма? Разумеется, да! Думаете, я скажу, что вы уже можете начать писать? Нет, пусть чешутся!

Хотя, несомненно, вы близки к заветной цели. Подумайте о том, чего вам уже удалось достичь. Вы сформулировали свою идею в одном предложении и «отшлифовали» ее. Вы «протестировали» эту идею на реальных людях, чтобы убедиться, что она того стоит. Вы посмотрели с десятков фильмов в том же жанре, что и ваша история. Вам удалось найти идеального главного героя и его антагониста, а также усилить первичную цель героя и конфликт, препятствующий ее достижению. Самое время собрать всю наработанную информацию и выяснить, с какой стороны лучше подойти к написанию сценария.

Для меня нет более волнительной минуты в работе над будущим сценарием, чем когда в голове раздается боевой клич: «Приступаем к структуре!»

Это значит, что настал момент собрать воедино все замечательные сцены, идеи и персонажей и посмотреть, как развивается сюжетная линия, что делают герои, понадобятся ли вам все те сцены, которые возникали в вашем воображении, или же вам придется придумать что-то абсолютно новое.

Пора выполнить ту работу, которая впоследствии сэкономит ваше время, позволит вам четко и ясно презентовать свою идею и станет фундаментом и каркасом вашего сценария. И здесь лучше семь раз отмерить и один отрезать.

Пора поговорить о структуре.

Структура, структура, структура...

После того как вы придумали идею для будущего фильма, определили главного героя и зрительскую аудиторию, остается единственный элемент, важный для написания и последующей реализации сценария, — его структура. Хорошая структура — это броня вашего сценария. При продаже наличие в тексте четкой структуры продемонстрирует, что вы действительно потрудились сделать ваш проект цельным и основательным. Если кто-то захочет присвоить себе ваши лавры сценариста и попытается перекроить ваш текст, он может изменить порядок сцен, убрать какие-то диалоги, добавить новых героев и выкинуть старых — да, такое тоже бывает! — но если вы тщательно проработали структуру своего произведения и знаете, как и почему работает история, сколько бы усилий ни затратили на его переделку, сценарий все равно останется прежним.

Он останется вашим.

Не надо сразу занимать оборону, но хорошая структура произведения гарантирует признание вашего авторского права. Скелет сценария, его структура в большей степени, чем любой другой элемент, будет служить доказательством для Гильдии сценаристов США^[47], что написанный сценарий изначально принадлежит именно вам. Спросите любого из пишущей братии, кто сталкивался с необходимостью доказывать свое авторское право в суде, он подтвердит. Для независимого сценариста это является гарантией, что его имя не выкинут из титров, а также что он будет получать причитающиеся ему авторские отчисления с каждого повторного показа, приходящие обычно в миленьких конвертах цвета лайма в самый неожиданный (и такой приятный) момент.

В работе над структурой важно все: мастерство сценариста, его терпение и скрупулезность, а также талант рассказчика. Без умения объединять все это вам не обойтись.

Я сам двигался к этому медленно и долго и пришел в большей степени от отчаяния. Сколько у меня было таких

встреч на заре карьеры, когда я, представляя идею своего сценария руководителю студии, рассказывал ему о главной идее и нескольких «классных» сценах, а затем мне оставалось только молча улыбаться, потому что я не знал, о чем еще сказать! Вот так-то! Я прекрасно помню, когда меня в первый раз наняли написать сценарий и руководитель спросил меня о моем «переходе в следующий акт». Я понятия не имел, о чем говорит этот милый человек. Я тогда еще не слышал о Сиде Филде (которого я считаю отцом современной кинодраматургии). А когда я наконец прочитал и переварил его бессмертное произведение «Сценарий», я понял, что нашел нечто, действительно способное помочь мне в моей профессии в дальнейшем.

Только представьте себе — *три* акта^[48]!

И все же этой информации мне оказалось явно мало. Я чувствовал себя, как пловец в безбрежном океане: сколько еще предстояло преодолеть мне между двумя кульминационными точками. Передо мной простиралось пустое сценарное пространство, в котором так легко было потеряться, запаниковать, пойти ко дну. Я чувствовал необходимость в промежуточных островах, чтобы разбить дистанцию заплыва на более короткие интервалы.

Заполнить это открытое пространство мне помогла Вики Кинг и ее книга с неправдоподобным названием из разряда «как-быстро-разбогатеть» — «Как написать сценарий фильма за 21 день». Тем не менее даже с центральными моментами и побочными сюжетами все еще оставалось слишком много пустого места.

Тогда я придумал собственную структуру.

На основе того, что я видел в фильмах и о чем читал в книгах по сценарному мастерству, а также исходя из своего опыта, я разработал собственный список ключевых элементов сценария. Я сформулировал 15 сюжетных точек, так что у меня получился документ объемом в одну страницу, представляющий собой структуру сценария.

Выглядит он следующим образом.

Структура сценария по Блейку Снайдеру

Название сценария:

Жанр:

Дата:

1. Открывающая сцена (с. 1)
2. Формулирование темы (с. 5)
3. Установка (с. 1–10)
4. Катализатор (с. 12)
5. Размышление (с. 12–25)
6. Переход ко второму акту (с. 25)
7. Второстепенная сюжетная линия (с. 30)
8. «Развлечения и приколы» (с. 30–55)
9. Поворотная точка (с. 55)
10. «Плохие парни наступают» (с. 55–75)
11. «Все потеряно» (с. 75)
12. «Душа во мраке» (с. 75–85)
13. Переход к третьему акту (с. 85)
14. Финал (с. 85–110)
15. Заключительная сцена (с. 110)

Согласитесь, все просто и понятно?

Я прибегаю к помощи этой несложной формы всякий раз, когда мне предстоит встреча по поводу моего сценария. Накануне я обязательно сажусь и заполняю все пункты, их не так уж и много. Достаточно написать одно-два предложения для объяснения каждой сценарной точки. По аналогии с логлайном, который в одном предложении описывает весь фильм, я понял, что если мне не удастся лаконично сформулировать сценарную точку, значит я еще недостаточно ее проработал. Я блуждаю в догадках, переливаю из пустого в порожнее и никак не могу сдвинуться с места. Я даже не подозреваю, что у меня проблемы, пока не начну работать над формой и не попытаюсь описать каждый ее пункт.

В скобках — номер страницы в сценарии, где должна происходить указанная сюжетная точка. Объем хорошего сценария должен быть таким же, как вес хорошего жокея, —

110^[49]. И хотя некоторые драматические истории могут быть длиннее, основные пропорции сохраняются. Я стремлюсь к тому, чтобы в моих сценариях переходы к новому акту, ключевые моменты и сюжетная точка «Все потеряно» укладывались именно в эти ограничения. И у меня получается. Возьмите, например, фильм «Мне хватит миллиона». Первые пять минут картины примерно соответствуют пяти страницам сценария, и на пятой минуте тема уже четко обозначена. Обратите внимание, когда именно в фильме наступает ключевой момент, сюжетная точка «Все потеряно» и переход в третий акт. Их хронология выверена идеально, и так же идеально она перенесена со сценария на экран, потому что мы с Колби из кожи вон лезли, чтобы добиться этого, начиная с первого наброска и до финальной версии. Все получилось благодаря нашей добротной структуре, которую мы предварительно проверили со всех мыслимых ракурсов. От любых возможных изменений сценария нас защитило то, что нам удалось создать абсолютно неизменную структуру.

Названия некоторых сюжетных точек, вероятно, ни о чем вам не говорят. Вы можете спросить, что означает фраза «Развлечения и приколы».

Просто я так назвал эту сюжетную точку. Кстати, она встречается как в комедиях, так и в драме. Что такое «Душа во мраке»? Еще одно мое открытие, но эту сценарную точку вы видели миллион раз.

Теперь у вас в любой момент будет под рукой систематизированная структура сценария от Блейка Снайдера, которой вы можете воспользоваться. Однако прежде чем вы побежите применять ее на практике, позвольте мне объяснить суть каждого из перечисленных пунктов и привести примеры.

Можете ли вы отказаться? Нет, не можете.

Открывающая сцена (с. 1)

По этой части у нас складывается первое впечатление о фильме — о его тональности, настроении, масштабе. Можно привести примеры многих удачных открывающих сцен: безумная гонка на мотоцикле по сельской местности в Англии, которая приводит к гибели «Лоуренса Аравийского»; мрачный замок с высоким забором, за стенами которого скрывается таинственный гражданин Кейн. Встречаются и нелепые открывающие сцены, как, например, в фильме «Зверинец» с незабываемым девизом колледжа Фабер «Знание — это хорошо» на постаменте статуи основателя учебного заведения. Во всех трех примерах нам сразу становится ясно, с чем мы имеем дело, не так ли? Каждая из перечисленных открывающих сцен задает определенную тональность и характер всему фильму.

Открывающая сцена — это также возможность показать зрителю стартовую точку, с которой начинается условное путешествие главного героя. Мы видим, каким был главный герой до того приключения, в которое мы собираемся с ним отправиться. Предположительно, если сценарист справился со своей работой, в сценарии также будет присутствовать и момент «после», показывающий произошедшие изменения. Как и многие сюжетные точки в моей структуре, открывающая сцена имеет пару — закрывающую сцену. Они образуют своеобразную замкнутую рамку. А поскольку хорошая история всегда повествует о переменах, эти две сцены четко показывают, какие перемены и как происходят в вашем фильме. Открывающая и финальная сцены должны нести противоположный заряд, как плюс и минус. Отражение столь значительных изменений выражает эмоциональный подъем, свойственный фильму. Зачастую актеры читают только первые и последние десять страниц сценария, чтобы понять, присутствуют ли там серьезные перемены и насколько они интересны. Если из них не ясна интрига, обычно сценарий попадает в мусорную корзину.

Итак, открывающая сцена играет важную роль. Она задает тональность, настроение и стилистику картины, а также зачастую представляет нам главного героя, показывая его «до» основных событий. Однако все-таки главная ее функция — вызвать у нас желание устроиться в кресле поудобнее с мыслью: «Кажется, это что-то интересное!» Вы уже посмотрели с десяток фильмов в жанре вашего будущего сценария, так что наверняка можете привести в пример не менее шести картин с запоминающейся открывающей сценой. Она есть в любом хорошем фильме.

Формулирование темы (с. 5)

Где-то на пятой минуте фильма с хорошей структурой сценария кто-то (обычно не главный герой) задает вопрос или произносит фразу (как правило, в адрес главного героя), в которой и формулируется основная тема картины. «Будь осторожен в своих желаниях», или «Кто высоко летает, тот низко падает», или «Семья важнее денег». Подобные фразы редко говорятся прямо, обычно они проскальзывают в разговоре, и главный герой пропускает их мимо ушей, хотя впоследствии они еще сыграют свою роль.

Это высказывание является тематической установкой картины.

По большому счету, хороший сценарий являет собой размышления автора о плюсах и минусах определенного образа жизни или стремления к конкретной цели. Стоят ли того цель или мечта главного героя? А что, если они ошибочные? Что важнее: богатство или счастье?

Кто важнее: отдельная личность или общество? Весь остальной сценарий — это размышление на тему с доводами за и против, с разными точками зрения. Неважно, пишете ли вы сценарий комедии, драмы или научной фантастики, хорошее кино должно быть «о чем-то». Сейчас самое время и место во всеуслышание заявить, о чем ваш фильм.

Нельзя снимать кино ни о чем. Постарайтесь сформулировать, что вы хотите донести до зрителя. Возможно, вы поймете это только после того, как закончите первый рабочий вариант сценария. Но как только вы определитесь с темой, убедитесь, что зрителю она тоже ясна с самого начала — я всегда формулирую ее на пятой странице.

Это ваша начальная ставка. Ваше утверждение: я могу доказать заявленное. Что ж, дерзайте!

Установка (с. 1–10)

Первые десять, в крайнем случае двенадцать страниц сценария называются «установочными». Для меня и для большинства читающей публики в Голливуде эта часть сценария имеет решающее значение: история должна захватить и увлечь меня, или я потеряю к ней всякий интерес. Вспомните фильмы с удачными установочными моментами, где в течение первых десяти минут показывался главный герой, его задачи и основная цель всей истории — причем все это с огоньком!

С позиции писателя, именно в установочной части сценария я всегда демонстрирую всех действующих лиц основной сюжетной линии или, по крайней мере, даю намек на их появление в дальнейшем. Так происходит в любом хорошем фильме — в течение первых десяти минут мы встречаем всех персонажей или упоминание о них. Убедитесь, что в вашем сценарии вы также сделали это до десятой страницы.

На первых десяти страницах мы начинаем объяснять характер главного героя, демонстрируем определенные его черты, к которым еще вернемся в процессе повествования, показываем, как и почему ему придется измениться, чтобы достичь своей цели. Например, она — писательница, ведущая уединенный образ жизни и погруженная в собственные фантазии («Роман с камнем»). Он — стильный симпатичный толковый парень, торгующий иностранными машинами, за словом в карман не лезет и не имеет никаких привязанностей («Человек дождя»). Она — легкомысленная девушка, которая не кажется обремененной глубоким внутренним миром («Блондинка в законе»).

В тот момент, когда наш герой хочет что-то получить или ему чего-то не хватает, самое время обозначить «шесть вещей, которые нужно исправить». Число «шесть» здесь произвольно. Я придумал такое условное название для подробного списка того, чего не хватает в жизни главного героя. Ваша задача — показать это зрителям. Данные «шесть вещей» — особенности характера и недостатки, — как маленькие бомбы замедленного

действия, сработают в определенных местах в ходе повествования. Они будут повторяющимися шутками и отсылками. Зрители должны понимать, к чему их отсылают. Возьмем в качестве примера фильм «Большой» и его установочную часть: «Чтобы отправиться в эту поездку, тебе нужно вот настолько подрасти». В списке «шести вещей, которые нужно исправить» есть и другие желания, помимо того что вырасти. Главный герой фильма не может встречаться с девушкой, быть самостоятельным и много чего еще. Однако во втором акте он получает все это, когда волшебным образом взрослеет. Все отсылки в виде его осуществившихся желаний работают только потому, что мы уже видели их в установочной части.

Да уж, на первых десяти страницах надо многое успеть! Но без этого никуда. Если вы хотите играть по-крупному, задачу нужно довести до конца.

В заключение я хочу показать, как установочная часть соотносится с первым актом. Я воспринимаю пространство фильма как собранное из трех независимых миров. Большинство называют их тремя актами, но в моей интерпретации это «тезис», «антитезис» и «синтез». Первые десять страниц сценария и остальная часть первого акта — тезис картины. Здесь мир предстает перед нами таким, каким он был, пока не начали развиваться основные действия. Это полное описание мира главного героя «до», затишье перед бурей, особенно в установочной части. Если бы последующие события не произошли, то все примерно так и продолжалось бы. Однако уже в установочной части остро чувствуется, что «скоро грянет буря», потому что неизменность, когда все остается как есть, — это смерть. Что-то должно измениться.

Катализатор (с. 12)

Катализатором может быть все что угодно. Посылка, которую получает Джоан Уайлдер (в исполнении Кэтлин Тернер) в фильме «Роман с камнем» и благодаря которой она отправляется в путешествие по Южной Америке. Телефонный звонок, из которого герой Тома Круза в фильме «Человек дождя» узнает о смерти своего отца. Ужин, где жених героини Риз Уизерспун в фильме «Блондинка в законе» сообщает ей, что бросает ее. Катализатором может служить телеграмма, увольнение, измена жены, которую главный герой застаёт в постели с другим, новость о том, что герой проживет от силы три дня, стук в дверь, курьер. В установочной части сценарист показывает нам какой-то кусочек мира, а затем с помощью катализатора разрушает его в один момент. Бах — и все!

Мне очень нравится момент катализатора, и мне действительно не хватает этой сцены, если ее нет в фильме или она плохо продумана. Нужно, чтобы она была. Ее отсутствие огорчает меня так же сильно, как отсутствие моей любимой сцены «спасения котика» в современном развлекательном кино. Мне нравится момент катализатора на экране, потому что это жизнь. Подобные ситуации случаются у каждого из нас. Событие, которое круто меняет всю нашу жизнь, очень часто сначала кажется нам катастрофой. Как и многие сюжетные точки из моей структуры сценария, катализатор — на самом деле совсем не то, чем кажется. Его не назовешь хорошей новостью, и все же в итоге он оказывается именно тем, что приводит главного героя к счастливой развязке.

В нескольких первых черновых вариантах, когда я работаю над сценарием, мой катализатор плавает где-то в неопределенном месте. Установка обычно затягивается, сюжет оказывается переполнен деталями, а катализатор, который должен быть на странице 12, таинственным образом обнаруживается на 20-й. Выход один: вырезать его и вставить туда, где ему место, — на страницу 12. И когда начинаешь «резать» свой такой родной и выстраданный текст, неожиданно

приходит осознание: так вот зачем нужны все эти структурные планы! Во всех скучных деталях нет нужды или же у меня просто не получалось передать их лаконично. Фактически сцена с катализатором — первый момент, когда что-то начинает происходить! Ну наконец-то! Если этой сцены нет, ожидание затягивается и раздражение читателя нарастает. Резюме на обложке вашего сценария будет гласить: «Нет сюжета». А все потому, что вы упустили внимание читателя. Так что запомните: страница 12 — катализатор. И следуйте этому правилу всегда.

Размышление (с. 12–25)

Эта часть сценария, страницы с 12-й по 25-ю, всегда ставила меня в тупик. Когда на 12-й странице я получаю телеграмму о том, что мою сестру захватили в плен пираты, я точно знаю, что мне нужно делать! Так почему же я, уже как писатель, должен выдумывать что-то еще до завершения акта, прежде чем мой герой примется за то, что он должен делать?

Как следует из названия, данная сценарная точка подразумевает размышление главного героя. Последний шанс для него признаться: «Это безумие». И нам важно показать, что он отдает себе отчет в происходящем. Стоит ли ему ввязываться в историю? Хватит ли у него храбрости? Разумеется, это опасное приключение, но есть ли у него выбор? Отсидеться дома?

Однажды мы с моим соавтором Шелдоном Буллом работали над фильмом из категории «Путешествие за золотым руном». В первом акте парнишку исключают из военной школы и отправляют домой, где он узнаёт, что его родители переехали. Наш герой на распутье. Он не может ни вернуться в учебное заведение, ни остаться там, где есть. Он выясняет новый адрес родителей, так что теперь ему нужно принять решение: отправиться их искать или нет? Это наш шанс показать, каким серьезным будет выпавшее на его долю испытание. Только представьте! Тем не менее, так как наш фильм — комедия, мы также сделали ситуацию забавной. К концу первого акта добродушный таксист отвозит нашего маленького героя на окраину города. Мальчик смотрит вдаль на пугающий путь, который ему предстоит проделать, чтобы найти родителей. Судорожно сглатывает... Впрочем, страх быстро развеивается, когда мальчика подбирает проезжающий автомобиль. Так что на этой оптимистичной ноте и с твердым решением он отправляется в путь.

Подобные моменты истины могут быть не столь четко определены. Тем не менее важно помнить, что в этой части сценария должен появляться какой-то вопрос. В фильме

«Блондинка в законе» катализатор в виде известия о том, что главную героиню бросает ее парень, стимулирует принятие ею решения: поступить в Гарвардскую школу права. А вот дальше возникает вопрос: «Удастся ли ей туда поступить?» Эта часть сценария демонстрирует, как героиня на него отвечает. Когда ей удастся сдать вступительный тест, снять провокационный видеоролик-презентацию и оказаться зачисленной, ответ на этот вопрос становится очевидным: «Да!» Так же как и наш маленький герой фильма «Один дома» в дороге», героиня Риз Уизерспун имеет право двинуть прямиком во второй акт. Она ответила на вопрос этой сюжетной точки сценария и может продолжать.

Переход ко второму акту (с. 25)

Он происходит на странице 25. Было много споров по этому поводу. Почему не на странице 28? Что не так со страницей 30? Пожалуйста, не начинайте снова.

В сценарии объемом 110 страниц это должно произойти не позднее 25-й страницы.

Я всегда первым делом заглядываю на 25-ю страницу, когда кто-нибудь вручает мне свой сценарий для прочтения (согласитесь, у каждого свои недостатки). Я хочу узнать: 1) произойдет ли что-нибудь и 2) знает ли сценарист, что нечто должно произойти. Я имею в виду действительно значимое событие.

Потому что это нечто должно случиться именно на странице 25.

Как уже говорилось ранее, переход ко второму акту — это момент, когда мы оставляем позади старый мир, тезис, и вступаем в новый мир, который является полной его противоположностью, антитезисом. Поскольку эти два мира настолько разные, момент перехода ко второму акту должен быть четко обозначен.

Очень часто, когда я работаю над сценарием, момент перехода сначала получается у меня расплывчатым. Вдруг оказывается, что героя заносит во второй акт волею обстоятельств. Это неправильно. Герой не может попасть туда случайно или не по своей воле. Он должен принять решение самостоятельно. В конце концов, потому он и герой, что должен предпринимать активные действия. Возьмите, например, «Звездные войны». Событие, которое побудило Люка Скайуокера отправиться в свое путешествие, — это гибель его родителей, но решение уйти он принял сам. Люк не может просто проснуться на звездном корабле Хана Соло, удивляясь, как он туда попал. Он должен сделать собственный выбор. Убедитесь, что ваш герой поступает так же.

Второстепенная сюжетная линия (с. 30)

Развитие второстепенной сюжетной линии начинается на странице 30. В большинстве случаев она представляет собой любовную историю. Это также история, которая раскрывает тему картины. Мне кажется, что начало второстепенной сюжетной линии, которое имеет место примерно на 30-й странице сценария, — своего рода «ускоритель», помогающий сгладить такой очевидный и резкий переход из первого акта основной сюжетной линии. Только подумайте: вы создали установку для основной истории, привели ее в движение, совершили этот резкий прыжок во второй акт и приземлились в абсолютно новом мире. Побочная сюжетная линия словно взывает: «Хватит уже, давайте поговорим о чем-нибудь другом!» Потому второстепенные сюжетные линии обычно поддерживают основную, но привносят что-то новое.

Эта история дает нам передышку.

Возьмем, например, фильм «Блондинка в законе». Второстепенной историей здесь становится дружба главной героини Эль Вудс с маникюршей, с которой она знакомится в Бостоне. И это как раз та нужная нам возможность передохнуть от основной истории. Мы познакомились с Эль. Ее бросил парень. Она решает поступить на юридический факультет, и у нее получается. Однако учиться там оказывается совсем не просто. Стоп, пока достаточно. Сделаем паузу! Давайте немного отойдем от темы и познакомимся с кем-нибудь еще. Так появляется маникюрша. Пусть дружба с маникюршей не вписывается в рамки традиционной любовной истории, все же это «история про любовь». Именно она поможет Эль стать сильнее. Благодаря ей Эль поймет, что в Гарвардской школе права она может применить все, что узнала в школе Хард Нокс. Именно она дает Эль силы для финального перехода к третьему акту и окончательной победы.

Во второстепенной истории часто появляются новые персонажи. Мы не всегда встречаем их на первых десяти страницах сценария и иногда можем даже не подозревать об их

существовании. Однако поскольку второй акт — это антитезис, они являются своеобразными антиподами персонажей, населяющих мир первого акта. Опять-таки, выбор персонажей для второстепенной истории в фильме «Блондинка в законе» — очень удачный тому пример. Маникюрша Полетт Бонафонте, роль которой исполняет великолепная актриса Дженнифер Кулидж, являет собой полную противоположность подруг Эль из женского клуба Калифорнийского университета в Лос-Анджелесе. Она — классический пример персонажа-антипода.

Итак, второстепенная сюжетная линия играет важную роль. Она обязательно должна быть в вашем сценарии. Она не только дополняет фильм любовной историей и позволяет напрямую обсудить тему вашей картины, но также обеспечивает писателю жизненно необходимую передышку от основной истории. И начинается она на странице 30.

Развлечения и приколы (с. 30–55)

Эта часть сценария становится, как я условно называю, «предвкушением раскрытия замысла». На ее основе создается постер картины. Кадры отсюда чаще всего попадают в трейлер^[50] фильма. Здесь можно расслабиться, перестать беспокоиться о развитии сюжета (до центрального момента все равно не произойдет ничего из ряда вон выходящего) и просто получить удовольствие. Эта часть сценария дает нам ответ на вопрос «Почему я решил посмотреть фильм? Что такого интересного в его замысле, его постере и основной идее?» Когда исполнительный продюсер просит меня добавить «еще несколько эпизодов», я помещаю их именно в этой части сценария.

По мне, так это сердце картины. Когда я понял, как именно должна работать данная часть сценария и зачем она вообще нужна, то совершил настоящий профессиональный прорыв. То, о чем я говорю, произошло летом 1989 года, и это был вполне конкретный момент моего искреннего ликования, что случается в жизни не так уж и часто. Я работал над черновым вариантом сценария «Стой! Или моя мама будет стрелять...», но процесс шел очень туго. У меня имелся отличный замысел: «У “Грязного Гарри”^[51] появился новый партнер — его мама». Но что дальше? О чем фильм? В чем динамика развития этого комедийного сюжета? (Думаю, многие из вас до сих пор задаются подобным вопросом.) И вот однажды, когда я сидел в своем офисе в Санта-Барбаре, меня осенило: самая медленная погоня в мире! Что, если полицейского Джо и его маму обстреливают преступники? А затем начинается погоня? Вот только за рулем оказывается не Джо, лихо запрыгнувший в автомобиль и готовый «жечь резину», а его мама. И она ведет машину абсолютно как мама, останавливается на всех светофорах и даже пытается в эти моменты обнимать сына. Сценарий у меня купила студия «Universal». На нашей первой рабочей встрече продюсер признался мне, что он принял решение, когда прочитал именно эту сцену. Почему? Потому что

именно тогда он понял, что в моей идее что-то есть. Я дал ему ожидание раскрытия замысла. И куда же я поместил этот замечательный эпизод? Туда, где он и должен быть, — в часть сценария под названием «Развлечения и приколы». Кстати, в драматическом кино подобное тоже работает. В «Крепком орешке» это именно тот момент, когда герою Брюса Уиллиса удается перехитрить террористов. В «Телефонной будке» — когда герой Колина Фаррелла осознаёт всю серьёзность своего положения. На время мы отвлекаемся от развития сюжета и концентрируемся на основной идее картины. Мы находимся в ожидании раскрытия замысла, и нам не нужно ничего больше. Я назвал эту часть сценария таким образом еще и потому, что тональность повествования здесь легче, чем в других частях. Так что герою Джима Керри в фильме «Брюс Всемогущий» приходится почувствовать себя в роли Создателя. А герою Тоби Магуайра приходится опробовать свои странные сверхспособности в «Человеке-пауке». Кроме того, именно в этой части сценария происходят самые бурные разборки между друзьями во всех фильмах категории «Два товарища». Улавливаете?

Развлечения и приколы. Поймите их, полюбите, примените.

Поворотная точка (с. 55)

Сценарий фильма условно состоит из двух частей, и поворотная точка на странице 55 словно линия водораздела между ними. Не умаляя значимости двух точек перехода в конце первого и второго актов, я хочу отметить важность поворотной точки, особенно в самом начале работы над структурой сценария. Пересмотрев сотни кинофильмов, я пришел к выводу, что поворотная точка является для главного героя либо «подъемом», когда кажется, что он достиг всего (иногда это лишь иллюзия), либо «провалом», когда весь мир вокруг него рушится (что тоже может оказаться ошибочным впечатлением). Далее все должно двигаться только в правильном направлении. Когда вы определились с тем, какая поворотная точка должна быть в вашем сценарии, вы словно крепко-накрепко забили гвоздь в стену. Теперь на этот гвоздь можно надежно намотать бельевую веревку, которой в метафорическом смысле является ваша история.

Я понял, насколько важна поворотная точка в фильме, только благодаря счастливой случайности. На заре своей карьеры сценариста я частенько записывал звуковую дорожку фильмов на аудиокассеты, чтобы слушать их в автомобиле в своих постоянных поездках между Санта-Барбарой и Лос-Анджелесом. В то время у меня было очень туго с финансами, и потому я покупал самые дешевые аудиокассеты, вмещавшие по 45 минут записи на каждой стороне. По случайному совпадению дорога между Санта-Барбарой и Лос-Анджелесом делится точно пополам горным перевалом. Таким образом, через 45 минут пути, когда я добирался до вершины холма, заканчивалась первая сторона кассеты, и я переворачивал ее. Однажды я записал ставшую классикой комедию «В чем дело, док?» режиссера Питера Богдановича с Райаном О'Нилом и Барбарой Стрейзанд в главных ролях. На следующий день, когда я достиг вершины холма, я обнаружил, что картина четко разделена на две половины и что ее поворотной точкой является провал.



Чему могут научить нас старые фильмы? Многому. Например, какой должна быть поворотная точка, как в фильме «В чем дело, док?», когда персонажи Райана О'Нила и Барбары Стрейзанд переживают полный провал?

Первая часть фильма завершается тем, что гостиничный номер персонажа О'Нила охвачен пожаром. И вот на следующий день он просыпается, понимая, что разорен, и видит героиню Барбары Стрейзанд, которая хочет ему помочь — в конце концов, пожар случился по ее вине! Представьте себе мои чувства, когда я доехал до вершины холма и в этот момент закончилась первая часть фильма, записанная на аудиокассету. Картина делится на две равные части! Так для меня открылись значимость и смысл сильной поворотной точки в сценарии.

После этого я начал замечать, что во многих фильмах поворотная точка меняет всю динамику картины. Тем не менее она не просто представляет «подъем» или «провал» главного

героя. На многих встречах, посвященных обсуждениям сценариев, можно услышать фразу, что «развитие проблемы достигает своего пика в центральном моменте». Это действительно так. Развлечения и приколы заканчиваются. Возвращаемся к основной истории. Если центральный момент в вашем сценарии представлен «фальшивой победой», например, в категории фильмов «Джинн из бутылки» главный герой волшебным образом открывает в себе сверхспособности, то главному действующему лицу кажется, что он добился всего, о чем мечтал. Однако это не более чем иллюзия, и ему придется еще многое испытать, прежде чем он выучит свой урок. Ему только кажется, что все замечательно.

В рамках предложенной мной структуры сценария у центрального момента есть пара — сюжетная точка, которая называется «Все потеряно», или, иными словами, «фальшивый провал». Она появляется на странице 75. Эти два пункта образуют одно целое, так как являются противоположностями друг друга. Основное правило гласит: все не так хорошо, как кажется в поворотной точке, и все не так плохо, как представляется в части «Все потеряно». И наоборот! Например, в фильме «В чем дело, док?» герой Райана О'Нила фактически получает желанный приз в моменте «Все потеряно» на странице 75. Но это фальшивая победа, испорченная бандой мошенников на церемонии награждения. Фактически она дает начало третьему акту. Поворотная точка всегда представляет собой либо иллюзию победы, либо иллюзию поражения, а сюжетная точка «Все потеряно» — это ее противоположность.

Не верите?

Пересмотрите еще раз фильмы в выбранном вами жанре и убедитесь, что эта ось «Поворотная точка — “Все потеряно”» присутствует в каждом из них.

«Плохие парни наступают» (с. 55–75)

Самая сложная часть сценария — страницы с 55-й по 75-ю, от поворотной точки до «Все потеряно». Это горькая правда. Еще ни разу у меня не получилось написать данную часть легко и непринужденно, и нет никакого другого способа справиться, кроме упорного труда.

Вот где в полной мере пригодится ваше упрямство!

Описание «Плохие парни наступают» применимо к ситуации, в которой оказывается главный герой во время поворотной точки. Кажется, что кругом тишь да гладь. Вроде бы плохие парни — будь то люди, явления природы или что-то еще — повержены и в стане главного героя царит взаимопонимание. Но не все так просто. Именно в этот момент плохие парни решают провести перегруппировку сил и послать в бой тяжелую артиллерию. И именно в этот момент внутренние разногласия, сомнения и зависть начинают разъединять команду главного героя.

Данная часть сценария всегда давалась мне с трудом. Это самая слабая часть в картине «Мне хватит миллиона», и в какой-то момент мы с Колби даже были уверены, что она испортит нам весь фильм. Так же трудно дела шли и при нашей совместной с Шелдоном Буллом работе над молодежной комедией «Совсем дрянные девчонки» (кроме того, мы не знали, что в тот момент Тина Фей^[52] уже работала над сценарием «Дрянные девчонки»). В нашей очень похожей истории четыре ученицы старших классов — типичные неудачницы — решают выступить против самоуверенных блондинок, считающих себя королевами школы. К наступлению центрального момента они их «победили» и стали самыми знаменитыми девчонками в школе. И что дальше? Ни Шелдон, ни я понятия не имели.

Мы нашли ответ на этот вопрос после долгих и мучительных раздумий, обратившись к нашим основным инстинктам. Плохие девчонки накопили силы для нового удара. Мы даже написали довольно смешную сцену, посвященную этому. Затем в стане наших героинь начались внутренние разногласия. Популярность

вскружила им головы, и каждая стала приписывать себе заслугу одержанной победы. Пospорив, кто из них популярнее, подруги поссорились. К точке «Все потеряно» складывается ситуация полностью противоположная той, что была в центральном моменте: плохие девчонки берут реванш и возвращают свой статус, а наши героини со стыдом покидают поле битвы. Вот уж точно, все потеряно.

У нас ушли недели на то, чтобы найти этот простой сюжетный ход. Очевидным он кажется только теперь, когда проблема решена.

Вот классический пример того, что должно происходить в любом сценарии в части «Плохие парни наступают». Силы, объединившиеся против героя, его внутренние и внешние враги усиливают хватку. Зло не сдается, а помощи нашему герою ждать неоткуда. Он должен справиться с испытанием в одиночку. Надвигается катастрофа, и это приводит нас прямоком к следующей части.

«Все потеряно» (с. 75)

Как уже говорилось ранее, сюжетная точка «Все потеряно» находится на 75-й странице хорошего сценария с четкой структурой. Она противоположна центральному моменту. Данную часть сценария также очень часто называют «иллюзией поражения». Несмотря на то что положение дел кажется безнадежным, эти трудности — временные. Хотя выглядит ситуация действительно мрачно. В жизни героя полный хаос. Все рушится. Никакой надежды.

Открою вам свой маленький профессиональный секрет, который я применяю при написании сцены «Все потеряно» в любом сценарии, чтобы добавить немного перчинки. Этот же прием можно проследить во многих успешных фильмах. Условно я называю его *«дуновение смерти»*.

Я начал обращать внимание на то, что в очень многих популярных картинах момент «Все потеряно» используется для того, чтобы убить кого-нибудь из персонажей. Самый известный пример — смерть Оби-Вана Кеноби в «Звездных войнах». Что же теперь будет делать Люк? Это та часть сценария, в которой наставникам приходит время умирать, в основном для того, чтобы их ученики осознали, что «все, что им нужно, уже есть внутри них самих». Смерть учителя открывает для них возможность доказать это.

Но как быть, если в вашем сценарии нет Оби-Вана? Если смерть вообще не имеет к вашей истории никакого отношения? Неважно. Придумайте что-нибудь, связанное со смертью, и вставьте в данную часть сценария. Это всегда работает. Будь то неотъемлемая часть истории или просто символический намек на близость смерти — все равно. Засохший цветок в горшке. Мертвая золотая рыбка. Новость о том, что умерла любимая тетушка. Тут может быть что угодно. Дело в том, что сюжетная точка «Все потеряно» — это все равно, что момент «Христос на кресте», когда умирает, остается в прошлом прежний мир, прежний герой, прежний образ мыслей. Тем самым открывается возможность для слияния тезиса (что было) и антитезиса (его

противоположности), так что получается синтез — новый мир, новая жизнь. Сцена смерти, даже золотой рыбки в аквариуме, поможет сделать момент, когда «Все потеряно», более проникновенным и трогательным.

Удивительно, но даже в популярной комедии «Эльф» с Уиллом Ферреллом в главной роли создатели фильма, кажется, придерживались моего структурного плана, и в картине есть момент, где отчетливо ощущается «дуновение смерти».

Это история о мальчике (Уилле Феррелле), выросшем среди эльфов в волшебной стране Санта-Клауса на Северном полюсе. Герой Уилла приезжает в Нью-Йорк, чтобы отыскать своего настоящего отца (Джеймса Каана). В забавном перевернутом мире второго акта есть и классический персонаж-антипод, который в Рождество работает в универмаге переодетым эльфом. Затем все идет наперекосяк. Родной отец Уилла отказывается его признать. Мир становится слишком сложным для нашего героя. И на странице 75 сценария мы встречаем его на мосту, когда он смотрит на протекающую внизу реку и явно обдумывает, не прыгнуть ли ему, чтобы свести счеты с жизнью. Когда я смотрел этот фильм в кинотеатре, то едва сдержался, чтобы не закричать в полный голос: «Вот видите! “Дуновение смерти”!» Да, это было именно оно.

Проанализируйте тот десяток фильмов, которые вы просмотрели, и определите в них сюжетные точки «Все потеряно». Присутствует ли там хотя бы косвенно упоминание смерти? Скорее всего, да. Оно есть во всех хороших первичных историях. И на то есть причина.

«Душа во мраке» (с. 75–85)

Итак, сейчас вы как раз работаете над моментом смерти в сюжетной точке «Все потеряно». Как чувствует себя ваш герой в этой ситуации? Ответ на вопрос содержит та часть сценария, которую я условно назвал «Душа во мраке». Она может длиться и пять секунд, и пять минут — важно то, что она есть. Как явствует из названия, данная сюжетная точка показывает нам темноту, предшествующую рассвету. Нечто, происходящее за мгновение до того, как главный герой, дойдя до ручки, наконец находит единственно верное решение, способное спасти его и весь мир. Но в тот момент его окружает мрак и кажется, что надежды на спасение не осталось.

Я не знаю, почему мы непременно должны увидеть этот момент, но он всегда присутствует. Та сюжетная точка, когда самое время воскликнуть: «Боже мой! Для чего Ты меня оставил?» Думаю, что она работает все по той же причине: это первичный момент. Мы все проходили через подобное: кто из нас не терял надежды, не чувствовал себя беспомощным и растерянным, не был пьяным и глупым, не сидел на обочине со спущенной шиной и четырьмя центами в кармане, зная, что опаздывает на самую важную встречу в жизни. Тогда и только тогда, когда мы признаем нашу человеческую ограниченность, найдем в себе смирение и перестанем пытаться контролировать все вокруг, сдавшись на милость судьбы, мы найдем решение. Мы должны сполна испытать горечь поражения, чтобы выучить свой урок.

«Душа во мраке» — как раз такой момент. Он присутствует и в комедиях, и в драматическом кино, потому что он жизненный и понятный для всех. В хорошо выстроенном сценарии он находится между 75-й и 85-й страницами. Это очень кстати, потому что на странице 85, когда герою наконец удастся найти решение проблемы, мы должны увидеть, как он переходит к третьему акту.

Переход к третьему акту (с. 85)

Ура! Решение найдено!

Благодаря персонажам, которые появились во второстепенной сюжетной линии (любовной истории), благодаря всем размышлениям над темой картины и обсуждениям, имевшим там место, благодаря последнему рывку протагониста плохие парни оказались повержены, ответ — найден, победа осталась за нашим героем!

Персонаж достойно проявил себя во всех ситуациях — и в хитросплетениях основного сюжета, и в перипетиях второстепенной линии, которые теперь слились воедино и дополнили друг друга. Он с честью выдержал все испытания и докопался до истины. Теперь ему остается только осуществить найденное решение.

В классическом варианте соединения основной и второстепенной сюжетных линий найти решение главному герою помогает женщина, благодаря ей он понимает, как решить обе проблемы: победить плохих парней и завоевать ее сердце.

Выход найден. Впереди нас ждет синтез нашей истории.

Финал (с. 85–110)

Финальная часть истории — это третий акт. Здесь повествование подходит к своему логическому завершению. Все уроки выучены. Внутренние недостатки протагониста исправлены. Основная и второстепенная сюжетные линии заканчиваются триумфом героя. Прошрое остается позади, а на смену ему приходит новый мир. И все это происходит благодаря главному герою, который играет первую скрипку, руководствуясь тем опытом, который он приобрел в перевернутом антитезисном мире второго акта.

В финале главный герой последовательно расправляется со всеми плохими парнями. Пешки и подручные умирают первыми, затем приходит очередь боссов. Основной источник «проблемы» — человек или предмет — должен быть уничтожен, чтобы дать место новому миру и новому порядку вещей. Вспомните фильмы, которые вы посмотрели, чтобы убедиться в справедливости этих слов. Финал истории — та ее часть, в которой происходит зарождение нового общества. Главный герой не просто переживает личный триумф, он должен изменить мир. Это происходит именно в финале и на соответствующей эмоциональной ноте.

Заключительная сцена (с. 110)

Как уже отмечалось ранее, заключительная сцена фильма является противоположностью открывающей. Это доказательство того, что перемены произошли, и они налицо. Если в вашем сценарии нет заключительной сцены и вы не знаете, какой она должна быть, вернитесь назад и еще раз все перепроверьте — возможно, вы что-то упустили во втором акте.

Выводы

Итак, я предложил вам собственную структуру сценария из 15 основных пунктов и подкрепил ее примерами типа фильма «В чем дело, док?» Бьюсь об заклад, что все вы, мои читатели, молодые современные сценаристы-всезнайки, сейчас скептически улыбаетесь и думаете: «Ну да, старичок, возможно, это и было актуально во времена твоей молодости, но только не сейчас. Мы обошлись без того, чтобы герой “понравился” зрителю (нам по душе “Лара Крофт — 3”), а без этой скучной старомодной структуры и подавно обойдемся. Да кому она нужна? Посмотрите хотя бы фильм “Мemento”^[53]!»

Я верно передал суть ваших возражений?



Люди не прочь скоротать субботний вечер за поиском решения экзистенциальной дилеммы, как доказывает жемчужина артхауса «Мemento». Это интересный ход или откровенно скучное кино? Вам решать.

Если так, то, хотя я и пытался использовать в качестве примеров современные фильмы типа «Блондинка в законе», скорее всего, вы по-прежнему с недоверием воспринимаете мои слова о том, что все это работает. Как и раньше. Как и всегда.

Специально для вас, мои молодые бунтари, позвольте мне привести пример фильма моего любимого жанра, взрослой комедии (рейтинг PG^[54]), откуда становится очевидно, как эта сценарная структура оправдывает себя в условиях современного кинематографа, который вы собрались покорять.

Да, кстати, забудьте о «Мemento»!

Вас устроит блокбастер, получивший 100 миллионов долларов кассовых сборов? Картина с отличным постером и логлайном, со звездным актерским составом, полностью отвечающая приведенной мной сценарной структуре? Тогда давайте рассмотрим комедию «Мисс конгениальность» с Сандрой Буллок в главной роли.

Начнем с того, что у этого фильма великолепное название. Логлайн фильма: «Гадкий утенок — агент ФБР под прикрытием принимает участие в конкурсе красоты, чтобы поймать убийцу». Этот логлайн, несомненно, отвечает всем четырем условиям, о которых шла речь в главе 1: в нем есть ирония, захватывающий образ, обозначена зрительская аудитория и стоимость производства, плюс ко всему — убойное название. Давайте проверим, можно ли «разложить» этот фильм в соответствии с предложенной мной структурой?

«Мисс конгениальность»

(Комедия, получившая 100 миллионов долларов кассовых сборов, изложенная в 15 пунктах по структуре Блейка Снайдера.)

Открывающая сцена. Фильм «Мисс конгениальность» начинается с воспоминания персонажа Сандры Буллок. Картинка следующая: героиня окружена мальчишками, среди них она — «свой парень» и ни в чем им не уступает. Затем мы переносимся в настоящее: героиня Сандры все так же в окружении представителей противоположного пола, она по-прежнему «свой парень», но теперь она — агент ФБР. Кажется, что она вполне вписывается в этот сугубо мужской мир.

Формулирование темы. Героиня заявляет, что ей нет необходимости становиться более «женственной», так как она — агент ФБР. Это утверждение и является темой картины. Но насколько оно соответствует действительности? Вот мы и узнаем. Фильм поднимает тему женственности. Это размышление с аргументами за и против о том, можно ли быть «крутой» и при этом оставаться женщиной?

Установка. К десятой странице мы знакомимся со всеми персонажами, действующими в основной сюжетной линии, и уже имеем некоторое впечатление о мире, в котором живет героиня. Мы встречаем героя Бенджамина Брэтта, он вроде как нравится героине Сандры. Увы, она не в его вкусе: ему нравятся «куколки», над которыми она сама смеется. Мы встречаем ее босса (Эрни Хадсона) и погружаемся в мир агентов ФБР. Этот мир суров, в нем играют по мужским правилам, но наша героиня здесь как рыба в воде. Она немного странная, с хрипловатым голосом, неопрятными волосами и полным отсутствием личной жизни, но она кажется счастливой. Это классическая расстановка дел, но в ней уже чувствуются грядущие перемены. Так продолжаться не может. Застой подобен смерти.

Катализатор. Приключения начинаются. Становится известно, что в адрес устроителей конкурса красоты «Мисс Америка» приходят письма с угрозами убийства. Мы знакомимся

с организаторами этого мероприятия, героиней Кэндис Берген и ее сыном, а также с их «Бертом Парксом»^[55] в исполнении Уильяма Шетнера (не забыть про его невероятный парик!). Чтобы поймать преступника, разрабатывается план по внедрению женщины-агента в число участниц конкурса. После рассмотрения всех кандидатур выбор падает на героиню Сандры.



Перейдем во второй акт и посмотрим, какие приколы нас там ждут. Героиня Сандры Буллок больше не гадкий утенок, она выглядит очень сексапильно, когда в мини-юбке гордо шагает во второй акт.

Размышление. Но справится ли героиня Сандры с этой задачей? Вот вопрос для размышлений. Ответ на него мы находим после нескольких смешных моментов с участием наставника нашей героини (персонажа Майкла Кейна), решившего рискнуть и взяться за сложную задачу превращения агента ФБР в сексуальную красотку.

Переход ко второму акту. После своего преображения героиня Сандры в мини-юбке и на высоких каблуках выглядит просто потрясающе. Под впечатлением оказывается даже персонаж Бенджамина Бретта. Но тут женщина теряет

равновесие. Да, ее ждет приключение не из легких, но героиня готова ко всему. Что ж, давайте вместе с ней отправимся во второй акт!

«Развлечения и приколы». Это классическое ожидание раскрытия замысла, включающее все те забавные моменты, вошедшие в трейлер картины, где показана вооруженная до зубов агент ФБР под прикрытием на конкурсе красоты. Конкурс талантов, где наша героиня музицирует при помощи наполненных водой бокалов, заканчивается тем, что она прыгает со сцены на мужчину, который кажется ей подозрительным. И так далее, и тому подобное. Главная героиня абсолютно не в своей тарелке, что ведет к разным комичным ситуациям. Именно потому мы и решили посмотреть фильм. Это зацепило нас, когда мы увидели постер. Это весело!

Второстепенная сюжетная линия. «История любви» фактически развивается здесь между героиней Сандры и остальными девушками-участницами конкурса. Почему? Потому что фильм о женственности, а наша героиня совсем не знакома с этим миром. Он может быть таким разным и таким непохожим: у каждой из участниц конкурса красоты свой особенный талант и свои причуды, и каждая, к удивлению героини Сандры, нуждается в ней и симпатизирует ей. Именно взаимоотношения главной героини фильма с девушками из мира красоты и гламура становятся основным посылом картины. А в том поцелуе между персонажами Сандры и Бенджамина, который случится в конце фильма, есть немалая заслуга этих девушек, благодаря им главная героиня многому научилась и открыла в себе настоящую женщину.

Центральный момент. Игры закончились — в адрес организаторов продолжают поступать угрозы, и задача героини усложняется. Мы видели много забавных моментов (ее выступление в конкурсе талантов), познакомились с подозреваемыми, повеселились, наблюдая за общением героини с девушками, которых она раньше считала странными. Теперь начинаются настоящие неприятности.

«Плохие парни наступают». Героиня по-прежнему не верит в то, что может быть привлекательной. Обостряется ее

конфликт с наставником. И на фоне этого плохие парни подбираются ближе, прячась за кулисами конкурса. Пока обходится без жертв, имеется список подозреваемых.

«Все потеряно». Героиня Сандры получает приказ об отстранении от расследования, но отказывается ему подчиниться. У нее есть зацепка. Босс выдвигает ультиматум: отказаться от дела или положить значок на стол. Наша героиня выбирает второй вариант и продолжает участвовать в конкурсе красоты. Таким образом, мы получаем классическую сюжетную точку «Все потеряно»: героиня находится в худших обстоятельствах, чем в начале картины. «Дуновение смерти» — это гибель ее личности. Она больше не «девушка со значком» — так кто же она тогда? Даже ее наставник (Кейн) не способен ей помочь, но он дает ей последнее оружие: новое платье.

«Душа во мраке». Наша героиня приходит на финал конкурса красоты, но она абсолютно растеряна. Она заблудилась в новом мире, где она уже не агент ФБР, но еще не полноправная представительница прекрасного пола. Что же ей делать?

Переход к третьему акту. Девушки-участницы конкурса, с которыми подружилась наша героиня, помогают ей подготовиться к финалу. Приняв то, что когда-то было для нее чужим, поверив в искреннюю заботу своих подруг, она воспрянула духом. Оказывая поддержку персонажу Сандры, девушки также помогают и себе.

Финал. Конкурс красоты в разгаре. Классическим примером синтеза в сценарии является момент, когда героиня в конкурсе талантов демонстрирует на сцене навыки самообороны, а помогает ей в этом персонаж Бенджамина. Два мира соединились и дали нам ответ на вопрос, сформулированный в теме картины. Да! Она может быть крутой и сексуальной. Героиня выводит на чистую воду плохих парней, персонажа Кэндис и ее сына. (Искаженное восприятие персонажем Кэндис собственной женственности становится той причиной, которая толкает ее на путь преступления.) Наша героиня доказала, что способна быть истинной женщиной и вместе с тем обеспечить торжество закона.

Заключительная сцена. Картина завершается сценой, противоположной открывающей: наша героиня в окружении представительниц прекрасного пола. Подруги награждают ее заветным титулом «Мисс конгениальность». Перемены налицо!

Настоящий счастливый конец: 100 миллионов долларов кассовых сборов от проката только в США.

Теперь, когда вы убедились, что это действительно работает, подумайте, как можно применить структуру к вашему сценарию.

Практические задания

1. Распечатайте предложенную мной структуру сценария, и пусть она будет с вами повсюду. Когда у вас появится свободная минута, вспомните любимый фильм. Можно ли соотнести его части с 15 элементами предложенной мной структуры?

2. Сходите в пункт видеопроката (наверное, вы им уже надоели) и выберите 6–12 фильмов в жанре вашего будущего сценария. Посмотрите их и обратите внимание на то, как структурные элементы этих фильмов чудесным образом соответствуют пунктам нашей структуры сценария.

3. Дополнительное задание: посмотрите фильм «Мemento». Да, это развлекательное кино. Да, картина даже попадает в категорию «У чувака проблема». Можно ли в ней определить сюжетные точки нашей структуры? Или принцип, по которому она создана, нельзя применить больше ни к одному другому фильму? (Подсказка: несмотря на всю шумиху вокруг этой картины, как вы думаете, сколько она собрала в прокате?)

Если у вас действительно есть желание обсудить со мной ценность «Мemento» для современного общества, пожалуйста, не стесняйтесь и пишите мне по адресу электронной почты, который я уже указывал в главе 1. Но будьте готовы к одному-единственному аргументу с моей стороны! Я точно знаю, сколько получила эта картина в прокате.

Глава 5. Создавая идеальный сценарий

При большом везении мы встречаем на своем пути гуру. Такие люди обладают более обширным багажом знаний, опыта и мудрости, чем мы, и удивительным образом они готовы этим делиться. Первым гуру, которого я встретил в своей профессиональной области, был Майк Чеда. И вот уже 20 лет он продолжает поражать меня своим талантом определять, понимать и устранять проблемы в любом сценарии.

Во время нашего с Майком знакомства он занимал пост директора по развитию в «Barry & Enright». Затем он работал в том же качестве в компании «Disney» и был вице-президентом по развитию в HBO и «Once Upon a Time Productions»^[56]. За долгие годы Майк успел потрудиться над сотнями кинофильмов и телевизионных проектов — зачастую от первоначальной концепции до выхода на экран. Однако он не только занимал руководящие должности в этих и других компаниях, он к тому же и сам успешный сценарист (думаю, другим исполнительным продюсерам тоже не помешало бы попробовать самим взяться за перо). В числе его фильмов — «Фактор холода» с Кьюбой Гудингом-младшим и Скитом Ульрихом в главных ролях.

В каком бы качестве ни выступал Майк Чеда — руководителя, писателя или продюсера, — уже практически ходят легенды о том, что сценарий, к которому он прикасается, сам становится легендой. На его счету много побед, например, его заслуга в том, что на экраны все-таки вышел фильм «Ближайший родственник» с Патриком Суэйзи. Студия купила независимый сценарий, причем сумма сделки была цифрой с шестью нулями, и несмотря на это в сценарии имелись проблемы, требующие решения до того, как фильм запустят в производство. И кто же, как вы думаете, решил их? Верно, Майк. Он даже показал мне место, где ему в голову пришла блестящая идея. Однажды в Лос-Анджелесе мы вышли с ним на улицу, чтобы сделать перерыв в работе над одной историей, которая

никак нам не давалась. Мы были в полном отчаянии и не представляли, как нам с ней справиться. Прогуливаясь, мы шли по Сенчури-сити, и вдруг Майк замер на том самом месте оживленной улицы, которое стало для него счастливым.

С видом Джейкоба Броновски^[57] он поведал мне о том, что на такой же прогулке, когда его голова была забита разными вариантами, как спасти сценарий фильма «Ближайший родственник», но ни один из них не годился, на этом самом месте на него вдруг снизошло озарение. «Меня словно ударило током — “ковбои и индейцы”!» И действительно, когда он предложил эту простую концепцию продюсерам, стало понятно, в каком направлении двигаться при переработке сценария. Подобных моментов за долгие годы работы у Майка было множество. Словно какой-нибудь физик, положивший жизнь на изучение теории струн^[58], Майк постоянно работает над совершенствованием своих профессиональных навыков. Часто его методы кажутся странными, но практически всегда они работают.

Так что когда недавно я встретился с Майком, я не упустил шанса спросить, что нового он придумал. Он достал из своей наплечной сумки альбом для рисования и с ликующим видом протянул мне его. Листы скреплялись спиралью, и если альбом раскрыть, то две половинки образовывали большое свободное пространство. Там, через обе страницы, он начертил три прямые горизонтальные линии, разделившие это пространство на четыре ряда. В середине каждого из четырех рядов крепились бумажные квадраты — эпизоды в очередном сценарии, над которыми он в тот момент работал.

«Она складная». — На лице Майка бродила улыбка сумасшедшего ученого.

«Это же доска», — дошло до меня.

И мы оба склонили головы в знак уважения перед доской.

Повелитель доски

После бумаги, ручки и ноутбука доска — это, наверное, один из самых необходимых любому сценаристу предметов, который всегда должен быть под рукой. Вот уже много лет каждый раз, когда я захожу в чей-то офис и вижу доску на стене, я невольно улыбаюсь, уж я-то знаю, что это такое и какую головную боль обозначает. Доски бывают всех цветов и размеров: черные, где пишут мелом, из пробкового дерева, к которым крепят карточки канцелярскими кнопками, и даже вырванные из маленького блокнота листы, приклеенные скотчем на стену номера в отеле, когда вы пытаетесь работать над сценарием в поездке. Доска — универсальный инструмент. Тем не менее ни на одном из известных мне курсов по кинодраматургии я ни разу не слышал, чтобы рассказывали об этой удивительно полезной штуке.

Ну да бог с ними, с курсами, давайте поговорим о доске!

Первую доску я увидел на стене в кабинете Майка Чеды в «Barry & Enright» двадцать лет назад. Тогда я уже зарабатывал кое-какие деньги написанием сценариев, но еще никогда до того момента я не сталкивался с этим инструментом сценариста и понятия не имел, как доска вообще может пригодиться. Обычно сценарист просто садится за стол и начинает писать, выстраивая сцену за сценой, разве не так? Он просто выплескивает на бумагу свои мысли, верно?

Я, по крайней мере, именно так и делал.

Однако благодаря «повелителю доски» Майку Чеде я узнал не только о важности предварительного планирования структуры сценария, в чем доска очень помогает, но также о том, как использовать доску, чтобы значительно улучшить результаты работы. С тех пор я пользуюсь ею довольно часто. В моем случае это большая пробковая доска, которую я могу повесить на стену и долго-долго на нее смотреть. Мне доставляет удовольствие, взяв пачку карточек с эпизодами конкретного сценария и коробку канцелярских кнопок, прикреплять эти карточки на доску, а затем перемещать их куда душе угодно. У меня накопилось много пачек с подобными карточками,

перевязанными резинками, рассортированными по проектам — уже написанные сценарии и только намечающиеся. Чтобы восстановить в памяти любой из этих сценариев, мне остается только взять пачку с нужными карточками, развесить их на доске, сообразить, на чем я остановился, — и решить, не пора ли обратиться за помощью к Майку.

Доска позволяет вам «увидеть» фильм еще до того, как вы начнете писать сценарий. Это хороший способ проверить разные сцены, сюжетные повороты, идеи, какие-то диалоги и ритм истории, а также понять, насколько они удачны. Строго говоря, это не написание сценария, и ваш идеальный план еще полетит в тартарары, когда вы на самом деле возьметесь за перо, но тем не менее ваша история уже на доске, где вы можете поработать над перипетиями сюжета еще до того, как начнете писать. Это способ визуализировать фильм с хорошей структурой. Единственный из известных мне инструментов, который поможет вам создать идеальный сценарий.

Плюсы доски в том, что:

- она дает тактильные ощущения;
- на нее уходит *масса* времени!

Работать с доской — это вам не на ноутбуке печатать, где, кроме компьютера, больше ничего не требуется. Здесь нужны ручки, карточки, кнопки — и вы можете все увидеть, потрогать, со всем поиграть.

Кстати, я уже говорил, сколько времени все занимает?

Сначала вы полдня проведете в магазине, выбирая доску нужного размера. Следующее утро потратите на размышления, куда ее повесить. А с карточками вы можете вообще не расставаться. Суете пачку карточек себе в карман, отправляетесь в ближайшую кофейню, достаете пачку, снимаете с нее резинку и сидите часами, тасуя свою колоду, раскладывая эпизоды, обдумывая последовательность, выискивая неудачные моменты. Это же здорово!

А самое лучшее в описанном мною процессе, что пока вы проделываете всю ту работу, которая может показаться нелепой и отнимает у вас столько времени, ваша история постепенно укладывается у вас в подсознании совсем по-другому.

Придумали отличный диалог? Запишите его на карточку и прикрепите ее на доску, в то место, где предположительно должен состояться диалог. Есть мысль добавить сцену погони? Сделайте карточки и взгляните, что получится.

Кроме того, вы создаете для себя зону, свободную от психологического давления! Больше никаких пустых страниц. Это всего лишь маленькие кусочки бумаги. Разве так сложно заполнить обычную карточку?

Все замечательно, наверняка сейчас думаете вы, но какое отношение это имеет *лично ко мне*?

Что ж, давайте поговорим о вас и о вашей доске.

Первые карточки

Итак, вы приобрели доску желаемого цвета и размера. Повесьте ее на стену и взгляните на нее. Пусто, не так ли? Теперь возьмите три длинные полоски малярного скотча и наклейте их на доску так, чтобы получились четыре ряда. Для этого вы можете воспользоваться и простым маркером. В любом случае, у вас должно получиться что-то похожее на нашу схему.

ПЕРВЫЙ АКТ (с. 1–25)
ВТОРОЙ АКТ (с. 25–55)
ВТОРОЙ АКТ (с. 55–85)
ТРЕТИЙ АКТ (с. 85–110)

Первый ряд — это первый акт (с. 1–25). Второй ряд представляет первую половину второго акта до центрального момента (с. 25–55). Третий ряд — это часть от центрального момента до перехода к третьему акту (с. 55–85). Наконец, четвертый ряд — третий акт до заключительной сцены (с. 85–110).

Все довольно просто, не так ли? Да, именно так. В этом вся суть. После пары неудач вы вполне освоитесь с доской. Вскоре вы, как опытный автогонщик на знакомой трассе, сможете с удовольствием и почти с закрытыми глазами проходить все воображаемые повороты, прямые участки и развилки.

Вы очень быстро обнаружите, что конец каждого ряда является условным шарниром вашей истории. Переход ко второму акту, центральный пункт, переход к третьему акту — это всё поворотные моменты вашего сюжета, каждый из них находится в конце первого, второго и третьего ряда соответственно. Подобная структура вполне отражает мое представление об идеальном сценарии. И если вы согласны с утверждением Сида Филда, что каждый поворот закручивает

сюжет в новом направлении, то теперь вы можете увидеть, где именно происходят эти повороты.

Сейчас передо мной хрустящая, новенькая колода пустых карточек. (До чего же приятно снимать целлофановую упаковку!) Также у меня под рукой пригоршня цветных карандашей (это не фильм Клинта Иствуда^[59]) и коробка разноцветных канцелярских кнопок — я готов прикрепить на доску свою самую первую карточку. Чтобы еще потянуть время, я обычно каллиграфическим почерком вывожу название фильма на одной из карточек, прикрепляю ее в самом верху доски и делаю пару шагов назад, чтобы полюбоваться. Через несколько недель или месяцев доска покроется прикрепленными к ней листками бумаги, стрелками, цветными метками и зашифрованными сообщениями. Но сейчас она девственно чиста.

Наслаждайтесь этим, пока можете, друзья мои. Что ж, пора начинать.

Конечно, вы можете писать на этих карточках все, что вашей душе угодно, но изначально они служат для обозначения сцен. К моменту завершения работы их у вас будет 40, пересчитайте еще раз — четыре десятка и ни карточкой больше. Но сейчас, на подготовительном этапе, можно немного расслабиться. Используйте их столько, сколько хотите. А если вдруг карточки закончатся, вам придется снова идти в канцелярский магазин и потратить еще немного времени — так что вперед!

Нет ничего сложного в том, как должны выглядеть 40 ваших карточек в конце работы. Каждая карточка обозначает одну сцену. Так что решите, где она происходит. В помещении или вне его? Может быть, это последовательность сцен, например погоня, которая охватывает несколько мест? Если вы определились, смело пишите маркером: «ИНТЕРЬЕР. КВАРТИРА ДЖО — ДЕНЬ». На каждой карточке также должно содержаться лаконичное и простое описание основного действия сцены: «Мэри сообщает Джону, что собирается подать на развод». Более подробную информацию можно будет добавить позже. На данный момент ваша обычная сцена выглядит следующим образом.

ИНТЕРЬЕР. КВАРТИРА ДЖО — ДЕНЬ.

Мэри сообщает Джону, что собирается подать на развод

+/-

><

В любом литературном начинании первыми на доске должны оказаться карточки с вашими самыми яркими идеями и сценами — теми, которые, по вашему мнению, непременно должны войти в фильм. Это то, ради чего вы вообще затеяли всю историю с написанием сценария. Для меня такими чаще всего становятся комедийные эпизоды, сцена, в которой зрители знакомятся с главным героем, и еще, может быть, финал. Итак, запишите все свои идеи на отдельных карточках и прикрепите их на доску там, где этим эпизодам полагается быть по сюжету. Возможно, со временем вы переместите их или уберете вовсе, но как же чертовски приятно сейчас сбросить с плеч груз этих сцен. Все! Карточки на месте.

Давайте посмотрим, что получилось.

Перед вами — огромное пустое пространство. Интересно, вы все еще жалеете, что не начали писать сразу? Все ваши замечательные идеи, которые так и просились на бумагу, больше не кажутся такими уж значимыми. Поутих энтузиазм и по поводу самой истории, когда идеи записаны на карточки и висят на доске. Блестящее начало фильма, сцена погони в середине или драматический поворот в конце, которые в вашем воображении казались такими впечатляющими, выглядят совсем иначе, будучи разложены на доске. Там они — всего лишь малая часть единого целого. И нужно серьезно потрудиться, если вы хотите, чтобы все эти замечательные сцены были воплощены в жизнь и получили право на существование. Сейчас начинается самое сложное.

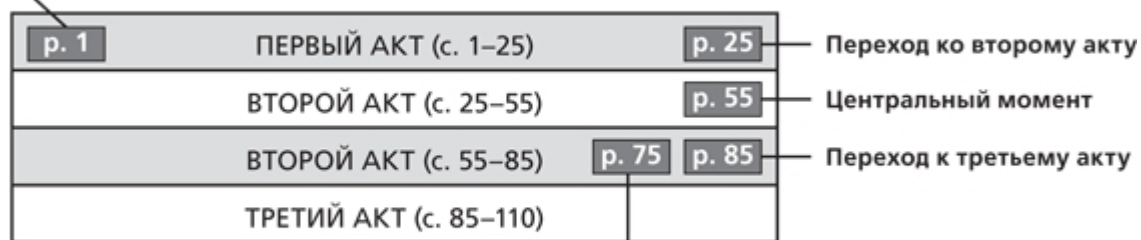
Основные повороты

Следующие на очереди карточки — это главные моменты вашей истории: поворотная точка, переход к третьему акту, переход ко второму акту. Поскольку вы уже знакомы со структурой сценария, нет нужды рассказывать вам о важности данных пунктов. И хотя к этому можно прийти и совсем другим путем, лично я всегда стараюсь определить поворотные пункты в первую очередь.

Начинаю я с поворотной точки. Как уже говорилось в предыдущей главе, это «подъем» или «провал». На 55-й странице ваш герой (или героиня) переживают минуты головокружительной иллюзорной победы или такого же головокружительного иллюзорного провала. Установление на доске места поворотной точки в большинстве случаев поможет вам определиться с дальнейшим направлением работы — без этого решения никак нельзя продвинуться вперед. Многие также могут сразу прикрепить на доску карточку с переходом ко второму акту. У вас в воображении уже готовы установочные сцены, приключение или, по крайней мере, его начало, но что же дальше? Это зависит от поворотной точки. Вот почему так важно определить ее и поставить на законное место.

После того как вы разобрались с поворотной точкой, не так уж сложно перейти к сюжетной точке «Все потеряно». Это ее противоположность. Попробуйте взять «вершину» или «провал» центрального момента и перевернуть его на 180 градусов. Может уйти порядочно времени, прежде чем вам это удастся, но надо постараться. После того как вы определились с местоположением на доске двух вышеназванных пунктов, найти место для перехода к третьему акту обычно не составляет труда. Теперь ваша доска начинает наполняться жизнью. Она должна выглядеть примерно так.

Открывающая
сцена



«Все потеряно»

Перегруженные сцены и «черные дыры»

Моя самая большая проблема состоит в том, что я могу начать записывать на карточки не только фактические эпизоды истории, но и много что еще. Это особенно актуально в самом начале пути, когда я выстраиваю установочные сцены и действие первого акта. Я выделяю три-четыре карточки на первые 10 страниц, то есть у меня должно получиться три или четыре сцены, которые подводят меня к катализатору. Однако очень часто все заканчивается тем, что передо мной лежат семь или восемь карточек, на которых написано что-то вроде: «герой — заключенный, обвиненный по ошибке» или «герой — музыкант, играющий на саксофоне». Это не сцены, это предыстория. В конце концов все они будут сведены к одной-единственной — «Встреча с героем», — и она действительно окажется сценой, во время которой главный герой войдет в комнату и впервые появится перед зрителями.

Как отмечалось в предыдущей главе, предыстория, особенности характера протагониста, место и время действия нуждаются в подробном описании. Все ваши великие идеи будут облечены в форму карточек и накопятся у вас на столе в беспорядочном нагромождении, как «БМВ» на трассе 405^[60] в час пик. Не стоит переживать, в конце концов вы все сможете сократить. Главное — дать этому выход. Сейчас позвольте себе пробовать все что угодно, придумывать самые невероятные вещи и размещать на доске, чтобы понять, как это будет выглядеть.

Путаница может случиться у вас, когда вы размещаете на доске последовательности сцен. Однако, хотя, например, «погоня» состоит из нескольких сцен, которые могут происходить и в помещении, и на улице, фактически это одна сюжетная точка. Так что обычно получается, что у вас на руках оказывается последовательность сцен из пяти, шести или семи карточек, которые в итоге должны свестись к одной. Пока же это выглядит примерно так:



Еще один большой плюс работы с доской заключается в том, что все проблемные места сценария («черные дыры» в структуре, потеря связи между эпизодами и другие провалы) оказываются перед вами как на ладони. Все, что вам остается, — смотреть на доску и горько плакать. Уж поверьте мне, эти «черные дыры» просто сидят там и насмеваются над вами, час за часом, день за днем. «Что случилось, Блейк? Не можешь справиться? У кого-то проблема с сюжетом?» По крайней мере, вы знаете о проблемном месте и о том, как заполнить «черную дыру». На каждый ряд у вас должно быть отведено 9–10 карточек. Так что вперед, добавляйте что-нибудь в это пустое место и решайте проблему.

Всегда легкий третий акт

Самое забавное, когда вы выстраиваете структуру данной части сценария при помощи карточек, — это то, что первоначально третий акт почти всегда получается очень легковесным.

Обычно он состоит всего из двух карточек. На одной написано: «Герой наконец понимает, что ему нужно делать», а на другой: «Решающая битва».

Вот что убивает меня всякий раз, когда я это вижу.

И все время откладываешь, вместо того чтобы исправить такое положение вещей.

Впрочем, не надо бояться.

В конце концов и здесь все получится. У вас возникнет множество интересных идей, и третий акт тоже постепенно наполнится жизнью. Если этого не произойдет, вернитесь к первому акту и еще раз проверьте свои установочные сцены и «шесть вещей, которые нужно исправить». Наступает ли их развязка в третьем акте?

Если нет, исправьте это.

Как насчет вашей второстепенной сюжетной линии? Будь там рассказ о настоящей любви или тематический центр вашей картины, так или иначе эта история тоже должна иметь развязку. Фактически чем больше задумываешься о том, как связать воедино все потерянные сюжетные нити, все побочные истории, повторяющиеся образы, темы и другие элементы, тем острее осознаешь, сколько «неоплаченных счетов» накопилось к третьему акту и что все их нужно закрыть. А когда же еще этим заниматься? (Не собираетесь же вы, в самом деле, раздавать либретто вашего фильма в кинотеатрах?)

И как обстоят дела с плохими парнями? Вы разобрались со всеми мелкими сошками, прежде чем взяться за главного злодея? Все ли негодяи понесли заслуженное наказание? Изменился ли мир благодаря поступкам главного героя? Бьюсь об заклад, скоро пространство вашего третьего акта будет

переполнено карточками с идеями финальных сцен.
Ограничьтесь девятью или десятью из них.
Этого будет достаточно. Гарантирую.

Маркировка цветом

А сейчас я расскажу вам о действительно крутой штуке. На нее уходит куча времени, но она очень важна. Нужно наглядно увидеть, как развиваются истории разных персонажей, как они переплетаются между собой, чтобы успешно проработать эти вопросы. Здесь вам пригодятся цветные карандаши. Раскрасьте каждую историю в свой цвет. Например, для карточек с историей Мэг используйте зеленый цвет, а для карточек с историей Тома — красный. Когда вы разместите их все на доске, вам моментально станет ясно, как пересекаются между собой истории и нуждаются ли они в какой-то доработке. Вот один из примеров того, когда вам было бы очень сложно справиться с рабочей задачей без доски. Глядя на все эти цветные карточки, вы понимаете, каким ночным кошмаром обернулась бы для вас попытка разобраться в сюжетных хитросплетениях, если бы вы просто писали как обычно. Сценарий — это прежде всего структура. Точный механизм швейцарских часов в переложении на эмоции. Вид ваших разноцветных историй, переплетенных вместе, позволяет вам понять, насколько важной частью рабочего процесса является этап предварительной подготовки. Тем не менее маркировку цветом допускается использовать и в других случаях. Например, таким образом можно выделить:

- сюжетные пункты, которые раскрывают и усиливают тему, а также повторяющиеся образы;
- сюжетные линии второстепенных героев;
- третью, четвертую и прочие побочные сюжетные линии.

Когда ваши разноцветные карточки займут свои места на доске, можно отступить на шаг и оценить гениальность вашего замысла.

Все описанное направлено, разумеется, на то, чтобы существенно сэкономить ваше время. Что может быть хуже попыток решить все эти вопросы в самый разгар творческого процесса написания сценария? Согласитесь, проще видеть и перемещать карточки на доске, чем двигать и менять куски текста, которые уже стали дороги вашему сердцу. Чтобы

сделать творческий процесс приятным, его нужно правильно организовать.

Разбор полетов

Сорок штук. Примерно столько карточек должно быть у вас на доске, когда вы закончите работу. То есть около 10 карточек на ряд. Если у вас 50 карточек или 20, значит у вас проблемы.

Скорее всего, карточек все-таки окажется больше, чем нужно. Самое время воспользоваться ластиком. Внимательно проанализируйте каждый эпизод, чтобы понять, можно ли конкретное действие или намерение совместить с другой сценой или убрать вовсе. Как я уже говорил, у меня тоже есть проблемные области. Самая серьезная из них — установочная часть. Временами в первом ряду у меня скапливается до 20 карточек. Мне всегда кажется, что до зрителя нужно донести так много информации, что я невольно перегибаю палку. Однако затем я начинаю думать, какие из этих эпизодов можно совместить друг с другом, а без каких я и вовсе обойдусь. Если я честен сам с собой, если отдаю себе отчет, что не умру, если уберу некоторые эпизоды, дело начинает спориться. И вскоре в первом ряду у меня остается всего девять карточек.

Это оптимальное количество.

Обычно у меня также бывает довольно много последовательностей сцен, например погони или действия, которые происходят в нескольких местах. Это не страшно и легко исправимо. Просто напишите «Погоня» на каждой из таких карточек независимо от их количества и считайте их одним эпизодом. Как правило, это все, что требуется, чтобы продолжить развитие сюжета.

В тех частях сценария, где я, наоборот, сталкиваюсь с проблемой недостатка карточек, например в части «Плохие парни наступают», обычно я даю себе небольшое послабление. В некоторых местах, где у меня пока нет всех необходимых ответов, я даже время от времени оставляю пропуски в надежде, что в процессе работы свершится чудо и ответы появятся сами собой. Однако в глубине души я всегда знаю, что рано или поздно мне все равно придется вернуться к этим

пунктам. Благодаря предварительной работе я могу видеть, где именно находятся проблемные места.

+/- и ><

Итак, сейчас у вас на доске 40 карточек, вы полагаете, что знаете, как будет развиваться ваша история, и, скорее всего, считаете, что успешно справились с подготовительным этапом. К сожалению, пока не совсем. Есть еще два очень важных момента, которые вы должны указать на каждой карточке, прежде чем вы приступите непосредственно к написанию сценария.

Первый — это символы +/- . Второй — символы >< .

Такие две пары символов вы должны написать внизу каждой карточки, выделив их цветом, который вы еще не использовали. Примерно так.

ИНТЕРЬЕР. КОФЕЙНЯ. ДЕНЬ

Боб настаивает, чтобы Хелен открыла ему свой секрет.

+/- Сначала Боб полон надежды, но в конце разочарован

>< Боб хочет узнать секрет, Хелен не может ничего ему рассказать

Знаки +/- отражают изменение эмоционального фона в сцене. Отнеситесь к каждому эпизоду как к мини-фильму, в котором есть начало, середина и конец. В любой сцене должно происходить что-то, вызывающее кардинальное изменение эмоционального фона от + к — или от — к +, совсем как в открывающей и заключительной сценах фильма. Вы даже представить себе не можете, насколько полезен этот прием: он помогает вам найти все слабые эпизоды, в которые необходимо добавить конкретное действие. Например, в начале сцены ваш герой выглядит довольным и самоуверенным. Он — адвокат, и только что он выиграл крупное дело. Входит его жена и сообщает, что теперь, когда он завершил это дело, она подает на развод. Очевидно, что эмоциональный настрой со знаком + у

нашего героя в начале сцены меняется на прямо противоположный.

Хотите верьте, хотите нет, но подобное изменение эмоционального настроения должно происходить в каждой сцене. Если у вас этого нет, значит у вас нет ясного видения, о чем сцена. Не стоит начинать писать сценарий, пока вы с помощью знаков +/– не укажете изменение эмоционального фона на каждой из 40 карточек. Если где-то это вызывает затруднения, можете смело выбрасывать карточку. Скорее всего, она не нужна. Многие, подобно Роберту Макки, считают, что «плюсы» и «минусы» должны стоять рядом: +/–, –/+, +/–, –/+, +/–, образуя непрерывную волну эмоциональных подъемов и спадов. Лично мне это кажется чрезмерно сложным. Достаточно знать, что в каждой сцене должны происходить какие-то изменения, и суметь это показать.

Вторая пара символов, ><, обозначает конфликт. Чтобы понять, что такое «конфликт», я всегда представляю себе следующую сцену. Зажигается свет, в комнату с противоположных сторон заходят двое. Они встречаются на середине и пытаются протолкнуться к двери напротив. Каждый из героев оказался в комнате со своей целью и встретил на пути препятствие. Вот он, конфликт. Вы должны держать его в голове, когда придумываете каждую сцену, и неважно, будет ли он физическим, или вербальным, или примет обличье парня, которому срочно нужно в туалет, или выразится в чем-то еще. Вы можете применить здесь даже те первичные пары — «человек против человека», «человек против природы», «человек против общества», — о которых узнали еще из университетского курса английской литературы.

Когда начинается каждая новая сцена, вы должны знать, в чем заключается ее конфликт и кто выступает противоборствующими сторонами. У каждого персонажа есть собственные задачи. В чем они заключаются? Как они могут вступать в противоречие с интересами других персонажей? Пара символов >< в нижней части каждой карточки должна сопровождаться пояснением: стороны конфликта в каждой сцене, суть конфликта, победитель. Если конфликт возникает

сразу у большого числа героев или если предметов спора несколько, значит у вас очень запутанный конфликт. Скорее всего, и вся сцена получилась у вас туманной. Придерживайтесь правила: одна сцена — один конфликт. Этого более чем достаточно. И помните: крупный или незначительный, физический или психологический, но он непременно должен быть в каждой вашей сцене. Если конфликта нет, вам придется его придумать.

Причина, по которой конфликт так важен, что должен присутствовать в каждой сцене, заключается опять-таки в первичных шаблонах нашего мышления. В рамках этих шаблонов, если в каждой сцене вашего фильма есть конфликт, вы гарантированно удержите внимание аудитории. Почему? Потому что людям нравится наблюдать за конфликтами. Это вызывает интерес. Как вы думаете, почему рестлинг^[61] — самая долгоиграющая драма на телевидении? Потому что это самое первобытное развлечение из всех, которые только могут быть: *смерть*! Два человека пытаются убить друг друга. Почему в большинстве фильмов присутствует любовная история? Опять-таки, потому что этот конфликт вечен, как сама жизнь, и он такой увлекательный: *секс*! Двое людей пытаются соблазнить друг друга. По сути своей, каждая сцена вашего фильма должна быть настолько же первичной, чтобы привлечь и удержать внимание аудитории. Если у вас в вашей сцене нет противостоящих сторон, у вас пока еще нет и самой сцены. Так что...

Найдите конфликт. Или измените всю сцену. Или выбросьте ее совсем. И если вам придется так поступить, не стоит убиваться, это всего лишь карточка.

Готовы приступить к главному

К завершению данного рабочего этапа у вас должно быть по девять карточек в каждом ряду. Стоп! Это же в сумме 36 карточек. Все верно, четыре дополнительные карточки я оставляю на ваше усмотрение для тех сцен, без которых, я знаю, вы просто жить не можете. Поместите их, куда вашей душе угодно, — нет нужды в такой педантичности. Но всего карточек должно быть не больше 40 — это все, что вам нужно.

Ваша цель заключается не в том, чтобы у вас получилась самая идеальная доска со структурой сценария всех времен и народов. Несомненно, очень забавно играть с карточками, фантазировать насчет развития сюжета, но в определенный момент вы должны остановиться и спросить себя: «Чем в итоге я занимаюсь — доской или сценарием?» Если у вас идеальная доска или вы тратите слишком много времени, чтобы она такой стала, значит вы уже не занимаетесь подготовкой к основной работе, а просто тянете время. Пора заканчивать. Лично я всегда приступаю непосредственно к написанию сценария в тот момент, когда приближаюсь к завершению работы над доской, пока она не стала идеальной. Это как с желе — разливать его по формочкам нужно до того, как оно застынет. Если я начинаю слишком уж увлекаться своими карточками и цветными кнопками, я понимаю — пора остановиться.

Мне всегда помогает то, что я стараюсь придерживаться определенного темпа. Мне нужно разложить все по полочкам, прежде чем я приступлю к написанию сценария. Как только мои 40 карточек с эпизодами готовы, включая проставленные символы +/– и ><, я понимаю, что сделал все возможное в плане подготовки. Теперь я готов отложить в сторону все карточки, кнопки, ручки... и начать печатать. (Неожиданно осознаёшь, как это здорово — печатать!)

Работа с доской, безусловно, важна. Но она — только один из приемов, который я использую, чтобы мысленно поупражняться в выстраивании структуры, ритма, сцен и их последовательностей. Это позволяет мне играть с элементами

сценария, но ни к чему меня не обязывает. Я всегда должен быть готов отказаться от всего, когда начнется процесс написания сценария. Сколько раз случалось так, что, принявшись писать, я отбрасывал в сторону все разработанные концепции? Сколько раз я влюблялся во второстепенного персонажа и неожиданно для себя самого делал его главным героем — при том что у меня на доске он даже не упоминался? Сказать по правде, такое случалось довольно часто. Доска только готовит для вас поле битвы, позволяет проверить ваши гипотезы, отшлифовать одни идеи и отбраковать другие.

Заключение по теме

Открою вам маленький секрет: когда вы уже пребываете в процессе написания сценария, доска не имеет никакого значения. Но я очень хочу, чтобы то, что я пытался до вас донести, осталось в вашей памяти и вы придерживались этих советов. А именно: переход ко второму акту должен располагаться на странице 25, центральному моменту и сцене «Все потеряно» следует уделить особое внимание, конфликт необходим в каждой сцене. Даже если это все, что вам удастся вспомнить, когда вы потеряетесь в хитросплетениях собственного сюжета, выпутаться вам в таком случае будет намного проще. Подобные островки в океане неопределенности необходимо держать в поле зрения, когда вы только начинаете писать.

Единственная цель всех этих приемов — помочь вам добраться до конца.

Прелесть удобного инструмента на стене в вашем рабочем кабинете состоит в том, что если вы действительно запутаетесь в сюжете и не сумеете придумать, что делать дальше, вы всегда сможете вернуться к доске и встать на верный путь. *Самое ужасное, что случается при написании сценария, — это не довести дело до конца.* Поверьте, еще никто не сумел продать сценарий, написанный только наполовину. А предварительная работа с доской — лучшая гарантия, что с вами такого не случится.

Мое секретное оружие

Когда я в тупике, я всегда звоню Майку Чедо.

«Ма-а-айки, — жалобно тяну я. — Я понятия не имею, что должно происходить в сцене «Плохие парни наступают». Можешь взглянуть?» После этого я отправляю свой манускрипт по электронной почте Майку, а сам иду на обед в роскошный ресторан в «Сансет-Плаза», будучи полностью уверен, что *кто-то* занят моим проектом — хотя и не я сам. Майк — единственный из всех моих голливудских знакомых, кто действительно читает те материалы, которые ему присылают, и, более того, знает, как их исправить! Он всегда пишет подробные комментарии к прочитанному. К тому же он — настоящая ходячая энциклопедия, и мне это очень нравится, потому что всегда стараешься соответствовать его уровню. Но вы понимаете, что у вас настоящие проблемы, если, в прекрасном расположении духа вернувшись после обеда в роскошном ресторане, где вы флиртовали с хорошенькой официанткой, звоните Майку и первое, что от него слышите: «Ты что, шутишь?»

Если у вас возникнет желание связаться с Майком Чедой, чтобы получить совет по поводу вашего сценария, можете писать ему на электронный адрес, который вы найдете на его сайте www.mikecheda.com. За 500 долларов Майк прочитает и проанализирует ваш сценарий. Это очень выгодное предложение. Я всегда говорил ему, что надо поднять цену до 5000 долларов за сценарий. В статье про Майка, опубликованной в «Creative Screenwriting Magazine», его называли «Доктором Филом^[62] кинодраматургии». Это мягко сказано. Для меня он навсегда останется человеком, который научил меня всему, что я знаю.

Бесплатно.

Выводы

Итак, теперь вы знаете о вашем фильме все, что нужно, чтобы наконец приступить к написанию сценария. Если у вас хватило терпения отложить на время свою идею и проделать все те шаги, которые я вам посоветовал, значит вы готовы к основному этапу работы. Тогда вперед.

Волнуетесь?

А как же! Однако давайте все-таки еще раз убедимся, что вы действительно готовы пуститься в свое большое плавание.

1. У вас есть гениальная идея для фильма — просто потрясающая! Вы придумали убойное название и такой же убойный логлайн. Вы проверили свой логлайн на друзьях и незнакомых людях, и все они в один голос заявили, что уже с нетерпением ждут появления вашего фильма на экране!

2. Вы проделали домашнюю работу в том, что касается жанра. Определили, к какому жанру, вероятнее всего, принадлежит ваш фильм, и посмотрели все относящиеся к нему голливудские картины за последние 20 лет. Вы точно знаете, где создатели этих фильмов допустили ошибки, что у них, наоборот, получилось, но главное — как вашему фильму удастся продвинуться на один шаг вперед и стать таким же... но другим. Вы убеждены, что у вас получится что-то новое!!

3. Вы нашли идеального главного героя для вашей истории. Это персонаж, который создаст самый острый конфликт, которому в эмоциональном отношении предстоит пройти самый долгий путь и который больше всего понравится зрительской аудитории. У вашего героя есть первичная цель и на его пути встречается очень плохой парень, пытающийся помешать ему достичь этой цели!!!

4. Наконец, вы выстроили ваш фильм в соответствии с тем структурным планом, который я вам предложил, визуализировали все эпизоды при помощи доски, перепробовали многие идеи, темы и сюжетные линии и свели все к 40 фактическим сценам, указав для каждой из них

изменение эмоционального фона (+/–) и присутствующий конфликт (><)!!!

Боже, да вы точно готовы! Чего же вы ждете?

Пока вы отправляетесь в свое большое творческое плавание, чтобы написать сценарий, я буду ждать вас на берегу и всеми силами поддерживать. Я стану тем, кто наполняет кислородом ваш баллон, пока вы, как заправский ныряльщик, погружаетесь в глубины своего подсознания. Не забудьте, что подобной поддержкой от ваших друзей и близких вы должны заручиться и в реальной жизни. Потому что, когда вы с головой уходите в свою историю и начинаете проживать жизни вымышленных персонажей, вы должны быть уверены, что ваши близкие поддерживают вас и оберегают. Этот глубинный творческий мир полон чудес и странностей! Вы будете удивлены, с какими задачами вы, оказывается, можете справиться и какой огромный опыт приобрести. Но проявите осторожность — это также и очень опасный мир: вас будут терзать сомнения и беспокойство, вы начнете видеть плохое даже там, где его нет. Чтобы добраться до конца, нужно здесь, на суше, иметь опору и поддержку.

Независимо от того, как складываются ваши жизненные обстоятельства, мы ждем вас на берегу и желаем удачи. Мы, ваши коллеги-сценаристы, доподлинно знаем, через что вам придется пройти, советуем отбросить сомнения и желаем победить и сорвать большой куш. Сейчас, когда вы ныряете в неизвестность, готовый ко всему дальнейшему, насколько это возможно, мы говорим вам: «Удачной охоты!» А пока мы ждем вашего возвращения, чтобы скоротать время, давайте поговорим о забавном в кинодраматургии.

Удачи и счастливого пути, сценарист!

Практические задания

1. Возьмите один из фильмов в жанре вашего сценария, который вы посмотрели, и распишите его структуру на карточках. Разместите эти карточки на доске или, если вы еще не посетили канцелярский магазин, попробуйте сделать переносной вариант доски.

2. Возьмите несколько сцен из ваших любимых фильмов и проанализируйте их с точки зрения изменения эмоционального фона (+/–). Как эта сцена начинается? Как она заканчивается? Происходит ли изменение знака настроения на противоположный?

3. Теперь возьмите те же самые сцены и проанализируйте их на наличие конфликта (><). Кто или что является противоборствующими сторонами конфликта? Кто побеждает? Отличаются ли ваши любимые сцены в этих фильмах самым острым конфликтом? Лучше ли они, чем более спокойные?

Глава 6. Непреложные законы сценариста

На создание книги меня вдохновило простое желание: у меня скопился целый свод блестящих «правил сценариста», и я захотел снискать свои лавры, явив эти правила миру.

Итак, вот они.

Перечисленные далее неопровержимые законы я и мои товарищи по перу собирали в течение многих лет работы. Я обожаю эти правила! Наверное, потому, что для меня написание сценария — не только чистое искусство, но и точная наука. Как и любая наука, данный процесс поддается измерению. Правила, которым он подчиняется, постоянны и в ряде случаев вечны (читайте Джозефа Кэмпбелла).

Эти правила становятся яснее с каждым просмотренным фильмом, как обычно и бывает при изучении искусства кинодраматургии. И когда вдруг приходит озарение и вам открывается один из непреложных законов, так и распирает воскликнуть: «Эврика!» Хочется застолбить его и провозгласить своим собственным.

Хотя, разумеется, все не так. Эти законы нельзя «открыть». Они существовали задолго до того, как их поняли я или вы. И все же каждый раз, когда я узнаю еще одно правило, я испытываю волнение и трепет.

Мне настолько нравятся эти непреложные законы сценариста, что всю книгу целиком я хотел посвятить исключительно им одним. Удержал меня только здравый смысл. Чтобы добраться до наиболее интересного, для начала нужно объяснить сам процесс написания сценария — от идеи до ее воплощения, — чтобы было понятно, о чем идет речь.

Разве вы не рады, что я так и сделал?

Однако, несмотря на то что это — самая дорогая моему сердцу часть, основа и смысл всей моей работы, среди вас все равно найдутся те, для кого мои откровения окажутся пустым

звук и кто захочет испортить мне всю малину. Уверен, среди вас будут люди, которые поставят мои правила под сомнение!

Они выступают против системы и хотят задавать собственные правила. Я им благодарен. Если им что-то запрещают, они только еще сильнее хотят это сделать.

Одно слово... *сценаристы!*

Я говорю «браво!» тем из вас, кто сомневается в моей правоте. Однако позвольте мне хотя бы немного порисоваться, потерять голову от собственной важности и поведать вам, какой я молодец, что открыл все эти штуки, до того, как вы не оставите от них камня на камне. И помните, что их ценность в том, что, зная их, вы сможете их обойти.

Прежде чем Пикассо превратился в мастера кубизма, ему пришлось овладеть навыками классической школы рисования. Она стала основой его авторитета и влияния. Так что вот для вас, будущие Пикассо, несколько моих базовых принципов написания сценария.

«Спасите котика»

Правило написания сценариев, давшее название всей книге, оказалось на удивление спорным! Хотя на многих сценаристов, кому я показывал рукопись, оно произвело благоприятное впечатление, некоторые пришли в ужас от этого правила и назвали его худшей из лучших моих идей. Многие сочли использование сцены «спасения котика» (я рассказывал об этом во введении на примере фильма «Море любви») устаревшим и самым плохим советом, хотя остальные принципы из моего руководства нашли довольно полезными. Более того, они сказали, что делать так, чтобы герой понравился, — скучно и всем надоело. Это лишь попытка подлизаться к зрителю.

Напомню, что правило написания сценария «Спасите котика» гласит: «При первом появлении главному герою надлежит *сделать* что-то такое, что завоевало бы симпатии аудитории и привлекло зрителей на его сторону». Следует ли отсюда, что абсолютно в каждом фильме должна быть сцена, в которой герой дает десятку слепому нищему, чтобы понравиться нам? Нет, не следует, потому что это только часть определения. Так что от лица моих сверхкритичных критиков позвольте мне внести некоторые дополнения.

Дополнение к правилу «Спасите котика» гласит: «Сценарист должен вдумчиво подойти к вопросу знакомства зрителей с главным героем и его жизненными обстоятельствами». Чтобы понять, что я имею в виду, давайте взглянем на фильм, который уж точно нельзя назвать попыткой «подлизаться к аудитории», — «Криминальное чтиво». В первой сцене фильма мы встречаем персонажей Джона Траволты и Сэмюэля Джексона. Это наши «герои» — наркоманы и убийцы (к тому же с ужасными прическами). Квентин Тарантино делает очень умный ход, когда знакомит нас с этой малоприятной парочкой — он заставляет их выглядеть смешными. И к тому же наивными. Они забавно и даже по-детски обсуждают, как звучат названия гамбургеров в «Макдональдсе» во Франции. Эти ребята сразу же начинают нам нравиться, пусть даже они собираются кого-то

убить. Мы готовы идти за ними. В определенном смысле Тарантино полностью следует правилу «Спасите котика». Он знает, что у него проблема: эти парни явно сделают вскоре что-то отвратительное. Что же касается персонажа Траволты, который станет одним из главных героев картины, то он непременно должен понравиться зрителям, чтобы те начали его поддерживать. И знаете, когда мы встречаем этих двух отморозков, они действительно нам нравятся. Они забавные. Вместо того чтобы рисковать расположением зрительской аудитории, показав их абсолютно бездушными ублюдками, умница Тарантино делает их по-своему симпатичными.

Прием «Спасите котика» в действии!

Этот прием помогает решить и другие проблемы: например, как заставить аудиторию симпатизировать антигерою или как в назидательных историях сделать персонажей, заслуживающих наказания, такими, чтобы они понравились зрителям. «Непременные законы сценариста» гласят, что когда ваш главный герой не вполне положителен, нужно просто сделать его антагониста еще хуже! Чуть позже, во вводной сцене «Криминального чтива», Тарантино именно так и поступает. Прежде чем персонажи войдут к своим жертвам, чтобы убить их, Траволта рассказывает историю про своего босса, выбросившего из окна парня типа самого персонажа Траволты только за то, что тот делал массаж ступней супруге босса. Вот еще один пример эффективности приема «Спасите котика». Если ваш герой не совсем положительный персонаж, сделайте его противника еще хуже. Если вам кажется, что персонаж Траволты — нехороший парень, взгляните на его босса! Траволта просто дитя по сравнению с ним! Бинго! Шкала, показывающая, какой персонаж нам нравится, а какого мы ненавидим, выравнивается до нужного баланса. Можно начинать любить нашего героя и переживать за него!

Проблема с не совсем положительными персонажами возникает даже в категории фильмов «для всей семьи». Мой любимый пример использования приема «Спасите котика», к которому я обращаюсь очень часто, — это история про Аладдина, экранизированная студией «Disney». Когда создатели

фильма принялись за работу, они столкнулись с реальной проблемой: вряд ли их главный герой мог вызвать симпатии зрителей. Загляните в первоисточник. В оригинальной истории Аладдин описывается как очень недалекий малый, испорченный, ленивый и к тому же вор! К счастью, в «Disney» над этим фильмом работали Терри Россио и Тед Эллиот. По мне, так Россио и Эллиот — на сегодня два лучших сценариста Голливуда. (И совсем не воспетые! Где, скажите мне, их биографы?)

Эти двое талантливейших авторов поступили очень просто: они так написали сцену знакомства с Аладдином, что сразу решили проблему. Да, перед вами классический пример приема «Спасите котика». В картине, собравшей в прокате больше 100 миллионов долларов, в первой сцене мы видим, как Аладдин действительно ворует еду. Но почему? Потому что он голоден. Ему приходится спасаться бегством через всю рыночную площадь (кстати, это отличный способ познакомить нас с местом действия), унося ноги от дворцовой стражи с ятаганами наперевес. Аладдину удается уйти от погони. Спрятавшись в одной из аллей, он уже собирается съесть украденную лепешку, как вдруг замечает двух голодных нищих детей. И — что за парень! — он отдает весь свой хлеб им. Теперь мы точно на его стороне, несмотря на то что наш герой — да, немножко вор, но он нам симпатичен. Благодаря тому, что Россио и Эллиот постарались, чтобы мы поняли затруднительное положение этого не совсем обычного персонажа, мы хотим, чтобы в конце он оказался победителем.

Все вышесказанное сводится к одному: главное — вдумчивый подход! Вы не должны вставлять в каждый ваш фильм сцену, в которой главный герой в буквальном смысле спасает кошку, переводит старушку через дорогу или его обливают водой из-за угла, только чтобы этот герой понравился зрителям. Однако каждый раз вы должны брать зрителя за руку и погружать его во внутренний мир героя и в обстоятельства его жизни. Вы должны так подать ситуацию, в которой он оказался, чтобы персонаж понравился нам, независимо от того, кто он и чем занимается. Если вы не сделаете так, если вы решите

последовать примеру создателей «Лары Крофт» и *предположить*, что мы должны полюбить вашего главного героя за красивые глаза, — это будет значить, что вы увильваете от работы. В некоторых фильмах так и поступили, и они не стали лучше.

Мне удалось донести до вас свою мысль, коллеги по цеху?

«Папа римский в бассейне»

Тут скорее имеет место забавный прием, нежели строгое правило, но я часто вижу, как его применяют в фильмах, а потому хочу рассказать вам о нем. К тому же это один из первых «секретов профессии», которые передал мне гуру кинодраматургии Майк Чеда.

Представьте, что вы столкнулись с проблемой: в какой форме преподнести в фильме сложное объяснение, предысторию или детали сюжета, которые зрителям нужно знать, чтобы понимать то, что произойдет дальше? Никому не хочется тратить время на такое. Заумный рассказ убивает сцену. Это худшая часть любого сложного сюжета.

Как в данном случае поступит хороший и вдумчивый сценарист?

Однажды Майк Чеда рассказал мне о сценарии, который ему довелось читать. Он назывался «Как убить папу римского», написал его Джордж Энглунд, и он предложил отличный ход. Это триллер. А сцена, в которой мы узнаем важные детали предыстории, выглядит примерно так: в Ватикан к папе римскому приходят посетители. Но вы ни за что не догадаетесь, где именно происходит эта встреча. В бассейне Ватикана. Прямо там папа в купальном костюме плавает от одного бортика к другому, пока рассказывается предыстория. Мне кажется, что в тот момент ни я, ни аудитория не слушаем рассказа. В голове вертится: «Не знал, что в Ватикане есть *бассейн*! Посмотрите, папа не в своем одеянии, на нем... купальный костюм!» Прежде чем вы успеете сказать: «Где же моя митра^[63]?», сцена заканчивается.

Это прием «Папа римский в бассейне».

Он используется в нашей профессии довольно часто. Я тоже прибегал к нему неоднократно и хочу рассказать вам об одной сцене, которой особенно горжусь. Она была в сценарии под названием «Растяпы» (Drips), который мы написали в соавторстве с Колби Карром и продали студии «Disney». Это комедия (а вы как думали!) о двух недалеких водопроводчиках,

которые оказываются впутаны в преступную схему по откачке нефти прямо под улицами Беверли-Хиллз. Втягивает их в это темное дельце роковая красотка, и вот уже наши одураченные водопроводчики приглашены в дом ее босса, где главный плохой парень должен объяснить им подробности преступного замысла, то есть фактически рассказать основной сюжет фильма. Он должен описать, что от наших героев потребуется врезаться в старую нефтяную скважину, находящуюся как раз под домом, подсоединить сток к канализационному коллектору под городом, благодаря чему нефть попадет в открытое море, где ее будет ждать нефтяной танкер преступников. (Поверьте мне, такое возможно.) Тем не менее мы рисковали потерять внимание зрителей, заставляя их выслушивать детали этой не совсем простой схемы.

И как же мы поступили? Верно! «Папа римский в бассейне».

В сцене, предшествовавшей важной встрече, мы показали, как наши растяпы-герои устроили соревнование, кто выпьет больше чая со льдом, чтобы покрасоваться перед девушкой, которая понравилась одному и другому. К началу встречи им обоим хочется в туалет. Очень хочется. В этом заключается комичность ситуации. Наши герои сидят там со скрещенными ногами, изо всех сил пытаюсь сконцентрироваться на встрече с преступным боссом, но во всем видят сцены, только ухудшающие их положение. За окном работает система полива газона, а соседская собака задорно метит кусты. В комнате девушка наливает себе из хрустального графина чай со льдом в красивый высокий стакан. От всего этого у наших несчастных героев глаза лезут на лоб, а босс продолжает монотонно излагать важные детали своего плана.

Нам удастся донести необходимую информацию до зрителей и сделать это в забавной форме.

В фильмах про Остина Пауэрса Майк Майерс^[64] пошел еще дальше, придумав персонажа с говорящим именем — Бэзил Разоблачитель (его сыграл Майкл Йорк). Единственная задача этого персонажа заключалась в том, чтобы рассказывать скучные подробности британскому супершпиону, а заодно и нам, зрителям. Всякий раз, когда на экране появляется Бэзил, мы

понимаем, что сейчас последует порция разъяснений. Но происходящее только забавляет нас, поскольку нам очевидно, что *они* знают, что *мы* знаем, как это на самом деле скучно.

Есть еще масса примеров использования приема «Папа римский в бассейне» в разных фильмах. Теперь, когда вам известно о нем (если вы не знали его раньше), вы можете придумать собственные способы завуалировать разъяснения. Будь то сцена с двумя забавными стражниками в фильме «Пираты Карибского моря», из которой мы узнаем подноготную Джека Воробья, или сцена на тренировочной бейсбольной площадке в триллере «Прямая и явная угроза» — если вы используете этот прием, зрителю есть на что посмотреть, и в то же время он услышит, что ему надо знать.

И все это делается в легкой, развлекательной манере. Отличный прием. Спасибо, Майк!

«Абракадабра в квадрате»

«Абракадабра в квадрате» — мое любимое правило. И вы, и я должны непреложно соблюдать этот закон сценаристики, невзирая на то что его постоянно нарушают!

Запомните, что в силу определенных причин зритель способен воспринимать только *один вид волшебства на фильм*. Это закон. Нельзя, чтобы инопланетян, прилетевших к нам из далекого космоса, покусал вампир и они стали «два в одном» — бессмертными пришельцами.

Это, друзья мои, и есть «Абракадабра в квадрате».

Она встречается сплошь и рядом, несмотря на то что противоречит всем законам логики и просто «взрывает мозг» зрительской аудитории.

Мой любимый пример — фильм «Человек-паук». Вы никогда не задумывались, почему вы с удовольствием сходили на него в кино, он стал блокбастером, но, когда его показывают в телеэфире, вы не спешите вновь к экрану?

Дело тут явно не в актерах: мы обожаем Тоби, Кристен и Уиллема^[65]. И не в спецэффектах, носиться по всему городу на паутине — это круто! Смею предположить, что зрительский интерес тает в середине фильма, когда появляется Зеленый Гоблин. По крайней мере, я разочаровался в фильме именно в этот момент.

Почему? Все просто — «Абракадабра в квадрате».

Создатели «Человека-паука» хотят, чтобы мы поверили сразу в два различных вида волшебства. Здесь, в этой части города, главного героя кусает радиоактивный паук, отчего парень получает сверхспособности, замешанные на ядерном синтезе и свойствах паукообразных. Хорошо, пусть так. Я купился. Но тут, в другой части города, персонаж Уиллема Дефо получает еще один набор сверхспособностей из совершенно другого источника — в результате взрыва в лаборатории он превращается в Зеленого Гоблина. То есть вы хотите сказать, что я должен поверить в укус радиоактивного паука *и* во взрыв в лаборатории? И в то, что и первое, и второе наделяет человека

сверхспособностями? Я в замешательстве! Они испытывают мое терпение и мою готовность воспринять их вымысел. Они разрушают реальность того мира, в который сами предложили мне поверить. Сколько можно! Когда я вижу, как нарушают это правило кинодраматургии, точно так же, как в случае с правилом «Спасите котика», я выхожу из себя. Я вижу признак небрежной работы сценариста. Продукт идиотского творчества. Как-то оправдать подобное можно только в том случае, если вы работаете в жанре комикса.

«Абракадабра в квадрате» встречается и в другом кассовом фильме, и там ее уже невозможно оправдать тем фактом, что картина снята по мотивам комикса. В фантастическом триллере «Знаки» режиссера М. Найта Шьямалана нам предлагают поверить в то, что Землю захватили пришельцы из космоса. Если не брать во внимание довольно нелепый финал картины, где с обладающим вселенским разумом инопланетянином запросто справляются при помощи обычной бейсбольной биты («Бей, Мэррилл!» — теперь моя любимая плохая фраза), то на самом деле это фильм о кризисе веры в Бога персонажа Мела Гибсона.



«Бей, Мэррилл!» Со сверхразумным инопланетянином, который многие световые годы путешествовал на

суперпродвинутом космическом корабле, запросто справляются бейсбольной битой марки «Louisville Slugger» в фильме Найта Шьямалана «Знаки»

Да уж.

Я бы сказал, демонстрация того факта, что на других планетах вне нашей Солнечной системы существует жизнь, снимает с повестки дня вопрос о вере в Бога, как вы считаете? Но режиссер предлагает принять нам и то и другое. Получается полная каша.

Мне кажется, Шьямалан начал с одного волшебства — с инопланетян и загадочных кругов на кукурузном поле, — но потом он понял, что все это мы уже видели. Чтобы его кино про пришельцев отличалось от других фильмов, он попытался написать сценарий с философским смыслом. Хорошо, пусть так. Но этим он сделал сюжет более туманным. В ту минуту, когда появляются инопланетяне, духовный кризис Мела Гибсона выглядит нелепо. Тебе нужно чудо? Посмотри в окно: *инопланетяне приземлились, Мел!!!* А все потому, что создатели фильма хотят, чтобы мы рассуждали одновременно о существовании Бога *и* маленьких зеленых человечков.

Итак, Бог — отдельно, зеленые человечки — отдельно. Почему? Потому что это два абсолютно разных вида волшебства. «Абракадабра в квадрате». Если не верите, попробуйте заменить слово «Бог» словом «Аллах», и у вас начнет плавиться мозг.

Так что, пока у вас нет в кармане кинохита или книжки комиксов, которую вы должны экранизировать, не пренебрегайте этим правилом.

Один вид волшебства на фильм, пожалуйста. Таков закон.

«Укладка трубы»

Данное правило хорошо иллюстрируют фильмы «Особое мнение» с Томом Крузом в главной роли и «А вот и Полли» с Беном Стиллером и Дженнифер Энистон. В каждой из этих картин есть нечто, увеличивающее риск провала. И когда я укажу вам на их основной недостаток, возможно, вы поймете, что они не только рисковали, но действительно в какой-то мере провалились. Мне кажется, что эти фильмы не имели ожидаемого успеха, потому что их создатели зашли слишком далеко. Они пренебрегли одним из непреложных законов киносценариста, который гласит: *терпение зрителя не безгранично*.

При чем здесь «укладка труб», спросите вы. И в чем риск зайти слишком далеко?

Возьмем, например, высокобюджетный триллер «Особое мнение» по мотивам фантастической повести Филипа Дика. Фактически литературные работы Дика стали бездонным кладезем, из которого черпали вдохновение создатели картин «Бегущий по лезвию» и «Вспомнить все». В «Особом мнении» завязка истории происходит типично «по Дику», однако ведущая к ней предыстория почти убивает весь сюжет. В фильме рассказывается о будущих преступлениях. И в открывающей сцене мы видим, как именно это работает. Герой Тома Круза возглавляет специальную службу, отвечающую за отслеживание преступлений, которые случатся в будущем. Он появляется перед нами как раз в тот момент, когда должно произойти убийство, и предотвращает преступление. В следующей сцене перед нами открывается политическая подоплека всего этого процесса. Как выясняется, персонаж Тома сам находится под подозрением, и его дело ведет герой Колина Фаррелла. Мы встречаем трех «провидцев», которые лежат в саркофагах с водой и предсказывают будущее. Мы также видим, что в личной жизни Тома не все гладко: он теряет ребенка и подсаживается на наркотики. Появляется наставник главного героя (в исполнении Макса фон Зюдова), которому мы не очень-то

доверяем. Ладно. Все это замечательно. Вот только к тому моменту, когда писатели наконец «проложили трубу», необходимую для того, чтобы начала развиваться сама история, мое терпение иссякло. Да, сюжет интересный, но в чем смысл? Куда это все ведет?

Сюжет в конце концов сдвигается с мертвой точки, когда герой Тома получает последние новости о будущем преступлении. И что же он узнаёт? Убийца, которого нужно остановить, — он сам. Зная, что «провидцы» всегда правы, он пытается выяснить, как и почему произошла ошибка, а также предотвратить преступление, которое, предположительно, он сам и совершит. Время на исходе, и наше терпение тоже. К моменту, когда на экране происходит этот поворот сюжета, *проходит 40 минут фильма!* Авторам понадобилось *40 минут*, чтобы ввести нас в курс дела и объяснить, о чем фильм. *40 минут*, чтобы добраться до завязки: детектив узнает, что он и есть преступник!

Здесь мы с вами можем сказать вместе: «Мое терпение не безгранично!»

Та же самая проблема присутствует и в фильме «А вот и Полли». Сценарист также заходит издалека, прежде чем не склонный к авантюрам разведенный персонаж Бена Стиллера влюбляется в сумасбродную героиню Дженнифер Энистон. Все начинается со свадьбы персонажа Бена и его первой супруги, далее следует их медовый месяц, и вот наш герой застаёт свою жену в постели с инструктором по дайвингу. Конечно, это забавно. И мы со многим готовы мириться, раз в фильме снимается Бен. Нам очень нравится мистер Стиллер! И тем не менее сценарист — он же режиссер картины, забавный и талантливый Джон Хамбург — испытывает наше терпение, предлагая нам множество деталей, прежде чем добраться до сути, ради которой мы пришли посмотреть фильм: персонажи Бена и Дженнифер встречаются.

В обеих картинах, «Особое мнение» и «А вот и Полли», «укладка трубы» (необходимая для объяснения сути истории) испытывает терпение зрителей. И, думаю, это отнюдь не увеличит их желание пойти в кино в следующий раз. Когда для

объяснения сюжета требуется такая долгая прелюдия, страдает динамика основного сюжета.

Честно говоря, к этому правилу киносценариста я отношусь с особой ответственностью, и зачастую мне приходилось просто отказываться от каких-то замыслов, если я понимал, что придется очень долго объяснять, чтобы добраться до сути.

В фильме «Мне хватит миллиона» эта «труба» предыстории несколько длиннее, чем мне самому того хотелось бы. Нам пришлось разложить все по полочкам, прежде чем мы добрались до того момента, когда наш главный герой, Престон, переступает порог банка с «открытым чеком» на миллион долларов. Слишком пространные объяснения. Слишком длинная «труба». Конечно, это не смертельно, но тем не менее. Первый акт получился в половину длиннее, чем мне бы хотелось. Мы испытываем терпение зрителей. Я практически слышу, как они ворчат: «Ну, давайте уже ближе к делу!» Сценарист всегда должен понимать, до какого момента он может удерживать внимание аудитории.

Смысл в том, что если ваша предыстория и установочные сцены растягиваются больше, чем на 25 страниц, у вас проблема. Сценаристы называют это «укладкой трубы». Зритель называет это «верните мои деньги!»

«Черный ветеринар, или Слишком много марципана»

Правило, условно названное «Черный ветеринар», я считаю ответвлением уже известного вам правила «Абракадабра в квадрате». Оно применимо, когда речь заходит о творческих концепциях.

Случается, что мы просто влюбляемся в отдельные элементы общей идеи фильма и держимся за них мертвой хваткой. Мы становимся Ленни из фильма «О мышах и людях»^[66] и готовы затискать милого грызуна до смерти. Если вы понимаете, что именно это с вами и происходит, вы должны остановиться. Отказаться от столь любимой концепции вам поможет правило «Черный ветеринар».

Кто такой «Черный ветеринар»?

Позвольте мне рассказать, откуда появилось это выражение. В 70-е годы прошлого века Альберт Брукс, который на тот момент был комиком, а теперь стал еще и актером/сценаристом/кинорежиссером, снял несколько кинофильмов — пародий на популярное шоу «Субботним вечером в прямом эфире»^[67]. В один из своих лучших фильмов, который утер нос NBC и показал всю глупость сетевых программ, Брукс вставил забавные рекламные ролики, анонсирующие несколько телевизионных шоу, которые NBC якобы покажет следующей осенью.

Одно из таких шоу называлось «Черный ветеринар»^[68]. В обычной елейной манере NBC главным героем шоу был актер-афроамериканец, игравший недобросовестного ветеринара. При этом он также имел армейское прошлое. Кульминация наступала, когда голос за кадром объявлял название шоу и его рекламный слоган: «*Black Vet: He's a veteran and a veterinarian!*» («Он — ветеран и ветеринар!») Забавно! И настолько до боли похоже на реальные телевизионные шоу, в которых отчаянно стараются засунуть 10 фунтов грязи в пакет на пять фунтов, что мне эта пародия кажется просто блестящей. Лично мне она

врезалась в память навсегда. «Черный ветеринар/ветеран» — это шутка, но вы будете удивлены, как часто нас, творческих личностей, можно поймать на том, что мы громоздим одну нашу великую концепцию на другую, будучи не в силах остановиться. Это как съесть слишком много марципана. Когда речь идет об идеях, лучше руководствоваться принципом умеренности. Больше — не всегда лучше.

В моей практике тоже имеется пример, подпадающий под это правило. Тогда я впервые работал в соавторстве с моим коллегой по перу, остроумным и предприимчивым Ховардом Бурконсом. Мы были молодыми, полными энтузиазма сценаристами со множеством замечательных идей, — к сожалению, так же много у нас имелось и неудачных замыслов. Нам рано удалось добиться успеха, и за время нашей совместной работы нас даже приняли в Гильдию сценаристов США, что для нас обоих оказалось большим шагом вперед. Поскольку мы оба вращались в телевизионных кругах, у нас возникла идея одного телесериала. Как мне казалось, довольно удачная. История о приключениях частного детектива, попавшего в черный список, которая разворачивалась в 1950-е годы. Мы хотели назвать наш телесериал «Левак»^[69]. Улавливаете суть? Название отражало политические взгляды нашего героя и звучало сурово и в духе эпохи. Все замечательно. Но мы погубили идею, когда Ховард настоял на том, чтобы сделать нашего героя левшой. А возможно, продолжил Ховард, его надо сделать еще и бывшим боксером! Итак, наш основной персонаж — это коммунист, который к тому же в прошлом — боксер и плюс ко всему — левша? Я был в сомнениях. А вот Ховарду эта идея казалась великолепной. Я считал, что нужно выбрать что-то одно. Ховард же утверждал, что из идеи надо выжать все по максимуму. В сухом остатке: обычно я доверял интуиции Ховарда в подобных вопросах, он всегда великолепно справлялся с любыми концепциями и был гораздо более опытным маркетологом, чем я, — но с этим я согласиться просто не мог.

Типичный пример случая, когда «слишком много марципана». У нас получился «Черный ветеринар».

Наша беда была в том, что мы стали заложниками хорошей идеи. Попасть в эту ловушку довольно легко. Вам нравится какая-то идея? Отлично, значит, она понравится вам больше, если я усилю ее, добавлю еще несколько ложек с верхом? Что же я слышу в ответ: «Пожалуй, не стоит». До сих пор каждый раз, когда мы беседуем с Ховардом, он продолжает настаивать, что он был прав в отношении «Левака». А я? Я делаю вид, что не слышу. И тем не менее это одно из основных правил киносценария и творческого подхода: простота — залог успеха. Одна концепция за раз. Невозможно переварить слишком большой объем информации или нагромождать всего, чтобы улучшить идею. Если вы так поступаете, вы только больше запутываетесь. Если вы так поступаете... остановитесь.

«Осторожно, ледник!»

Чаще всего плохие парни появляются в картине издалека и начинают неспешно приближаться к главному герою. Иногда это происходит очень медленно, и западня захлопывается так неторопливо, что вам хочется закричать, обращаясь к экрану: «Осторожно, ледник!» По крайней мере, мне иногда точно хочется.

«Опасность» подбирается к вашему герою со скоростью пары сантиметров в год. И это делает вашу картину, которая задумывалась как фильм ужаса, совсем не страшной. Если вы думаете, будто от подобного застрахованы мэтры киноиндустрии, вы ошибаетесь. Замедленная опасность то и дело встречается и в хороших картинах.

Возьмите хотя бы фильм «Пик Данте» с Пирсом Броснаном в главной роли, один из двух фильмов-катастроф об извержении вулкана, вышедший на экран в 1997 году. Создатели, вероятно, хотели сорвать куш на волне событий вокруг вулкана Сент-Хеленс^[70]. Суть фильма сводится примерно к следующему: видите этот вулкан? Его извержение может начаться в любую минуту! Вот, собственно, и все. Вулкан вот-вот проснется, но никто не верит смазливому ученому (Пирсу Броснану), а мы сидим и ждем, когда он окажется прав (мы-то видели трейлер). Что ж, пытаясь скоротать ожидание, мы, по крайней мере, можем посмотреть на Пирса Броснана и подумать: «Да-а-а, Шон Коннери был лучше»^[71].

Другой пример — фильм «Эпидемия» с Дастином Хоффманом. Это точно скучное кино! Основная идея фильма заключается в том, что в США попадает вирус Эбола, а герой Хоффмана пытается найти от него лекарство. И пока мы ждем, вирус медленно, очень медленно распространяется. Фактически этот фильм можно отнести к категории «Монстр в доме», только функцию дома здесь выполняет небольшой городок, в котором введен карантин. Нас очень бегло знакомят с его обитателями, чтобы вызвать наше сочувствие в случае их смерти. Конечно, мы впервые встречаем их странице эдак на 75-й, но что с того?

Нам надо чем-то занять себя, пока мы ждем, когда же персонаж Дастина поймает зараженную обезьяну, а это, если я не ошибаюсь, третья или четвертая сюжетная линия фильма... Как же им удалось уговорить таких актеров сниматься в своей картине?

Подобный промах можно встретить даже в вестернах. В фильме «Открытое пространство» друзей ковбоев в исполнении Кевина Костнера и Роберта Дювала плохие парни убивают примерно на 20-й странице. Поэтому наши ковбои верхом на лошадях рассуждают о плохих парнях и о том, что они их достанут, да, найдут и расправятся с ними... *и так почти полтора часа!* Если вы никогда не задумывались о том, как покоряли Дикий Запад, могу сказать точно — это происходило очень медленно.

Так что даже светлые головы думают, будто наступающая опасность в виде раскаленной лавы, которая доберется до нас к следующему четвергу или около того, должна привести нас в трепет. Увы! Не приводит.

Опасность должна присутствовать здесь и сейчас. Угроза должна быть реальной для тех персонажей, за которых мы переживаем. Нам следует ясно понимать с самого начала, что может с ними случиться и к чему приведет эта неминуемая угроза. В противном случае вы нарушаете правило «Осторожно, ледник!» Ниже я предлагаю вашему вниманию список других «ледников», которые приближаются слишком медленно, не тянут на «угрозу» или просто скучны:

- злобные слинки^[72];
- вооруженные АК-47^[73] улитки;
- письмо о лишении права собственности, отправленное из Сибири;
- одноногая бабушка-убийца;
- стадо разозленных черепах;
- саранча.

Даже если у вас есть захватывающее название, не используйте в своем сценарии подобных «плохих парней». Только если саранча у вас генетически модифицированная и питается человечиной!

Тогда еще можно о чем-то разговаривать!

«Духовное перерождение»

Следующее правило киносценаристов гласит: каждый персонаж вашей картины должен измениться по мере развития сюжета. Единственные, кому меняться не обязательно, — это «плохие парни». Но герои и их друзья меняются, и иногда очень сильно.

Это абсолютная истина.

Мне не очень нравится термин «арка персонажа», потому что он слишком заезжен продюсерами и авторами руководств о том, как написать сценарий, тем не менее я считаю очень важной ту суть, которую он выражает. Сценаристы понимают под данным термином «изменение, которое происходит с любым персонажем с самого начала, в ходе повествования и к концу путешествия этого персонажа». Если подобное удалось сделать и мы можем проследить, какой духовный рост и какие изменения происходят в каждом персонаже в ходе развития сюжета, — сценарий звучит как поэма. Квинтэссенция того, что вы хотите донести до вашей аудитории: эта история, этот опыт настолько важны для всех, кого они затрагивают, — даже для вас, зрителей, — что они меняют жизнь каждого человека, попадающего в орбиту рассказанной истории. С незапамятных времен все хорошие истории демонстрируют рост и изменения в их героях.

Почему?

Я думаю, причина, согласно которой персонажи должны изменяться по мере развития сюжета, заключается в том, что, если у вас есть достойная история, она должна быть жизненно важна для всех, кто в ней задействован. Именно потому для каждого персонажа в фильме нужно тщательно продумать первоначальные обстоятельства и проследить, что он получает в финале. Не знаю почему, но первым в качестве хорошего примера в голову приходит фильм «Красотка». Там меняются все: персонажи Ричарда Гира, Джулии Робертс, Лоры Сан Джакомо — даже «наставник» главной героини в исполнении Гектора Элизондо. И все они меняются под влиянием

романтической истории, которая затрагивает каждого из них. Ничему не учится только один персонаж — «плохой парень» Джейсон Александер.

«Красотка» — один из многих умело созданных, успешных фильмов, в котором применяется это правило. Оно действует во всех по-настоящему хороших картинах, тех, что остаются в нашей памяти, заставляют нас плакать и смеяться, которые мы с удовольствием пересматриваем снова.

Даю подсказку.

В определенном смысле все истории повествуют об изменении. Способность изменяться — это и есть та лакмусовая бумажка, которая показывает нам, кто добивается успеха, а кто нет. Положительные герои с готовностью воспринимают необходимость меняться и видят в этом источник силы. Отрицательные персонажи меняться отказываются. Они варятся в собственном соку, неспособные вырваться из привычной рутины, и все, что им остается в случае неожиданных перемен, — смириться и тихо умереть. Чтобы достичь успеха в жизни, нужно быть открытым к переменам. Это принцип не только хорошего сценария, но и любой из наиболее известных религиозных концепций. Изменение всегда положительно, ведь оно представляет собой духовное перерождение, обещание нового начала.

Духовное перерождение.

Разве все мы не хотим в это поверить?

Разве нам не хочется прыгнуть с головой в водоворот жизни после хорошего фильма? Вырваться из рутины, попробовать что-то новое, открыться целебным свойствам перемен, посмотрев кино, в котором каждому удастся измениться?

Еще как хочется!

«Все меняются». Это один из слоганов, который я написал на желтом листочке-стикере и прикрепил сверху на монитор своего «Мака», чтобы он находился у меня перед глазами, когда я пишу сценарий. Прежде чем приступить к работе, я продумываю, как будет меняться каждый из моих персонажей, и отмечаю на доске основные вехи их изменений в ходе развития сюжета.

Вы должны проделывать то же самое.

Если в вашем сценарии не хватает глубины, если у вас возникает чувство, что в сюжете чего-то недостает, проверьте историю на соответствие правилу изменения, возможно, вам стоит еще поработать над теми духовными трансформациями, которые должен пережить каждый ваш герой.

Говоря «каждый», я имею в виду всех, кроме отрицательных персонажей.

«Не вмешивайте прессу!»

Настало время мне немного похвастаться. Мой звездный час! Дело в том, что следующее правило, о котором я хочу вам рассказать, я узнал от Стивена Спилберга. Лично. *Да, именно так... Мы работали вместе.* В плане профессионального развития для меня это стало бесценным опытом. Если говорить о непреложных законах сценариста, то вот уж кому точно стоило бы написать подобную книгу. Я могу только передать его слова.

Суть в следующем.

О правиле «Не вмешивайте прессу!» я впервые услышал от Стивена Спилберга, когда мы с Джимом Хаггином работали над сценарием «Ядерная семейка», впоследствии проданным нами компании «Amblin»^[74]. Сюжет фильма таков: обычная семья отправляется провести выходные на природе и по стечению обстоятельств разбивает свой маленький лагерь недалеко от места свалки радиоактивных отходов, а на следующее утро все члены семьи просыпаются с теми или иными сверхспособностями. «Ядерная семейка» — это комедия, где сбываются заветные мечты персонажей. У каждого из них в жизни есть проблема, с которой позволяют справиться открывшиеся чудесные качества. Так, отец семейства, руководитель рекламного отдела, получает способность читать мысли, и это помогает ему обойти своего заклятого соперника на работе. Его жена открывает в себе дар телекинеза, теперь она передвигает вещи одним усилием воли и становится идеальной домохозяйкой и мамой. Подросток-сын приобретает способность к очень быстрому перемещению в пространстве и неожиданно оказывается лучшим полузащитником школьной лиги. А дочь, которой всегда с трудом давалась учеба, обретает уникальные интеллектуальные способности и сдает на «отлично» все контрольные. Это фантастическая комедия, щедро приправленная спецэффектами, но в ней есть смысл. В конце концов все герои отказываются от своих сверхспособностей. Они понимают, что оставаться семьей для них гораздо важнее, чем быть успешными.

В процессе работы над сценарием нам хотелось испробовать все возможные варианты развития сюжета. Один из нас — вполне вероятно, я сам — легкомысленно предположил, что, пожалуй, о сверхспособностях должна узнать пресса, и тогда дом необычной семьи наполнится журналистами и фотографами. Стивен Спилберг эту идею отверг и объяснил почему.

Обратите внимание, что в фильме «Инопланетянин» нет никакой шумихи прессы по поводу неземного существа, приземлившегося на нашей планете и проживающего в одной обычной семье, у которой свои обычные проблемы и трудности. Несомненно, подобная новость заслуживает первых полос. Найден настоящий живой инопланетянин! Вот он — смотрите! Однако вместе со сценаристом Мелиссой Мэтисон Спилберг пришел к выводу, что присутствие прессы в сюжете разрушит ощущение реальности происходящего. Пока секрет не выходит за рамки семьи и округи, пока о нем знают только они и мы, зрители, волшебство кажется реальным. Если задуматься, становится очевидным — появиться в нашей истории пресса, это только все испортило бы. На ум приходит термин — *«разрушение четвертой стены»*. Он означает исчезновение незримой перегородки за порталной аркой, отделяющей сцену от зрительного зала. Пустить в нашу маленькую личную историю прессу означало бы сделать то же самое.

Теперь вы понимаете, что отличает Спилберга и подобных ему от всех нас, в том числе от таких режиссеров, как Шьямалан. Ни в одном из картин «DreamWorks»^[75] вы не встретите нарушения данного правила. В то время как в фильме М. Найта Шьямалана «Знаки» (опять это идиотское кино) данное правило игнорируется, что, по моему мнению, отнюдь не делает картину лучше.

На своей ферме в Пенсильвании герой Мела Гибсона и его семья сталкиваются с вторжением инопланетной цивилизации. Сначала возникают загадочные круги на кукурузном поле, а потом появляются сами пришельцы и, совсем в духе ужастика «Ночь живых мертвецов», пытаются вломиться в дом. (Зачем? Мы понятия не имеем.) И пока мы ждем атаки, персонаж Мела и

его домочадцы надевают на головы каски (Боже! Вот это фильм!) и смотрят телевизор. Там по CNN передают новости о вторжении НЛО по всему миру. Мелькают даже жуткие кадры появления одного из пришельцев на детском утреннике где-то в Южной Америке.

Все это, конечно, интересно, только вот к чему оно? Какое отношение имеет к драме героя Мела Гибсона, который пытается защитить свою семью от пришельцев, лезущих к нему в дом? Мне кажется, это даже несколько снижает градус накала: персонаж Мела Гибсона не один такой, у всех вокруг та же самая проблема. Как и в примере с фильмом «Инопланетянин», добавление в сюжет прессы только все портит. Это исключает меня, как зрителя, из истории.

Я хочу донести до вас мысль о том, что включать в сюжет журналистов всегда нужно очень осторожно. Если только ваш фильм не о прессе или не о всемирной проблеме, когда персонажи находятся в разных точках земного шара и для них всех важно знать друг о друге, прислушайтесь к моему совету... и к Стивену Спилбергу.

Не вмешивайте прессу!

Выводы

Итак, теперь вы знакомы с некоторыми основными правилами сценаристики, и если вы похожи на меня, то сейчас вы горите желанием узнать больше и открыть какие-нибудь собственные принципы. Эти маленькие открытия становятся вашим озарением, результатом просмотра множества разных фильмов за долгие годы. Внезапно приходит понимание, почему что-то в фильме сделано именно так, для чего на самом деле была нужна какая-то сцена, — и от этого вы чувствуете себя гением. Неожиданным образом вы оказываетесь посвящены во все тайны сценарного мастерства, словно вам удалось заглянуть под крышку швейцарских часов и увидеть воочию, как взаимодействуют друг с другом шестеренки. «Так вот как это работает!» — вдруг понимаете вы.

Такое ощущение, словно вы узнаете секреты фокусника.

Как только вы вникаете в суть этих маленьких трюков, вам тут же хочется придумать им название. Так появились «Спасите котика», «Папа римский в бассейне», «Черный ветеринар» и «Не вмешивайте прессу!» — их легко запомнить (по крайней мере, мне), что немаловажно. Конечно, все это очень весело, но такой подход позволяет не забыть о тех уроках, которые вы извлекли. Если вы поймали себя на мысли, что совершаете ошибку или хотите нарушить какое-то из правил, эти краткие примеры позволяют вам мгновенно взвесить «за» и «против». Сколько раз подобное случалось со мной? Признаюсь честно, многократно. Однако очень важно понять суть каждого правила, что впоследствии сэкономит вам массу времени в каждом конкретном случае.

Писать сценарий — все равно, что раз за разом собирать пазл. Чем больше у вас практического опыта, тем быстрее все получается. Чем больше историй вы проработали, чем больше структурных планов завершили, чем больше сценариев довели до конца, тем больше навыков вы приобрели. А краткие обозначения для отдельных приемов помогут вам сэкономить время.

Практические задания

1. Вспомните любого киногероя, которого сложно назвать сугубо положительным персонажем. Попытались ли создатели фильма как-то это исправить? Какие новые приемы из категории «Спасите котика» можно использовать, чтобы сделать героя более привлекательным для зрителей — и чтобы при этом все выглядело органично и не фальшиво?

2. Вспомните фильмы, в которых применяется правило «Папа римский в бассейне». Помогает ли вам подобная манера изложения информации понять происходящее или только отвлекает?

3. Попробуйте исправить сценарий фильма «Человек-паук». Предположим, что вы можете отойти от сюжетной линии, предложенной Стэном Ли^[76] в комиксах издательства «Marvel». Какие изменения вы внесли бы в сценарий, чтобы исключить «Абракадабру в квадрате»?

4. Если вам нравится фильм М. Найта Шьямалана «Знаки» и вы считаете, что я не в своем уме, раз критикую его так жаростно, напишите мне на адрес электронной почты, который я указывал в конце главы 1, и объясните, в чем прелесть другой его картины — «Неуязвимый», фильма настолько нелепого, что по сравнению с ним «Знаки» — это просто «Броненосец «Потемкин»»^[77]. Однако помните, у меня уже заготовлены весомые аргументы и я все еще зол из-за того, что кинотеатр не вернул мне мои 10 баксов, которые я так бездарно потратил на билет.

Глава 7. Что не так с этой картиной?

Итак, вы справились! Поздравляю! Вы добросовестно последовали моим советам, провели подготовительную работу, сделали все как настоящий профессионал и вот добрались до финального титра с надписью «Конец».

Неважно, сколько страниц у вас получилось — 90 или 130, — но вы достигли вашей цели. Вы написали рабочий вариант сценария фильма.

Вы — молодец!

Прежде чем двинуться дальше, давайте сделаем небольшую паузу и погреемся в лучах славы.

Вы довели работу над своим сценарием до конца, и это выгодно отличает вас от доброй половины ваших коллег по цеху, которые только говорят о своих проектах. Вы резко подняли собственные шансы на успех, выполнив работу. И неважно, первый ли это ваш сценарий или двадцать первый, вы выиграли еще один раунд в нескончаемой битве с творческими демонами. Вам не просто удалось довести работу до конца, вы усовершенствовали свои навыки и приобрели новый опыт, ведь ваше профессиональное мастерство растет с каждым написанным сценарием. Что касается меня самого, я стал автором и соавтором 75 сценариев, включая телевизионные проекты, и, когда я сравниваю свои первые шаги на этом поприще с тем, что пишу сейчас, я вижу, как я вырос в профессиональном плане. Но мне по-прежнему есть к чему стремиться. Пока я верю, что мой лучший сценарий еще не написан, и получаю удовольствие от самого процесса работы, я знаю, у меня все получится.

Однако вернемся к вам. Сценарий готов! И все же, хотя вы чувствуете себя счастливым родителем, вас начинают терзать смутные сомнения по поводу вашего детища. Некоторые части вашего сценария не работают, о чем вам известно. Другие части и вовсе провальные, и в глубине души вы этого боитесь. Здесь я советую вам отложить сценарий на недельку (а если сможете

удержаться, то и на большой срок) и вернуться к великолепному плоду ваших творческих усилий после небольшого перерыва. Перечитайте его от начала до конца... и вы потеряете дар речи.

Он же ужасен!!!

Характеры героев плоские! Ничего не происходит, или сюжет развивается так медленно, что вы сомневаетесь, мог ли такое написать человек в здравом рассудке. О чем вы только думали? Сценарий абсолютно не готов! Да вы даже не начинали над ним работать! Самое плохое в том, что теперь, когда вам открылась горькая правда и вы осознали, какой вы неудачник, у вас опустились руки и вы не хотите больше ничего делать. От вашего душевного подъема, гордости и самолюбования не осталось и следа, вы предались истовому самобичеванию.

Я угадал, именно так выглядят «американские горки» вашего настроения?

Тогда спешу вас утешить. Подобное происходит всегда. Вам есть над чем еще серьезно потрудиться. Но прежде чем броситься вниз со скалы с буквами Hollywood, сделайте глубокий вдох. Можно все исправить и вновь вернуть себе бодрость духа и гордость за проделанную работу.

Я помогу вам найти и откорректировать некоторые из ваших недочетов в сценарии.

Это не так уж сложно.

Нужно просто быть честным в своих оценках и действительно хотеть провести работу над ошибками. Итак, я расскажу вам о типичных ошибках, которые допускали другие сценаристы задолго до вас. Возможно, это окажется вам полезным.

Герой должен действовать

Распространенная ошибка сырых сценариев заключается в том, что главный герой инертен. Обычно понять это бывает сложно, особенно если все остальное вы сделали как надо. Вы тщательно довели до ума сюжетную линию, каждая сцена работает на развитие истории. Вот только ваш главный герой почему-то этого не знает.

Словно неведомая сила *тащит* его через всю историю: он появляется там, где должен появиться, но непонятно зачем. Кажется, что у протагониста отсутствует мотивация, его цели туманны, у него нет внутренних стремлений, побуждающих его к действиям. Представьте, если бы подобным образом себя вел детектив, которому нужно раскрыть таинственное убийство. Назовем его Джонни Мне-Все-Равно, потому что он — образец безразличия, у него нет мотивации и его не интересуют ни идейные соображения, ни деньги. Джонни появляется в кадре, он присутствует при расследовании, но не хочет ничего делать. Он не ищет ключ к разгадке — тот просто сам идет к нему в руки. У Джонни нет определенной цели. Он существует, но не знает зачем. Его девиз: «А смысл? Когда-нибудь мы все уйдем».

Узнаете в описании своего героя?

Если так, то вам необходимо исправить ситуацию. Ведь одно мы знаем наверняка: главный герой должен активно действовать. Это закон. Если персонаж не действует, он — не герой.

Предлагаю вам ответить на следующие вопросы, чтобы понять, не нужно ли сделать протагониста поэнергичнее.

1. Четко ли сформулирована цель вашего героя в установочной части? Очевидно ли вам и зрительской аудитории, чего он хочет? Если нет или если вы сами не знаете, в чем цель героя, выясните это. Убедитесь, что она ясно выражена, повторяется на словах и проявляется в делах по ходу развития сюжета.

2. Ваш герой сам принимает решения, что ему делать дальше, или просто плывет по течению? Если у протагониста

все получается само собой, что-то не так. Нельзя просто вручить ему ключи от судьбы, он должен собственноручно «выковать свое счастье».

3. Ваш герой характеризуется активными действиями или пассивным ожиданием? Если второе, то у вас проблема. Все поступки героя должны определяться его горячим желанием и глубокой внутренней необходимостью добиться своей цели. Если он не хочет ничего предпринимать, потому что не видит в этом философского смысла, или если он может отложить свою пламенную страсть до завтра, значит у вас получился Гамлет. Это отлично, если вы — Шекспир, но плохо, если вы пишете роль для Вина Дизеля.

4. Ваш герой говорит другим персонажам, что им делать, — или это они дают ему советы? Это очень хорошее правило для проверки: настоящий герой никогда не задает вопросов! Он сам все знает, а окружающие обращаются к нему в поисках ответов — не наоборот. Если в речи вашего героя слишком много вопросительных знаков, у вас проблема. Герой всегда знает, он не задает вопросов.

Если к вашему протагонисту применим хотя бы один из этих пунктов, значит мы имеем дело с инертным персонажем. Сценариев с подобными бездеятельными героями пруд пруди. Так что исправьте это! Дайте вашему герою хорошего пинка и скажите, что пора включаться в игру. Пора ему уже взять инициативу в свои руки! Он же, в конце концов, герой!

Пересказывание сюжета

Еще одна «болезнь» плохих сценариев — это «пересказывание сюжета». Такое моментально выдает неопытность автора. Как правило, в подобных случаях персонажи появляются в кадре и говорят что-то вроде: «Ты же моя сестра, ты должна знать!» или «Все было совсем по-другому, когда я играл в защите «Нью-Йорк Джайентс»^[78] и считался настоящей звездой — до моей... травмы». Подобные диалоги (скажем это вместе) *никуда не годятся!* Тем не менее мне понятно, как они появились в сценарии.

Вам нужно объяснить предысторию, но вы не можете просто взять и рассказать ее — и тогда вы призываете на помощь персонажей, чтобы они сделали это за вас. Очень неудачный ход. Кроме того, он практически гарантирует, что ваш сценарий отправится в мусорную корзину.

От таких диалогов волосы на затылке встают дыбом. Это звучит неестественно. Вы когда-нибудь слышали, чтобы так разговаривали в реальной жизни? Вы забыли, что ваши персонажи служат не вашим целям, а собственным. В каждой новой сцене они должны появляться со своими задачами, и говорить им пристало то, что у них на уме, а не у вас. Ваша задача — раскрыть персонажей, показать их желания, надежды, мечты и страхи, для чего важно не только то, что они говорят, но и как они это делают. Хороший диалог помогает нам узнать больше о том, что происходит, из его подтекста, а не из произносимого в открытую. Информацию лучше доносить ненавязчиво. А пересказывать сюжет — все равно что махать кувалдой. Это перебор.

Дополнение к данному «правилу плохого диалога» гласит: «Показывайте, а не рассказывайте!» Вот еще одна ошибка, которая часто встречается в сценариях новичков. Вы сможете эффективнее донести информацию о кризисе семейных отношений, если покажете, как муж провожает взглядом привлекательную девушку, когда они вместе с женой идут по улице, чем если вы вставите диалог на три страницы о том, как

проходят их сеансы у семейного психолога. Фильмы — истории, рассказанные в картинках. Зачем что-то говорить, если можно показать? Это экономит столько времени и сил! Вы хотите быть уверены, что аудитория знает о футбольном прошлом главного героя? Покажите командные фото на стенах его гостиной, пусть он прихрамывает (вследствие травмы, из-за чего завершилась его спортивная карьера, — но только если подобное уместно), упомяните об этом как-нибудь невзначай. Хотите быть уверены, что мы знаем о драке, которая произошла между двумя персонажами? Тогда пусть они беседуют о чем угодно, кроме драки. Если вы все сделаете правильно, зрители это поймут. Они гораздо более восприимчивы, чем вам кажется.

Показывая, а не рассказывая, вы даете возможность героям проявить себя с лучшей стороны, то есть быть инициативными, со своими собственными, а не вашими целями и задачами.

Фактически кино предназначено для того, чтобы показать, что происходит, и поэтому мы должны получать информацию о героях из их поступков, а не из слов. Все как в жизни: человек познается по делам, а не по словам. Так и в хорошем кино — мы понимаем происходящее не благодаря диалогам, а за счет манеры исполнения и дальнейшего развития истории. Вы должны отпустить свой замечательный сюжет и предыдущие события. Вам стоит сконцентрироваться на происходящем сейчас, а не на том, что случилось еще до начала истории. Так что если вы чувствуете, что увлеклись пересказыванием, — остановитесь. Если вам кажется, что вы слишком много говорите, — бросьте объяснять и начните показывать.

Сделайте плохого парня еще хуже

В дополнение к идее о том, что герой должен действовать, есть правило, гласящее: «Плохой парень должен быть настолько плохим, насколько это только возможно». Часто случается так, что ваш протагонист делает все, что должен. Он проявляет инициативу, ищет выход и преодолевает препятствия, он совершает чудеса, но это не производит на нас никакого впечатления. Он — никто! Он такой посредственный, такой негероический, такой незаметный! Мы не хотим видеть подобных персонажей на экране, нам нужны настоящие герои!

Если эта ситуация вам знакома, то проблема, скорее всего, не в герое, а в его противнике, и решить ее несложно. Может быть, вам просто нужно сделать плохого парня... еще хуже!

Данная проблема часто встречается в первых версиях сценария. Думаю, это происходит потому, что мы слишком сильно хотим, чтобы наш герой победил, и боимся сделать его задачу невыполнимой. Однако мы не можем оберегать персонажа от опасностей и трудностей. На его долю должно выпасть чуть больше, чем он способен вынести. Сделав плохого парня хуже, мы автоматически придадим веса нашему герою. Это один из непреложных законов кинодраматургии.

Возьмите, например, Джеймса Бонда. Супершпионом его делают не технические штучки, красивые девушки и шикарные машины. Джеймсом Бондом его делают противники: Голдфингер, Блофельд и Доктор Ноу. Представьте, каким оказался бы агент 007, если бы его врагом был бухгалтер, проворачивающий махинации в местном банке. В чем заключалась бы сложность задачи? В одночасье оказались бы ненужными все технические штучки, суперкары, мужское очарование. Джеймсу Бонду достаточно было бы просто немного посидеть в интернете, и он справился бы с этим делом до ужина. Ему нужен противник позначительнее, чтобы на его фоне выгоднее смотрелся сам Джеймс Бонд. Ему нужен враг такой же сильный, как и он сам.

Во многих качественных картинах главный герой и плохой парень часто оказываются двумя половинками одного целого, а потому в борьбе за утверждение своего превосходства они наделены практически равными способностями. Сколько фильмов вы можете назвать, где герой и его противник — «две стороны одной медали»? Возьмите, например, «Бэтмена» (персонажи Майкла Китона и Джека Николсона), «Крепкий орешек» (персонажи Брюса Уиллиса и Алана Рикмана) и даже «Красотку» (персонажи Ричарда Гира и Джейсона Александера). Разве в каждом из этих фильмов положительный персонаж и плохой парень не являются светлой и темной сторонами одного «Я»? Разве они не представляют собой позитивный и негативный снимок одной души? У каждого из них есть то, что хочет получить второй, — даже если это всего лишь ответ на вопрос, что делает их такими, какие они есть.

Суть в том, что главный герой и плохой парень, условно говоря, «идут в комплекте», а значит, должны обладать равной силой и способностями. Антагонист должен быть чуть-чуть сильнее главного героя, потому что ради победы он готов абсолютно на все. В конце концов, у плохого парня по определению нет семейных ценностей. Отсюда вовсе не следует, что вы должны сделать его непобедимым, — просто это должно так *выглядеть*. Таким образом, если силы вашего героя и его противника не равны, уравнийте их и дайте небольшое преимущество плохому парню. Если вы наделите его невероятными возможностями и неуязвимостью, вашему главному герою придется сделать даже больше того, что мы от него ждем. Если сила отрицательного персонажа превосходит возможности главного героя, это автоматически повышает статус последнего.

«Поворот, поворот и еще поворот»

Вот еще одно правило, которое записано у меня на бумажке и висит на видном месте над рабочим столом вот уже двадцать лет. Это было самое первое, что я узнал о том, как писать сценарии, и теперь я уже даже не вспомню, от кого я его услышал.

Тем не менее с тех пор я всегда непреложно следую ему.

Суть правила «Поворот, поворот и еще поворот» заключается в том, что сюжет не может просто размеренно идти вперед, в нем обязательно должны присутствовать неожиданные повороты и пики напряжения. В этом заключается различие между постоянной скоростью и ускорением. Мало того, чтобы сюжет просто развивался, он должен развиваться с ускорением, становиться более сложным и наконец достигать пика напряжения.

Если в вашем фильме много действия, но это не интересно зрителям, значит у вас получилась банальная погоня. Все бегут туда, затем бегут сюда, но ничто не цепляет аудиторию по-настоящему. Зрители просто наблюдают за происходящим на экране, но оно их не трогает.

И это (ну скажите кто-нибудь!) *никуда не годится*. Правильно.

Возьмем, например, очень шумный и суетный фильм «Кот в шляпе»^[79] с Майком Майерсом в главной роли. Помимо того что это один из самых неподходящих для детей фильмов, он еще и являет собой яркий пример кино, в котором происходит множество действий во множестве мест — но ничего *по существу*. Яркая картинка для глаз, но движения вперед здесь нет. Это в чистом виде погоня ради погони. Все бегут туда, затем все бегут сюда, но мне абсолютно безразлично то, что на экране, я не понимаю, почему я все еще смотрю фильм. Это доказывает, что у вас может происходить много действия, но одновременно не быть истории. Есть какое-то развитие сюжета, но нет «Поворота, поворота и еще поворота».

С каждым следующим шагом в развитии сюжета должно открываться что-то новое о ваших героях и о смысле всего происходящего. Вам, как автору сценария, следует показать, как это влияет на героев. Вам нужно раскрыть их недостатки, сомнения, страхи, а также обозначить угрозы, нависшие над ними. Вы должны сделать явными скрытые силы, неиспользованные ресурсы и преступный замысел плохих парней — все то, о чем не знает главный герой. Покажите все грани вашего бриллианта под названием «сюжет», пусть вздох удивления вырвется у зрителей, пораженных этим светом. Бриллиант нельзя рассматривать без движения — чтобы аудитория лишилась дара речи, сделайте «поворот, поворот и еще поворот». Покажите нам, как свет играет на всех его гранях, дайте нам рассмотреть детали!

То же самое относится и к скорости развития сюжета. По мере того как плохие парни берут главного героя в кольцо и это кольцо все больше сжимается, динамика сюжета увеличивается, а давление сил, противостоящих протагонисту, в конце концов достигает пика в третьем акте, где происходит взрыв действия и эмоций. Если вы не чувствуете ускорения после того, как ваш сюжет перешел через центральный момент и движется в направлении финала, значит у вас проблемы.

Правило «Поворот, поворот и еще поворот» напоминает нам о том, что по мере развития сюжет должен приобретать ускорение, становиться более динамичным и менее инертным.

Так что, если сюжет вашего сценария кажется статичным или плоским, попробуйте взглянуть на него под другим углом. Придайте действиям ускорение вместо простого движения вперед. И не забудьте добавить «Поворот, поворот и еще поворот».

Эмоциональная палитра

Хорошее кино часто сравнивают с аттракционом «американские горки». Это значит, что мы, зрители, наблюдающие за развитием истории, испытываем целый спектр разных эмоций. Мы смеемся, плачем, переживаем воодушевление, страх, сожаление, гнев, расстройство, чувство возможной потери и, наконец, головокружительный триумф. И, когда зажигается свет, мы выходим из кинотеатра, чувствуя себя эмоционально выжатыми.

Уф, вот это кино!

Идет ли речь о комедии или о драме, задача состоит в том, чтобы вызвать у зрительской аудитории эмоциональный отклик. При этом в вашем спектре должны быть задействованы все эмоции. Давайте подумаем, почему именно так. Мы ходим в кино не только для того, чтобы убежать от реальности и получить какой-то жизненный урок, но и чтобы погрузиться в сон наяву, где мы, находясь в полной безопасности, можем пережить разнообразные эмоции. Как это обычно бывает в хорошем сне, мы должны пропустить фильм через себя: в нашем сне мы проживаем вместе с главным героем его жизнь, сжимаем подушку во время любовной сцены, прячемся под одеялом в кульминационный момент и просыпаемся эмоционально истощенными и наполненным одновременно, выжатыми как лимон, но довольными.

Но что с того, если в вашем фильме этого нет? Что, если фильм выдержан на одной эмоциональной ноте? В чем проблема, если вы создали комедию и она постоянно вызывает смех? Или, если это драма, полна напряжения от начала и до конца? Что тут не так?

Обратимся к примеру двух создателей фильмов, которых, как мне казалось раньше, я никогда не стал бы упоминать ни в одном подобном руководстве, — к братьям Фаррелли. Они были сценаристами и режиссерами таких кинокартин, как «Кое-что о Мэри», «Любовь зла», «Застрял в тебе», известными не только своим юмором, но и довольно пикантными сценами. Однако,

если вы думаете, что в их фильмах все построено только на эффекте комичности, вы ошибаетесь. Эти ребята хорошенько проработали свои сценарии с точки зрения эмоциональной палитры. В каждом из их фильмов есть сцены панического ужаса, томительного ожидания, сцены страсти и человеческих слабостей. Эти фильмы цепляют нас, потому что создатели вложили в них весь спектр эмоций, а не сыграли на одной-единственной ноте — комической.

Вы можете сделать то же самое.

Если вам кажется, что ваш сценарий построен на какой-то одной эмоции, вернитесь немного назад и оживите его всеми другими цветами доступной вам эмоциональной палитры. Где моменты страсти? Где минуты разочарования? Где сцена, вызывающая у зрителей страх? Если всего этого в вашем сценарии нет, возьмите просто смешную или просто драматичную сцену и попробуйте добавить в нее один из недостающих эмоциональных оттенков. Есть хороший способ, как это можно осуществить: выберите те эмоции, которые вам хотелось бы добавить, а затем вернитесь к тексту и отметьте сцены, где необходимо изменить эмоциональную тональность. Пусть в этих сценах сохраняются те же действия, тот же переход +/—, тот же конфликт и та же развязка, но только вместо смеха используйте страсть, вместо открытости — подозрительность, сделайте очевидным драматический конфликт. Чем богаче окажется эмоциональная палитра вашего фильма, тем лучше будет и для вас, и для ваших зрителей.

Не верите? Пересмотрите любой фильм братьев Фаррелли.

«Привет, как дела?» — «Спасибо, хорошо»

Даже в хороших фильмах бывают плоские диалоги. Но ваш сценарий рискует никогда так и не стать фильмом, если он полон скучных и безжизненных разговоров. Если там страница за страницей идут беседы, лишь заполняющие пустое место, — значит у вас проблемы.

Ваш сценарий скучный!

А это (скажите еще раз) *никуда не годится*. Точно!

Правило «“Привет, как дела?” — “Спасибо, хорошо”» показывает нам, насколько унылы плоские диалоги, которые, по сути, лишь занимают место на бумаге. Эти фразы могут быть сказаны кем угодно. Как ни странно, но, если слова, которые вы вкладываете в уста ваших персонажей, взяты прямо из жизни и звучат правильно, но очень скучно, это значит только то, что вы не уделили достаточно внимания вашей работе и не потрудились сделать так, чтобы ваши персонажи ожили и обрели собственную индивидуальность. Поскольку, скорее всего, если ваши диалоги неинтересны, то это же можно сказать и о самих героях.

Сделайте, чтобы ваши персонажи общались не так, как вы и я. У каждого из них должна быть своя манера говорить, пусть даже о повседневных вещах, отличающая его от остальных. Диалог — возможность для вас раскрыть персонажа и показать, что это за человек, а не только выразить, что он хочет сказать. То, как персонаж излагает свои мысли, — и есть отражение его характера, а также его прошлого опыта, его внутренних демонов и его мировоззрения.

Каждый раз, когда ваш персонаж начинает говорить, вы получаете шанс все это показать.

Если вы убеждены, что проблема плоских диалогов к вам не относится, попробуйте простой прием, которому меня научил Майк Чеда. Однажды, когда он прочитал один из моих первых сценариев, он сообщил мне: «Все твои персонажи говорят одинаково». Честно сказать, я был оскорблен до глубины души.

Со всем пылом и упрямством молодости я не поверил Майку Чеде. Откуда ему-то знать?!

Тогда Майк и научил меня этому простому тесту на качество диалога: возьмите страницу вашего сценария и закройте имена персонажей, произносящих текст. Теперь прочитайте ваш диалог, как он есть, реплика за репликой между всеми участниками. Можете ли вы определить, кто это говорит, не подглядывая в сценарий, чтобы узнать имя персонажа? Когда я первый раз попробовал проделать данный тест (дело происходило в офисе Майка в «Barry & Enright»), я был поражен. Черт побери, Майк оказался прав! Я не мог отличить одного своего персонажа от другого. Более того, я понял, что все они говорят *моим* голосом! В хорошем сценарии *каждый* герой должен быть узнаваем. Каждый должен обладать индивидуальной манерой говорить, даже если он болтает ни о чем.

Самым хорошим опытом в этом отношении для меня стал мой первый вариант сценария под названием «Big, Ugly Baby!» («Большой страшный младенец!»), комедия о подмене младенца на инопланетянина. Я наделил каждого из моих персонажей какой-то особенностью речи. Один заикался, второй постоянно неверно употреблял слова, третий был «оки», искушенный в работах Сартра^[80], а родители младенца-пришельца (мои любимые персонажи) постоянно кричали, в сценарии я выразил это тем, что минимум одно слово в каждом предложении, которое они произносили, я писал ЗАГЛАВНЫМИ буквами. И хотя вам не стоит доходить до таких крайностей, это упражнение помогло мне понять, как сделать характеры героев более яркими. (Между прочим, читать такой сценарий вслух тоже гораздо веселее.) Я понял, что подобная проработка даже самых банальных диалогов помогает мне раскрыть каждого из моих персонажей и сделать чтение в два раза интереснее.

«Шаг назад»

Сейчас я вот уже почти 10 месяцев переписываю один сценарий. Мы с моим соавтором Шелдоном работали над историей из категории «Путешествие за золотым руном». Мы написали семь — только представьте! — версий, пока наконец все не получилось как надо. Одна из причин, почему это заняло у нас столько времени, заключалась в том, что мы допустили большую ошибку. Мы нарушили правило под условным названием «Шаг назад». Так что знайте, это может случиться с каждым — даже с профессионалами.

Как уже говорилось в главе 4, это история о мальчике, которого исключили из военной школы. Добравшись домой, он узнает, что его родители переехали, ничего ему об этом не сообщив. Таким образом, наш герой отправляется в путь, чтобы найти родителей, и переживает массу приключений. Он знакомится с новыми людьми и помогает им, потому что он добрый малый, там, где он проходит, распускаются цветы и люди меняются к лучшему. Наша ошибка заключалась в том, что мы изначально создали слишком положительный образ — хороший мальчик, который помогает другим, — а потому ему просто некуда было меняться. Он не нуждался в путешествии. Что в начале, что в конце фильма наш главный герой оставался таким же. На то, чтобы мы исправили эту проблему, создавая одну версию сценария за другой, ушла целая вечность. В каждой версии мы пытались сделать шаг назад в эмоциональном плане, чтобы путешествие имело для нашего героя какой-то смысл. *Да, вот так, еще чуть назад, еще шаг!* Сейчас это звучит просто, но тогда мы ничего не понимали. Мы не замечали очевидного решения: героя нужно отвести как можно дальше назад, чтобы сюжет стал историей о его росте. Хотите верьте, хотите нет, но подобная ошибка встречается очень часто.

Практически все мы прекрасно знаем, каким наш главный герой будет в конце своего приключения, но мы не хотим подвергать его мукам роста, пытаемся оградить от боли. И,

совсем как в случае с воспитанием ребенка, у нас это не получается. Наши персонажи должны расти, набивая собственные шишки и извлекая уроки из своих ошибок. Нравится нам или нет, но нам следует им это позволить. В нашем случае мы с Шелдоном очень привязались к герою и безмерно желали, чтобы в конце истории он остался оптимистичным, позитивным и особенным, но при этом мы не хотели видеть, какую духовную борьбу он переживает, чтобы таким стать. словно мы списали ответы к тесту с последних страниц учебника, а не выполнили задания сами. Мы так страстно желали добраться до финальной части, что упустили очень важный момент: само путешествие и было историей. А победа в конце стала только слаще оттого, что мы показали, какие препятствия на пути к ней пришлось преодолеть.

Правило «Шаг назад» применимо ко всем вашим персонажам. Чтобы продемонстрировать, как каждый из них духовно растет и изменяется в ходе истории, вы должны вернуть их в стартовую точку. Не стоит заикливаться на конечном результате и лишать нас удовольствия увидеть, как они добились этого итога. Мы хотим понаблюдать за процессом. И за каждым персонажем.

Это еще одно подтверждение тому, что фильм должен показывать своим зрителям всё: все изменения, все этапы роста, все события в путешествии героя. Чем дальше вы отойдете назад вместе со своими персонажами, чем сильнее натянете тугую тетиву, тем дольше и красивее будет полет вашей стрелы. Еще раз убедитесь, что в вашем повествовании соблюдено правило «Шаг назад».

Если вам кажется, что ваша история или любой из ее персонажей не показывают нам всего полета целиком, всего путешествия... сделайте шаг назад и позвольте нам увидеть все. Мы этого хотим.

«Прихрамывание и повязка на глазу»

Иногда бывает так, что основные моменты в сценарии уже тщательно проработаны — главный герой и плохой парень великолепны, сюжет ускоряется после центрального момента и полон энергии и динамики, диалоги остроумны и свежи — все замечательно, не считая одной маленькой проблемы: у вас слишком много второстепенных персонажей. Их сложно отличить друг от друга. Читатели начинают в них путаться, что вас очень раздражает. Разве это не очевидно?!

Так случилось, потому что вы не дали ни одной зацепки, чтобы читатели могли запомнить всех ваших персонажей и разложить информацию о них по полочкам у себя в голове. Очень часто мы не хотим признавать эту проблему и говорим, что все само собой уладится на кастинге, когда будут подбирать актеров. Тут я могу ответить вам только одно: «И не надейтесь!» Если читатели вашего сценария не видят персонажей, бьюсь об заклад, вам не видать кастинга. А ведь исправить это можно очень легко.

Убедитесь, что все ваши персонажи отвечают правилу «Прихрамывание и повязка на глазу».

Каждый ваш герой должен обладать своей неповторимой манерой говорить, но при этом в его внешности также должна присутствовать какая-то деталь, которая поможет образу остаться в памяти читателя. Вы должны дать какой-то визуальный ключ, который облегчит запоминание персонажа. Возможно, вам покажется, что «Прихрамывание и повязка на глазу» — это несколько примитивный способ наделять персонажей отличительными чертами, благодаря которым зрители точно их запомнят, но он действительно работает — если вы не забудете его применить.

Зачастую о том, что нам необходимо внести подобный элемент, мы узнаём от читателей. Однажды мне самому довелось испытать действие правила «Прихрамывание и повязка на глазу», и я в очередной раз поразился тому, насколько удивителен этот простой прием. Мы с Шелдоном

работали над нашим злосчастным сценарием «Очень дрянных девчонок». В истории присутствовал важный персонаж — парень, влюбленный в одну из главных героинь. Он был у нас своеобразным «нравственным ориентиром» и всегда направлял энергию нашей девушки в правильное русло. Забавный малый, рассудительный не по годам, из него получился бы отличный взрослый, но прямо сейчас он казался «слишком умным». Для сюжета этот герой был очень важен, только вот получился абсолютно незапоминающимся. Наш агент, Энди Коэн, читал одну версию сценария за другой и постоянно спотыкался об этого героя. Кто он такой? Да, у него важная функция, но чем он так интересен? Мы испробовали практически все: переписывали диалоги, делали его смешнее, умнее, но результат получался одним и тем же.

В конце концов Шелдон предложил блестящий выход. Когда мы впервые представили нашего героя читателям, мы описали его внешность так: носит черную футболку и едва заметную бородку-эспаньолку. Это было весьма символично и подчеркивало, что наш герой из всех сил старается выглядеть круче и взрослее, но у него не совсем получается. Каждый раз, когда он появлялся по ходу сценария, мы ненавязчиво об этом напоминали. Мы вручили очередную исправленную версию сценария Энди, и через некоторое время он позвонил нам и сказал, что не знает, что мы там такого поменяли, но теперь он очень хорошо запомнил этого мальчишку. Персонаж просто отпечатался в его памяти. Фактически ничего особенного мы не сделали, наш герой остался прежним, мы просто добавили ему немного «Прихрамывания и повязку на глаз».

И все изменилось.

Что это — «обман» или «искусство»? Ни то, ни другое. Это мастерство сценариста. Это ваша работа. Так что, когда вы обнаружите в своем сценарии одного или нескольких героев, которых вы не можете отличить друг от друга, попробуйте сказать то, что я сейчас повторяю себе постоянно: «Думаю, этому парню не помешает “Прихрамывание и повязка на глазу”».

Насколько ваш сценарий первичен?

На протяжении всей книги я использовал термин «первичный». Для меня это один из основных критериев как при написании сценария, так и при корректировке уже готового текста. «Насколько мой сценарий первичен?» — спрашиваю я себя от начала и до конца проекта. Моя задача заключается в том, чтобы сделать его предельно первичным. Вопрос можно сформулировать по-другому: «Понял бы эту историю пещерный человек?» Ответ на вопрос покажет вам, есть ли между вами и вашей аудиторией связь на самом глубоком уровне основных инстинктов. Используйте ли вы в своем сценарии такие первородные рычаги, как выживание, голод, секс, защита близких или страх смерти? На поверку цель любого вашего персонажа должна быть первичной и основополагающей, даже если внешне она выглядит иначе. Чем более первичными принципами руководствуются герои в своих действиях, тем ваша история понятнее зрителям на каком-то внутреннем уровне и тем легче вам будет ее продать в любой стране мира.

Подумайте над этим.

Даже в Китае поймут любовную историю. Даже в Южной Америке поймут «Челюсти» и «Чужого», потому что основной посыл «Не дай себя сожрать» не нуждается в глубокомысленных диалогах.

Данное правило также успешно работает, если нужно немного исправить характеры второстепенных персонажей или побочную сюжетную линию. Есть ли у этих героев первичная мотивация? Иначе говоря, ведут ли они себя как обычные люди? Ведь именно такими они и должны быть. В противном случае вы не затрагиваете самые важные, фундаментальные струны.

Предположим, у вас имеется весьма претенциозная концепция сценария: биржевые маклеры затеяли аферу на международном рынке ценных бумаг. Замечательно. Очень интересно. Однако по сути своей неважно, в чем на самом деле заключается сюжет, — если вы наделите своих героев понятными первичными желаниями, вся ваша история

переместится в плоскость, где она будет понятна каждому, и неожиданно из рассказа о биржевых маклерах превратится в рассказ о людях, пытающихся выжить.

Вот первичные мотивы, лежащие в основе историй некоторых кассовых картин:

- желание спасти свою семью («Крепкий орешек»);
- желание защитить собственный дом («Один дома»);
- желание найти пару («Неспящие в Сиэтле»);
- желание отомстить («Гладиатор»);
- желание выжить («Титаник»).

Каждый из этих первичных мотивов можно рассматривать с точки зрения биологии и основных потребностей. Желание выиграть в лотерею — фактически желание иметь больше пищи, больше женщин, больше детей, чтобы продолжить род. Желание отомстить — это не что иное, как желание повергнуть носителя конкурирующей ДНК и обеспечить преимущество своему генетическому материалу. Желание найти родителей или детей — по сути, это желание защитить существующий генетический код и выжить. Вы можете тешить себя иллюзией, что ваша история о чем-то более «утонченном», чем все это. Вы ошибаетесь. В основе вашего сюжета должно быть что-то, понятное даже пещерному человеку.

Итак, самое время повторить всем вместе: если сомневаетесь, спросите себя: «Насколько этот сценарий первичен?»

Выводы

Теперь вы знаете, как можно перепроверить свою работу при помощи нехитрых «правил дорожного движения». Если ваш сценарий кажется вам плоским или вы получаете комментарии от читателей, которые не вполне способны сформулировать, что именно им не нравится, но точно знают, что со сценарием что-то не так, воспользуйтесь теми основными принципами, о которых вы узнали из этой главы. Они помогут вам определить слабые места и направить мысли в нужное русло. Задайте себе следующие вопросы.

1. Предпринимает ли мой герой активные действия на каждом этапе развития сюжета? Ведет ли его пылкое желание или конкретная цель?

2. Не пересказывают ли мои герои сюжет? Озвучиваю ли я через моих персонажей какие-то вещи, как в литературных произведениях, вместо того чтобы показать это на экране?

3. Достаточно ли плох антагонист? Достойный ли он противник для моего героя? Вписываются ли оба этих персонажа в фильм?

4. Приобретает ли мой сюжет динамику и ускорение после центрального момента? Раскрывается ли зрителям что-то новое в герое и плохом парне, когда действие подходит к финалу третьего акта?

5. Какая эмоциональная палитра задействована в сценарии? Развивается ли сюжет на одной ноте: фильм исключительно драматичный, или комедийный, или грустный, или наполненный чувством безнадежности? Возникает ли ощущение, что здесь не хватает других эмоций?

6. Насколько удачны мои диалоги? После проверки диалогов на качество не кажется ли вам, что все персонажи говорят одинаково? Могу ли я отличить одного от другого только по его манере говорить?

7. Легко ли отличить друг от друга моих второстепенных персонажей? Обладает ли каждый из них собственными

речевыми характеристиками, внешними отличительными особенностями и манерой поведения?

8. Начинается ли путешествие главного героя с самой дальней точки? Могу ли я полностью проследить весь его духовный рост?

9. Насколько мой сценарий первичен? Пытаются ли мои персонажи фактически удовлетворить свои основные потребности — быть любимым, выжить, защитить семью, отомстить?

Если у вас возникли сомнения хотя бы по одному из перечисленных пунктов, вы знаете, что делать. У вас есть все, чтобы вернуться и все исправить. Захотите ли вы? Вот в чем вопрос. Дам вам небольшой совет: сомневаетесь — исправьте. Поверьте, если вы или ваши первые читатели обнаружили проблемные места в сценарии, то их увидят и все остальные. Не ленитесь! Не успокаивайте себя тем, что «никто не заметит». Потому что они... непременно заметят. Лучше сейчас проявить весь свой талант и иметь мужество исправить ошибки, прежде чем ваш сценарий окажется на столе у Стивена Спилберга.

У вас не будет второго шанса произвести хорошее первое впечатление. Постарайтесь побороть чувство привязанности к своему литературному детищу (хотя сколько раз я сам без оглядки влюблялся в созданных мною героев и сценарии!) и сделайте то, что нужно сделать. Вот что отличает профессионалов от начинающих сценаристов — назойливый внутренний голос твердит: «Это никуда не годится!» А взрослый, умудренный опытом голос профессионала тут же добавляет: «Но я знаю, как все исправить!»

Практические задания

1. Вернитесь к списку фильмов в жанре вашего сценария, выберите один наименее удачный и попробуйте при помощи приведенного выше теста определить его слабые места и исправить их.

2. Возьмите один из ваших любимых фильмов и проанализируйте, как в нем развиваются отношения между главным героем и его противником. Что изменится, если плохой парень станет слабее или вообще превратится в самого заурядного человека? Приведет ли это изменение к тому, что менее интересным будет и главный герой?

3. Попробуйте «пересказать сюжет» в реальной жизни. На полном серьезе. Заявите кому-нибудь из ваших друзей на вечеринке: «Я рад, что я — сценарист из Чикаго!» или «Боже, мы с тобой дружим уже 20 лет, с того момента, когда познакомились в университете!» Посмотрите, как отреагирует ваш собеседник на такой диалог.

Глава 8. Последний кадр^[81]

Вот и подошла к концу наша с вами беседа о том, как писать сценарии. Мы обсудили многие важные темы, и пока я работал над этой книгой, а также над одним из собственных сценариев, многое произошло и здесь, в Голливуде:

- с переменным успехом выходили продолжения кассовых фильмов;
- многие франшизы^[82] «выстрелили», но имелись и бесславно провалившиеся;
- существенная часть вышедших картин была ориентирована на то, чтобы сделать свои кассовые сборы в первые выходные при широком прокате (в более чем 3000 кинотеатров), а затем их зрительская аудитория падала на 70–80 %. Это свидетельствует о том, что подобный тренд продолжится в будущем;
- семейные фильмы стали самой популярной категорией, и тенденцию поддержали предприимчивые дельцы в костюмах от «Zegna»^[83]. (Трудно произвести впечатление на званом ужине, если вы снимаете фильмы, не рекомендованные к просмотру детям.)

Одним словом, сейчас индустрия кино переживает очень интересный период — настоящий бум и «золотую лихорадку». И, что гораздо важнее для вас, она по-прежнему остается высокоприбыльным бизнесом, где готовы открывать новые таланты и инвестировать в них. Так что если вы — независимый сценарист, для вас есть две новости: хорошая и плохая.

Хорошая заключается в том, что у киностудий есть деньги на покупку вашего сценария. Сегменту франшиз так и не удалось продемонстрировать звездный взлет, а это значит, что интерес к вам со стороны кинокомпаний должен быть очень высок. Больше чем когда-либо им нужны оригинальные идеи. Поэтому ваши шансы продать свой независимый сценарий как никогда высоки.

А плохая новость состоит в том, что весь успех они присваивают себе. Продуманный маркетинг, более эффективное бюджетирование, строгий контроль над тем, как идеи превращаются в фильмы, — и вот уже все лавры принадлежат только им! Они благословенны! Руководители киностудий неустанно молятся о том, чтобы каждый день солнце вставало над землей, и рассвет каждого нового дня используют как подтверждение, что чудо было явлено миру их молитвами.

Тем не менее это не должно вас остановить. Если вы что-нибудь вынесли для себя после прочтения книги, вы понимаете: чтобы продать свой сценарий в современных условиях, к нему нужно относиться как к бизнес-плану. Если вы отличаетесь творческим подходом, вам удастся продать свою работу в Голливуде. В таком случае вас ждет замечательное будущее. Благодаря цепляющему логлайну и убойному названию вас заметят. Хорошая структура сценария поможет вам остаться в игре, а понимание, как исправить ваш сценарий, — а также любой другой, который вам могут предложить, — обеспечит рост вашей карьеры. Если вы овладели азами профессии сценариста, о которых рассказывалось в книге, у вас есть все шансы стать в этой игре победителем.

Однако не забегаем ли мы вперед?

Вы можете спросить меня, с какой стороны вообще подступиться к этому миру кино.

Настойчивость или судьба?

Прежде чем успеваю закончиться первое занятие по теме, мне неизменно задают вопрос, который занимает любого сценариста: «Как мне найти агента?»

Поверите ли вы мне, если я скажу, что это вопрос чистой удачи? Если я посоветую вам не волноваться, потому что в свое время все случится само собой? Вероятнее всего, не поверите. Возможно, мое отношение к этому вопросу обусловлено тем, что мне самому всегда довольно легко удавалось «продавать себя». Мне нравится заниматься маркетингом моих сценариев. Я не боюсь общаться с людьми по телефону, не стесняюсь звонить кому-то, с кем познакомился на вечеринке накануне (если мне дали визитную карточку), и для меня нет ничего неудобного в том, чтобы попросить друзей представить меня тем людям, которым, как мне кажется, было бы интересно со мной пообщаться.

Я уверен, мне есть что предложить. Мне нравится моя профессия, и мне нравится знакомиться с новыми людьми из этой области. Полагаю, самое страшное, что может случиться, — кто-то скажет мне «нет».

Я хочу поделиться с вами двумя историями о том, как я нашел своих первых агентов. Одна из них — демонстрация моей личной настойчивости, а другая — пример вмешательства судьбы.

Своего первого агента я заполучил исключительно благодаря своей целеустремленности. Мы с друзьями подготовили сценарий и спродюсировали пилотный выпуск телевизионного шоу под названием «Открытое шоу» (The Blank Show). Это была смешная пародия на только зарождавшееся в то время кабельное телевидение. Мы потратили на первый выпуск очень скромный бюджет и, когда все было готово, просто не знали, что делать дальше. Я вызвался самостоятельно продвинуть наш продукт. Отправившись в Лос-Анджелес, я предложил наш пилотный выпуск «Public Access TV»^[84] и договорился о том, когда его пустят в эфир. Затем я несколько

недель обклеивал Вестсайд (я предполагал, что именно в этом районе Лос-Анджелеса живут продюсеры) анонсами нашего шоу с указанием даты и времени его выхода на телевидении. В конце концов в один из воскресных вечеров состоялся эфир, а в понедельник утром мне позвонил партнер Бадда Фридмана, владельца студии «The Improv»^[85]. Ему понравилось наше шоу! Возможно, спросил он, я и мои друзья захотим, чтобы его студия представляла наши интересы? Я организовал нам встречу с Бадди в Лос-Анджелесе, и он пожелал быть нашим агентом. Немного удачи и настойчивости — и нас заметили. Более того, хотя наша творческая группа в итоге распалась, дружеские отношения с Бадди у меня сохранились по сей день.

Вот что могут сделать терпение и труд, так что трудиться вам придется не покладая рук. Но иногда бывает так, что все складывается как нельзя лучше благодаря простой случайности.

Со своим следующим агентом — и, надо сказать, самым лучшим из тех, с кем мне приходилось сотрудничать, — я познакомился при абсолютно неожиданных обстоятельствах. На тот момент я работал помощником продюсера комедийного сериала «Только учителя» (Teachers Only) на канале NBC. Однажды я решил на выходные поехать домой в Санта-Барбару. Долгая дорога меня утомила, но мне захотелось развеяться, а потому я отправился в местный бар, чтобы пропустить стаканчик и, возможно, познакомиться с девушками. Все так и вышло. Я увидел одну особу, в которую по уши влюбился с первого взгляда и с которой впоследствии стал встречаться. Нет, она не была агентом. А вот ее лучшая подруга хотела попробовать себя в этом качестве. У нас с ней тоже наладились хорошие отношения. И когда она начала работать агентом в «Writers & Artists», я оказался в числе первых, кому она предложила стать ее клиентом. Я согласился, не раздумывая.

Вот так Хилари Уэйн начала представлять мои литературные интересы. Все благодаря тому, что я просто зашел пропустить стаканчик в бар.

У нас с Хилари сложились потрясающие рабочие отношения. Она была моим лучшим агентом. Она заключала для меня отличные сделки, понимала мое творчество и мою

способность к осмыслению. Фактически она заложила фундамент для всей моей последующей карьеры. Несмотря на то что в этом деле она была новичком, она обладала настоящим талантом не только продавать сценарий, но и правильно позиционировать на рынке и текст, и его автора. Хилари знала, как нужно строить карьеру, и построила мою с самых первых шагов. Наше с ней сотрудничество пришлось как раз на тот исторический момент, когда в Голливуде правили бал независимые сценаристы. В то время руководители киностудий были готовы расшибиться в лепешку, чтобы заполучить оригинальный сценарий и обскакать конкурентов. Для этого они не жалели денег, и стоимость сценария могла иногда взлетать до миллионов долларов. Хилари оказалась мастером переговоров, она сталкивала руководителей киностудий лбами и организовывала такие сделки, о которых на следующий день писали в «Variety»^[86] на первой полосе.

Хилари стала для меня не только агентом, но и партнером. Мы были с ней на одной волне: мы оба жаждали успеха, с уважением относились к рынку и предлагали тот продукт, который, как нам казалось, был на тот момент необходим. Мы пытались предугадать, что может понравиться аудитории, затем я создавал продукт, а она его продавала. На этом мы заработали уйму денег. К сожалению, в 1998 году Хилари не стало, иначе я все еще продолжал бы сотрудничать с ней. Я часто думаю, как бы она вела дела сегодня. Многие сильно изменилось, включая отношение к независимым сценаристам, но Голливуду по-прежнему нужны хорошие идеи и хорошие авторы. Неважно, как вы нащупываете свой путь в этом лабиринте, никогда не теряйте присутствия духа. И обязательно найдите свою Хилари Уэйн, потому что в одиночку вам не справиться.

Разумеется, одно дело, когда я рассказываю вам свои байки, и совсем другое, если вы спросите меня, как я поступил бы, если б мне снова нужно было начинать все сначала или найти нового агента и продавать свои сценарии сегодня. Мне повезло — у меня нет проблем с тем, чтобы выбраться из-за компьютера и начать встречаться с людьми. Но не для всех это

так просто. Мы, писатели, обычно интроверты и погружены в собственный внутренний мир. Однако если вы хотите пристроить свой сценарий, вам нужно научиться «продавать себя» — я имею в виду только положительное значение выражения. Если вы искренне заинтересованы в предмете, это выходит за рамки исключительной коммерции. И если вы стремитесь налаживать с людьми партнерские взаимоотношения и помогать им настолько же, насколько они способны помочь вам, тогда ваше сотрудничество станет взаимовыгодным.

По крайней мере, я всегда относился к делу именно так.

Возможно, мне удалось помочь вам сформировать в воображении какие-то позитивные модели поведения и показать, как им следовать. Даже если вы — талантливый писатель и создали лучший в мире сценарий, это лишь малая часть работы, которую необходимо проделать, чтобы достичь цели. Вам нужно выбраться из четырех стен и общаться с людьми. Вам придется надеть чистую рубашку, до блеска начистить обувь и начать улыбаться.

Подготовка почвы

Как в случае с любым хорошим сюжетом, который (я надеюсь) имеет счастливый конец, вы должны составить план действий и следовать ему шаг за шагом.

Итак, что у вас в активе.

У вас есть вы сами — сценарист с определенным числом завершенных сценариев, с переменным успехом в их реализации и с огромной любовью к фильмам и их создателям.

У вас есть продукт — ваш лучший сценарий, а также несколько презентаций ваших идей (даже если они представляют уже готовые сценарии). При этом, если вы последовали советам из первой главы, ваши логлайны и названия должны были получиться просто убойными, — вы готовы начать.

У вас даже есть некоторое представление о том, что вам нужно на следующем этапе: агент, который поможет вам продать эти проекты, и продюсеры, которые либо выкупят их у вас, либо будут готовы к сотрудничеству с вами, чтобы снять по вашему сценарию фильм.

Если у вас еще нет списка нужных людей, начните его составлять.

- Внимательно изучите творческую директорию Голливуда (Hollywood Creative Directory (HCD), сайт www.hcdonline.com) и, если вам не жалко 50 баксов или около того, закажите печатный каталог (настоятельно рекомендую вам это сделать). Тщательно ознакомьтесь с информацией. Производственные компании, контактные лица, коллеги-писатели, продюсеры, работающие в жанре вашего фильма, — вот то, с чего вам стоит начать.

- Таким же образом приобретите каталог всех агентств Голливуда, работающих со сценаристами, режиссерами и людьми других творческих профессий, и составьте список. Включите в него агентов крупных и малых агентств, которым нравятся те же фильмы, что и вам.

Затем вам придется показать все, на что вы способны.

Этот мучительный первый контакт

Можно попробовать связаться с нужными людьми, написав письмо, можно разбить палаточный лагерь на лужайке возле их дома и караулить, можно придумать «Открытое шоу», договориться об эфире на «Public Access TV» и ждать звонка. Какой бы способ вы ни выбрали, но рано или поздно вам придется представиться и презентовать продукт. Мне кажется, что главное здесь — личный подход. Лучший способ подать свою работу — это установить личные отношения, позволить узнать вас поближе. Мой агент Хилари, а она была гением, всегда говорила: «У каждой продажи своя история!» Табличку с этой надписью нужно повесить в Зале славы. История — это вы. Вот только как вы расскажете ее людям из вашего списка? Иными словами, как лучше представить себя? Точно могу вам сказать, что:

- *личная встреча* лучше, чем общение по телефону...
- *телефонный звонок* лучше, чем письмо-запрос...
- *письмо-запрос* лучше обычного электронного сообщения...
- *электронное сообщение* (от незнакомого адресата) я обычно удаляю — если только меня не предупредят о нем предварительно или если оно не способно мне чем-то помочь сегодня.

Главное — не зацикливайтесь на ваших ближайших целях, сосредоточьтесь на перспективе. Разумеется, вам нужен агент, и прямо сейчас! Но вам также необходимо создать себе репутацию в профессии. Если при определенной доле везения ваша карьера пойдет в гору, вы будете сталкиваться с одними и теми же людьми еще долгие годы. Так что постарайтесь не сжигать за собой мосты или хотя бы не сжигать их полностью. Будьте приятным в общении, внимательным, позитивным, не отказывайте в помощи.

При этом непрестанно заводите новые знакомства и напоминайте о себе.

Всегда пытайтесь ставить себя на место вашего собеседника. Чего он хочет? Как вы можете облегчить для него

общение с вами? Что он желает получить от этого общения, чтобы не считать свое время потраченным впустую?

Одно из основных правил гласит, что найти агента легче, если у вас уже есть сделка, которую необходимо завершить. Вам также легче преподнести себя, если кто-то уже что-то у вас купил. Именно потому я всегда рекомендую: если любая правомочная организация хочет приобрести ваш сценарий, пусть за небольшие деньги, и иных предложений у вас нет — хватайтесь за эту возможность. Нет таких слов, чтобы передать значимость первой продажи. Наличие у вас проектов, находящихся в работе, — неважно, насколько прибыльными они для вас станут, — автоматически повышает ваш статус в глазах окружающих. Кроме того, у вас появляется тема для разговора при знакомстве с новыми людьми.

Итак, теперь вы знаете, что вы продаете и кому. Но как выделить ваше предложение из множества других? Как привлечь внимание человека, который получает подобные предложения пачками? Надеюсь, вы не потеряете присутствия духа, если я скажу, что нужно просто пробовать снова и снова, пока не получится.

Это единственный способ.

Не переставайте пытаться. Любой интерес к вашему сценарию — это огромный шаг вперед. Возможно, у вас не получится сразу найти агента или продать свое произведение, но вы будете делать маленький шаг вперед с каждым написанным письмом, с каждым телефонным звонком или встречей за чашкой кофе. Вот несколько признаков того, что вы на правильном пути в продвижении своей работы.

- Агент или продюсер говорит, что ваш проект ему не подходит, но предлагает обращаться в будущем с новыми сценариями.

- Вы общаетесь с агентом или продюсером, который вам симпатичен. Это знак, друзья! Очень важно, чтобы между вами установились хорошие человеческие отношения. Значит, вы захотите вновь встретиться в дальнейшем, даже если сейчас сотрудничества не получилось. Ваш список из 50 возможных вариантов сократился до трех.

- Вам нужно мужественно пережить 47 отказов. Не забывайте, что каждое «нет» неумолимо приближает вас к положительному ответу. Вы проделали большую работу! «Да» уже совсем близко.

- Вы заручились чьей-то рекомендацией. Вы должны задавать этот вопрос всем, с кем вы общаетесь по поводу своего сценария и от кого вы получаете отказ: «Можете ли вы порекомендовать мне кого-нибудь, кому мне стоит предложить свой сценарий?» *Подобные рекомендации на вес золота*^[87], и все, с кем я общался, были рады сделать мне одолжение и посоветовать кого-нибудь. Хотите верьте, хотите нет, но окружающие расположены помочь вам добиться успеха.

Налаживание деловых связей

Когда варианты с агентом и продюсером отработаны, к кому еще вы можете обратиться за помощью? Как известно, здесь очень важны подходящие знакомства. Как вам расширить круг знакомств? Вы можете попробовать следующие варианты, даже не имея агента.

- **Кинофестивали.** Если в вашем городе или поблизости проводится подобное мероприятие, не упустите шанс его посетить. Обменяйтесь визитками, расскажите о вашем сценарии, послушайте других. Контакт есть контакт, каждый новый человек, с которым вы познакомились, знает еще 30 других. Поддерживайте отношения после кинофестивалей, просите рекомендации. Узнайте, чем вы можете быть полезны со своей стороны. Спросите, способны ли вы помочь этим людям с их проектами.

- **Обучающие мероприятия.** Посещайте курсы, на которые ходят другие сценаристы, но также найдите возможность попасть и туда, где бывают амбициозные продюсеры. Недалеко от меня расположен Калифорнийский университет в Лос-Анджелесе, где каждый семестр проводится специальный семинар для продюсеров. Это самое подходящее место для автора, чтобы познакомиться с молодыми, полными энергии продюсерами новой волны. Возможно, в местном университете в вашем городе есть подобные обучающие курсы.

- **Сообщества сценаристов.** Эти сообщества можно в избытке найти как онлайн, так и там, где вы живете. Я состою в одном из лучших — у нас сформировалась небольшая группа искушенных писак под названием «The Screenplayers» (www.screenplayers.net). В этих сообществах сценаристы объединяют свои ресурсы, отчего каждый только выигрывает. Если группа организована с умом, в ней обязательно найдется кто-то, работающий в жанре комедии, кто-то, предпочитающий «ужастики», и т. д. У кого-то из участников может быть знакомый продюсер, который способен помочь вам. Если вы не слышали о

таких сообществах раньше, покопайтесь в интернете или создайте нечто подобное самостоятельно.

- **Станьте экспертом.** Если вам так нравится кино, что мешает вам начать писать рецензии на фильмы? Предложите их для публикации вашей местной газете или выкладывайте онлайн. Карьера Рода Лури началась именно так. И карьера Франсуа Трюффо^[88] тоже. В определенный момент кто-то вдруг осознал, что эти два парня отлично разбираются в том, о чем пишут, и предоставил им шанс создать собственные фильмы. Став кинокритиками, они подготовили для себя платформу, с которой их оказалось легче услышать. И когда появилась возможность получить финансирование, у них уже все было готово: и сценарии, и проекты.

- **Приезжайте в Лос-Анджелес.** Неважно, задержитесь вы там на неделю или останетесь навсегда, Лос-Анджелес — это место, где делается бизнес, и что, спрашивается, вы до сих пор сидите в своем Дубьюке^[89]? Если бы мне пришлось все начинать с нуля, я приехал бы в Лос-Анджелес и взялся за любую работу, скорее всего, стал бы «скрипт-ридером»^[90]. Я бы прочитал как можно больше текстов и установил бы максимум контактов, параллельно работая над собственным произведением. Если б я имел возможность выбраться в Лос-Анджелес всего на неделю, я бы постарался попасть на максимальное число встреч с продюсерами, на различные профессиональные мероприятия Гильдии киноактеров, Гильдии режиссеров, Гильдии сценаристов. У меня всегда были бы наготове мое резюме, визитки, экземпляры сценария и фото, чтобы меня запомнили. Что вам мешает сделать все это?

- **Вы.com.** Лично я еще не пробовал этот вариант — пока не пробовал, — но почему бы вам не создать сайт о вас и вашей работе? Разместите на нем свою фотографию и резюме. Напишите, над чем сейчас трудитесь, выложите разработку киносценариев, позвольте людям скачать отдельные страницы текста, можете даже рассказать о некоторых деталях текущих сделок (конечно, с согласия ваших партнеров). Персональный сайт — хороший источник информации о вас, его адрес можно

указать на визитке. Хотите узнать обо мне больше? Посетите мой сайт.

Не пытайтесь повторить...

Знать, что делать, — это хорошо. Но не менее важно знать, чего делать не стоит. Вот пара вещей, которые вам могут посоветовать, но которые лично мне кажутся напрасной тратой времени. Запомните, ключевой принцип маркетинга — нет ничего лучше личной встречи. Но если вам нужна иллюзия бурной деятельности, можете попробовать следующее.

- **Конкурсы сценаристов.** Вероятно, сейчас на меня обрушится шквал негодующих возгласов протеста, но я просто обязан это сказать: я считаю, что конкурсы сценаристов — не что иное, как колоссальная потеря времени. С недавних пор они приобрели невероятную популярность, и многие авторы относятся к ним так, словно для них это вопрос жизни и смерти. Они готовы спать в обнимку с телефоном или почтовым ящиком, чтобы поскорее узнать, удалось ли им попасть в десятку лучших — что бы там ни было. Я на это могу сказать только одно: остановитесь! Для любого агента или продюсера, которые занимаются реальными делами, подобное не значит ровным счетом ничего. Замечательно, если вы любите конкурсы, но для меня это пустой звук. Разве вам платят за участие? Или вам обещают снять фильм по вашему сценарию с голливудскими звездами первой величины? Нет! Мне ни разу не доводилось видеть, чтобы хотя бы один сценарий, участвовавший в подобном конкурсе, потом стал фильмом с Томом Крузом в главной роли, а вам? Мы же здесь для того, чтобы продавать наши сценарии тем, кто может привлечь звезд такого масштаба, как он. Вы со мной? Отлично.

С другой стороны... есть ряд конкурсов, организаторами которых выступают эксперты, успешно продававшие свои проекты крупным киностудиям или работающие на них. Эти профессионалы способны предложить вам бесценный опыт и возможности налаживания деловых связей. Так что если вы хотите принять участие в конкурсе, прежде всего вы должны внимательно изучить информацию о нем. Задавайте вопросы. Ищите те мероприятия, где будут профессионалы высокого

уровня, с которыми вы сможете пообщаться во время семинаров и/или панельных сессий. Если они не имеют отношения к конкурсу, то и вам тоже не стоит.

• **Нелепые уловки сценаристов.** Как бы умны мы ни были, иногда мы заходим слишком далеко в своем рвении. Мы люди творческие и думаем, что все должны это понимать. Боюсь вас разочаровать, все совсем не так. Ваши трюки и неудачные попытки привлечь внимание к своей персоне не работают. Вот несколько глупостей, от которых лучше воздержаться. Не надо запаковывать себя в огромную бандероль и отправлять Уильяму Моррису. Не надо давать объявление на всю полосу в журнале «Variety» с вашей фотографией, номером телефона и текстом: «Пишу за еду». Не надо делать фотоколлаж вас и вашего любимого актера и посылать ему этот шедевр с надписью: «Мы должны работать вместе!» И, что бы вы ни делали, не надо угрожать спрыгнуть с букв на Голливудском холме, чтобы заставить кого-то прочитать ваш сценарий. Все это, друзья мои, уже было.

Некоторые маркетинговые находки и промахи

Мои рекомендации вам относительно того, как эффективно продавать сценарии, были бы не совсем полными, если б я не рассказал о своем опыте и о том, что я сам предпринимал — с разной степенью успешности, — чтобы продать собственные сценарии. Я многое перепробовал. Выберите, что считаете достойным внимания, и попытайтесь это проделать на свой страх и риск.

Я хочу поделиться с вами несколькими интересными историями о том, как можно творчески и нестандартно представить свою идею сценария. Например, однажды мне с моей давней подругой и соавтором, великолепным комедийным сценаристом Трейси Джексон удалось произвести такое впечатление на Дэвида Пермута, что на следующий день он самолетом отправил нас в Нью-Йорк, чтобы мы предложили нашу идею Говарду Стерну. Вы постоянно слышите о таких оригинальных презентациях, некоторым продюсерам и авторам они удаются лучше, другим — хуже. Но, конечно, всегда интересно узнать о них подробнее. Известный мастер нестандартных презентаций — продюсер Дэвид Киршнер («Детская игра», «Американский хвост»). Дэвид сделал своей отличительной чертой умение проводить встречи, на которых представляются идеи сценариев, с самыми крупными киностудиями и превращать процесс в шоу. Когда Дэвид, обладая правами на популярный в 1950-х годах телесериал «Проделки Бивера», отправился на встречу в компанию «Universal», чтобы предложить им идею фильма, он пригласил с собой особого гостя. Во время презентации Дэвида раздался стук в дверь и Барбара Биллингсли, которая играла главную роль в телесериале, вошла в кабинет с подносом, на котором стояли молоко и печенье для участников встречи. Презентации для других студий, как вы понимаете, Дэвиду уже не понадобились.

Сделка!

Проводя для студии «Disney» презентацию сценария, который впоследствии стал фильмом «Фокус-покус» с Бетт Мидлер в главной роли, Дэвид сделал фоном для своей речи сущий шабаш, где переодетые в ведьм актрисы и соответствующие спецэффекты создавали подходящее настроение. Вполне вероятно, в этой атмосфере Дэвид прочитал и собственное заклинание на успешную продажу, потому что к концу презентации руководители студии были совершенно околдованы.

Сделка!

Настоящим современным королем логлайнов я считаю Роберта Косберга, человека, на счету которого тысячи презентаций. Каждый месяц Боб проводит сделку или две. Он потрясающий продюсер. Работая с авторами над своими и их идеями, он способен осмыслить их быстрее всех в нашей профессии и отделяет неудачные мысли от потенциальных блокбастеров со скоростью света. Каждый раз, когда он входит в комнату, у него наготове презентация новой идеи.

Сделка!

Я тоже проводил нестандартные презентации. Та, которая запомнилась мне больше всего, завершилась грандиозным провалом. Мы с моим первым соавтором, Ховардом Бурконсом, работали над идеей фильма «В. М. О. С.», которая фактически представляла собой «Тутси»^[91] в университете». Ховард вызвался переодеться в девушку, чтобы доказать жизнеспособность нашей задумки. Но, как бы великолепно ни выглядел Ховард в платье, сценарий нам продать не удалось.

Нет сделки!

Тем не менее Ховарда пригласили в студию «Disney».

Я придумывал довольно успешные нестандартные маркетинговые ходы. Во время «лихорадки независимых сценариев» в начале 1990-х вокруг каждого нового проекта, появлявшегося для продажи, поднимался огромный ажиотаж. Слухи о том, что скоро на рынке ожидается новый сценарий, начинали распространяться за несколько дней и даже недель до самого события. Продюсеры открывали на него настоящую

охоту, а их боссы часто с пеной у рта требовали, чтобы их внесли в список потенциальных покупателей.

В такой атмосфере было своеобразной фишкой сделать продажу особенной. Для реализации сценария фильма «Человек с бомбой», до того как продюсеры получили тексты, им всем разослали тикающие часы с будильником, установленным на определенное время. Будильники сработали одновременно по всему городу в тот момент, когда прибыли посыльные со сценарием. Основная мысль здесь заключается в том, чтобы создать напряженное ожидание, которое затем окупается сторицей.

Когда наш с Джимом Хаггином сценарий к фильму «Ядерная семейка» был готов, мы решили разослать его упакованным в художественно оформленные «контейнеры для радиоактивных сценариев», благодаря чему надеялись создать соответствующий настрой. Мы сделали 20 таких контейнеров из подручных предметов, которые мы приобрели в одном из военных комиссионных магазинов. В нашем списке на получение значились только лучшие из лучших продюсеров. Отправку посылок координировала наш агент Хилари. В каждой киностудии контейнеры проходили тщательный досмотр со стороны охраны (эти штуки получились у нас такими реалистичными и были настолько похожи на бомбы, что мы не хотели спровоцировать ложную «красную тревогу»^[92]). И когда курьеры наконец доставили посылки по назначению, это наделало много шума по всему городу. К концу дня нам лично позвонили Джеффри Катценберг из киностудии «Disney» и Стивен Спилберг из кинокомпании «Amblin» и озвучили свои предложения.



Контейнер для сценария фильма «Ядерная семейка» (1992)

Через год или около того мы с Колби Карром наполнили несколько десятков детских рюкзаков игрушечными деньгами, каждый по миллиону долларов, чтобы Хилари разослала их вместе с нашим сценарием «Мне хватит миллиона». Фактически это было краткое содержание нашей истории в формате милого 3D-сувенира.



Рюкзаки со сценарием фильма «Мне хватит миллиона» (1993)

Итогом каждой из этих нестандартных презентаций стала сделка с шестью нулями. А журнал «Variety» на следующий день пестрел заголовками, в которых были отмечены и наши маркетинговые инновации, и ценовая война за наш сценарий. Со своей стороны, нам всегда доставляло огромное удовольствие придумывать что-то подобное, потому что нам искренне нравились наши проекты и мы хотели заразить своим энтузиазмом читателей, подобно тому как удачные рекламные кампании каждое лето привлекают зрителей по всей стране на просмотр очередного блокбастера. Банальная истина заключается в том, что проще всего продать что-то людям, которые сами занимаются продажами. Лично я обожаю любые хорошие кампании. И акулы Голливуда тоже. Они понимают толк в шоу и готовы отдать должное вашим стараниям. Кроме того, у нас всегда хватало смелости на такие выходы!

Конечно, маркетинг подобного формата сегодня несколько устарел. Теперь никто не выделяет такие штучки. Не думаю, что этот тип продаж когда-нибудь станет актуальным вновь.

Слишком много успешно проданных текстов так и не были экранизированы, а времена «лихорадки независимых сценариев» канули в Лету. Когда речь заходит о покупке сценариев, сегодня киностудии хотят все держать под своим контролем и не вступают в ценовые войны настолько часто и с таким энтузиазмом, как раньше. Но когда это все было, оно казалось очень забавным! Кто знает, какая еще инновационная тактика появится, чтобы привлечь внимание и выделить ваш сценарий из множества подобных. Возможно, в этом поможет интернет? В конце концов, все-таки киноиндустрия — бизнес, где всегда любили и будут любить спецэффекты, сюрпризы и шоу.

«Что есть, то есть»

Ну что ж, осталось сказать лишь несколько заключительных слов по теме. Признаться, мне немного жаль заканчивать книгу. Мне было приятно работать над ней, и я надеюсь, что в какой-то степени она оказалась полезна и вам. Мне выпала честь стать частью киноиндустрии, еще когда я был маленьким мальчиком. Я пережил множество приключений и действительно творческих моментов, встретил удивительных людей. Это необыкновенное путешествие.

Временами я был полон сомнений и занимался самобичеванием. В нашей профессии частенько случается, что тебя отправляют в нокаут, и тебе нестерпимо хочется выбросить на ринг полотенце и признать поражение. Но, если любовь к кино у вас в крови, как у меня, вы учитесь с этим бороться. Вы извлекаете уроки и из своих побед, и из поражений. Если вы не бросаете попыток и настойчиво продолжаете двигаться к своей цели, вы добьетесь всего, чего захотите. Единственное, что вам нужно делать, — трудиться, не покладая рук, верить в себя и знать, что, может быть, как раз сегодня наступит ваш «звездный час».

Мы с Колби, прежде чем попытаться продать наш сценарий, послать его агенту или продюсеру, всегда повторяли одну-единственную фразу, позволяющую избавиться от всех сомнений. Мы знали, что выложились на все сто процентов. С Колби, как и со всеми остальными моими соавторами, мы серьезно работали, чтобы получить хорошее вознаграждение. И мы сами были для себя наиболее жесткими критиками. Перед тем как отправить сценарий по почте или вручить курьеру, мы с Колби всегда говорили: «Что есть, то есть». Это значило, что конкретные творческие проекты, имеющие одной из своих задач получение прибыли, сталкиваются с определенными требованиями, которым они должны отвечать. Если ваш проект этим требованиям соответствует, если вы качественно выполнили свою работу, если вы учли все обстоятельства и

критерии и подошли к делу творчески, значит вы сделали все, что могли. Вы выложились на сто процентов.

Остальное — дело случая. Что есть, то есть.

Бизнес — еще одна данность. Хотя я сам часто пытался бороться и упрямо идти против течения, с этим ничего не поделаешь. Они — то есть люди, управляющие кинокомпаниями и принимающие решения, — делают кучу вещей, которые сводят нас, творческих натур, с ума, но при этом именно они правят бал. Да, они покупают очередной «хит», оставляя без внимания более талантливых, но, к сожалению, неизвестных авторов. Зачастую они толком не читают сценарии. И они больше заинтересованы в громком названии и тех возможностях, которые вы представляете, чем в вашем творческом росте.

Но таков уж бизнес.

Что есть, то есть.

Вы должны научиться жить по принципу «Что есть, то есть». В этом вам как нельзя лучше пригодится ваше профессиональное упрямство, которое спасет вас от помешательства. Хотя на протяжении всей книги я постоянно подшучивал над этой чертой характера, я поступал так, только чтобы еще больше укрепить в вас упрямство: что бы вы ни делали, не теряйте своей упертости. Мало ли что с вами случится. Ваш сценарий могут купить и уволить вас, а затем переписать ваше творение до неузнаваемости — но никто не отберет у вас способность подняться с матов и вновь ринуться в бой, став еще умнее и лучше, чем раньше.

Более того, вы должны научиться получать удовольствие от всего, что вы пишете. Это верный знак, что вы на правильном пути. И тогда, даже когда вы в сотый раз возьметесь за перо, чтобы создать очередной сценарий, вы будете полны того же волнения, что и в первый раз.

Глоссарий. Термины, часто употребляемые на территории с кодом зоны 310^[93]

+/-. Данная пара символов обозначает изменение эмоционального фона в хорошей сцене. Впервые я узнал об этом от Роберта Макки. Он считает, что каждая сцена должна характеризоваться подобным образом: переходом от одного эмоционального экстремума к другому. И он прав. Если подумать, любая сцена представляет собой мини-фильм, и, чтобы показать это изменение, вам нужен моментальный снимок «до» и «после». Чтобы сделать каждую вашу сцену успешной, надлежит понять, какой эмоциональный сдвиг в ней происходит. Когда я прорабатываю структуру сценария при помощи доски и карточек, я отмечаю эти символы на каждой карточке и точно определяю, как меняется эмоциональный фон в той или иной сцене.

><. Эта пара символов служит для обозначения конфликта в каждой сцене. Когда сцена начинается, какие цели у ее участников, кто выигрывает? Ответы на вопросы можно лаконично уложить в одну фразу и использовать данные символы, чтобы обозначить противоборствующие стороны. Не начинайте писать сцену, пока вы не определились, кто ваши главные игроки и чего они хотят.

Авторские отчисления с каждого повторного показа (residuals). Ежеквартально успешные сценаристы находят в своих почтовых ящиках миленькие конверты цвета лайма. Мы знаем, что внутри: деньги! Это объясняет наше горячее желание, чтобы фильм поскорее вышел на экран. Потому что все его демонстрации на телевидении, все продажи на VHS-кассетах или DVD-дисках, прокат в других странах отслеживаются Комитетом по авторским отчислениям Гильдии сценаристов США, и это приводит... к еще большим отчислениям в пользу автора! Суммы получаются не такими уж маленькими:

например, мои авторские отчисления от двух фильмов составили более 100000 долларов. И чеки приходят до сих пор. Если по вашим сценариям выйдет некоторое число картин, вы будете купаться в этих бонусных чеках до конца своих дней.

«В игре» (in play). Когда мы говорим, что кто-то «в игре», мы имеем в виду: этот человек чрезвычайно популярен, и одна только новость о том, что он находится в свободном поиске работы, заставляет весь Голливуд гудеть от возбуждения. Для актеров, желающих сменить агента, для режиссеров и продюсеров, у которых закончились контракты со студиями и которые ищут новый «дом», быть «в игре» значит, что вокруг них много шумихи, масса внимания и вращаются большие деньги. К сценаристам данный термин не относится. В то время как вы вполне можете быть «в игре», для остальных это просто значит, что вы «свободны».

Доска (board). Пробковая доска, канцелярская доска или обычный блокнот, графически разделенные на четыре равные части в соответствии со структурой рабочего сценария — первый акт, первая половина второго акта, вторая половина второго акта и третий акт. Это рабочее пространство, где при помощи карточек, кнопок, цветных карандашей и тому подобного вы можете проверить свои лучшие идеи, вообразить, как они будут выглядеть, и начать что-то отсеивать. Если вы все сделали правильно, в итоге у вас останутся 40 сцен вашего будущего фильма, аккуратно выложенные перед вами на доске... вместе с вашими слезами, кровью и потом.

Дуновение смерти (whiff of death). Дополнительный бонус в части «Все потеряно» на 75-й странице хорошо структурированного сценария. Это тот особенный момент, когда кто-то (что-то) погибает — метафорически или в буквальном смысле. Подобный поворот сюжета лучше всего помещать в часть сценария «Все потеряно», потому что именно здесь умирает наставник, уходят в мир иной лучшие друзья и союзники, а опасность в конце концов отступает. «Дуновение смерти», таким образом, обозначает окончание старого порядка вещей и начало нового, который главный герой создаст на фундаменте этого кажущегося конца.

Жанр (genre). После того как мы определились с общим направлением, например, комедия у нас или драма, переходим к более точной классификации. Если это комедия, то какая именно? Семейная, романтическая, молодежная комедия или пародия? Если драма, то — боевик, мелодрама, триллер или фильм ужасов? Это отдельные жанры, имеющие собственные правила, историю и ожидания аудитории. И хотя смешение разных жанров не возбраняется в современном Голливуде, где внимание очень быстро переключается с одного предмета на другой (например, фильм Рона Ховарда «Последний рейд» — это готический вестерн), я все же рекомендую вам придерживаться принципа «Один фильм — один жанр». В противном случае, зрители (как и я) не поймут, что это такое и почему они должны его смотреть.

Изменение (arc). Обозначает те духовные трансформации, которые происходят в главном герое по мере развития сюжета. На рабочих встречах наиболее часто это слово можно услышать в следующем контексте: «Какие изменения происходят в герое?» или «Достаточно ли меняются персонажи?» В такие моменты вы обычно думаете про себя: «Только бы мне не изменило терпение сидеть здесь и выслушивать все это!»

Инертный герой (inactive hero). Что лежит, как копченый лосось на тарелке? Кому лень оторваться от дивана и открыть дверь? Конечно же, речь идет об инертном герое. А поскольку само определение «героя» гласит, что он должен предпринимать активные действия, инертный герой — это очень плохо. Герои находятся в поиске, стремятся к цели и хватают звезды с неба, а не сидят в ожидании телефонного звонка. Так что если ваш герой инертный, сообщите ему, что пришло время действовать!

Кино для всех (four-quadrant picture). Сборная солянка. Золотая жила. С точки зрения зрительской аудитории, если у вас получилась картина, которая охватывает все сегменты, можете считать, что вы выиграли в лотерею. Это четыре квадранта: мужчины за 25, мужчины до 25, женщины за 25, женщины до 25. Если ваш фильм способен привлечь аудиторию всех четырех сегментов, вы создали гарантированный хит. Почему не все фильмы способны быть «кино для всех»? Каждый фильм

ориентирован на свою целевую аудиторию по разным причинам. Сегодня я уверен в том, что самой выигрышной является ставка на аудиторию «мужчины после 25». Именно на них ориентировано большинство картин, потому что они ходят в кино, со своими девушками или без них. Более вероятно, что они сами приведут кого-то на фильм, который хотят посмотреть, чем другие приведут их на что-то другое. Они главные индикаторы того, кто идет. Ситуация вполне может измениться, но именно она объясняет выбор фильмов для просмотра в кинотеатрах в любые выходные. Вы жалуетесь, что никто не снимает фильмов для вас? Вот вам причина почему. Для независимых сценаристов по всему миру, которые пытаются как можно выгоднее продать свою работу, это бесценная информация.

«Крючок» (hook). О, этот «крючок»! Квинтэссенция фильма, выраженная в постере или в логлайне, которая захватывает ваше внимание и заставляет вас не просто захотеть посмотреть фильм, а бегом броситься в кинотеатр. А когда о том же пишут в журнале «Variety» — это заставляет вас рвать на себе волосы, причитая: «Ну почему такое не пришло в голову *мне?*» Подобно прустовским мадленкам, «крючок» побуждает ваше воображение предлагать вам сотни вариантов развития событий и «цепляет» вас, потому что вы хотите узнать больше. Это простая картинка в вашем воображении, благодаря которой вы ждете чего-то интересного и которая сообщает вам достаточно информации о фильме, чтобы вы оценили его потенциал. Именно по этой причине хороший «крючок» на вес золота для знающих людей, будь то агент, продюсер, глава киностудии или рядовой зритель. Хороший «крючок» отвечает на вопрос «О чем это?»

Логлайн (logline, one-line). Логлайн — это лаконичное описание вашего фильма в одном или двух предложениях. Он должен содержать определение типа героя (тип личности плюс прилагательное, которое его лучше всего описывает), определение антагониста (то же самое), а также первичную цель героя. Его следует делать ироничным, дающим простор для воображения. Хороший логлайн — полновесная монета на

территории Голливуда, и тот, кто это понимает, вполне может использовать его как валюту.

«На поверхности» (On the nose). Это одна из моих любимых фраз, которую произносят продюсеры и представители киностудий, когда им предлагают какую-то очевидную, неоригинальную идею или что-то, что уже было. Вместо того чтобы сказать: «Это слишком очевидно, неоригинально, к тому же уже было», они говорят: «Это все лежит на поверхности». Вы, ночей не спящий, старающийся не находиться «на поверхности», подумайте о сказанном выше как о главном совете.

Однолистовой плакат (one-sheet). Устаревший термин для обозначения афиши или постера. Я понятия не имею, как он возник, кроме того, что он относится к полиграфии и печатному формату. Это большой лист, из которого вы узнаете название фильма, актерский состав и общее настроение картины. Хорошая афиша незаменима, а постеры также впоследствии «продают» DVD-диски.

Основные повороты (major turns). Переход во второй акт, поворотная точка и переход в третий акт являются основными элементами сценария. Они удобно расположены в конце каждого горизонтального ряда на доске. Это те места в сценарии, которым нужно уделить особое внимание. В ходе презентации идеи вашего сценария именно им суждено стать опорными точками, на которых будет держаться весь ваш рассказ. Если вам повезет, ваши потенциальные партнеры запомнят какой-нибудь один из них. Однако вы всегда должны в первую очередь прорабатывать именно эти моменты, прежде чем выступать с презентацией или работать дальше над структурой сценария.

Отслеживание (tracking). Если у вас есть отличный сценарий, который вы готовы предложить на продажу или еще пишете, скорее всего, его будут «отслеживать» представители киностудий, пристально наблюдающие за его прогрессом. У них даже есть внутрикорпоративная сеть (интранет), где они обсуждают сценарии и то, имеет ли смысл тратить силы на покупку какого-то конкретного из них. На основании концепции,

профессиональной репутации сценариста и людской молвы выносится вердикт в отношении сценария. Иногда представители киностудий пытаются хитрить и дезинформировать друг друга, но это может выйти им боком в следующий раз. Современная система отслеживания — одна из нескольких причин, преимущественно экономических, окончания периода «лихорадки независимых сценариев» в Голливуде. Такое отслеживание существенно снижает для любой киностудии или других покупателей вероятность ошибки при покупке сценария.

Охотник за лаврами (credit jumper). Вы успешно продали свой сценарий. Затем, после того как, согласно условиям контракта, ваш сценарий переделали, вас увольняют. А когда фильм уже запущен в производство и вам присылают рабочие варианты переделанной версии вашего сценария, вы неожиданно с ужасом обнаруживаете, что... его изменили! Часто это какие-то нелепые правки: главного героя теперь зовут не Боб, а Карл, вместо «Понтиака» он теперь ездит на «Бьюике». Поздравляю, кто-то захотел присвоить себе ваши лавры автора сценария. Именно для таких случаев в Гильдии сценаристов США действуют арбитражные комиссии по авторским правам, которые определяют, кто и в каком объеме выполнял работу. Становится очевидным преимущество того, что вы являетесь независимым сценаристом и создателем творческого продукта. У вас гораздо больше прав, чем у тех ребят, которые немного поменяли ваш сценарий под требования киностудии и захотели присвоить авторские лавры. Вы можете доказать, что этот сценарий все еще остается вашей интеллектуальной собственностью. И вы должны это сделать! (Разве Голливуд не волшебное место?)

Павильонная комедия (block comedy). Малобюджетный, не претендующий на международный рынок фильм для семейного просмотра. В нем нет сложных спецэффектов, для его съемок не требуется много переезжать с места на место — фактически всю ленту можно отснять в павильоне, что и было сделано в случае с фильмом «Предместье». Впервые я услышал этот термин в кинокомпании «Disney» при обсуждении

сценария «Ночь покера», который мы им продали. Там все действие происходило в одном месте. «Мы хотим еще таких сценариев, — сказал тогда мне руководитель. — Ну, этих ваших... павильонных комедий!» Никогда прежде я такого термина не слышал. Возможно, тот человек его только что придумал, но выражение мне понравилось, и теперь я им пользуюсь.

Первая катушка (first reel). В эпоху немого кино хронометраж пленки на катушке составлял 10 минут, так что первая катушка заканчивалась через 10 минут фильма. Перенесемся из этой эпохи в современность к Джоэлу Сильверу, гениальному продюсеру таких фильмов, как «Крепкий орешек» и «Матрица». Он сделал очень мудрое предположение, что в конце каждой «катушки» зрителей должно ждать какое-то потрясение или важное событие. Первая часть фильма, или «первая катушка», обозначает первые 10 минут фильма, в течение которых зрителям должны быть представлены все персонажи основной сюжетной линии.

Первичный (primal). Самое главное, чтобы история, цель протагониста или установка всего фильма резонировали с нашими внутренними побуждающими мотивами. В нас всегда вызывают немедленный отклик истории о выживании, сексе, голоде или мести. Мы остановимся и будем смотреть, когда нам предлагают эти темы. Мы просто ничего не можем с собой поделаться. Мы должны посмотреть. Так работают наши основные инстинкты. Для вас как для сценариста это значит, что во всех действиях в сценарии и во всех ваших историях должны присутствовать первичные элементы. Если персонажи не ведут себя как обычные люди, если их мотивацией не являются первичные понятия, скорее всего, вы напрасно испытываете терпение аудитории. Задать вопрос «Насколько ваш фильм первичен?» — все равно что спросить: «Понятен ли ваш фильм пещерному человеку?» Ответ должен быть: «Да!»

«По большому счету» (At the end of the day). Фраза, к которой часто прибегают агенты и менеджеры, чтобы сообщить вам плохие новости, например: «Мы без ума от вашего сценария и уверены, что он отлично подойдет для Джулии, но, по

большому счету, так ли уж важно, чтобы это был средневековый мюзикл?» Вместе с плохой новостью они также говорят, когда именно с вами, вероятнее всего, свяжутся.

Подтекст (subtext). Данный термин обозначает ту часть сцены или сценария, которая не озвучивается прямым текстом, но фактически это то, что происходит на самом деле. Если супруги, находящиеся на грани развода, шумно обсуждают, яблоки какого сорта следует купить, подтекст спора заключается не в том, должны ли они остановить свой выбор на «макинтоше» или «пинк леди», — суть в том, что у них проблемы в семейной жизни, и их спор подтверждает именно этот факт! Не надо рассказывать аудитории в лоб, что именно происходит. Получится гораздо тоньше и лучше, если вы завуалируете смысл. Важно не то, о чем говорят персонажи, важно, о чем они *не* говорят, — именно это делает такие моменты настолько насыщенными.

Предвкушение раскрытия замысла (promise of the premise). Ожидания зрительской аудитории от фильма («О чем это?») должны полностью оправдаться по ходу развития сюжета. Мы хотим увидеть на экране кинотеатра то забавное и интересное, что привлекло наше внимание на афише фильма. Если этого не происходит, мы чувствуем себя обманутыми и разочарованными. Предвкушение раскрытия замысла — те сцены или последовательности сцен, в которых основная идея вашего фильма представлена в наивысшей ее концентрации. Обычно подобное происходит в той части сценария, которую я условно называю «Развлечения и приколы» (страницы с 30 по 55). Это та точка, когда мы в полной мере понимаем, о чем фильм и почему мы купили билеты, чтобы его посмотреть.

Разрушение четвертой стены (Breaking the fourth wall). Внутренняя шутка создателей фильма, которая подчеркивает для аудитории тот факт, что они смотрят кино. Четвертая стена — невидимая и прозрачная, позволяющая зрителям заглянуть в жизнь героев на сцене. Ее разрушение позволяет героям фактически оглянуться вокруг. Вы больше не в истории. Иногда такое срабатывает, например, когда Вуди Аллен обращается к зрителям в фильме «Энни Холл», но в большинстве случаев нет,

например, когда Робин Уильямс «выходит из образа» в «Аладдине».

Разъяснения (exposition). Дайте мне факты и ничего кроме фактов, но, пожалуйста, постарайтесь сделать это так, чтобы я не уснул от скуки. Таким образом, любые разъяснения — например, нудные детали сюжета, предыстории и подробности готовящихся ограблений — нельзя просто вываливать на зрителей, опытный сценарист должен облечь это в интересную и увлекательную форму. Настоящим мастерам удастся так преподнести все раздражающие детали и цифры, что зрители проглатывают их, как ложку любимой овсяной каши.

Ретроспекция (callbacks). Детали, картинки, черты характера и метафоры, которые упоминаются в первом акте и к которым создатели фильма возвращаются еще раз по мере развития истории. Часто такой ретроспективный взгляд объясняет зрителям суть первоначального упоминания. В фильме «Назад в будущее» кусочек рекламной листовки, на которой девушка главного героя пишет «Я тебя люблю», напоминает ему о часах на городской башне и сильной грозе в 1955 году, что помогает ему найти источник энергии для своего автомобиля и вернуться обратно в 1985 год. Это очень удачный пример ретроспекции. В других случаях отсылки назад могут в меньшей степени влиять на сюжет, но говорят нам о духовном росте героя, указывая на изменения, произошедшие с ним, или же они усиливают какую-то шутку, напоминая нам о ее происхождении.

Сенсация (page one). «Это сенсация!» — восклицает представитель киностудии, которому вручили сценарий с хорошей идеей и, возможно, парочкой неплохих персонажей, но ничего больше. Из сказанного следует вывод, что какому-то бедняге поручат переписать «сенсацию». Это все равно, что автомеханик скажет владельцу разбитого автомобиля: «Ремонту не подлежит».

«Ставки подняты» (Stakes are raised). Это выражение можно часто слышать на рабочих встречах. Оно означает повышение уровня напряжения. Неожиданно, как гром среди ясного неба, примерно в середине сценария у главного героя

возникает серьезная проблема, которая кажется практически неразрешимой. Убедитесь в том, что к поворотной точке в сценарии ставки для вашего героя максимально подняты, чтобы дать ему новые вызовы и привести к полной и безоговорочной победе в конце.

Структура (structure). Это единственное после «концепции» наиболее важное качество хорошего сценария. Очень часто продюсер или представитель киностудии бывает восхищен идеей, ему нравится стиль, но он отказывается от сценария из-за полного отсутствия в нем структуры. Он не видит, каким образом организуется весь фильм. А без этого он не может понять, что за кино получится. Хорошая структура — один из элементов первостепенной важности, который помогает вам продать ваш сценарий и которому легче всего научиться. Так научитесь же! Это часть языка коммуникации, используемого нами на рабочих встречах, так что вы должны овладеть им в совершенстве.

Тезис, антитезис, синтез (thesis, antithesis, synthesis), их также называют «первый, второй и третий акт». Эти термины описывают духовные трансформации главного героя и прогресс в его путешествии. В первом акте в жизни героя все размерено и спокойно. Во втором все переворачивается с ног на голову, это словно перевернутая версия того, что осталось у него позади. Однако, научившись управлять новыми обстоятельствами, главный герой набирается опыта и понимает, как соединить свое прошлое и свое настоящее, чтобы получить синтез всего того, чему он научился. Это происходит в третьем акте. Главному герою нужно не просто выдержать все испытания и завершить свое путешествие, его мир должен полностью измениться.

Тематический замысел (thematic premise). О чем этот фильм? Даже самое глупое кино про монстров и самая несуразная комедия должны быть о чем-то. Иначе это кино нельзя назвать хорошим. По сути, любой хороший фильм — это анализ всех «за» и «против» конкретной точки зрения. Он поднимает вопрос и дает ответ на него. Данный вопрос должен быть озвучен в самом начале фильма четко и ясно. Очень часто его задает главному герою кто-то из второстепенных

персонажей в первой части истории, где-то на 5-й странице. Это вызывает спор, и какая-то из точек зрения находит подтверждение в процессе развития истории. Вопрос и спор представляют собой тематический замысел картины.

Ускоритель (booster rocket). В любом сценарии есть места, которые обречены быть скучными. Обычно они встречаются сразу после «больших моментов», например после перехода во второй акт, или когда динамичные события и действия начали себя исчерпывать, как в конце второго акта. Самое время добавить какой-нибудь «ускоритель», чтобы проскочить подобные места. Классический пример этого приема — персонаж Джона Кэнди в фильме «Один дома». Рассказ о том, как мама (в исполнении Кэтрин О’Хары) пытается добраться до дома, где остался ее сын, к концу второго акта уже несколько затягивается. Так что герой Джона Кэнди и его импровизированный оркестр появляются в самый подходящий момент. Еще один пример персонажа, выполняющего функцию «ускорителя», — это маникюрша в фильме «Блондинка в законе». Она появляется как раз тогда, когда мы начинаем уставать от эпопеи главной героини с юридическим факультетом, сразу после перехода в третий акт. Оба этих персонажа не дают нам заскучать во время потенциально медленных мест в сценарии.

«Фирменные штучки» (running gags). В противовес ретроспекции, представляющей собой отдельные моменты в первом акте, которые раскрываются позднее, «фирменные штучки» — это повторяющиеся темы, привычки героя и мелкие детали, которые встречаются по ходу всего фильма или сценария. Нам, зрителям, данный прием очень нравится, ведь с каждой такой фишкой у нас появляется повод гордиться собой, потому что мы ее помним, и это делает нас сопричастными истории. Если ранее упоминалось, что главный герой любит кофе, то всякий раз, когда он заходит в ресторан и заказывает чашечку кофе, — мы в восторге! Это сущая мелочь. Но мы довольны, потому что знаем привычки главного героя. «Фирменные штучки» могут встречаться и в комедийных, и в драматических картинах в качестве повторяющихся эпизодов,

которые мы отмечаем и запоминаем. Обратите внимание: далее по ходу сюжета «фирменная штучка» должна получить неожиданный поворот, например, главный герой, который уже готов измениться, заходит в кафе и заказывает... чай.

Франшиза (pre-sold franchise). Франшизой условно называется художественный фильм, который снимается по книге, комиксам, мультфильму или старому телесериалу, имеющим сложившийся круг поклонников. Предполагается, что определенное число людей уже «купили» эту идею и обязательно захотят посмотреть фильм, когда он выйдет в прокат. Такие ожидания не всегда оправдываются, спросите хотя бы продюсеров «Мстителей» и «Лиги выдающихся джентльменов». И все же у вас появляется неоспоримое преимущество, если какая-то группа потенциальных зрителей знает о вашем фильме еще до того, как он запущен в производство. Даже проекты, возникшие на основе сомнительных первоисточников, — как, например, «Люди в черном», изначально бывшие комиксом, — запускались в надежде на то, что хотя бы небольшая группа фанатов подхлестнет волну походов в кинотеатры. При этом надо помнить, что независимый сценарист, скорее всего, не сможет владеть авторскими правами на франшизу. Что, впрочем, не мешает вам начинать собственные франшизы, и я даже призываю вас создать самую крупную из возможных франшиз.

«Хай-концепт» (High concept). Никому точно не известно, как объяснить этот неуклюжий термин. Я знаю, о чем говорю. Я спрашивал. Что такого особенного в «хай-концепте»? Он весьма расплывчато описывает категорию фильмов, которую обозначает. Я также интересовался, где именно и когда появился данный термин. В ответ я слышал только: мы знаем, что это значит: «Крепкий орешек» — «хай-концепт», а «Английский пациент» — нет. «Мисс конгениальность» — «хай-концепт», а «Под солнцем Тосканы» — нет. Фактически вы можете поделить все фильмы на американские («хай-концепт») и европейские (не «хай-концепт»), что также объясняет, почему американское кино успешно, а европейское — не очень (по крайней мере, везде, кроме Европы). Я рекомендую вам в

первый раз написать самый что ни на есть «хай-концепт», на который вы только способны, а если вам известно точное значение этого термина или источник его происхождения, сообщите мне... Я буду в Европе.

«Черные дыры» (black holes). Места в вашем структурном плане или на доске, относительно которых вы понятия не имеете, что именно там должно происходить в истории. Когда вы смотрите на свои «черные дыры», вы неизменно задумываетесь, как вы вообще оказались в такой профессии. Ведь вы могли бы выучиться на юриста или стать военным, но нет, вы выбрали *это*!

«Шесть вещей, которые нужно исправить» (six things that need fixing). Это мой термин, и я пользуюсь им постоянно. Он обозначает перечень небольших недостатков главного героя, врагов и соперников, стоящих у него на пути, а также его «список желаний»; все это — если мы сколько-нибудь любим своего персонажа и считаем, что он заслуживает помощи, — исправляется далее по ходу истории. Лично я все время ловлю себя на том, что то и дело перескакиваю между первым актом (установочной частью) и вторым и третьим (развязка), добавляя какие-то пункты в этот список по мере работы над сценарием. Зрителям нравится наблюдать за тем, как «шесть вещей, которые нужно исправить», получают свое логическое завершение. И чем лучше все заканчивается, тем приятнее на это смотреть. Не забудьте вставить какой-нибудь недостаток вначале, чтобы он исправился далее.

Эпизод (set piece). Это отдельная событийная сцена или последовательность таковых. Она считается отдельной, потому что не слишком способствует развитию сюжета или раскрытию характера главного героя, в ней используются только возможности конкретной ситуации или обстоятельств. Поэтому такие эпизоды легко пустить в расход или изменить. «Сцена погони» на скоростной автостраде сама по себе мало влияет на развитие истории, ее можно перенести и в супермаркет, и на детскую площадку, и на гоночный трек. Это один из тех эпизодов, которые можно выкинуть совсем или изменить в соответствии с урезанным бюджетом киностудии, «видением»

режиссера картины или нелюбовью кинозвезды к погоням на автомагистралях.

Благодарности

Среди многих людей, без чьей помощи эта книга не увидела бы свет, прежде всего я хочу поблагодарить своего друга и наставника Б. Дж. Маркела за мудрые советы в области индустрии развлечений и за то, что он терпеливо и кропотливо редактировал эту книгу. Также я выражаю благодарность Кену Ли за его неизменную поддержку и энтузиазм и Джине Мэнсфилд, настоящей соратнице и художнику. Отдельные слова признательности я хочу сказать Майклу Уайзу, создателю целого ряда успешных книг, посвященных каждому из аспектов киноиндустрии, который и сам весьма активен и успешен в мире кинематографа. И, наконец, спасибо за ту поддержку, которую я получал отовсюду, — особенно я благодарен Мэрин, Мелани, Ричу, Ли, Лизе, Зеду, Заку, Эрику, Джейку и Уэнделу. Мы это сделали!

Об авторе



Блейк Снайдер профессионально занят в киноиндустрии с восьми лет, когда впервые стал участвовать в озвучивании в проектах своего отца — телевизионного продюсера, лауреата премии «Эмми» Кена Сайдера (мультипликационный комедийный сериал «Роджер Рамджет», детский телесериал «Big Blue Marble»).

Карьеру сценариста Блейк начал с работы над циклом из 13 детских телевизионных передач студии «Disney» под названием «Kids Incorporated». После этого он полностью посвятил свое время написанию независимых сценариев. Довольно скоро профессиональный журнал в области киноиндустрии признал его «одним из наиболее успешных независимых сценаристов Голливуда».

Блейку удалось продать большое число своих готовых сценариев и идей фильмов крупнейшим киностудиям, включая две сделки на суммы с шестью нулями (одна из них была заключена со Стивеном Спилбергом), а также выступить продюсером двух картин. Сценарии фильмов «Стой! Или моя мама будет стрелять...», «Третий класс» (Third Grade) и

«Ядерная семейка» купила кинокомпания «Universal»; «Ночь покера», «Растяпы» (Drips), «Мне хватит миллиона» и «Херби возвращается домой» (Herbie Comes Home) — киностудия «Disney»; «Как я поступил в ЦРУ» (How I Joined the CIA) и «Большой страшный младенец!» (Big, Ugly Baby!) — телеканал «Fox Family TV»; а сценарий «Alienators» приобрела компания «Total Film Group».

Свой 13-й независимый сценарий под названием «Granny» Блейк продал в 2004 году. В настоящее время он работает в партнерстве с «Classic Media» над созданием полнометражного фильма на основе сериала «Роджер Рамджет».

Живет в Беверли-Хиллз, Калифорния. Сайт в интернете: www.blakesnyder.com.

notes

Примечания

Максимилиан Берлиц (1852–1921) — немецкий и американский лингвист и педагог, разработчик популярной методики обучения иностранным языкам и основатель международной системы школ, использующих эту методику. — *Здесь и далее, кроме указанных случаев, примечания переводчика.*

Сид Филд (1935–2013) — американский писатель, которого CNN назвало «гуру всех сценаристов». Его бестселлеры «Сценарий», «Книга сценариста» и «Решение проблем сценариста» используются более чем в 395 колледжах и университетах США и переведены на 19 языков.

Вики Кинг — успешная американская писательница, сценарист, ведущий консультант в области киноиндустрии, читает собственный курс по кинодраматургии в Калифорнийском университете в Лос-Анджелесе и дает семинары по всей Америке. Самая известная ее книга — «Как написать сценарий фильма за 21 день» (How to Write a Movie in 21 Days).

Джозеф Кэмпбелл (1904–1987) — американский исследователь мифологии. В своей четырехтомной работе «Маски Бога» изучал распространенные мифологические сюжеты (похищение огня, потоп, непорочное зачатие, воскресающий герой и т. п.), присутствующие во многих культурах. По словам Джорджа Лукаса, именно этот автор вдохновил его на создание фильма «Звездные войны».

Роберт Макки (род. 1941) — американский сценарист, теоретик искусства написания киносценариев, творческий инструктор сценаристов. Получил широкую известность после публикации книги «История на миллион долларов», которая стала настольной для многих сценаристов Голливуда.

Лара Крофт — вымышленный персонаж, главная героиня серии компьютерных игр «Tomb Raider», в которых она представлена как красивая женщина-археолог, умная, спортивная и часто рискующая жизнью во время опасных приключений. Является также персонажем мультсериалов, книг, комиксов и двух художественных фильмов: «Лара Крофт — расхитительница гробниц» (2001) и «Лара Крофт — расхитительница гробниц: Колыбель жизни» (2003). Роль Лары Крофт исполнила Анджелина Джоли.

Независимое кино — профессиональные художественные фильмы, которые производятся и распространяются в значительной мере или полностью вне системы основных киностудий. Независимые фильмы отличаются по своему содержанию, стилю и приемам, которые выбирают кинематографисты для художественной реализации.

Роджер Эберт (1942–2013) — американский кинокритик и телеведущий. Ричард Рупер (род. 1959) — американский колумнист и кинокритик газеты «Chicago Sun-Times». С 2000 по 2008 год они совместно вели телевизионное шоу о кино «At the Movies».

«What Is It?» («Что это такое?») — сюрреалистичный фильм, вышедший в 2005 году, с Криспином Гловером в главной роли, который также профинансировал создание картины и выступил в ней в качестве сценариста и режиссера.

Ремейк (англ. remake — «переделка») — новая версия или интерпретация ранее изданного произведения, фильма, песни и т. д.

Логлайн (англ. logline) — самый краткий вид аннотации фильма или произведения.

Мадлен (фр. Madeleine) — французское бисквитное печенье небольшого размера, обычно в форме морских гребешков. В романе Марселя Пруста «В поисках утраченного времени» в одной из самых знаменитых сцен мировой литературы главный герой окунает «мадленку» в чай — и на сотни страниц переносится в детство, с которым у него ассоциируется вкус этого печенья.

Имеются в виду легендарные голливудские актеры Джек Николсон, Робин Уильямс и Дастин Хоффман.

Фильм «For Love or Money» (1993) режиссера Барри Зонненфельда в российском прокате вышел под названием «Консьерж».

Средневековый праздник зимнего солнцеворота у германских народов. Традиционно языческий праздник проводился и в христианские времена, совмещаясь с Рождеством. — *Прим. ред.*

Фильм так и не был запущен в производство.

Пробный маркетинг — действия, направленные на проверку продукта и плана маркетинга в реальных рыночных условиях. Его результаты могут быть использованы при прогнозировании объема продаж и выручки, а объектом изучения являются различные рынки.

Постпродакшн (от англ. post — после, production — производство) — период обработки видеоматериала после съемок эпизодов фильма, подготовки и изготовления компьютерных объектов, редакции, монтажа, озвучивания и др.

Пилатес — система физических упражнений, разработанная в 20-е годы XX века немецким экспертом по фитнесу Йозефом Пилатесом.

«Хай-концепт» (англ. high concept) — условный термин для обозначения фильма, содержание которого можно выразить в кратком, максимально интригующем описании, достаточном, чтобы привлечь зрительскую аудиторию.

Престон Стерджес (1898–1959) — американский
кинорежиссер, сценарист и драматург.

Сэмюэл Голдвин (1879–1974) — патриарх Голливуда, один из самых успешных кинопродюсеров в истории США. Участвовал в создании трех киностудий, действующих до сегодняшнего дня.

Американский телесериал «M*A*S*H» в российском прокате известен под названиями «МЭШ» и «Чертова служба в госпитале МЭШ».

«Иштар» — авантюрная музыкальная комедия, которая, несмотря на коммерческий провал, стала культовым фильмом для целого поколения зрителей. «Говард-утка» — экранизация комикса, получившая целый ряд антинаград, в том числе как худший фильм.

Кункен — азартная карточная игра, возникшая в Мексике или в юго-западной части США. Цель состоит в том, чтобы выложить карты на стол определенными комбинациями. Выигрывает тот, кто выложит карты раньше. Комбинации возможны двух типов: по рангу и по масти.

Фильм-ограбление — калька с английского термина heist film. Фильм, сюжет которого строится вокруг планируемого и чаще всего успешно осуществляемого хищения в форме грабежа, разбоя либо кражи.

В российском прокате фильм также известен под названиями «Боязнь пауков» и «В паутине страха».

Роуд-муви (англ. road movie — «дорожное кино») — фильм-путешествие, герои которого находятся в дороге. Структурно роуд-муви, как правило, распадается на ряд эпизодов, в каждом из которых главному герою (героям) предстоит преодолеть то или иное испытание.

Элизабет Кюблер-Росс (1926–2004) — американский психолог швейцарского происхождения, создательница концепции психологической помощи умирающим больным. Ее книга «О смерти и умирании» (1969) стала бестселлером в США и во многом изменила отношение врачей к безнадежно больным пациентам. Именно с этой работы началось массовое распространение хосписов.

Стэн Лорел и Оливер Харди — американские киноактеры, комики, одна из наиболее популярных комедийных пар в истории кино. В общей сложности ими снято более 200 короткометражных и полнометражных фильмов. Бинг Кросби и Боб Хоуп с 1940 по 1962 год снимались в главных ролях в цикле из семи кинофильмов «Дорога на...» (или «Дорога в...», англ. «Road to...») — комедий с элементами приключенческих, мелодраматических и музыкальных фильмов, пародирующих кинематографические штампы. «Буч Кэссиди и Сандэнс Кид» — американский кинофильм режиссера Джорджа Роя Хилла, появившийся в прокате в 1969 году. Вошел в историю Голливуда как самый кассовый вестерн.

Мауриц Корнелис Эшер (1898–1972) — нидерландский художник-график. Известен прежде всего своими концептуальными литографиями, гравюрами на дереве и металле, в которых он мастерски исследовал пластические аспекты понятий бесконечности и симметрии, а также особенности психологического восприятия сложных трехмерных объектов.

Ссылка на «машину Руба Голдберга» — устройство, изображенное в серии карикатур Руба Голдберга, которое выполняет очень простое действие чрезвычайно сложным образом, как правило, посредством длинной последовательности взаимодействий по принципу домино.

«Marvel Comics» — американская компания, издающая комиксы, подразделение корпорации «Marvel Entertainment». Наиболее известна такими сериями комиксов, как «Фантастическая четверка», «Человек-паук», «Невероятный Халк», «Люди Икс» и др. Большинство персонажей комиксов «Marvel» обитают в одной вымышленной Вселенной, получившей название Земля-616. Главным соперником «Marvel Comics» на рынке комиксов в США является одно из крупнейших и наиболее популярных издательств комиксов «DC Comics», чьи самые известные детища — «Супермен» и «Бэтмен».

Также известен под названием «Клуб выходного дня».

«Рискованный бизнес», или «Опасное дело», — американская молодежная кинокомедия, снятая в 1983 году дебютантом Полом Брикманом. Главную роль сыграл Том Круз, которого этот фильм сделал звездой первой величины.

«Зеленые береты» — силы специального назначения американской армии, отборные подразделения, предназначенные для ведения партизанской войны и организации спецопераций (контрпартизанских, диверсионных, контртеррористических и т. д.).

Барни Файв — заместитель шерифа, вымышленный персонаж в американской телевизионной программе «The Andy Griffith Show». Имя стало нарицательным и вошло в американский сленг для обозначения слишком рьяного и некомпетентного полицейского или другого служителя закона.

«Взгляд на две тысячи ярдов» — отрешенный, несфокусированный взгляд в пространство, часто наблюдаемый у солдат, перенесших психическую травму в бою. Выражение появилось после публикации в журнале «Life» репродукции с картины известного американского художника, военного корреспондента и историка Томаса Ли.

Джек Леммон (1925–2001) — американский актер, отличавшийся необычайно широким диапазоном исполняемых ролей — от острохарактерных до трагических. Семь раз номинировался на «Оскар» за лучшую роль и впервые в истории выиграл эту премию в обеих актерских номинациях — за главную роль (1973) и за роль второго плана (1955). Жюри Каннского кинофестиваля дважды признавало его лучшим актером.

В оригинале «Chickenhawk Down». Отсылка к мемуарам американского военного летчика и писателя Роберта Мейсона, автора воспоминаний о войне во Вьетнаме «Chickenhawk» («Цыпленок и ястреб»).

Горацио Алджер — американский писатель, автор более 130 книг о детях и для детей, создатель первых бестселлеров американской детской литературы.

Фальстаф — действующее лицо в пьесах Шекспира «Генрих IV» и «Виндзорские насмешницы», веселый толстяк-кутила, бездельник, отличающийся бахвальством и трусостью. Имя его стало нарицательным для людей подобного типа.

«Кинси» — биографический фильм, снятый в 2004 году по сценарию и под руководством Билла Кондона. Он описывает жизнь Альфреда Кинси, его роль играет Лиам Нисон. Пионерская работа Кинси в области сексологических исследований, опубликованная в 1948 году, «Сексуальное поведение самца человека» была одной из первых известных работ, которая научно исследовала и изучала сексуальное поведение и его последствия у человека.

Престон Такер (1903–1956) — американский инженер и предприниматель. В 1946 году основал в Чикаго компанию «Tucker Corporation» для производства и продажи автомобиля собственной конструкции «Такер-Торпедо». Был обвинен в финансовых махинациях, и, хотя позднее его оправдали, он не стал продолжать начатое дело в США. В 1955 году уехал в Бразилию, где попытался наладить производство небольших дешевых автомобилей из привозных комплектов под маркой «Такер-Кариока».

«Большая тройка» — неофициальное название трех крупнейших американских автомобилестроительных компаний, базирующихся в городе Детройт либо в непосредственной близости от него, — «Chrysler Group LLC», «General Motors» и «Ford Motor Company».

Берт Олтмен (1925–2006) — американский кинорежиссер и сценарист, единственный в США обладатель главных наград фестивалей «большой тройки» — «Золотой пальмовой ветви», «Золотого льва» и «Золотого медведя». Наряду с Мартином Скорсезе, Фрэнсисом Фордом Копполой и Вуди Алленом — один из крупнейших режиссеров Нового Голливуда.

Гильдия сценаристов США — независимый профсоюз сценаристов. Защищает права своих членов, представляет их интересы при заключении коллективных договоров, определяет размеры минимальных гонораров. Объединяет две региональные гильдии с таким же названием, представляющие интересы членов союза, проживающих в западной и восточной частях страны.

Разработка идеальной парадигмы «трехактной структуры» стала наибольшим вкладом Сиды Филда в сценаристику. Структура Филда помогла многим сценаристам адаптировать свои идеи для Голливуда, а многие руководители студий теперь отказываются даже рассматривать сценарии, в которых не используется трехактная структура.

Имеется в виду 110 фунтов, что примерно соответствует 50 кг.

Трейлер — небольшой видеоролик, состоящий из кратких и обычно наиболее зрелищных фрагментов фильма, используемый для анонсирования или рекламы кинокартины. При этом часто комбинируется видеоряд из несвязанных фрагментов по принципу калейдоскопа.

«Грязный Гарри» (1971) — полицейский фильм с Клинтом Иствудом в главной роли, определивший облик жанра на десятилетие вперед и породивший четыре сиквела.

Элизабет Стаматина «Тина» Фей (род. 1970) — американская актриса, сценарист, продюсер и писательница. Восьмикратный лауреат премии «Эмми» и двукратный лауреат премии «Золотой глобус».

«Мemento» — психологический триллер режиссера Кристофера Нолана, поставленный им по собственному сценарию на основе рассказа «Memento Mori» его брата Джонатана. В российском прокате фильм также известен под названием «Помни».

Рейтинг PG (Parental guidance) — рекомендуется присутствие родителей. Один из пяти рейтингов системы оценки содержания фильма, введенной Американской киноассоциацией (МРАА).

Берт Паркс (1914–1992) — американский актер, певец, диктор радио и телевидения, особенно известный тем, что долгое время — с 1955 по 1979 год — был бессменным ведущим ежегодной церемонии конкурса красоты «Мисс Америка» на телевидении.

«Barry & Enright Productions» — американская компания по производству телевизионных программ и фильмов. Была основана в 1947 году Джеком Барри и Дэном Энрайтом. HBO — американский кабельный телевизионный канал. Входит в корпорацию «Time Warner». «Once Upon a Time Productions» — американская компания, создающая интерактивные программы, объясняющие важность чтения.

Джейкоб Броновски (1908–1974) — британский математик, биолог и историк науки. Наиболее известен как ведущий и автор документального сериала производства BBC «Восхождение человека».

Теория струн — направление теоретической физики, изучающее динамику и взаимодействия не точечных частиц, а одномерных протяженных объектов, так называемых квантовых струн.

Отсылка к кинокартине «За пригоршню долларов» (1964) — классическому художественному фильму Серджо Леоне, первому «спагетти-вестерну» из так называемой долларовой трилогии. Главную роль исполняет Клинт Иствуд.

Трасса 405 считается главной транспортной артерией, соединяющей западный Лос-Анджелес с долиной Сан-Фернандо. По статистике, за июльский уик-энд по лос-анджелесскому участку трассы 405, проходящему через центр города, проезжает полмиллиона машин.

Рестлинг (англ. wrestling) — вид развлекательного постановочного действия, сочетающего атлетические навыки, боевые искусства и театральное мастерство. Сценарии в рестлинге развиваются в ходе шоу, организованных различными компаниями. В постановочных боях определяются чемпионы, претенденты, решаются вопросы закулисья.

Филлип «Фил» Макгроу (род. 1950) — американский психолог, писатель, ведущий еженедельной телевизионной программы «Доктор Фил» с аудиторией в несколько миллионов человек.

Митра — головной убор, часть богослужебного облачения в ряде христианских церквей.

Остин Пауэрс — главный персонаж американской комедийной трилогии, пародии на шпионские триллеры 1960-х годов о Джеймсе Бонде. Майкл Майерс (род. 1963) — канадский актер, комик, сценарист и продюсер фильмов. Больше всего прославился, сыграв Уэйна Кэмпбелла в фильме «Мир Уэйна», а также Остина Пауэрса и Доктора Зло в трилогии «Остин Пауэрс».

Тоби Магуайр в роли Питера Паркера / Человека-паука,
Кирстен Данст в роли Мэри Джейн Уотсон и Уиллем Дефо в роли
Нормана Озборна / Зеленого Гоблина.

«О мышах и людях» (Of Mice and Men) — дебютный кинофильм режиссера Гэри Синиза, вышедший на экраны в 1992 году. Экранизация одноименной повести Джона Стейнбека. Ленни Смолл — один из главных героев произведения в исполнении Джона Малковича.

«Субботним вечером в прямом эфире» (Saturday Night Live) — вечерняя музыкально-юмористическая передача на американском канале NBC, одна из самых популярных и долгоиграющих в истории телевидения США. Премьера состоялась в 1975 году.

В английском варианте «Black Vet». Игра слов строится на том, что сокращение «vet» используется и для ветеринара, и для ветерана, и значение слова актуализируется, исходя из конкретного контекста.

В оригинале Lefty — значениями слова являются «левша» (особенно в отношении спортсменов) и «человек левых взглядов».

Сент-Хеленс — активный стратовулкан, расположенный в округе Скамания штата Вашингтон, в 154 километрах к югу от Сиэтла и в 85 километрах от города Портленд. Вулкан наиболее известен катастрофическим (5 баллов) извержением 18 мая 1980 года, при котором погибло 57 человек.

Оба актера исполняли роль секретного агента британской разведки Джеймса Бонда в серии фильмов по романам Йена Флеминга: Шон Коннери в 1962–1971 годах, Пирс Броснан — в 1995–2002 годах. Споры среди зрителей о том, кто из них (а также еще четырех актеров, в разное время игравших Джеймса Бонда) был более убедителен в роли супершпиона, ведутся до сих пор.

Слинки (англ. Slinky) — игрушка-пружина, созданная в 1943 году в США Ричардом Джеймсом изначально из металла черного цвета; также известна под именем «Андамания». Ее можно перекидывать из руки в руку и тем самым успокаивать нервы. Также она умеет «шагать» вниз по ступенькам.

АК-47 — автомат Калашникова, принятый на вооружение в СССР в 1949 году. Сконструирован в 1947 году М. Т. Калашниковым (1919–2013). Его модификации являются самым распространенным стрелковым оружием в мире.

«Amblin Entertainment» — американская компания, занимающаяся производством кино- и телепродукции; основана Стивеном Спилбергом совместно с продюсерами Кэтлин Кеннеди и Фрэнком Маршаллом в 1981 году.

«DreamWorks Studios» — известная кинокомпания США, занимающаяся разработкой, продюсированием и прокатом фильмов, мультфильмов, видеоигр и телепрограмм. Она спродюсировала более десятка кинокартин, чьи кассовые сборы превысили отметку в 100 миллионов долларов.

Стэн Ли (род. 1922) — американский писатель, актер, продюсер, телеведущий, сценарист, редактор и создатель множества натуралистических персонажей комиксов, а также бывший президент и председатель совета директоров издательства «Marvel Comics».

«Броненосец “Потемкин”» — немой художественный фильм, снятый режиссером Сергеем Эйзенштейном на Первой кинофабрике Госкино в 1925 году. Неоднократно в разные годы признавался лучшим или одним из лучших фильмов всех времен и народов по итогам опросов критиков, кинорежиссеров и публики.

«Нью-Йорк Джайентс» (N. Y. Giants) — профессиональный футбольный клуб, выступающий в Национальной футбольной лиге США.

«Кот в шляпе» (The Cat in the Hat) — самая известная сказка американского писателя Доктора Сьюза. В 1950 году Доктор Сьюз написал книгу для малышей, которая состояла всего из 220 наиболее употребительных слов и была несложной для чтения и интересной. Книга приобрела огромный успех. По ее мотивам снимались многочисленные мультфильмы, а также в 2003 году вышел художественный фильм «Кот».

«Оки» — так обычно во времена Великой депрессии 1930-х годов называли мигрирующих сельскохозяйственных рабочих из Оклахомы и Арканзаса. Жан-Поль Сартр — французский философ, представитель атеистического экзистенциализма, писатель, драматург и эссеист, педагог. Лауреат Нобелевской премии по литературе 1964 года.

В оригинале «FINAL FADE IN», где «FADE IN» — техническая ремарка, обозначающая появление из затемнения, аналог на русском — «ИЗ ЗТМ».

Франшиза — художественный фильм, снятый по мотивам телевизионного сериала, комикса или игры, которые уже завоевали успех у аудитории и имеют свой круг поклонников.

«Zegna» — итальянский модный лейбл мужской одежды, обуви и парфюмерии. Был основан в 1910 году Эрменеджильдо Зеньей. Является одним из мировых лидеров производства мужской одежды и тканей.

«Public Access TV» — общественное (некоммерческое) телевидение, созданное в США Федеральной комиссией по связи между 1969 и 1971 годами. Его вещание осуществлялось посредством специальных кабельных телевизионных каналов. Собственные программы для этого телевидения могли предлагать обычные люди.

Бадд Фридман (род. 1932) — американский комический актер и продюсер, основатель и владелец студии «The Improv», которая была создана в 1963 году.

«Variety» — ведущий американский журнал, освещающий события в мире шоу-бизнеса. Выходит с 1905 года в Нью-Йорке, с 1933 года — в Лос-Анджелесе. Изданием владеет издательский дом «Elsevier». Периодичность выхода — ежедневные и еженедельные выпуски.

Именно так я получил работу на канале NBC. Я на удачу позвонил продюсеру. Мы встретились, подходящего предложения для меня не было, но встреча прошла настолько хорошо, что он позвонил своему другу на NBC и договорился о собеседовании. В свое время продюсер и сам начинал с этой работы. — *Прим. авт.*

Род Лури (род. 1962) — американский режиссер, сценарист и актер. Франсуа Трюффо (1932–1984) — известнейший французский режиссер, киноактер, сценарист, один из основоположников французской новой волны.

Дубьюк — город в штате Айова.

В США: человек, который читает сценарии, проводит их анализ, дает оценку и предлагает рекомендации по поводу следующих этапов работы.

«Тутси» (в российском прокате — «Милашка») — кинокомедия Сидни Поллака (1982) по мотивам пьесы Дона Макгвайра и Ларри Гелбарта с Дастином Хоффманом в главной роли. Сюжет фильма строится на том, что актер-неудачник гримируется в женщину, находит благодаря этому хорошую работу и переживает массу приключений.

«Красная тревога» — повышенная боевая готовность, угроза нанесения ракетного или бомбового удара противником.

310 — код зоны штата Калифорния, где находится Голливуд.